

## PEMAKNAAN DESAIN KARAKTER SOSOK IBU PADA AKUN INSTAGRAM

### “PARENTING IS EASY” BAGI IBU MUDA

Palupi Argani, Riama Maslan Sihombing

Institut Teknologi Bandung

email: arga.palupi@gmail.com, riamamaslan@gmail.com

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi makna yang terbentuk pada ibu muda mengenai tampilan desain karakter sosok ibu di akun Instagram Parenting is Easy. Adapun urgensi penelitian ini berkaitan dengan fenomena penggunaan Instagram dan desain karakter sosok ibu sebagai media edukasi pengasuhan. Fenomena tersebut akan memengaruhi pemaknaan ibu muda pada desain karakter sosok ibu yang mulai bergeser karena faktor teknologi dan generasi yang berbeda. Pemaknaan ibu muda pada desain karakter sosok ibu juga akan memengaruhi identitas dan pola asuh yang terbentuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Kesimpulan dari penelitian ini, didapatkan konstruksi makna yang terbentuk pada desain karakter sosok ibu. Pemaknaan tersebut dikategorikan ke dalam dua kelompok makna, yakni kelompok kategori ibu muda emosional dan ibu muda trendi, yang mana keduanya juga mengonstruksikan makna dua pola pengasuhan yang berbeda.

**Kata kunci:** desain karakter, fenomenologi, Ibu, Instagram, *parenting*

#### ABSTRACT

*This study aims to discover how the construction of meaning is formed in young mothers regarding the appearance of the character design of the mother figure on the Instagram account Parenting is Easy. The urgency of this research relates to the phenomenon of using Instagram and the design of the character of the mother figure as a media for parenting education. This phenomenon will affect the meaning of young mothers in the character design of the mother figure, which begins to shift due to technological factors and different generations. The meaning of young mothers in the character design of the mother figure will also affect the identity and parenting pattern formed. This study uses a qualitative approach with phenomenological methods. The conclusion of this study obtained the construction of meaning formed in the design of the character of the mother figure. These meanings are categorized into two groups: the emotional young mother category and the trendy young mother category, which also construct the meaning of two different parenting patterns.*

**Keywords:** character design, phenomenology, Mother, Instagram, *parenting*

#### PENDAHULUAN

Munculnya akun-akun edukasi *parenting* di Indonesia saat ini tidak lepas dari bergesernya fungsi Instagram. Mulanya, Instagram digunakan sebagai media berbagi foto dan aktivitas pribadi. Namun saat ini mulai muncul akun-akun yang

membagikan konten edukasi. Baik edukasi kesehatan, berita, dan lain sebagainya. Termasuk salah satunya mengenai edukasi *parenting* (Putra, 2019). Perubahan dalam ranah edukasi *parenting* telah terjadi karena saat ini kebanyakan dari orang tua baru adalah para milenial yang baru saja

memiliki anak, dan saat ini para orang tua baru khususnya ibu muda memiliki lebih banyak akses informasi *parenting* dari media dibandingkan dengan orang tua di zaman sebelumnya, yang mana mereka masih menggunakan media-media konvensional seperti majalah, buku ataupun percaya pada mitos-mitos terdahulu yang masih ada sampai saat ini.

Media sosial merupakan salah satu media yang berpengaruh cukup besar dalam menyebarkan informasi pendidikan, pola pengasuhan anak dan dukungan sosial untuk para orang tua (Asiodu et al., 2015). Saat ini, akun *parenting* di Indonesia memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi, dan edukasi agar semakin banyak menjangkau orang tua baru. Pengemasan konten edukasi *parenting* di Instagram sendiri, harus ditampilkan secara ringan dan persuasif juga menarik secara visual (Kultura Nusantara, 2021).

Menampilkan pengemasan visual yang baik sudah dilakukan oleh beberapa akun-akun *parenting* di Indonesia, mereka menggunakan desain karakter sosok ibu di setiap unggahan Instagram sebagai usaha untuk meningkatkan minat baca dan kedekatan antara akun *parenting* dengan para pengikutnya.



Gambar 1 Tampilan Visual Desain Karakter (Sumber: Instagram tirto.id, Jenius, Gaia, flip 2021)

Menurut sebuah penelitian, para pengikut khususnya para wanita cenderung mulai membandingkan dirinya dengan apa yang mereka lihat secara *online* (Lewallen, 2016). Hal yang sama juga dikemukakan dalam penelitian lain yang menggunakan teori perbandingan sosial, seorang ibu cenderung akan membandingkan diri mereka dengan gambar atau unggahan yang mereka lihat di media sosial (Coyne et al., 2017).

