

Perancangan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Tumbuh Kembang Anak bagi Orang Tua Muda

Rahmania Almira¹⁾, Adi Surahman²⁾, Muhammad Ikhwan Riansyah³⁾, Daffa Al Haq⁴⁾

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas 'Aisyiyah Bandung^{1,2,3,4)}

Diajukan Tanggal Bulan Tahun / Disetujui Tanggal Bulan Tahun

Abstrak

Kemajuan teknologi memengaruhi pola asuh orang tua muda generasi Milenial dan Gen Z, yang kini sangat bergantung pada media digital. Meskipun banyak informasi *parenting* tersedia, penyajian visual yang kaku dan teks yang panjang kerap mengurangi minat baca audiens. Penelitian ini bertujuan merancang media sosial Instagram sebagai sumber informasi tumbuh kembang anak yang ringkas, menarik, dan informatif bagi orang tua muda. Metode perancangan menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Pengumpulan data melibatkan 72 responden berusia 26-35 tahun melalui kuesioner daring, serta observasi komparatif terhadap akun kompetitor. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kerangka 5W+1H untuk menyusun pedoman visual (*Creative Brief*). Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas orang tua muda lebih menyukai informasi edukatif dalam format kombinasi teks dan gambar (karousel) dengan gaya bahasa komunikatif (*peer-to-peer*). Berdasarkan temuan tersebut, dirancang antarmuka visual akun Instagram "Teman Sikecil" menggunakan ilustrasi digital dua dimensi berpalet warna hangat. Konten berfokus pada edukasi tahapan tumbuh kembang, pelurusan mitos kesehatan, serta didukung poster digital jadwal vaksinasi. Kesimpulannya, perancangan elemen visual Instagram yang tepat sasaran mampu menjadi media edukasi yang efektif dalam membantu orang tua muda memahami dan memantau tumbuh kembang anak secara praktis.

Kata Kunci: Media Informasi ; Orang Tua Muda; Perawatan Anak

Abstract

Technological advancements have influenced the parenting styles of young Millennial and Generation Z parents, who now heavily rely on digital media. Although plenty of parenting information is available, rigid visual presentations and lengthy texts often reduce audience reading interest. This study aims to design Instagram as a concise, attractive, and informative child growth and development information source for young parents. The design method employs the Design Thinking approach. Data collection involved 72 respondents aged 26-35 through an online questionnaire, as well as comparative observations of competitor accounts. Data were analyzed using quantitative descriptive methods and the 5W+1H framework to formulate visual guidelines (*Creative Brief*). The analysis results indicate that the majority of young parents prefer educational information in a combined text-and-image format (carousels) with a communicative, peer-to-peer tone. Based on these findings, the visual interface for the "Teman Sikecil" Instagram account was designed using two-dimensional digital illustrations with a warm color palette. The content focuses on educating about developmental stages, clarifying health myths, and is supported by a digital vaccination schedule poster. In conclusion, targeted visual element design on Instagram can serve as an effective educational medium to help young parents practically understand and monitor their children's development.

Keywords: *Childcare ; Information Media ; Young Parents*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi memengaruhi gaya hidup masyarakat, sehingga berdampak pada generasi milenial dan generasi Z yang mahir pada teknologi menjadi rentan melakukan pernikahan di usia muda (Duana., Dkk,2022). Pada tahun 2022 Indonesia diketahui rata-rata wanita mengalami kehamilan pertama di usia 21 tahun (<https://dataindonesia.id/varia/detail/ratarata-ibu-hamil-pertama-di-usia-2157-tahun-pada-2022>). Usia tersebut merupakan usia kelompok remaja akhir menurut Departemen Kesehatan RI tahun 2009 (Al Amin,2017). Sebagai ibu baru dan berusia muda, generasi milenial dan generasi Z memiliki perbedaan pola asuh dengan ibu dewasa (Anggraeni dan Juhriati,2023). Selain itu pendidikan seseorang dapat memengaruhi pola pengasuhan orang tua (Tridhonanto, 2014). Pola pengasuhan orang tua dipengaruhi oleh pengalaman yang dimiliki orang tua dalam mengasuh anak; tingkat pendidikan orang tua; pengasuhan anak yang melibatkan orang tua; hubungan suami istri; dan tingkatan stres yang dimiliki orang tua (<https://clsd.psikologi.ugm.ac.id/2021/03/19/internet-sebagai-sumber-informasi-pengasuhan-orang-tua-masa-kini-bolehkah/>). Selain itu pola pengasuhan dapat terbentuk dari paparan media sosial. Kehadiran *parent influencer* di media sosial terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap pergeseran pola asuh orang tua milenial (Khosibah,2024).

