



Peran Media Sosial Sebagai Media Distribusi Nilai dan Norma

Nanda Dea Athalia¹, Faizal Kurniawan²

^{1,2}Universitas Insan Budi Utomo Malang, Indonesia

E-mail: nandadeaathalia@gmail.com, faizal.pssbu@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-05-13 Revised: 2025-06-23 Published: 2025-07-11 Keywords: <i>Social Media; Social Values; Social Norms; Information Distribution.</i>	The purpose of this study is to analyze the influence of parenting content shared by Rachel Vennya on Instagram on the perceptions and parenting styles of her followers. The research method used in this study is a qualitative approach with a case study design. The research is focused on Rachel Vennya's Instagram account, taking into consideration the diverse characteristics of her followers in terms of educational background, economic status, and access to technology. Data collection was carried out through two main sources: primary and secondary data. Primary data were obtained through observation and in-depth analysis of Rachel Vennya's Instagram content related to parenting issues. Meanwhile, secondary data were gathered from various literature sources, scientific journals, and references that support the theoretical understanding of social media use in the context of parenting. Data analysis was conducted using several techniques, including content analysis to identify themes and messages within the posts, sentiment analysis to observe the emotional responses of the audience, and social network analysis to understand interaction patterns among users through features such as comments, likes, and content sharing. The results of the study indicate that the parenting content shared by Rachel Vennya through her Instagram account has a significant influence on the perceptions and parenting practices of her followers. As a public figure with a large follower base, Rachel has successfully built emotional closeness through authentic and relatable personal narratives. This has encouraged her followers, especially young parents, to use her content as a reference in facing daily parenting challenges. The clarity of her message delivery and her ability to present parenting issues in a light yet meaningful manner make the content easily understood and adopted.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-05-13 Direvisi: 2025-06-23 Dipublikasi: 2025-07-11 Kata kunci: <i>Media Sosial; Nilai Sosial; Norma Sosial; Distribusi Informasi.</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh konten pengasuhan anak yang dibagikan oleh Rachel Venya di Instagram terhadap persepsi dan pola asuh pengikutnya. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Lokasi penelitian difokuskan pada akun Instagram Rachel Venya, dengan mempertimbangkan karakteristik pengikutnya yang beragam dari segi latar belakang pendidikan, ekonomi, serta akses terhadap teknologi. Pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan analisis mendalam terhadap konten Instagram Rachel Venya yang berkaitan dengan isu parenting. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, jurnal ilmiah, dan referensi yang mendukung pemahaman teoritis tentang penggunaan media sosial dalam konteks pengasuhan anak. Analisis data dilakukan dengan beberapa teknik, seperti analisis konten untuk mengidentifikasi tema dan pesan dalam unggahan, analisis sentimen untuk melihat respons emosional audiens, serta analisis jejaring sosial guna memahami pola interaksi antar pengguna melalui fitur komentar, likes, dan berbagi konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten pengasuhan anak yang dibagikan oleh Rachel Vennya melalui akun Instagram-nya memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi dan praktik pola asuh para pengikutnya. Sebagai figur publik dengan jumlah pengikut yang besar, Rachel berhasil membangun kedekatan emosional melalui narasi pengalaman pribadi yang autentik dan relevan. Hal ini mendorong pengikutnya, khususnya para orang tua muda, untuk menjadikan konten tersebut sebagai sumber referensi dalam menghadapi tantangan pengasuhan sehari-hari. Kejelasan penyampaian pesan serta kemampuannya dalam membingkai isu parenting secara ringan namun bermakna membuat konten tersebut mudah dipahami dan diadopsi.

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari pola interaksi sosial hingga cara bekerja dan mengakses informasi. Teknologi memberikan kemudahan melalui komunikasi instan dan akses informasi tanpa batas ruang dan waktu. Namun, di balik manfaat tersebut, terdapat tantangan seperti isu privasi, ketergantungan terhadap teknologi, serta berkurangnya kualitas interaksi sosial antarindividu (Rabbani & Najicha, 2023).

Kehadiran internet, media sosial, dan perangkat digital telah membentuk masyarakat digital yang sangat bergantung pada teknologi dalam berbagai aspek kehidupan. Transformasi ini menjadikan informasi sebagai aset utama dan menuntut kemampuan dalam mengelola serta menyebarkan data secara efisien. Masyarakat digital, yang juga disebut masyarakat informasi, menunjukkan ciri keterhubungan global dan interaksi yang melampaui batas geografis. Meski demikian, kemajuan ini juga memunculkan tantangan serius, seperti menurunnya interaksi sosial langsung, meningkatnya masalah kesehatan mental akibat penggunaan media sosial, serta risiko terhadap keamanan dan privasi data. Oleh karena itu, adaptasi terhadap era digital perlu diimbangi dengan kebijakan dan strategi yang mampu mengurangi dampak negatif serta mengoptimalkan manfaat teknologi (Fajriah & Ningsih, 2024).

