



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini, teknologi dan juga informasi sudah sangat berkembang pesat dan sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari untuk mempermudah dalam mencari informasi. Berdasarkan hasil survei mengenai Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2018 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dinyatakan bahwa jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2018 mencapai 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Angka ini naik 10,12% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 143,26 juta jiwa. Sudah ada 64,8% penduduk Indonesia yang mengakses internet (Nabila, 2019, para. 1-2).

Pengguna internet pada saat ini tidak hanya berasal dari kalangan pelajar dan pekerja saja. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode Maret hingga April 2019 menunjukkan bahwa generasi milenial yang berusia 23-38 tahun masih mendominasi pengguna internet atau media *online* di Indonesia. Posisi tertinggi kedua berada pada usia 20-24 tahun dengan jumlah 88,5%, kemudian usia 25-29 tahun dengan jumlah 82,7% 30-34 tahun dengan jumlah 76,5%, 35-39 tahun dengan jumlah 68,5%, 40-44 tahun dengan jumlah 51,4%, 45-49 tahun dengan jumlah 47,6%, dan usia 50-54 tahun dengan jumlah 40,9% (Nabila, 2019, para. 1-2).

Tidak hanya para remaja yang dapat mencari informasi di media *online*, tetapi orang tua pada saat ini juga penting untuk mencari informasi

atau pengetahuan mengenai *parenting* (dunia pengasuhan) di media *online*. Hasil survei *Asian Digital Mum Survey 2017* yang dilakukan oleh *The Asian Parent* menunjukkan bahwa sebanyak 47% ibu-ibu menggunakan internet selama 1-3 jam per hari untuk kebutuhan pribadi, dan topik yang dicari oleh para ibu biasanya mengenai dunia pengasuhan (*parenting*) sebesar 40% (*The Asian Parent*, 2017, p. 1). Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa informasi mengenai pengasuhan atau *parenting* penting untuk dikonsumsi oleh para orang tua khususnya ibu untuk dijadikan referensi atau acuan dalam mendidik dan mengurus anak.

Di era digital pada saat ini, orang tua tidak hanya mendapatkan informasi melalui keluarga dan teman dekat, mereka bisa mendapatkan informasi tersebut melalui media *online*, media *online parenting* merupakan media yang membahas informasi-informasi seputar pengasuhan di dunia ibu dan anak. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Google Indonesia, konten *parenting* atau pengasuhan anak termasuk paling banyak diminati, kenaikannya cukup signifikan hingga 26% dari tahun 2016-2017 dan terus bertambah setiap tahunnya (Andriani, 2018, para. 5).

Pentingnya informasi mengenai pola pengasuhan pada anak, merupakan salah satu hal yang wajib diketahui oleh para ibu. Menurut Tarmuji (dalam Apriastuti, 2013, p. 3) *parenting* atau yang dikenal juga sebagai pola asuh adalah bentuk-bentuk yang diterapkan dalam rangka merawat, memelihara, membimbing, melatih dan memberikan pengaruh yang dilakukan oleh orang tua kepada anaknya.

Ibu di Indonesia mewakili segmen pasar yang menarik bagi beberapa industri. Seperti ibu-ibu di negara Asia Tenggara lainnya, ibu di Indonesia semakin aktif mengonsumsi internet dan semakin cerdas secara digital, ujar Founder dan CEO Tickled Media Roshni Mahtani (Pribadi, 2018, para. 4). Itu artinya, banyak kaum ibu yang mengakses internet dalam kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh psikolog dari Universitas Indonesia, Mayke mengatakan bahwa pengetahuan orang tua di Indonesia

dalam mendidik anak ketika masa pertumbuhan sangatlah minim. Sebanyak 50% orang tua di Indonesia masih minim pengetahuan dasar dalam mendidik anak. Sehingga anak tumbuh kurang optimal dan dapat berdampak pada kehidupan sang anak di masa mendatang Antara (dalam Republika, 2012, para. 1-3).