Di sisi lain, setiap orang tua perlu memerhatikan tumbuh kembang anak sejak dini. Masa satu tahun pertama kehidupan merupakan masa sensitif dimana fungsi tertentu perlu dilakukan stimulus agar perkembangannya tidak terhambat(Mandas dan Dampi,2021). Banyak gangguan yang dapat dialami pada tahap tumbuh kembang anak yang akan memengaruhi perkembangan anak di kehidupan saat dewasa. Hal ini dikarenakan , karakteristik pada saat dewasa dipengaruhi oleh tahap tumbuh kembang saat masa kecil (Krisnanda dan Romadhona,2023). Periode *golden age* seorang anak sangat penting. Periode *golden age* adalah usia nol hingga enam tahun, pada periode ini anak mengalami proses perkembangan yang pesat, seluruh stimulus yang diberikan oleh orang tua atau lingkungan dapat diserap oleh anak (Ulfiah dan Bastaman,2021). Dampak yang dialami oleh anak pada proses tumbuh kembang antara lain gangguan perkembangan otak, pertumbuhan massa tubuh dan komposisi badan yang dapat menyebabkan stunting, gangguan metabolisme tubuh, gangguan pertumbuhan yang dapat menyebabkan penyakit gizi (Sari., Dkk, 2022).Meskipun penggunaan gawai yang berlebihan oleh orang tua terkadang membuat anak merasa bersaing untuk mendapatkan perhatian (The Asian Parent,2024), media sosial memiliki peran ganda sebagai agen sosialisasi yang dapat membantu pemantauan tumbuh kembang anak di era digital bila dimanfaatkan dengan tepat (Prihatiningsih & Jatniko, 2025). Pemanfaatan media sosial oleh orang tua secara tidak langsung ikut membentuk ekosistem tumbuh kembang anak di Indonesia (Saqya & Sinduwiatmo,2024).

Generasi yang telah mengenal teknologi sejak dini serta memiliki kemampuan lebih dalam menggunakan perangkat digital. Memanfaatkan perangkat digital dalam mencari informasi, membuat para orang tua muda memiliki cara tersendiri dalam pola asuh anak, khususnya bayi baru lahir. Saat ini banyak generasi milenial yang telah memiliki anak cukup pandai dalam menggunakan perangkat digital seperti gawai. Sebagai orang tua, dalam kesehariannya selalu berhubungan dengan gawai. Terdapat riset yang dilakukan pada tahun 2019 kepada ibu yang lahir tahun 1980-2000 serta aktif menggunakan media sosial, diketahui bahwa pada ibu muda media sosial yang paling sering digunakan yaitu whatsapp 94,8%, Instagram 82,8%, dan facebook 79,2% (<https://rised.or.id/orang-tua-milenial-dan-informasi-parenting-di-internet-apa-pentingnya-untuk-generasi-berikutnya/>). Generasi milenial yang saat ini berusia 24-39 tahun, sebagian besar generasi milenial telah menjadi orang tua . Sebagai orang tua yang terlahir di era digital, orang tua milenial sangat erat dengan teknologi dalam pengasuhan anak (<https://clsd.psikologi.ugm.ac.id/2021/03/19/internet-sebagai-sumber-informasi-pengasuhan-orang-tua-masa-kini-bolehkah/>). Orang tua saat ini mencari informasi terkait pola asuh, tumbuh kembang anak melalui media digital seperti media sosial, website, dan aplikasi. Berdasarkan riset yang dilakukan kepada orang tua milenial di Indonesia tahun 2021, diketahui orang tua milenial, khususnya ibu sejumlah 55,40% mencari informasi parenting melalui internet, penggunaan media sosial sebanyak 66,78% digunakan oleh orang tua, pencarian melalui buku sebanyak 14%, pencarian melalui seminar 13,80%, melalui keluarga sebanyak 15,40% serta 1,40% melalui tetangga