Media sosial merupakan alat komunikasi modern yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi, bekerja sama, dan mengekspresikan diri secara bebas dan terbuka. Perkembangan pesat media sosial didorong oleh kemajuan teknologi digital, khususnya komputer dan jaringan internet, yang memungkinkan komunikasi interaktif tanpa batasan geografis maupun waktu. Hal ini menjadikan media sosial sangat relevan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari relasi personal hingga kepentingan profesional. Tidak hanya sebagai sarana hiburan, media sosial kini memainkan peran penting dalam pendidikan, pemasaran, serta kampanye sosial, dan telah merevolusi cara manusia berkomunikasi di era digital (Feroza & Misnawati, 2020).

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang sangat populer secara global dengan fitur-fitur kreatif seperti Stories, Reels, dan IGTV yang mendukung interaksi langsung antara pengguna melalui komentar, likes, dan pesan pribadi. Platform ini berperan penting dalam membentuk gaya hidup dan identitas

digital masyarakat modern, menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi. Selain sebagai media hiburan, Instagram juga memiliki potensi besar sebagai media pembelajaran dengan fitur feed yang memungkinkan penyampaian materi edukatif secara visual dan permanen, serta Instastory yang interaktif dan dinamis untuk meningkatkan partisipasi dan minat belajar siswa (Ambarsari, 2021; Feroza & Misnawati, 2020).

Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram mengalami pertumbuhan pesat hingga mencapai 1 miliar pengguna global pada 2020. Indonesia menempati posisi keempat dengan sekitar 85 juta akun aktif, menunjukkan tingginya adopsi teknologi digital terutama di kalangan generasi muda yang memanfaatkan Instagram untuk hiburan dan usaha kecil, sekaligus menegaskan peran Instagram sebagai medium penting dalam membentuk gaya hidup dan interaksi sosial di era digital (Husna & Fahrimal, 2021).

Fenomena *digital parenting* telah menciptakan pola baru dalam praktik pengasuhan anak yang dikenal dengan istilah *sharenting*, yaitu kegiatan orang tua membagikan konten kehidupan anak di media sosial. Konten tersebut meliputi aktivitas sehari-hari anak, seperti bermain, belajar, hingga preferensi pribadi seperti makanan atau pakaian favorit (Saputri, 2023). Instagram, sebagai salah satu media sosial terpopuler, memfasilitasi praktik *sharenting* melalui fitur-fitur unggahan visual yang menarik seperti *feed*, *stories*, dan *reels*. Popularitas Instagram, khususnya di Indonesia yang berada di peringkat keempat dunia dalam jumlah pengguna, menjadikannya platform efektif untuk berbagi informasi dan pengalaman parenting. Melalui komunitas yang besar dan interaktif, orang tua dapat saling bertukar tips serta mendapatkan inspirasi dalam mengasuh anak di era digital. Meski demikian, *sharenting* juga menimbulkan risiko, terutama terkait privasi anak dan potensi penyalahgunaan data digital, yang harus menjadi perhatian serius bagi para orang tua dan pembuat kebijakan (Pariasih, 2023).

Peran seorang ibu tunggal menggambarkan sosok perempuan tangguh yang berjuang sendiri demi kebahagiaan dan kesejahteraan anaknya. Dalam kehidupan sehari-hari, seorang ibu tunggal tidak hanya mengemban peran sebagai pengasuh dan pendidik, tetapi juga sebagai pencari nafkah. Ia menjalani fungsi ganda sebagai ibu dan ayah sekaligus, dengan harapan dapat

memenuhi kebutuhan anak secara utuh (Fadilah dkk., 2024). Namun, menjalani peran ini tidaklah mudah, sebab ibu tunggal kerap menghadapi berbagai tekanan dan tuntutan yang dapat menyebabkan ketimpangan dalam menjalankan fungsinya. Kondisi ini berbeda jauh dengan keluarga yang utuh, sehingga dapat memengaruhi proses tumbuh kembang anak, baik dari aspek emosional, sosial, maupun psikologis. Oleh karena itu, diperlukan dukungan yang kuat, baik dari lingkungan maupun kebijakan sosial, agar ibu tunggal dapat menjalankan perannya secara optimal tanpa mengorbankan kebutuhan perkembangan anak.