Perkembangan media yang begitu pesat, sesungguhnya memudahkan komunikasi dalam menyampaikan informasi. Internet mulai menggeser pola kebiasaan para orang tua khususnya ibu yang biasanya mencari informasi mengenai *parenting* (pengasuhan) melalui cara tradisional, kini lebih memilih internet untuk dijadikan sumber informasi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *The Asian Parent* terhadap 1070 ibu muda di wilayah kota besar, terdapat sebanyak 65% ibu memilih mencari informasi mengenai *parenting* di internet, media sosial, dan juga situs *parenting*. Namun, ada pula beberapa ibu yang masih mencari informasi dengan menggunakan cara tradisional yaitu bertanya kepada keluarga dan juga teman terdekat yaitu sebanyak 19,5%, dan ada pula yang bertanya mengenai dunia *parenting* kepada seseorang yang ahli pada bidang *parenting* tersebut dengan jumlah 15% (The Asian Parent, 2017, p. 1).

Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai pengguna internet perempuan pada 2018 sebesar 37,49% (Kusnandar, 2019, para. 2). Cukup banyak kaum ibu yang mengakses atau menggunakan internet, dan berdasarkan hasil tersebut tentunya memberikan peluang bagi media *online* khususnya bagi media *online* ibu dan anak, mengingat audiensnya yang cukup banyak. Mayoritas para orang tua saat ini pula berasal dari generasi milenial usia (20-35) tahun yang tentunya tidak asing lagi dengan penggunaan internet dan juga perangkat digital (Kumparan, 2018, para. 6).

Dengan adanya perubahan zaman dan perkembangan teknologi informasi, tantangan dalam menjadi orang tua semakin bertambah. Kebutuhan dari para ibu akan informasi yang tepat dan akurat mengenai pola-pola pengasuhan tersebut mendorong munculnya media *online* *Popmama.com* yang berfokus pada isu-isu pengasuhan atau *parenting* yang

ada di Indonesia, untuk menjadi sumber informasi bagi para orang tua khususnya ibu dalam mencari informasi mengenai dunia pengasuhan atau *parenting*.

Namun, ada satu hal yang perlu diingat, bahwa setiap orang tua khususnya ibu harus cerdas dan juga teliti dalam mencari informasi seputar dunia *parenting*. Dengan kata lain, tidak semua informasi mengenai *parenting* yang tersebar di media *online* sesuai dengan kebutuhan orang tua. Seperti yang dikatakan oleh salah satu Psikolog Saskhya Aulia Prima, jangan sampai langsung menerapkan ilmu *parenting* yang baru didapat melalui media *online* karena setiap media *online* memiliki *personality* tersendiri sehingga orang tua khususnya ibu harus pandai dalam memilih akun media *online* sesuai dengan pribadi dan dapat terasa nyaman pada saat membaca konten yang diberikan oleh media tersebut (School of Parenting, 2019, para. 4-5).