(<https://clsd.psikologi.ugm.ac.id/2021/03/19/internet-sebagai-sumber-informasi-pengasuhan-orang-tua-masa-kini-bolehkah/>).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, media sosial khususnya Instagram saat ini telah menjadi media utama untuk informasi edukasi *parenting* bagi kalangan orang tua muda (Sari & Basit, 2020). Berbagai akun kreator dan komunitas yang ada di Instagram terbukti mampu memenuhi kebutuhan informasi harian ibu muda terkait pengasuhan (Siregar & Riyanto, 2024). Maka, dapat diketahui bahwa media digital merupakan wadah yang memiliki potensi untuk menjangkau target audiens orang tua muda. Namun, banyaknya informasi yang tersebar seringkali tidak diimbangi dengan visual yang menarik, padahal perancangan elemen visual seperti ilustrasi karakter tokoh pada Instagram dapat memengaruhi kenyamanan ibu muda dalam menyerap informasi edukatif (Argani & Sihombing, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan media sosial Instagram sebagai media informasi tumbuh kembang anak. Perancangan visual yang tepat dan terarah diharapkan dapat menyajikan informasi menjadi ringkas, menarik dan mudah dipahami, sehingga orang tua tetap dapat aktif secara digital serta mengedukasi diri terkait tumbuh kembang anak.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan ini yaitu *design thinking*. *Design Thinking* merupakan pendekatan inovasi yang berpusat pada manusia (Nurhayati dan Islam, 2022). Proses *design thinking* meliputi beberapa tahapan antara lain *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Pada penelitian ini dilakukan pengumpulan data primer dan sekunder. Dalam perancangan data primer didapatkan dari target audiens untuk mengetahui preferensi media dan visual, serta kebiasaan audiens dalam mengonsumsi media. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring (*google form*) yang disebarakan kepada responden sejumlah 72 orang dengan kriteria yaitu orang tua muda rentang generasi Milenial dan Gen Z (usia 25-35 tahun), berstatus sudah/pernah menikah, yang telah memiliki anak usia 0 hingga 5 tahun, serta aktif dalam menggunakan media sosial

Dalam menyusun instrumen pertanyaan di dalam kuesioner, penulis menggunakan kerangka analisis 5W+1H untuk memastikan data yang tergalai sangat spesifik dan aplikatif untuk kebutuhan perancangan. Penerapan kerangka tersebut di dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

- What (Apa): Pertanyaan kuesioner difokuskan untuk menggali *apa* jenis informasi (misal: nutrisi, motorik, sensorik) yang paling sulit dipahami, serta *apa* gaya visual (fotografi asli, ilustrasi 2D, atau infografis minimalis) yang paling disukai audiens.
- Who (Siapa): Pertanyaan untuk memvalidasi demografi profil audiens untuk mencocokkan persona (usia orang tua, pekerjaan, tingkat pendidikan) guna menyesuaikan *tone and manner* dari gaya bahasa (*copywriting*) desain.
- Where (Di mana): Pertanyaan untuk memastikan di platform/fitur *mana* target audiens lebih nyaman mencari informasi (apakah di *feed* Instagram biasa, *Story*, *Reels*, atau aplikasi *parenting* khusus).
- When (Kapan): Pertanyaan untuk mengidentifikasi *kapan* audiens (terutama ibu bekerja atau ibu rumah tangga) memiliki waktu luang terbaik (*prime time*) untuk mengonsumsi informasi visual yang panjang/detail di media sosial.
- Why (Mengapa): Pertanyaan kualitatif berskala untuk mengetahui *alasan mengapa* responden menyukai media/akun tertentu (misalnya: karena warnanya tidak menyilaukan mata, bahasanya tidak menghakimi, atau susunan teksnya rapi).
- How (Bagaimana): Pertanyaan mengenai *bagaimana* perilaku interaksi audiens terhadap konten visual (seberapa sering mereka melakukan *save*, *share* konten edukasi ke pasangan, atau sekadar melakukan *swipe* tanpa membaca *caption*).