Manusia sendiri merupakan makhluk yang aktif dalam melakukan sebuah tindakan, dan pada setiap tindakannya manusia memiliki niatan dan motif dalam dirinya sebelum melakukan hal yang ingin dilakukan, termasuk dalam sebuah keputusan untuk memilih (Amaliah, 2008). Hal ini juga berlaku saat seseorang

memutuskan untuk mengikuti sebuah akun edukasi *parenting*, berdasarkan desain karakter yang mereka pilih. Desain karakter sendiri merupakan salah satu komunikasi penggambaran guna mengomunikasikan sikap atau *image* tertentu kepada orang lain (Daniar, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah guna meneliti dengan lebih mendalam mengenai pemaknaan visual desain karakter sosok ibu pada akun Instagram *parenting* terhadap identitas diri ibu muda dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Sehingga kita dapat memahami tindakan, motivasi, dan pemaknaan ibu muda yang merupakan generasi milenial dalam mengikuti akun edukasi *parenting*. Penelitian ini menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam karena generasi milenial saat ini lebih memilih untuk menggunakan teknologi dalam mencari informasi dibandingkan mempercayai apa kata orang tua dan mitos-mitos terdahulu. Para orang tua baru saat ini juga memiliki pemaknaan yang berbeda jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya dalam memaknai peran seorang ibu dan identitas dirinya dalam sebuah pengasuhan

## **TAMPILAN KARAKTER VISUAL PARENTING IS EASY**

Berdiri sejak 23 Juli 2018, Parenting is Easy adalah akun Instagram yang fokus pada edukasi tumbuh kembang dan pengasuhan anak. Melansir dari website resminya, Parenting is Easy memiliki keyakinan bahwa pengasuhan bukan hal yang sulit jika dilakukan dengan benar dan dengan koneksi di antara orang tua dan anak. Parenting is Easy juga selalu konsisten membagikan konten-konten edukasi di Instagram dan website resminya. Jumlah pengikut Parenting is Easy saat penelitian ini dilaksanakan berjumlah 60.602 pengikut dengan *engagement rate* sebesar 0.76%.

Tampilan Visual Desain Karakter sosok Ibu yang ditampilkan oleh Parenting is Easy adalah sosok ibu dengan tampilan rambut hitam yang di kucir menggunakan pita merah. Memiliki rona merah di pipi, serta ekspresi wajah yang selalu tersenyum dan ceria. Mengenakan pakaian dengan corak garis berwarna merah dan celana longgar berwarna biru. Desain karakter Parenting is Easy sendiri memiliki gaya gambar dengan teknik penyederhanaan (*simplification*) dan kartunal. Untuk proporsi tubuhnya sendiri mengarah pada proporsi tubuh *short and fat*.



Gambar 2 Desain Karakter Parenting is Easy  
(Sumber: Instagram Parenting is Easy, 2021)

## DESAIN KARAKTER

Desain karakter adalah suatu representasi sifat atau emosi manusia yang dibuat dengan tujuan tertentu. Secara visual, desain karakter yang diciptakan harus terlihat hidup seperti layaknya manusia. Sedangkan secara fundamental, desain karakter sebenarnya berasal dari akting yang telah dikembangkan sedemikian rupa. Sedangkan desain karakter yang holistik harus memiliki jiwa yang terdiri dari adanya sejarah, pandangan hidup, dan impian yang istimewa (Mounsey, 2010). Kedua adalah ciri khas, maksudnya karakter harus mempunyai bentuk tubuh, wajah dan pakaian yang unik sehingga mudah untuk diingat. Ketiga ekspresif, yakni cara berbicara, dan berperilaku

bersesuaian dengan karakteristik yang dimiliki karakter.

## PRINSIP DESAIN KARAKTER

Desain karakter tidak serta merta muncul begitu saja namun harus direncanakan konsep rancangannya (Sopov, 2013) dengan menggunakan prinsip sebagai berikut:

### 1. Mengikuti Fungsi

Seperti halnya teori pada desain, bentuk dari desain karakter juga harus mengikuti fungsi. Karakter akan lebih mudah dipahami dan diingat apabila memiliki bentuk yang sederhana. Rangka karakter biasanya lebih banyak menggunakan bentuk seperti lingkaran atau oval karena fleksibilitasnya.

### 2. Estetik

Gaya dan estetika desain karakter didapatkan dari kombinasi bentuk lain yang menciptakan sebuah bentuk baru yang menarik. Untuk menyeimbangkannya digunakan kontras bentuk atau proporsi.

### 3. Memiliki Kepribadian

Terdapat berbagai aspek yang menentukan kepribadian, tetapi kebanyakan bersumber dari penampilan fisik karakter yang ditangkap secara tidak langsung oleh kesadaran visual kita.

Desain karakter dikategorikan kuat apabila orang yang melihatnya akan

dengan mudah mengingat dan memercayai karakter tersebut. Manusia akan lebih mudah percaya pada karakter yang dinilai berada dalam situasi yang tidak biasa dan berhubungan dengan dirinya (Thomas & Johnston, 1981).