Pemenuhan kebutuhan dalam keluarga single parent, khususnya bagi ibu tunggal, menjadi tantangan yang lebih kompleks dibandingkan dengan keluarga yang utuh. Hal ini disebabkan oleh peran ganda yang harus dijalani, yaitu sebagai pencari nafkah sekaligus sebagai pengasuh utama bagi anak. Perubahan status menjadi ibu tunggal menuntut kemampuan beradaptasi dengan tanggung jawab baru, termasuk dalam hal ekonomi dan pemenuhan kebutuhan psikologis anak (Bani dkk., 2021). Tidak mudah bagi seorang ibu tunggal menjalani kehidupan setelah kehilangan pasangan, karena seluruh beban kebutuhan hidup kini berada di pundaknya sendiri. Oleh karena itu, seorang ibu tunggal dituntut untuk meningkatkan kapasitas dirinya, baik dalam aspek ekonomi, emosional, maupun keterampilan pengasuhan, agar mampu menjalankan perannya secara optimal dan memastikan kesejahteraan anak tetap terpenuhi (Ewid & Vuspitasari, 2020).

Rachel Venya, seorang public figure dengan 7,2 juta pengikut di Instagram @rachelvenya, aktif membagikan konten pengalaman parenting sebagai ibu tunggal dari dua anaknya, Xabiru (5 tahun) dan Chava (3 tahun). Ia membagikan berbagai momen interaksi sehari-hari, pengelolaan emosi anak, hingga liburan bersama, dengan gaya penyampaian yang detail dan personal. Selain menampilkan keseharian anak-anaknya, Rachel juga memberikan edukasi pola asuh melalui tips dan pandangan yang terorganisir dalam highlight Instagram untuk memudahkan akses pengikutnya. Konten-kontennya membangun kedekatan dengan audiens, menginspirasi orang tua, dan memperluas pemahaman tentang pengasuhan anak di era digital. Keberadaannya sebagai figur publik yang terbuka soal parenting menjadikannya sosok berpengaruh dalam praktik pola asuh anak di kalangan pengguna media sosial Indonesia (Latif, 2023).

Munculnya media sosial telah menyebabkan perubahan signifikan pada budaya, etika, dan norma sosial secara umum (Jadidah dkk., 2023). Sosialisasi, sebagai proses penyampaian kebiasaan, nilai, dan aturan dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam masyarakat, juga terpengaruh oleh perkembangan ini (Ananda dkk., 2024). Di era media sosial, gaya hidup modern yang sering ditampilkan secara mencolok membawa kemewahan dan kesenangan langsung ke layar pengguna, sehingga menciptakan paparan konstan terhadap aspek kekayaan, prestise, dan gaya hidup ideal menurut standar media sosial. Paparan ini berpotensi memicu keinginan individu untuk mengejar kehidupan glamor yang serupa.

Selain itu, media sosial memungkinkan individu untuk membagikan kehidupan pribadi mereka, termasuk aspek yang sebelumnya dianggap intim, sehingga memengaruhi pandangan kolektif terhadap nilai budaya dan norma yang berlaku. Paparan tersebut tidak hanya mengubah cara individu memandang diri sendiri, tetapi juga membentuk ekspektasi sosial baru dalam masyarakat. Media sosial berfungsi sebagai katalisator dalam penyebaran ide dan norma baru, mempercepat perubahan budaya, sekaligus menimbulkan tantangan seperti tekanan sosial, isu privasi, dan dampak negatif pada kesehatan mental. Oleh karena itu, era media sosial menghadirkan peluang sekaligus tanggung jawab bagi pengguna dan pembuat kebijakan untuk menjaga agar perubahan sosial yang terjadi tetap seimbang dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat (Hisyam dkk., 2024).

Pendekatan konstruksi sosial terkait erat dengan gagasan Karl Polanyi dalam *The Great Transformation*, yang menegaskan bahwa ekonomi tidak terpisahkan dari masyarakat dan merupakan bagian dari struktur sosial yang lebih luas. Polanyi menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi selalu diatur dan disubsidi oleh norma serta nilai sosial dalam masyarakat, sehingga distribusi sumber daya tidak hanya bergantung pada mekanisme pasar, melainkan juga aturan sosial dan hubungan antarmanusia. Ia mengkritik pandangan neoklasik yang memisahkan ekonomi dari konteks sosial, dengan menekankan pentingnya campur tangan sosial untuk menghindari ketimpangan yang dihasilkan oleh pasar bebas yang tak terkendali. Melalui kerangka konstruksi sosial, Polanyi menunjukkan bagaimana norma dan nilai sosial memengaruhi sistem ekonomi, termasuk distribusi dan pertukaran sumber daya. Gagasan ini relevan untuk memahami media sosial