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan observasi terhadap kompetitor berupa akun media sosial, website dan artikel terkait *parenting* yang sudah ada untuk mengidentifikasi *gap* desain visual. Studi pustaka meliputi kajian jurnal ilmiah terkait desain, psikologi warna, tata letak, serta buku panduan tumbuh kembang anak. Untuk observasi dilakukan terhadap media sosial kompetitor yaitu @parentalk.id dan @tentanganakofficial untuk menemukan perbedaan secara visual. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan dua metode, yaitu analisis deskriptif kuantitatif. Data persentase yang diperoleh dari hasil kuesioner akan diolah untuk mengambil kesimpulan mayoritas. Hasil ini akan menjadi dasar keputusan objektif. Serta analisis komparatif digunakan untuk membandingkan data sekunder berupa hasil observasi kompetitor. Hasil analisis ini kemudian disintesis bersama data kuesioner menjadi sebuah *Creative Brief* (Acuan Kreatif) yang memuat panduan gaya visual (*Visual Guidelines*) sebelum masuk ke tahap produksi desain (*Prototype*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data kuesioner

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner daring yang dilakukan kepada orang tua muda, diperoleh data responden dengan penjabaran hasil sebagai berikut :

Demografi : Kuesioner ini diisi oleh 72 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Mayoritas responden berada pada rentang usia produktif, yaitu 26-30 tahun dan 31-35 tahun, dengan domisili yang didominasi oleh Kota Bandung dan sekitarnya. Sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan tinggi (D4/S1 hingga S2) dengan beragam profesi seperti wiraswasta, guru/dosen, dan ibu rumah tangga. Dari segi profil keluarga, rata-rata responden memiliki 1 hingga 2 orang anak dengan variasi usia mulai dari bayi (0-6 bulan) hingga anak usia sekolah (8-9 tahun).

Perilaku dan Sumber Pencarian Informasi: berdasarkan hasil kuesioner, seluruh responden menyatakan pernah mencari dan mendapatkan informasi terkait cara mendidik dan merawat anak. pencarian informasi rata-rata sudah dilakukan sejak awal masa kehamilan, dan sebagian lainnya bahkan telah mencari tahu sejak sebelum menikah. Dalam praktik pengasuhannya sehari-hari, orang tua merujuk pada berbagai sumber informasi, mulai dari arahan tenaga kesehatan (dokter/bidan), didikan keluarga turun-temurun, hingga referensi dari internet.

Preferensi Media dan Kebutuhan Topik: Terkait *platform* atau media yang diandalkan untuk menggali informasi pengasuhan, Instagram dan Search Engine (Google) menjadi saluran yang paling dominan dipilih oleh responden, disusul oleh YouTube dan literatur buku. Sementara itu, topik informasi yang paling banyak diminati responden untuk dipelajari meliputi:

1. Tumbuh kembang anak
2. Pendidikan anak
3. Psikologi dan pembentukan karakter anak
4. Peran orang tua (Ayah dan Ibu)
5. Kesehatan anak

Preferensi Format Visual Konten: Ketika ditanya mengenai bentuk format media yang paling disukai, responden cenderung memilih sajian yang cepat dan ringkas, seperti Video Singkat, Artikel, dan media sosial. Secara spesifik terkait penyajian visualnya, mayoritas responden lebih menyukai informasi yang disajikan dalam format kombinasi "Teks dan Gambar" dibandingkan format teks saja atau gambar saja. Hal ini menjadi justifikasi dan landasan kuat bahwa audiens orang tua muda masa kini sangat membutuhkan konten edukasi yang ilustratif, padat, dan *to-the-point*.

Analisis Kompetitor

Dilakukan analisis terhadap beberapa akun media sosial yang telah ada di bidang edukasi *parenting* dan kesehatan anak. Berikut merupakan analisis visual kompetitor :

1. Akun Instagram @parentalk.id

- Fokus Konten: Kehidupan sehari-hari orang tua (*daily parenting life*), tips rumah tangga, dan informasi dasar pengasuhan.
- Kelebihan Visual: Memiliki *engagement* yang sangat tinggi karena menggunakan pendekatan *storytelling* keseharian dan bahasa yang *relatable* (santai). Desain sering menggunakan elemen fotografi.
- Kekurangan Visual : Pembahasannya sangat luas (gaya hidup, finansial keluarga, hiburan), informasi spesifik mengenai tahapan medis tumbuh kembang anak tidak terlalu banyak. Variasi desain yang terlalu banyak.

2. Akun Instagram @tentanganakofficial

- Fokus Konten: Informasi medis, nutrisi, dan kesehatan anak yang diusung oleh dokter spesialis anak.
- Kelebihan Visual: Informasi yang disajikan menggunakan literatur medis resmi.
- Kekurangan Visual : Pendekatan visual yang digunakan cenderung kaku, formal, dan klinis.

