**PERSEPSI IBU MENGENAI AKUN INSTAGRAM ANAK SELEBRITI INDONESIA USIA BAWAH LIMA
TAHUN**
(Deskriptif Kualitatif Ibu PKK RT 02 / RW 23 Perumahan Lembah Pinus Sasmita Jaya, Pamulang
Tangerang Selatan)

Vanessa Itamar

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

Email : Vanessaitamar21@gmail.com

Eko Putra Boediman

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

Email : ekosyahid@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to find out how the perception of mother about Instagram accounts of Indonesian celebrities children under five years old. This type of research is qualitative research using postpositivism paradigm and research results presented in qualitative descriptive methods. The subject in this research was the mother of PKK members RT 02 / RW 23 Lembah Pinus Residence, Sasmita Jaya, Pamulang, South Tangerang amounted to 11 people. The collection of data obtained through observation by observing the location of direct research, and structured interviews. Secondary data is retrieved from a data source in the form of literature, printed books, internet and documentation. The research results obtained from this research is the existence of mother perception about Instagram accounts of Indonesian celebrities children under five years old. The use of social media will give effect to the establishment of the children's character, but the harm could be prevented if parents restrict social media use. The conclusions of this research are many factors that determine the person in using social media and many of the factors which aspects influenced mother in giving its perception about about Instagram accounts of Indonesian celebrities children under five years old.

Key Words : Perception, qualitative, postpositivism, social media, Instagram.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak pernah lepas dari komunikasi. Untuk dapat bertahan hidup manusia perlu berkomunikasi. Raymond S. Ross sebagaimana dikutip oleh Rakhmat (2012: 3) mendefinisikan komunikasi sebagai *"a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source,"* yaitu Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, sehingga membantu orang lain untuk keluar dari pengalamannya

sendiri atau respon yang sama dengan yang di maksud oleh sumber.

Melihat pentingnya komunikasi, media komunikasi menjadi hal yang tidak terpisahkan. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia akan komunikasi dan juga informasi pun meningkat. Inovasi teknologi semakin maju demi memenuhi segala kebutuhan terutama kebutuhan untuk berkomunikasi dan mencari informasi.

Moderenisasi teknologi komunikasi menarik khalayak media massa untuk melakukan perpindah dari media massa lama (*old media*) ke media baru (*new media*), kehadiran internet sebagai era *new media* menjadi bukti pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, hampir semua informasi dapat

ditemukan dalam internet, selain sebagai sumber informasi, internet juga merupakan sumber utama terbentuknya platform yang dapat diakses dengan sangat mudah dan menyenangkan, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media yang bisa diakses secara online dan memungkinkan penggunaannya untuk melakukan komunikasi satu sama lain di manapun dan kapanpun. Media sosial yang bisa digunakan saat ini sangat beragam, beberapa diantaranya yaitu youtube, whatsapp, facebook, twitter, Instagram.

Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial, dalam Instagram pengguna berinteraksi dengan cara ikuti dan mengikuti kembali, atau biasa disebut dengan *follow* dan *followback*. Pengguna Instagram tersebar dari seluruh kalangan dimulai dengan kalangan remaja, pengusaha, pegawai, mahasiswa hingga *influencer*. Istilah *influencer* digunakan untuk mendeskripsikan selebriti dan elit media sosial. Selebriti kerap tampil sebagai pemeran film, pembawa acara, model, dan profesi hiburan lainnya. Eksistensi yang melekat membuat banyak selebriti untuk turut membuat akun Instagram khusus untuk anak mereka. Akun anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun sangat mudah ditemukan di Instagram, karena Instagram memiliki fitur verifikasi atau tanda centang biru yang menandakan orisinalitas sebuah profile akun Instagram. Biasanya akun yang terverifikasi adalah akun orang-orang yang memiliki eksistensi yang tinggi di masyarakat, seperti public figure, selebriti, politikus, dan merek dagang atau lembaga.