## **FENOMENOLOGI**

Selain sebagai teori filsafat, fenomenologi juga merupakan suatu metode. Sebagai teori filsafat, fenomenologi meyakini bahwa fenomena merupakan tempat pengetahuan berada (Kuswarno, 2009). Fenomenologi juga digunakan untuk mengukur pengetahuan terkait berbagai sifat alami kesadaran dan beragam jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi.

Tujuan dari fenomenologi adalah guna mengetahui dunia berdasarkan perspektif orang yang menjadi pelaku utama atau berhubungan dengan berbagai sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang dikandungnya (Kuswarno, 2009). Secara fundamental, fenomenologi mengkaji tentang struktur berbagai tipe kesadaran seperti persepsi, gagasan, memori, imajinasi, emosi, hasrat, kemauan, hingga tindakan. Struktur kesadaran dalam pengalaman ini yang nantinya akan menciptakan makna dan

menentukan isi dari pengalaman (*content of experience*) (Kuswarno, 2009)

## **FENOMENOLOGI ALFERD SCHUTZ**

Manusia adalah aktor sosial yang berkembang secara terus-menerus (Amaliah, 2008). Ketika menjalani kehidupan, banyak makna yang dihasilkan dari pengalaman yang dialami dan didapat oleh manusia. Menurut catatan Schutz, sebagai anggota masyarakat, dalam memahami kubermakanan dari tindakan, ucapan, dan interaksi, manusia perlu memperhatikan tiga aspek, yaitu: situasi, tipikasi, dan motif: motif-supaya (*in order motives*) dan motif-karena (*because motive*) (Campbell, 1994).

## **BECAUSE MOTIVES, IN ORDER MOTIVES DAN MAKNA**

Menurut fenomenologi Schutz, tindakan yang dilakukan oleh aktor sosial didasarkan pada dua hal (Muzzetto, 2006). Schutz mengklasifikasikan motif menjadi dua bagian, yakni *because-motives* dan *in-order-to motives*.

1. *Because-motives* merupakan keadaan yang melatarbelakangi pengalaman dan menjadi sebab tindakan atau aksi terjadi (Gunderson et al., 2020). *Because-motives* merupakan kondisi yang melatarbelakangi

dan memengaruhi orang guna mengambil tindakan tertentu (Muzzetto, 2006).

2. *In-order-to motives* merupakan motif tujuan yang berlandaskan motif masa lalu untuk kejadian di masa depan (Muzzetto, 2006). *Because-motives* dan *in-order-to motives* membangun hubungan dalam rantai relevansi motivasi. *Because-motives* berperan dalam pembangunan tindakan yang dinilai paling penting bagi individu. Sedangkan *in-order-to motives* bersumber dari tindakan yang dinilai paling penting dan sudah ada sebelumnya (Gunderson et al., 2020).

3. Schutz juga berpandangan bahwa makna merupakan pengalaman yang dialami oleh aktor sosial (Muzzetto, 2006). Makna yang terkandung dalam tindakan dan berkorelasi dengan aspek yang dialami oleh aktor sosial atau individu (Muzzetto, 2006). Menurut Schutz makna juga memerlukan kesadaran atas pengalaman tersebut. Dalam pandangan Schutz, setiap tindakan memiliki makna tertentu yang hendak direfleksikan (Muzzetto, 2006). Pengalaman hidup tidak hanya bagaimana pengalaman itu dialami, melainkan juga bagaimana peranan makna dalam pengalaman tersebut (Qutoshi, 2018). Schutz mendefinisikan pengalaman melalui perspektif sosial. Yang menyatakan bahwa pengalaman individu bersumber

dari tindakan sosial yang dilaksanakan (Rakhmawati, 2019).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yakni meneliti struktur kesadaran yang terbentuk dari orang pertama, sehingga dapat dikatakan bahwa fenomenologi mencerminkan perspektif orang pertama dalam memahami makna dunia (Finlay, 2012). Penelitian dengan metode fenomenologi berupaya menjelaskan makna pengalaman hidup. Peneliti memilih model metode fenomenologi yang karakteristiknya sesuai dengan penelitian ini, sehingga diharapkan dapat menjelaskan fenomena pemaknaan ibu muda pada desain karakter sosok ibu di akun Instagram Parenting is Easy.

### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui teknik wawancara secara mendalam sebagai sumber data utama. Wawancara dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan terbuka, dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban mengenai pemaknaan para orang tua baru pada tampilan desain karakter sosok ibu. Proses wawancara dilakukan secara langsung (*face-to-face interview*)

dengan menggunakan bantuan aplikasi Zoom Conference untuk jarak jauh dan pertemuan secara luring untuk informan yang berdomisili Bandung dan sekitarnya. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi secara virtual dengan memperhatikan setiap interaksi yang terjadi pada akun Instagram *parenting* di setiap unggahan kontennya, yakni berupa interaksi akun *parenting* dengan pengikut ataupun interaksi yang terjadi antar para pengikut.