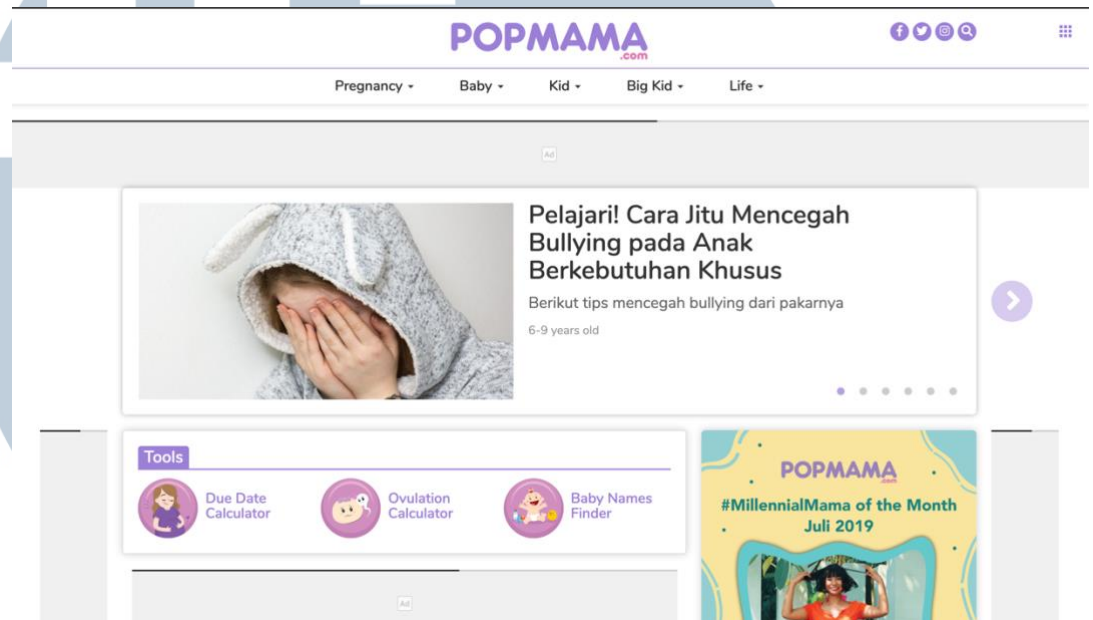
Kebutuhan para orang tua khususnya ibu akan informasi yang akurat dan terpercaya, akhirnya mendorong munculnya media *online* yang berfokus pada isu-isu pengasuhan yang ada di Indonesia, di antaranya *Haibunda.com*, *Fimela.com*, *Ayahbunda.com*, *TheAsianParent*, *Tempo Parenting*, *Mommies Daily*, *Nakita.id*, *Nova.id*, dan *Popmama.com*.

Ketika media *online parenting* lain yang hadir hanya membahas seputar pola pengasuhan saja, media *online Popmama.com* tidak hanya memberikan konten yang informatif, *Popmama.com* juga menyajikan ragam informasi penting untuk milenial mama di Indonesia. *Popmama.com* memiliki lima kategori yaitu, *pregnancy*, *baby*, *kid*, *big kid*, dan *life* (Putri, 2018, para. 1).

Popmama.com merupakan media *online* yang memiliki salah satu jumlah pembaca yang mencapai lima juta per bulannya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Popmama.com* terhadap lima juta pembaca per bulannya di Indonesia, didapatkan hasil jumlah pembaca terbanyak terdapat pada usia 25-34 tahun dengan jumlah 54.06% dan pada usia 18-24 tahun sebesar

23.15%. Berdasarkan data tersebut, banyak ibu khususnya para ibu muda yang membutuhkan informasi mengenai pola asuh anak.

Gambar 1.1 Tampilan Website *Popmama.com*



Sumber: *Website Popmama.com*, 2019

Popmama.com merupakan media *online* baru, yang diluncurkan pada 18 Februari 2018 dan juga merupakan bagian dari *multi-platform* IDN Media, untuk milenial dan generasi Z di Indonesia dengan jumlah pengunjung yang mencapai tiga juta pengunjung unik per bulannya. *Popmama* sendiri merupakan media *online* yang menyediakan informasi seputar pangasuhan. *Popmama* berhasil mendapatkan peringkat satu media *online parenting* di Indonesia berdasarkan Comscore (penyedia data standar untuk pengukuran audiensi *online* di Indonesia).

Popmama telah melakukan survei terhadap ibu usia 18-34 tahun dari lima juta pembaca di Indonesia dan hasilnya 88% para ibu menggunakan internet dan media *digital* sebagai sumber informasi *parenting* terbaik (*Popmama.com*, 2019, para. 1-3). *Popmama.com* ini sendiri sering mengangkat isu-isu yang sedang hangat dibicarakan di Indonesia yang berkaitan dengan ibu dan anak. Dalam memperkuat informasinya,

Popmama.com biasanya turut menambahkan pendapat dari para ahli, seperti psikolog, konselor, dan dokter terkait dengan isu yang sedang dibahas.