Terlepas dari fenomena akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun, Instagram memiliki peraturan yang tidak boleh dilanggar oleh penggunaannya. Peraturan Instagram yang pertama adalah usia pengguna minimal 13 tahun, usia tersebut merupakan usia minimal seseorang legal untuk menggunakan layanan Instagram. Akun Instagram anak selebriti Indonesia yang masih berusia dibawah 13 tahun jelas melanggar peraturan pengguna Instagram. Selain itu penggunaan media sosial pada anak usia dini dapat menimbulkan dampak negatif bagi anak. Berdasarkan uraian latar belakang, hasil yang

ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi ibu mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun. Rumusan masalah penelitian adalah “Bagaimana persepsi ibu mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun?”, adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi ibu mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Sosial media menurut Dailey (2009: 3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran sosial media yang beroperasi di seluruh dunia saat ini dengan tiga besar facebook, linkedIn dan twitter. (Badri 2011: 132)

Persepsi

Persepsi dalam ilmu komunikasi, bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik dalam proses komunikasi. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, maka semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Mulyana, 2005: 167).

Teori Atribusi

Peneliti menggunakan teori atribusi (*attribution theory*) dipelopori oleh Bernard Weiner dan Fritz Heider. Teori ini membahas tentang bagaimana individu menarik kesimpulan tentang penyebab dari suatu perilaku, baik itu perilaku dirinya maupun perilaku seseorang. Teori ini sesuai karena atribusi merupakan hasil interpretasi yang merupakan persepsi itu sendiri.

Dalam tulisan Heath (2005) dan McDermott (2009), dapat dideskripsikan

beberapa asumsi teori atribusi yang dirumuskan Heider dan Weiner, yaitu : (i) individu cenderung ingin mengetahui penyebab perilaku yang mereka lihat; (ii) individu menggunakan proses sistematis dalam menjelaskan perilaku; (iii) sekali atribut dibuat atribut itu memengaruhi perasaan dan perilaku berikutnya; dan (iv) individu memiliki alasan untuk membangun impresinya terhadap orang lain. Impresi ini terbangun melalui tiga tahap: mengamati perilaku, menentukan apakah perilaku tersebut dilakukan sengaja atau tidak, dan mengategorikan perilaku tersebut sebagai perilaku yang motivasi internal atau eksternal (Rachmat Kriyantono 2017: 171).

METODE PENELITIAN

Moleong (2000: 4) mengungkapkan pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses dibandingkan dengan hasil akhir.

Penelitian ini menggunakan metode postpositivisme dengan pendekatan penelitian kualitatif dan metode penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yaitu dengan mengumpulkan data primer dan sekunder, data primer menggunakan metode wawancara terstruktur (*structured interview*), Data sekunder dalam penelitian ini merupakan dokumentasi selama penelitian berlangsung, selain itu peneliti juga membaca literature-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik analisis data peneliti menggunakan teknik triangulasi data.

HASIL PENELITIAN

Teori atribusi menjadi landasan dalam penelitian ini dengan permasalahan penelitian yang mencoba untuk menemukan bagaimana persepsi ibu mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun, sesuai dengan teori atribusi peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan empat asumsi dasar dari teori atribusi yang dirumuskan oleh Heider dan Weiner yaitu sebagai berikut ini :

(i) Individu cenderung ingin mengetahui penyebab perilaku yang mereka lihat

Seseorang memberikan persepsinya terhadap suatu objek ataupun perilaku yang ditangkap oleh panca indera, baik perilaku pribadi, maupun perilaku orang lain. Segala hal yang ditangkap oleh panca indera dapat dipersepsikan, sebagaimana dikutip oleh Morissan (2013: 75), menurut Heider, setiap individu pada dasarnya adalah seseorang ilmuwan semu (*pseudo scientist*) yang berusaha untuk mengerti tingkah laku orang lain dengan mengumpulkan dan memadukan potongan-potongan informasi sampai mereka tiba pada sebuah penjelasan masuk akal tentang sebab-sebab orang lain bertingkah laku tertentu. Asumsi pertama teori atribusi menyebutkan bahwa individu cenderung ingin mengetahui penyebab perilaku yang mereka lihat, objek penelitian ini merupakan akun instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun, sebelum mengetahui bagaimana persepsi ibu mengenai fenomena ini, peneliti memberikan pertanyaan yang menstimulus informan dengan pertanyaan dasar seputar penggunaan media sosial oleh informan. Hasil wawancara peneliti dengan informan seputar penggunaan media sosial menghasilkan jawaban beragam, beberapa informan mengemukakan bahwa mereka cenderung mengetahui media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi seperti aplikasi whatsapp, selain media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, informan juga menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan hiburan diantaranya aplikasi instagram dan facebook. Informan dalam menggunakan media sosial bukan hanya didasari oleh faktor kebutuhan namun juga berhubungan dengan profesi informan, lima orang informan yang berprofesi sebagai guru PAUD, menggunakan media sosial untuk media sharing informasi dengan rekan seprofesi dan juga wali murid. Berbeda dengan beberapa informan yang merupakan ibu rumah tangga tidak terlalu mementingkan penggunaan media sosial, penggunaan media sosial hanya sekedar mencari informasi ringan seperti gaya hidup dan juga hiburan. Berbeda dengan informan lain yang memiliki usaha online shop mengaku sangat aktif