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian pada riset ini adalah tampilan karakter visual sosok ibu dari akun Instagram edukasi parenting di Indonesia yang konsisten dalam menggunakan karakter visual di setiap unggahan yang dibagikan, salah satunya yakni akun Parenting is Easy (Jakarta). Akun tersebut dipilih sebagai objek karena didasarkan pada hasil pantauan peneliti atas dasar konsistensi penggunaan dan jumlah pengikut yang lebih dari 20.000 pengikut. Parenting is Easy juga konsisten setiap harinya dalam membagikan konten edukasi dengan *quantity* lebih dari 2 konten/hari, sehingga jika dilihat dari algoritma Instagram hal ini akan meningkatkan jumlah *reach audience*. Semakin banyak konten yang dibagikan

setiap harinya akan semakin meningkatkan jangkauan, yang artinya akan lebih banyak dilihat oleh audiens. Tampilan visual karakter dari Parenting is Easy juga merupakan desain karakter 2 dimensi yang menampilkan sosok ibu.

### **Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini merupakan ibu muda berusia 20-40 tahun yang mengikuti akun Instagram Parenting is Easy, aktif menggunakan Instagram dalam kesehariannya selama 3-4 jam per hari. Subjek penelitian sebanyak 9 orang yang paling aktif dalam menggunakan Instagram dan aktif melakukan interaksi pada akun Parenting is Easy seperti berkomentar, dan membagikan ulang konten.

### **Metode Analisis**

Analisis data menggunakan teknik analisis fenomenologi dengan alur sebagai berikut (O. Hasbiansyah, 2008):

- (1) Menetapkan lingkup fenomena yang akan diteliti
- (2) Menyusun daftar pertanyaan: membuat pertanyaan yang dapat menjelaskan makna pengalaman yang dialami oleh individu
- (3) Pengumpulan data melalui teknik wawancara secara mendalam terhadap

informan yang mengalami fenomena, observasi dan penelusuran dokumen.

(4) Analisis data dengan tahap sebagai berikut:

- (a) Mendeskripsikan hasil wawancara ke dalam teks atau tulisan
- (b) *Horizontalization* pada tahap ini peneliti menyortir pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan topik penelitian.
- (c) *Cluster of Meaning*: mengelompokkan pernyataan-pernyataan ke dalam tema-tema atau unit makna dan membuang pernyataan yang repetitif. Pada tahap ini, juga dilakuakn tahap:
  - (a) *Textural Description*, yakni menuliskan apa yang dialami seseorang.
  - (b) *Structural Description*, yakni menuliskan bagaimana fenomena itu dialami oleh seseorang.
- (d) Deskripsi esensi: pada tahap ini dilakukan konstruksi (membangun deskripsi) dari makna dan esensi pengalaman yang dialami oleh individu. Metode yang digunakan dalam menyimpulkan makna dengan menggunakan analisis konten dan analisis visual.
- (e) Penulisan hasil laporan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan pengamatan yang telah dilaksanakan kepada tiga orang informan pengikut *Parenting is Easy* sebagai subjek penelitian, ibu muda memiliki alasan dan motif yang berbeda-beda namun mengonstruksikan makna identitas yang sama.

### Alasan Mengikuti Akun Edukasi *Parenting is Easy*

Melihat alasan yang dikemukakan oleh informan, terdapat dua kategori alasan utama ibu muda mengikuti akun edukasi *parenting* berdasar desain karakter, yakni alasan luka masa lalu atau *inner child* dan alasan FoMO (*Fear of Missing Out*).

### Alasan Luka Masa Lalu

Pada kelompok ini, merupakan orang tua yang pernah mendapatkan pola pengasuhan kurang baik saat kecil. Dengan adanya kejadian yang pernah dirasakan, mereka tidak ingin anak-anak mereka merasakan pola pengasuhan yang sama. Sehingga dengan mempelajari ilmu *parenting* mereka berharap dapat mendidik anak-anak dengan baik dan sesuai, tanpa harus menyakiti anak-anak. Karena pola pengasuhan yang didapat saat kecil akan berpengaruh pada pribadi di

masa depan. *Innerchild* sendiri merupakan bagian dari dalam diri yang dihasilkan dari perlakuan dan tindakan masa lalu yang diterima saat kecil, berpengaruh pada diri individu dan belum terselesaikan sampai sekarang (Park Y, 2010). Hal tersebut bersesuaian dengan pernyataan responden sebagai berikut.