Analisis 5W+1H

Data kuesioner di atas kemudian dipetakan ke dalam analisis 5W+1H. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengonversi data statistik responden menjadi *brief* atau panduan arah desain perancangan:

- *What* (Apa yang dirancang): Konten media sosial Instagram berupa *Microblog/Carousel Feeds* dan media pendukung poster digital yang membahas jadwal tumbuh kembang dan penolakan mitos pengasuhan.
- *Who* (Target Audiens): Merujuk pada data kuesioner, target difokuskan pada orang tua usia 26-35 tahun di perkotaan yang sibuk dan membutuhkan informasi cepat (*visual-based*).
- *Why* (Mengapa dirancang demikian): Karena data menunjukkan tingginya ketergantungan orang tua pada Instagram, namun mereka menghindari teks yang terlalu panjang dan lebih menyukai kombinasi "teks dan gambar". Poster cetak/digital dibutuhkan sebagai alat *checklist* (pemantauan fisik).
- *When & Where*: Dipublikasikan mulai tahun 2024 pada *platform* Instagram dengan *username* @temansikecilku.
- *How* (Bagaimana penyajian dan pendekatannya): Menggunakan gaya bahasa komunikatif yang tidak menggurui (*peer-to-peer*), dipadukan dengan teori desain visual yang memprioritaskan keterbacaan (*readability*) dan psikologi warna yang hangat..

Konsep Desain

Berdasarkan analisis data dari kuesioner (kerangka 5W+1H) dan studi kompetitor, perancangan media sosial sebagai sumber informasi tumbuh kembang anak ini diwujudkan melalui akun Instagram dengan nama "Teman Sikecilku". Pemilihan nama ini merepresentasikan fungsi akun sebagai pendamping atau "teman" berproses bagi orang tua dalam memantau perkembangan anak mereka. Perancangan ini berfokus pada penyajian informasi yang mudah dipahami dan menarik secara visual bagi target audiens (generasi Milenial dan Gen Z berusia 26-35 tahun). Berikut konsep perancangan visual :

1. Strategi Komunikasi dan Tipografi : Strategi komunikasi mengadaptasi gaya bahasa *peer-to-peer* yang ringan, komunikatif, dan sederhana. Hal ini bertujuan agar informasi yang terkadang bersifat medis atau teoritis dapat diserap dengan mudah tanpa terkesan menggurui. Tipografi

yang dipilih menyesuaikan dengan karakter *brand* yang ceria, namun tetap memprioritaskan tingkat keterbacaan (*readability*) agar nyaman dibaca di layar gawai.

2. Konsep Visual dan Warna : Elemen visual utama menggunakan pendekatan ilustrasi digital dua dimensi (2D). Pemilihan warna didominasi oleh warna-warna cerah dan hangat seperti oranye, kuning, biru muda, dan merah muda. Warna-warna ini dipadukan dengan latar belakang berwarna *cream* (krem) yang secara psikologis memberikan kesan ketenangan, hangat, dan bersahabat bagi audiens.
3. Media : *feed instgaram* berukuran *square* rasio 1:1. Aset yang digunakan berupa elemen desain ilustrasi dua dimensi, serta poster digital yang dapat dicetak oleh orang tua.

Hasil Desain

Perancangan ini menghasilkan media utama yaitu *feeds* media sosial, terdiri dari visual logo dan konten *feeds Instagram*.