menggunakan media sosial. 11 orang informan dalam penelitian ini masing-masing adalah ibu rumah tangga dengan latar belakang profesi dan juga budaya yang berbeda. Namun semua informan merupakan ibu dan juga aktif sebagai anggota Ibu PKK RT 02 / RW 23 Lembah Pinus, Pamulang, Tangerang Selatan, dan juga memiliki anak. Melalui hasil wawancara dengan informan seputar pengetahuan informan akan media sosial peneliti menarik kesimpulan bahwa informan sudah familiar dengan media sosial, maka langkah selanjutnya adalah untuk menstimulus keingintahuan informan mengenai perilaku selebritis yang menggunakan akun media sosial untuk anak mereka yang masih berusia dibawah lima tahun. Setelah memberikan pertanyaan seputar pengetahuan informan akan media sosial, peneliti kemudian menanyakan pada informan pengetahuan mereka seputar akun instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun, dan hasil wawancara menghasilkan jawaban yang beragam, beberapa dari mereka menganggap bahwa selebriti identik dengan hidup yang mewah, dan kecendrungan ingin dikenal oleh khalayak, dan hal tersebut berlaku juga untuk anak-anak selebriti. bukan tanpa alasan, persepsi mereka mengenai hidup mewah pertanyaan mengenai persepsi sebagai tujuan utama dari penelitian ini.

(iii) Sekali atribut dibuat atribut itu memengaruhi perasaan dan perilaku berikutnya

Asumsi ini melekat pada informan yang tidak dapat dengan mudah untuk diubah, individu memberikan persepsi berdasarkan pada beberapa faktor, Morissan (2013: 77) mengemukakan cara individu mengatasi keraguan dan membangun suatu pola yang konsisten adalah berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Heider menyebut pola-pola persepsi individu sebagai "gaya atribusi". Dia mengakui berbagai keadaan dapat menyimpulkan berbagai interpretasi bergantung pada gaya atribusinya (*style of attribution*). Misalnya, seseorang adalah orang yang memiliki sifat optimis dan pemikiran positif maka akan menilai karyawan yang tiba-tiba giat bekerja itu sebagai orang yang ingin memperbaiki dirinya (*self-improvement*).

didasari pada pengalaman informan saat melihat akun instagram selebriti, bahkan informan berpendapat bukan hanya selebriti yang ingin agar anaknya terkenal, melainkan beberapa informan sendiri yang memiliki keinginan agar anak mereka dikenal, kemudahan dalam menggunakan media sosial dan penyebaran informasi yang lebih cepat mampu menarik pengguna untuk mengikuti jejak selebriti.