*“Karena mamah aku orangnya rada galak, aku merasakan ke diri sendiri, ternyata berdampak tidak baik. Aku tumbuh jadi penakut, takut untuk melakukan banyak hal, kurang percaya diri. Aku enggak mau hal itu terjadi sama anak aku. Aku ingin anak aku enggak kaya aku, jadi aku cari cara supaya gimana aku bisa mendidik anak biar dia tumbuh percaya diri dan berani mengambil keputusan. Dan sadar kalo anak itu memang jangan dimarahi sampai yang kasar banget sampai sakit hatinya, itu malah buruk buat anak.” (IM, Ibu muda satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022).*

*“Sudah ditinggal ibu dari SD (orang tua meninggal) bapak juga enggak tahu ke mana jadi aku merasa sangat kehilangan sosok orang tua dalam hidup. Pada akhirnya semenjak kecil aku merasa kalo aku punya anak enggak mau aku giniin atau enggak mau anak aku merasakan hal yang menyakitkan sama seperti aku.” (MYN, Ibu muda satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022).*

Mendapatkan perlakuan yang kurang menyenangkan dalam pengasuhan di masa lalu, membuat para informan tidak ingin melakukan hal yang sama pada anak-

anaknya karena mereka berpendapat hal tersebut dapat memengaruhi tumbuh kembang secara mental untuk seorang anak. Alasan ini pada akhirnya membentuk dan membuat para informan untuk tergerak mengikuti dan belajar akun edukasi *parenting*.

### **Alasan FoMO (*Fear of Missing Out*)**

Informan pada kelompok ini sepakat mengikuti akun edukasi *parenting* dikarenakan cepatnya informasi yang ada sekarang, serta berkembangnya ilmu pengetahuan di dunia *parenting* membuat para informan merasa khawatir jika tertinggal info-info saat ini. Apalagi jika melihat tumbuh kembang anak lain yang sudah bisa melakukan banyak hal di usia yang sama jika dibandingkan dengan anak mereka. FoMO mendorong semua orang merasa perlu untuk ikut serta dalam diskusi *online* dan berupaya agar relasi dengan sesama orang tua tetap terjaga (Sayrs, 2013). FoMO didefinisikan sebagai kekhawatiran yang persuasif saat orang lain mempunyai pengalaman yang lebih berharga atau memuaskan dan ditandai dengan adanya dorongan guna selalu terhubung dengan orang lain (Przybylski dkk, 2013).

*“Nambah ilmu dan rasa ingin tahu, kalo follow akun-akun edukasi*

*parenting kaya gini kita akan selalu dapat update-an konten-konten edukasi terbaru. Jadi enggak khawatir ketinggalan aja, karena menurut aku mendidik anak itu juga harus disesuaikan sama zamannya. Kaya MPASI aja sekarang ada banyak menu yang sesuai sama takaran nutrisi dan gizi yang dibutuhkan anak, tapi menu-menunya update terus jadi biar kita dapta referensi dan menul lebih beragam, anak juga enggak bosan makan, biar ga GTM. Kalo mengikuti menu baru biasanya suka aku rekam dan aku bagikan di Instagram Story, jadi orang-orang yang follow bisa mengikuti resepnya juga.” (IM, Ibu satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022).*

*“Kebetulan aku dan suami sebetulnya sejalur untuk masalah parenting, kami sama-sama aware dan ingin yang terbaik untuk anak. Jadi kadang aku suka tag suami kalo info nya bagus. Karena kami berdua sadar kalo saat ini ilmu parenting mungkin sudah berubah dan berbeda kalau dibandingkan dengan zaman dulu. Sekarang apa-apa sudah maju dan ilmu parenting pasti juga berkembang. Biar kita sama-sama tahu dan berkembang sebagai orang tua dan enggak ketinggalan apa yang lagi jadi update di dunia parenting.” (MYN, Ibu muda satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022)*

Ketakutan untuk tertinggal sebuah tren atau info terbaru dijelaskan oleh informan sebagai suatu fenomena yang menurutnya lazim terjadi saat ini. Mereka berpendapat FoMO pada hal yang baik seperti edukasi dapat dijadikan sebagai sebuah pemicu untuk melakukan

pengasuhan yang lebih baik, karena pada akhirnya orang tua akan memperhatikan nutrisi, gizi dan tumbuh kembang yang sesuai dengan apa yang dianjurkan oleh Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI). Mereka akan selalu menginginkan yang terbaik untuk anaknya dan tidak mau tertinggal informasi terbaru di dunia *parenting*.

### **Motif Mengikuti Akun Edukasi Parenting is Easy**

Tema ini menjelaskan bagaimana motif ibu muda mengikuti akun edukasi Parenting is Easy, yakni motif memori indah dengan si kecil dan motif kesiapan menjadi orang tua baru.

### **Motif Memori Indah dengan Si Kecil**

Dengan memanfaatkan usia emas (*golden age*) pada usia 0-6 tahun ibu muda tidak ingin kehilangan *moment* bersama anak, mereka menjelaskan dengan mengikuti akun edukasi *parenting* harapannya dapat lebih banyak menghabiskan waktu berharga yang membahagiakan bersama anak. Menghabiskan waktu bersama anak juga dapat dijadikan sebagai kenangan indah bersama. Menurut mereka, *golden age* adalah masa yang paling penting dalam pembentukan karakter anak sehingga sebisa mungkin untuk

memberikan yang terbaik, karena mereka percaya bahwa orang tua dapat membentuk kepribadian anak.