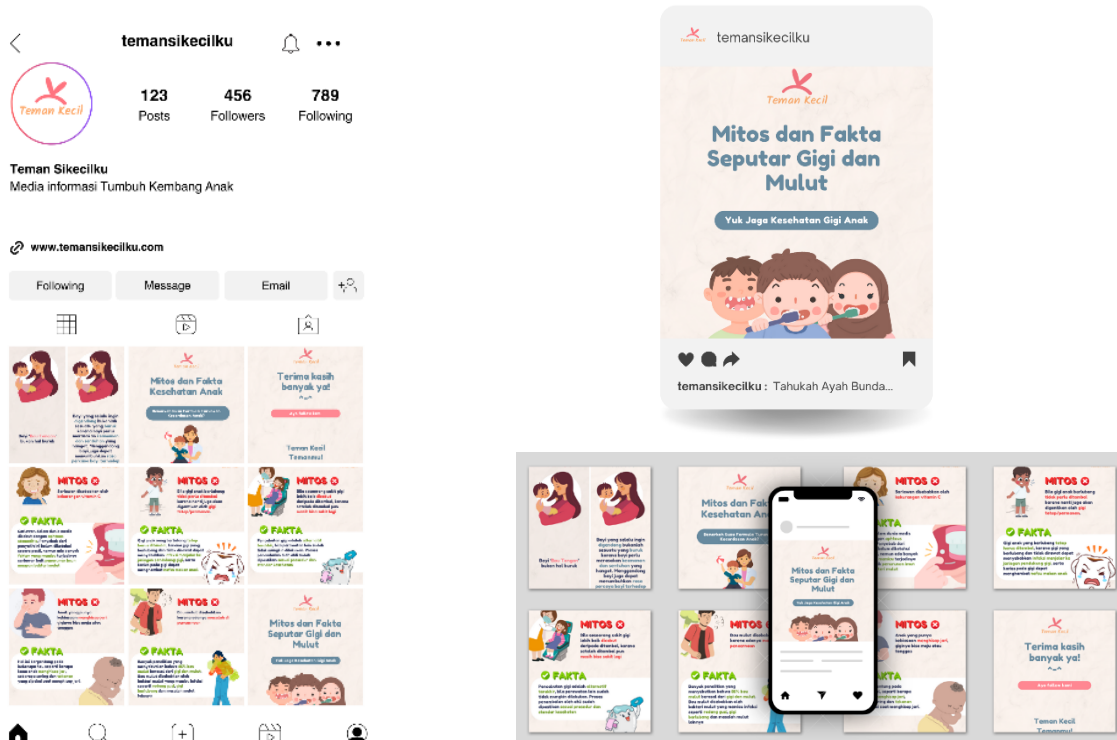
1. Logo

Akun Instagram perlu memiliki logo untuk mudah dikenali oleh audiens. Pada perancangan ini visual logo menggunakan kombinasi antara *logogram* dan *logotype*. Logo menggunakan nama Teman Kecil yang dipilih berdasarkan tujuan perancangan yaitu media informasi tumbuh kembang anak. Logo diaplikasikan sebagai foto profil instgram.



Gambar 1. Logo Teman Kecil

2. Feeds Instagram



Gambar 2. Konten visual teman kecil

Secara keseluruhan *feed Instagram* menggunakan latar dengan warna *cream* yang memberikan kesan ketenangan. Konten visual yang ditampilkan merupakan informasi-informasi terkait tumbuh kembang anak, antara lain informasi mitos dan fakta seputar tumbuh kembang anak, jadwal vaksinasi. Visual yang digunakan yaitu teks dan ilustrasi dua dimensi.

3. Poster

Perancangan poster bertujuan sebagai media pendukung informasi dan pengingat kepada orang tua. Poster berupa infografis yang terdiri dari jadwal vaksinasi yang dilakukan mulai dari bayi usia 0 bulan hingga 24 bulan. Berfokus pada jenis-jenis vaksinasi yang didapatkan sesuai usia anak.



Gambar 3. Poster Jadwal Vaksinasi

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran strategis dan efektif sebagai sumber informasi edukasi utama bagi orang tua muda generasi Milenial dan Gen Z dalam memantau serta mendukung tumbuh kembang anak. Kebiasaan orang tua muda yang sangat erat dengan penggunaan gawai dalam kesehariannya menjadikan platform digital sebagai sarana edukasi yang paling mudah dijangkau dan relevan dengan gaya hidup mereka. Namun, tingginya minat pencarian informasi ini sering dihadapkan pada kendala visual, di mana audiens cenderung menghindari teks yang terlalu panjang atau bahasa medis yang terlalu formal dan kaku.

Oleh karena itu, perancangan elemen visual yang tepat sasaran menjadi kunci utama dalam keberhasilan komunikasi edukasi *parenting*. Melalui pendekatan *Design Thinking*, perancangan akun Instagram "Teman Sikecilku" membuktikan bahwa kombinasi ilustrasi digital dua dimensi dengan palet warna yang cerah dan hangat, dipadukan dengan gaya bahasa komunikasi *peer-to-peer* yang santai dan tidak menggurui, mampu secara signifikan meningkatkan minat serta kenyamanan audiens dalam menyerap informasi. Format penyajian berupa carousel atau *microblog* terbukti menjadi pilihan utama karena dinilai mampu memecah informasi yang kompleks menjadi bagian-bagian yang ringkas, padat, dan *to-the-point*.