(ii) Individu menggunakan proses sistematis dalam menjelaskan perilaku

Individu dalam memberikan persepsinya terhadap sebuah objek atau perilaku memerlukan tahapan. Suharman (2005: 23) menyatakan persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui system alat indera manusia. Ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian. Peneliti memberikan stimulus objek penelitian yang akan diterima oleh indera informan dan memunculkan perhatian agar informan memberikan persepsinya. Asumsi ini mendasari peneliti untuk membuat pertanyaan yang sistematis dengan pertanyaan mendasar dan diakhiri dengan Namun jika orang itu percaya, seseorang melakukan sesuatu karena memiliki maksud atau motif tertentu maka dimensi atribusi lainnya akan saling berinteraksi. Sebagaimana dikemukakan oleh Heider, setiap individu memiliki gaya tribusi atau *style of attribution* masing-masing yang telah melekat dalam diri individu itu sendiri, hal ini berkaitan dengan kepribadian dan juga latar belakang yang dimiliki oleh seseorang. Beberapa informan yang familiar dengan media sosial dan juga gemar mengikuti berita selebriti atau bahkan mengidolakan selebriti menganggap bahwa penggunaan Instagram pada anak usia bawah lima tahun merupakan suatu hal yang wajar, informan dengan pribadi seperti ini tidak keberatan dengan penggunaan Instagram pada anak usia bawah lima tahun meskipun hal ini melanggar ketentuan Instagram. Berbeda dengan informan yang tidak terbiasa dengan media sosial, menganggap bahwa penggunaan Instagram pada anak usia bawah lima tahun

bisa memberikan dampak buruk pada anak. Sedangkan informan yang sangat aktif menggunakan media sosial mengungkapkan bahwa ia bahkan turut membuat akun Instagram untuk anaknya yang masih berusia empat tahun dengan tujuan agar foto-foto sang anak dapat dikenang dan mudah ditemukan dalam media sosial. Gaya atribusi seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor seperti usia, pengalaman, lingkungan, pergaulan, jenis kelamin, budaya dan faktor lainnya. Gaya tribusi beberapa informan dalam memberikan persepsinya mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia beragam, beberapa informan menentang hal ini, beberapa informan menganggap wajar, dan informan lainnya mengikuti selebriti untuk turut menggunakan media sosial pada anak. Asumsi ketiga teori atribusi sesuai dengan persepsi yang disampaikan oleh informan sesuai dengan gaya atribusinya masing-masing.

(iv) individu memiliki alasan untuk membangun impresinya terhadap orang lain

individu memiliki alasan untuk membangun impresinya terhadap orang lain. Impresi ini terbangun melalui tiga tahap:

Hasil penelitian yang dicapai menunjukkan bahwa persepsi ibu mengenai penggunaan media sosial Instagram pada anak sangat beragam, dan banyak faktor yang memengaruhi hal tersebut. Peneliti menemukan persepsi para informan dengan memberikan pertanyaan berdasarkan asumsi dasar teori atribusi. Informan yang aktif menggunakan media sosial menganggap wajar jika selebriti membuat akun Instagram pribadi untuk anak mereka meskipun masih berusia dibawah lima tahun. Informan yang tidak familiar dengan media sosial menganggap penggunaan Instagram pada anak dibawah usia dapat membawa pengaruh buruk bagi tumbuh kembang anak, sedangkan informan yang aktif menggunakan media sosial, dan juga mengidolakan selebriti memberlakukan hal yang sama untuk anak mereka dengan cara membuat akun Instagram pribadi untuk anak.

PEMBAHASAN

Lima asumsi dasar teori Fritz Heider yang menjadi landasan penelitian telah

mengamati perilaku, menentukan apakah perilaku tersebut dilakukan sengaja atau tidak, dan mengategorikan perilaku tersebut sebagai perilaku yang didorong oleh motivasi internal atau eksternal. Untuk mengetahui bagaimana persepsi orang tua mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun peneliti memberikan gambar objek penelitian dengan cara menunjukkan langsung akun Instagram anak selebriti yang berusia dibawah lima tahun, tahapan ini merupakan bagian dari mengamati perilaku. Kemudian informan memberikan pendapatnya mengenai objek tersebut, menentukan bagaimana perilaku tersebut sesuai dengan pandangan mereka. Lalu informan memberikan pendapatnya apakah perilaku orang tua dalam menggunakan media sosial pada anak didasari oleh faktor internal atautkah eksternal. Dalam membangun impresinya terhadap orang lain, setiap individu memiliki alasan, alasan tersebut bisa berupa kesesuaian dengan pengalaman masa lalu, ketertarikan terhadap orang lain, atau justru rasa tidak suka terhadap orang lain, beberapa faktor tersebut memengaruhi impresi seseorang terhadap orang lain.

memberikan jawaban dari rumusan permasalahan dan tujuan penelitian. Berdasarkan deskriptif kualitatif yang telah peneliti jabarkan dalam hasil wawancara terhadap 11 Ibu PKK Perumahan Lembah Pinus RT 02/23 Pamulang Timur, Tangerang Selatan mengenai akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun menghasilkan jawaban beragam.