*“Masa kecil anak itu enggak bisa terulang lagi, tapi dampak pengasuhan di masa kecil itu besar banget untuk membentuk anak kita saat dia dewasa. Aku juga enggak mau menodai fitrah anak yang harusnya bahagia dan ceria.” (MF, ibu satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022)*

### **Motif Kesiapan Menjadi Orang Tua Baru**

Motif ini berhubungan dengan alasan mereka mengikuti akun edukasi *parenting*, yakni alasan FoMO. FoMO sebetulnya memiliki tingkat kesadaran yang tinggi seputar dunia *parenting*, mereka menceritakan bahwa mereka mengikuti akun-akun edukasi *parenting* lebih awal sebelum memiliki anak. Hal ini dilakukan karena ilmu *parenting* memang tidak diajarkan di bangku sekolah, sehingga sudah sewajarnya jika mereka mencari informasi yang sesuai dengan masalah dan kebutuhan mereka dari berbagai media baru agar mereka dapat menjalankan peran sebagai orang tua dengan baik.

*“Sebetulnya aku juga suka belajar parenting karena aku ingin sharing ke orang lain, aku punya pengalaman lihat orang di sekitar. Ga usah jauh-jauh adik aku sendiri, mereka aja enggak tahu karbohidrat buat anak itu apa saja, kaya ubi itu karbohidrat dia enggak tahu. Terus anak juga perlu dikasih jam untuk tidur untuk makan*

*tapi adik aku juga enggak tahu, jadi aku merasa punya tanggung jawab untuk edukasi orang sekitar biar lebih siap jadi orang tua. Aku ingin kalo mereka punya anak jangan asal punya anak, harus tumbuh maksimal, anak itu manusia yang jadi tanggung jawab kita, tapi kadang mereka lupa. Kalian punya anak tapi kenapa enggak dirawat dengan baik dan benar dan diajari sesuatu yang benar, dan hanya asal hidup yang hidup aja.” (MYN, ibu muda satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022)*

Kelompok ibu muda pada kategori ini juga memaknai belajar ilmu *parenting* sebagai kegiatan yang akan dibagikan kembali pada orang lain. Saat ada lebih banyak orang yang peduli dengan pendidikan *parenting* maka akan ada lebih banyak lagi anak Indonesia yang dibesarkan dengan cara yang baik sebagai mana mestinya.

### **Makna Desain Karakter Sosok Ibu Parenting is Easy**

Pada kategori ini dijelaskan mengenai pemaknaan ibu muda terhadap desain karakter visual sosok ibu yang digunakan oleh akun Parenting is Easy di Instagram. Saat melihat dan memperhatikan desain karakter yang ada mereka merefleksikan kepada diri sendiri bahwa desain karakter yang ditampilkan menggambarkan sosok ibu muda yang sibuk dalam mengurus dan merawat anak, namun satu hal yang paling

berbeda adalah mereka tetap tampil trendi. Dari penjelasan pemaknaan ibu muda terhadap visual desain karakter ini juga berhubungan dengan alasan dan motif yang mereka sampaikan.

**Kategori Ibu Muda Emosional**

Pada kategori pemaknaan ibu muda emosional, ibu muda pada kategori ini memiliki alasan luka masa lalu dan motif menciptakan memori indah dengan si kecil. Pemaknaan desain karakter menurut kategori ini menggambarkan sosok ibu muda yang tetap tampil cantik dan merawat diri demi menjaga suasana hati dan mental yang baik, karena suasana hati juga bisa tercipta dari cara berdandan dan merias diri meski sibuk mengurus anak dan rumah.



Gambar 3 Elemen Desain Karakter

(Sumber: Instagram Parenting is Easy, 2021)

Menurut para ibu muda, pemaknaan tersebut muncul dan terlihat dari tampilan visual dan elemen yang digunakan desain karakter itu sendiri di antaranya model pakaian yang lebih santai dengan motif bergaris, gaya rambut yang di kucir tinggi, penggunaan aksesoris pita merah, warna dan visual tubuh yang terlihat proporsional. Berikut adalah tabel rangkuman pemaknaan yang terbentuk pada ibu muda kategori motif emosional dengan menggunakan analisis visual.

**TABEL 1 PEMAKNAAN DESAIN KARAKTER KATEGORI IBU EMOSIONAL**

Elemen Visual Desain Karakter	Referensi Visual	Deskripsi	Makna
Ekspresi Wajah		Mata hitam bulat dan berbinar, rona merah di pipi	Ibu yang ramah dan ceria
Aksesoris		Pita besar berwarna merah	Ingin tampil muda dan ceria
Gaya Rambut		Potongan rambut pendek, hitam, kucir tinggi	Bebas beraktivitas, dan tampil bahagia
Model Pakaian		T-Shirt lengan seper empat dengan motif garis merah	Trendi, nyaman dan muda warna merah menggambar kan semangat
Gaya Gambar	-	Kartunal	Menjangkau segmen ibu muda

Proporsi dan bentuk badan		Tinggi normal, dan ideal	Ibu muda yang rajin olahraga agar tetap bahagia
Pose	-	Menundukkan kepala 25-35 derajat ke arah bawah	Hangat, ingin setara dengan anak, jadi sahabat anak

Menurut salah satu ibu muda yang dalam kesehariannya tidak tampil modis, mengatakan jika tampilan desain karakter Parenting is Easy adalah tampilan ideal yang diinginkan oleh para ibu muda.