Ketertarikan penulis terhadap topik mengenai tingkat kepuasan audiens media *online* ibu dan anak karena sesungguhnya audiens dapat memilih secara aktif dalam menggunakan media *online* dan sumber lain berdasarkan tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang dibutuhkannya. Informasi yang dibutuhkan oleh setiap orang tentunya berbeda sehingga kepuasan yang dicari dan juga yang akan didapatkan akan berbeda pula. Maka apakah kebutuhan informasi audiens mengenai dunia pengasuhan di media *online* dapat terpenuhi dengan baik atau tidak dengan adanya media *online* ibu dan anak *Popmama.com*, dengan melakukan survei terhadap ibu muda di Jakarta, Tangerang, dan Bekasi (JATABEK). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII ada sebanyak 72,41% pengguna internet yang paling banyak di Indonesia berasal dari wilayah urban. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan survei dengan menggunakan populasi ibu muda di wilayah urban yaitu Jakarta, Tangerang, dan Bekasi (JATABEK) (APJII, 2018, p. 8).

1.2 Rumusan Masalah

Pengetahuan orang tua di Indonesia dalam mendidik anak ketika masa pertumbuhan sangatlah minim. Sebanyak 50% orang tua di Indonesia masih minim pengetahuan dasar dalam mendidik anak. Sehingga anak tumbuh kurang optimal dan dapat berdampak pada kehidupan sang anak di masa mendatang. Ibu di Indonesia mewakili segmen pasar yang menarik bagi beberapa industri, ibu di Indonesia semakin aktif mengonsumsi internet dan semakin cerdas secara digital. Itu artinya, banyak kaum ibu yang mengakses internet dalam kehidupan sehari-harinya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa tinggi tingkat kepuasan ibu usia 18-34 tahun terhadap media *online* ibu dan anak *Popmama.com* sebagai sumber informasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Untuk melihat tingkat kepuasan audiens terhadap media *online* ibu dan anak *Popmama.com* dalam memberikan informasi seputar dunia pengasuhan, sehingga dapat diketahui kebutuhannya dapat terpenuhi atau tidak, maka penulis menggunakan tipologi kepuasan yang dicari dan diperoleh individu yang diungkapkan oleh Palmgreen, sebagai berikut:

1. Apa kepuasan yang dicari (*gratification sought*) oleh pembaca artikel di media *online Popmama.com*?
2. Apa kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*) oleh pembaca artikel di media *online Popmama.com*?
3. Apa terdapat kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratification*) terhadap artikel di media *online Popmama.com*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengukur seberapa besar kepuasan yang dicari (*gratification sought*) oleh pembaca dari media *online Popmama.com*.
2. Untuk mengukur seberapa besar kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*) oleh pembaca dari media *online Popmama.com*.
3. Untuk mengukur seberapa besar kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratification*) di media *online Popmama.com*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik dari segi akademis dan praktiknya, agar penelitian ini dapat berguna di kemudian hari. Manfaat penelitian ini terbagi dalam:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi empiris mengenai tingkat kepuasan audiens terhadap media *online parenting* sebagai sumber informasi

pengasuhan berdasarkan konsep *gratification sought* dan *gratification obtained* menggunakan segmentasi spesifik yaitu ibu-ibu. Dengan konsep ini, penulis dapat mendeskripsikan bagaimana kepuasan khalayak di media *online*. Sehingga, penelitian mengenai tingkat kepuasan tidak hanya terbatas pada tingkat kepuasan. Tetapi, melihat kesenjangan yang ada pada *gratification sought* dan *gratification obtained*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengelola media *online* ibu dan anak *Popmama.com* sehingga penelitian ini dapat berguna untuk meningkatkan kualitas media *online* tersebut dan tetap berinovasi, agar dapat memenuhi kepuasan dari khalayaknya yang selalu berkembang.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran khalayak yaitu, orang tua khususnya ibu mengenai pentingnya dunia *parenting*. Bagaimana orang tua dalam memahami media *online parenting*, yang dapat memengaruhi psikologi anak dan juga kesehatan anak.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna, masih banyak terdapat kekurangan di dalamnya.

Keterbatasan penulis yaitu, penulis hanya membatasi penelitian dari sisi audiens saja, masih banyak objek lain dari media *online parenting* yang dapat diteliti, diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti aspek lain yang ada dalam media *online parenting*, penelitian ini juga terbatas karena hanya menguji di wilayah urban, tidak meluas ke seluruh Indonesia