(i) Individu cenderung ingin mengetahui penyebab perilaku yang mereka lihat

Pada asumsi ini, peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan dasar mengenai penggunaan media sosial agar informan memiliki rasa keingintahuan terhadap objek penelitian sehingga dapat memberikan jawaban terkait pertanyaan-pertanyaan tersebut. Asumsi ini menyatakan bahwa individu cenderung ingin mengetahui penyebab perilaku yang mereka lihat, pengetahuan informan mengenai media sosial adalah berdasarkan pengalaman mereka dalam memandang media sosial, anggapan positif datang dari informan yang dalam

kesehariannya menggunakan media sosial, sedangkan sebagian informan menganggap bahwa media sosial memberikan banyak dampak negatif, dan informan menggunakan media sosial untuk keperluan berkomunikasi, selain itu tujuan penggunaan media sosial selain untuk berkomunikasi adalah sebagai media hiburan. Dalam menggunakan media sosial Informan mengutamakan kemudahan berkomunikasi, dan mengenai penggunaan Instagram dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan hiburan dan hobi. Setelah peneliti menanyakan mengenai penggunaan media sosial, pada asumsi ini peneliti menunjukkan langsung profile Instagram selebriti dan anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun.

(ii) Individu menggunakan proses sistematis dalam menjelaskan perilaku

Asumsi ini menyatakan bahwa individu dalam menjelaskan perilaku menggunakan proses yang berurutan. Beberapa informan seringkali menceritakan pengalamannya sebelum menjawab pertanyaan. Ketika dihadapkan dengan objek penelitian, informan mengamati objek tersebut, informan menangkap informasi dan ingin tahu lebih banyak akan hal tersebut, setelah itu mereka akan berbagi pengalaman mereka dan menjawab pertanyaan, maka dari itu peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan dasar dan bertahap hingga pertanyaan mengenai persepsi mereka sebagaimana tujuan penelitian untuk mengetahui persepsi.

(iii) Sekali atribut dibuat atribut itu memengaruhi perasaan dan perilaku berikutnya

Pada asumsi ini banyak hal yang berperan karena berhubungan dengan latar belakang seseorang dalam memberikan jawaban dan persepsinya, persepsi antara satu informan dengan lainnya akan menghasilkan jawaban yang berbeda tergantung dari bagaimana latar belakang usia, pendidikan, pengalaman, jenis kelamin, budaya, kelas ekonomi, bahkan agama. Hal ini terlihat jelas oleh peneliti saat berhadapan langsung dengan informan dan memberikan pertanyaan, ada pro dan kontra yang terjadi sesuai dengan asumsi ini yang menyatakan bahwa atribut yang dibuat, akan memengaruhi perasaan dan perilaku berikutnya. Informan yang familiar dengan

selebriti memberikan dukungan mengenai penggunaan media sosial oleh anak usia dini, pendapat tersebut tidak dapat dipatahkan meskipun ada aturan jelas yang melarang pengguna Instagram usia dibawah 13 tahun. Informan lain yang tidak familiar terhadap Instagram dan memiliki pengalaman buruk menyatakan bahwa orang tua tidak boleh menggunakan media sosial pada anak, hal ini juga tidak dapat dibantah meskipun anak akan beranjak dewasa dan bisa membedakan baik buruk, atau dengan didampingi orang tua dalam menggunakan media sosial, tetapi pendapat ini tidak akan bisa diubah karena atribut telah melekat dalam diri seseorang. Pada asumsi ini peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan alasan penggunaan media sosial, pengalaman dan ketertarikan informan.

(iv) Individu memiliki alasan untuk membangun impresinya terhadap orang lain

Dalam membangun impresinya terhadap orang lain, setiap individu memiliki alasan, alasan tersebut bisa berupa kesesuaian dengan pengalaman masa lalu, ketertarikan terhadap orang lain, atau justru rasa tidak suka terhadap orang lain, beberapa faktor tersebut memengaruhi impresi seseorang terhadap orang lain. Seseorang cenderung tertarik dengan sesuatu yang dekat dengan mereka, dalam penelitian ini penekanan terhadap peran orang tua yang menjadi jembatan antara objek penelitian dan pemilihan informan yang sesuai sehingga rumusan masalah dapat dijawab. Impresi masih berkaitan dengan atribut yang telah melekat dalam diri seseorang, pada asumsi ini peneliti memberikan pertanyaan mengenai persepsi ibu mengenai akun Instagram anak usia bawah lima tahun.