Dengan adanya desain karakter di akun edukasi *parenting*, ibu muda merasa memiliki teman atau tokoh yang dikenal dari akun Parenting is Easy karena kehadirannya konsisten, menurut ibu muda hal ini dapat dirasakan karena mereka merasa memiliki kesamaan yang dapat menyatukan dan mendekatkan mereka, terlebih desain karakter yang ditampilkan Parenting is Easy menurut mereka selalu tampil ceria sehingga membawa suasana yang positif dan semangat menjalani hari sebagai seorang ibu yang penuh tantangan.

“Desain Karakter Parenting is Easy, punya makna ibu-ibu rumahan yang modis, aku menganggap meskipun kita para ibu kerjanya hanya di rumah, tapi setidaknya baju yang kita kenakan tetap kelihatan rapi dan modis, badan bersih dan wangi. Jadi, meski tetap masak, mengurus anak, bersih-

bersih suasana hati tetap *happy*.. suami pulang juga akan *happy* karena ngelihat rumah, istri dan anaknya bersih, wangi dan rapi.” (MF, ibu satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022)

### Kategori Ibu Muda yang Mengikuti Tren

Kategori pemaknaan Ibu muda yang mengikuti tren, memiliki alasan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan motif kesiapan menjadi orang tua dalam mengikuti akun edukasi Parenting is Easy. Ibu muda pada kelompok ini memaknai desain karakter Parenting is Easy sebagai sosok ibu muda yang mengikuti tren jika dilihat dari visual desain karakter. Sosok desain karakter yang ditampilkan juga memiliki makna ibu muda yang aktif dan *responsive* dalam menghadapi arus perubahan yang cepat saat ini, namun tetap terlihat tenang.

**TABEL 2 PEMAKNAAN DESAIN KARAKTER KATEGORI IBU MUDA TRENDI**

Elemen Visual Desain Karakter	Referensi Visual	Deskripsi	Makna
Ekspresi Wajah		Mata hitam bulat dan berbinar, rona merah di pipi	Ibu muda cantik, ramah dan semangat
Aksesoris		Pita besar berwarna merah	Muda dan penuh rasa optimis

Gaya Rambut		Potongan rambut pendek, hitam, kucir tinggi	Aktif dan bergerak cepat
Model Pakaian		T-Shirt lengan seper empat dengan motif garis merah	Santai dan mengikuti tren anak muda
Gaya Gambar	-	Kartunal	Menarik perhatian <u>perempuan</u>
Proporsi dan bentuk badan		Tinggi normal, dan ideal	Menjaga penampilan agar tetap terlihat cantik dan muda
Pose	-	Menundukkan kepala 25-35 derajat ke arah bawah	Ramah dan ingin dekat dengan anak

Pada kategori ini, ibu muda memiliki pemikiran terbuka soal parenting. Menurut informan sosok ibu muda yang ideal memang sudah seharusnya terlihat seperti tampilan desain karakter Parenting is Easy. Pemaknaan Ibu muda yang dapat menjaga penampilan ini dimaknai sebagai penggambaran sosok yang mirip atau mewakili ibu muda di era ini.

“Fisiknya muda tapi tetap kelihatan keibuan, dari pakaiannya juga terbayang seperti ibu-ibu muda yang ada di film Korea atau Jepang. Penggambaran sosok ibu muda cantik, rapi, pakaian bagus dan pandai merawat diri. Juga warna-warna yang digunakan menggambarkan feminin

dan semangat muda banget”. (MO, ibu muda satu anak, wawancara tanggal 1 Juli 2022

“Menurut saya desain karakter dari Parenting is Easy menggambarkan ibu muda yang terbuka soal parenting, target pasar mereka juga sama-sama ibu muda. Dilihat dari elemen pita dan lainnya, kalo ini ibu yang sudah berumur kan juga sepertinya enggak mungkin pakai pita warna merah dan besar. Dari pakaian juga terlihat lebih *fashionable* dan trendi.”

Para ibu muda di kategori ini juga mengakui, jika merekan tidak jauh personality nya dari desain karakter Parenting is Easy, yakni sama-sama pandai merawat penampilan meski dalam aktivitas sehari-hari sangat padat.