Lebih lanjut, materi edukasi terbukti memberikan dampak positif yang lebih besar ketika difokuskan pada pemecahan masalah atau kebingungan sehari-hari, seperti tahapan motorik dan sensorik tumbuh kembang anak, pelurusan mitos dan fakta seputar kesehatan, serta panduan praktis seperti jadwal vaksinasi. Kehadiran media pendukung tambahan berupa poster infografis juga memberikan nilai tambah yang sangat fungsional karena dapat dimanfaatkan sebagai *checklist* fisik yang praktis di rumah. Secara keseluruhan, perancangan visual media sosial yang komprehensif dan berpusat pada pengguna tidak hanya memenuhi kebutuhan literasi harian orang tua muda, tetapi juga berperan aktif dalam membangun ekosistem pengasuhan anak yang lebih teredukasi, interaktif, dan adaptif terhadap kemajuan teknologi di masa kini.

Daftar Pustaka

- Al Amin, M. (2017). Klasifikasi kelompok umur manusia berdasarkan analisis dimensifraktal box counting dari citra wajah dengan deteksi tepi canny. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 5(2).2
- Anggraeni, D., & Juhriati, I. (2023). Gaya Pengasuhan yang Sesuai untuk Anak Usia Dini Pada Generasi Alpha. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 3014-3020.
- Argani, P., & Sihombing, R. M. (2022). Pemaknaan Desain Karakter Sosok Ibu pada Akun Instagram "Parenting is Easy" bagi Ibu Muda. *Jurnal Komunikasi Visual Wimba*, 13(2), 78-94.
- Duana, M., Siregar, S. M. F., Anwar, S., Musnadi, J., & Husna, A. (2022). Dampak Pernikahan Dini Pada Generasi Z Dalam Pencegahan Stunting. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 195-200.
- Khosibah, S. A. (2024). Pengaruh Peran *Parent Influencers* Media Sosial pada Pola Asuh Orang Tua Milenial. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(5), 927-936.
- Krisnanda, D. D., & Romadhona, M. (2023). PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI TENTANG STIMULASI, DETEKSI DAN INTERVENSI DINI TERHADAP TUMBUH KEMBANG ANAK. *SYNAKARYA-Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2).

Mandas, A. L., Lausan, M. L., & Dampi, S. V. (2021). Hambatan Perkembangan pada Anak TK. *Journal of Psychology Humanlight*, 2(2), 41-58.

Nurhayati, N., & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *BARIK*, 3(2), 112-124

Prihatiningsih, F. A., & Jatniko, D. (2025). Media Sosial Instagram Sebagai Agen Sosialisasi Terhadap Tumbuh Kembang Anak di Era Digital. *Journal of Knowledge and Collaboration*, 2(1).

Saqya, U. A., & Sinduwiatmo, K. (2024). Media Sosial Membentuk Tumbuh Kembang Anak di Indonesia. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(2), 80–88.

Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23-36.

Sari, N. P., Djide, N. A. N., Sulfiana, S., & Syahrudin, A. N. (2022). Peran ibu pada 1000 hari pertama kehidupan dalam pencegahan gangguan tumbuh kembang anak. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(6), 1839-1845.

Siregar, D. O., & Riyanto, S. (2024). Analisis Konten Akun Instagram @Dearmoms.id dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Parenting. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat JSKPM*, 8(3)

Tridonanto, A. (2014). *Mengembangkan pola asuh demokratis*. Elex Media Komputindo.

Ulfiah, A. N., & Bastaman, W. N. U. (2021). PERANCANGAN MEDIA EDUKASI BERBAHAN DASAR KAIN DENGAN TEMA BAHASA SUNDA UNTUK ANAK. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 8(3).

<https://dataindonesia.id/varia/detail/ratarata-ibu-hamil-pertama-di-usia-2157-tahun-pada-2022>
(diakses 5/3/2024)

<https://clsd.psikologi.ugm.ac.id/2021/03/19/internet-sebagai-sumber-informasi-pengasuhan-orang-tua-masa-kini-bolehkah/> (diakses 3/3/2024)

<https://rised.or.id/orang-tua-milenial-dan-informasi-parenting-di-internet-apa-pentingnya-untuk-generasi-berikutnya/> (diakses 3/3/2024)

<https://id.theasianparent.com/yang-anak-rasakan-saat-orangtua-sibuk-main-gadget> (diakses 25/7/2024)