Peneliti menggali persepsi informan mengenai penggunaan akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun. Informan yang tidak pernah menggunakan media sosial dan merasa tidak memerlukan media sosial memberikan jawaban bahwa persepsi mereka akan akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun merupakan suatu yang memberikan dampak buruk bagi anak. Beberapa informan

menentang penggunaan media sosial pada anak usia bawah lima tahun dengan alasan pengaruh buruk yang mungkin ditimbulkan pada sang anak. Selain itu beberapa faktor juga mempengaruhi persepsi informan yang tidak setuju mengenai penggunaan media sosial pada anak usia bawah lima tahun, anggapan buruk terhadap media sosial mempengaruhi informan dalam memberikan persepsinya. Hal yang berbeda terlihat pada informan yang terbiasa menggunakan media sosial dan informan yang memiliki ketertarikan terhadap selebriti, mereka menganggap bahwa akun Instagram anak selebriti Indonesia usia bawah lima tahun merupakan suatu hal yang menarik dalam media sosial dan merupakan hal yang wajar seorang selebriti. Informan yang merupakan ibu PKK yang telah memiliki keluarga menggunakan pengalaman mereka dalam memberikan persepsi. Sebagian orang tua yang memang terbiasa menggunakan media sosial tidak keberatan melihat penggunaan media sosial pada anak usia bawah lima tahun.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian penelitian serta hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa informan dalam menggunakan media sosial melihat pada beberapa faktor seperti faktor kepentingan dalam menggunakan media sosial, fungsi menggunakan media sosial dan menunjang profesi, daku dalam menggunakan media dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti faktor kebutuhan, faktor profesi dan faktor kepentingan, media sosial yang banyak digunakan oleh informan adalah media sosial yang menunjang kegiatan berkomunikasi, sehingga berkomunikasi lebih mudah dan efektif. Penggunaan Instagram bukan merupakan kebutuhan utama, sebagian besar menggunakan Instagram hanya untuk mengisi waktu luang atau mencari hiburan. Informan memandang penggunaan media sosial pada anak usia bawah lima tahun akan memengaruhi pribadi anak hingga dewasa nanti. Beberapa informan beranggapan bahwa penggunaan Instagram pada anak usia bawah lima tahun dapat memberikan dampak buruk. Peranan orang tua menjadi hal yang terpenting dalam menggunakan media sosial pada anak

terlebih lagi pada anak usia bawah lima tahun. Media sosial memberikan dampak positif dan negatif, sebagai orang tua harus mampu mendampingi anak dalam menggunakan media sosial hingga tidak menyebabkan dampak negatif bagi anak. Persepsi informan mengenai akun media sosial anak selebriti Indonesia bawah lima tahun menghasilkan jawaban beragam yang dipengaruhi oleh pola pikir, pengalaman, profesi dan pandangan pribadi informan. Sebagian orang tua beranggapan bahwa merupakan suatu hal yang wajar bagi selebriti dalam menggunakan media sosial bagi anak usia bawah lima tahun, anggapan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman dalam menggunakan media sosial, dan sebagian informan lainnya beranggapan bahwa sebagai orang tua seharusnya membatasi penggunaan media sosial dan tidak menggunakan media sosial pada anak usia bawah lima tahun karena dapat memberikan dampak buruk bagi anak.

SARAN

Melihat hasil penelitian yang dicapai setelah melalui proses penelitian, penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperoleh data yang lebih lengkap terkait dengan penelitian serupa, fenomena dalam media sosial yang dapat diteliti sangat beragam, media sosial yang terus berkembang dapat menjadi bahan penelitian yang dapat berguna bagi banyak kalangan. Peneliti berharap agar lebih banyak lagi penelitian-penelitian terkait media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, Muhammad. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Kriyantono, Rachmat. 2017. *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suharman. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.