## SIMPULAN

Dari penelitian ini, mencoba menjelaskan pertanyaan penelitian yakni bagaimana konstruksi makna yang terbentuk di kalangan ibu muda. Pemaknaan yang terbentuk, dikategorikan ke dalam dua kelompok makna, di antaranya yakni kategori makna ibu muda emosional, adalah kelompok ibu muda yang memaknai sosok desain karakter sebagai sosok ibu yang tetap tampil cantik dan merawat diri demi menjaga suasana hati dan mental agar terjaga atmosfer yang

bahagia dalam pengasuhan. Pemaknaan ini juga tidak lepas dan berhubungan dengan alasan serta motif mereka mengikuti akun Parenting is Easy, yakni alasan luka masa lalu dan motif menciptakan memori indah dengan si kecil. Kelompok pemaknaan kedua, yakni Kategori Makna Ibu Muda Trendi, adalah kelompok ibu muda yang memaknai sosok desain karakter Parenting is Easy sebagai sosok ibu muda yang selalu mengikuti tren, hal ini juga berhubungan dengan alasan *Fear of Missing Out* (FoMO) atau ketakutan para ibu muda mengenai *update* dan tren terbaru dari pengasuhan, serta motif kesiapan mereka menjadi orang tua.

Pemaknaan yang terbentuk juga sesuai dengan refleksi atau *personality* para informan atau pengikut akun Instagram Parenting is Easy serta desain karakter yang ditampilkan oleh Parentin is Easy, yakni sosok ibu muda yang ceria, trendi dan penuh dengan rasa percaya diri.

#### **SARAN**

Bagi penelitian selanjutnya, dapat memfokuskan untuk memperdalam konstruksi makna desain karakter dari sisi ayah, karena sosok ayah sendiri berdasar hasil wawancara yang sudah dilakukan, masih dirasakan kurang tertarik dan kurang peduli pada edukasi *parenting*.

Bagi bidang DKV khususnya perancangan desain karakter, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk membuat desain karakter sosok ibu yang dapat dirasakan kedekatan dan kemiripannya secara lebih mendalam dan emosional oleh audiens dengan mempertimbangkan alasan dan motif audiens mengikuti akun edukasi *parenting*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amaliah, K., & Ui, F. (2008). *Peranan Sikap, Norma Subyektif dan Perceived Behavioral Control dalam Memprediksi Intensi Mahasiswa untuk Bersepeda di Kampus FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS INDONESIA DEPOK JUNI 2008*.
- Asiodu, I. v., Waters, C. M., Dailey, D. E., Lee, K. A., & Lyndon, A. (2015). *Breastfeeding and Use of Social Media Among First-Time African American Mothers. JOGNN - Journal of Obstetric, Gynecologic, and Neonatal Nursing, 44(2), 268–278.*  
<https://doi.org/10.1111/1552-6909.12552>
- Campbell, Tom. (1994). *Tujuh Teori Sosial*, Yogyakarta: Kanisius.

- Coyne, S. M., McDaniel, B. T., & Stockdale, L. A. (2017). "Do you dare to compare?" Associations between maternal social comparisons on social networking sites and parenting, mental health, and romantic relationship outcomes. *Computers in Human Behavior*, 70, 335–340. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.081>
- Daniar, A. (2020). *DESKOVI : Art and Design Journal KAJIAN VISUAL KARAKTER DESAIN WEBTOON BE A POEM* (Vol. 3, Issue 2).
- Finlay, L. (2012). Unfolding the phenomenological research process: Iterative stages of "Seeing Afresh." *Journal of Humanistic Psychology*, 53(2), 172–201.
- Gunderson, R., Stuart, D., & Houser, M. (2020). A political-economic theory of relevance: Explaining climate change inaction. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 50(1), 42–63. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12224>
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi. *Jurnal: Unisba*.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran
- Kultura Nusantara, B. (2021). *Narasi Pengasuhan Online dan Toleransi dalam Keluarga di Indonesia*.
- Lewallen, J. (2016). When Image Isn't Everything: The Effects of Instagram Frames on Social Comparison. In *The Journal of Social Media in Society* (Vol. 5, Issue 2).
- Mounsey, Ben (2010) Holistic Character Design. <http://vector.tutsplus>.
- Muzzetto, L. (2006). Time and meaning in Alfred Schütz. *Time & Society*, 15(1), 5–31. <https://doi.org/10.1177/0961463X06061334>
- Park Y, K. U. (2010). *Family, Parent-Child Relationship, and Academic Achievement in Korea*.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. [doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014](https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014)

Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena selebgram anak: Memahami motif orang tua. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1093-1108.

Qutoshi, S. B. (2018). Phenomenology: A philosophy and method of inquiry. *Journal of Education and Educational Development*, 5(1), 215. <https://doi.org/10.22555/joeeed.v5i1.2154>

Rakhmawati, Y. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi* (1st ed.). Putra Media Nusantara

Sopov, Iona. (2013). *The Basic Principles for Great Character Design*. Retrieved from <https://www.inkydeals.com/basic-principles-for-great-character-design/>.

Thomas, F., & Johnston, O. (1981). *The Illusion of Life*. New York: Walt Disney Production.