sebagai bagian dari ekonomi digital yang mencerminkan dinamika sosial kompleks, di mana nilai sosial turut memengaruhi interaksi ekonomi seperti distribusi perhatian, monetisasi konten, dan pola konsumsi masyarakat. Pendekatan ini mengingatkan bahwa ekonomi bukan sekadar angka, tetapi juga hubungan manusia yang terjalin dalam struktur sosial yang luas (Juliana dkk., 2023).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh konten pengasuhan anak yang dibagikan oleh Rachel Venya di Instagram terhadap persepsi dan pola asuh pengikutnya. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi peran Instagram sebagai media distribusi nilai dan norma pengasuhan anak dalam masyarakat modern. Lebih lanjut, penelitian ini berupaya menjelaskan dampak sosialisasi nilai pengasuhan melalui konten yang disajikan oleh publik figur terhadap pembentukan nilai-nilai keluarga di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara media sosial, sosialisasi nilai, dan pola asuh dalam konteks budaya digital saat ini.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif, yang dipilih karena mampu memberikan kedalaman dan detail analisis melalui fokus pada sejumlah kecil kasus. Studi kasus dilakukan dengan mengamati fenomena, gejala, atau realitas pada kelompok sosial atau komunitas tertentu secara mendalam. Metode kualitatif ini berlandaskan pada filsafat post-positivisme dan bersifat interpretatif serta artistik, sehingga peneliti lebih menekankan pemahaman mendalam terhadap permasalahan yang diteliti daripada melakukan generalisasi. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menggali secara detail fenomena sosial yang terjadi di lapangan.

Lokasi penelitian ini difokuskan pada analisis konten yang dibagikan oleh Rachel Venya melalui akun Instagram-nya. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan karakteristik demografis pengikutnya yang beragam dari segi tingkat pendidikan, latar belakang sosial ekonomi, serta akses terhadap teknologi dan media sosial. Penelitian bertujuan untuk memahami peran Instagram sebagai media sosial dalam pertukaran informasi mengenai pengasuhan anak serta bagaimana informasi tersebut diadopsi dan diterapkan dalam kehidupan

sehari-hari masyarakat pengguna platform tersebut.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui analisis mendalam terhadap akun Instagram Rachel Venya, khususnya konten pengasuhan anak yang dibagikan. Sedangkan data sekunder berasal dari literatur dan referensi terkait penggunaan media sosial dalam konteks pengasuhan anak untuk memperkaya kerangka teori dan pemahaman fenomena.

Selain itu, penelitian ini juga mengumpulkan dan menganalisis konten dari akun parenting atau influencer lain yang relevan. Analisis data dilakukan dengan berbagai metode, seperti analisis konten untuk mengidentifikasi tema dan pesan, analisis sentimen untuk memahami reaksi pengguna terhadap konten, serta analisis jaringan sosial untuk melihat pola interaksi antara pengguna melalui likes, komentar, dan berbagi konten di Instagram. Teknik ini membantu mengungkap bagaimana jenis konten dan interaksi sosial mempengaruhi persepsi dan pola asuh pengikut.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Konten Media Sosial Rachel Venya

Berdasarkan analisis terhadap konten yang dibagikan oleh Rachel Venya di platform media sosial Instagram dan TikTok, ditemukan bahwa Rachel secara konsisten mempublikasikan konten yang berkaitan dengan kehidupan pribadinya, khususnya dalam perannya sebagai seorang ibu. Konten-konten tersebut mencakup berbagai aspek pengasuhan anak, mulai dari pengalaman pribadi, tips-tips dalam mengasuh anak, hingga diskusi mengenai isu-isu sosial yang berkaitan dengan dunia parenting.

Konten yang diunggah Rachel mendapatkan respons yang sangat tinggi dari para pengikutnya, yang terlihat dari jumlah likes, komentar, dan shares yang signifikan. Selain itu, pemanfaatan fitur interaktif seperti sesi tanya jawab (Q&A) dan Direct Message (DM) membuka ruang bagi pertukaran informasi yang aktif antara Rachel dan audiensnya. Dengan demikian, akun media sosial Rachel Venya tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi pengalaman, tetapi juga menjadi

ruang interaksi dan diskusi yang dinamis seputar pengasuhan anak.

2. Efektivitas Instagram dan TikTok dalam Mempengaruhi Audiens

TikTok dan Instagram memiliki karakteristik unik yang dimanfaatkan Rachel Venya untuk membangun keterlibatan (engagement) dengan audiensnya. TikTok, dengan algoritma rekomendasi yang kuat, memungkinkan konten-kontennya menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat. Konten video pendek yang ditampilkan pada platform ini memiliki daya tarik visual yang tinggi, sehingga sangat efektif dalam menyebarkan tren terkait parenting.

Sementara itu, Instagram menyediakan ruang yang lebih terstruktur bagi Rachel untuk menyampaikan informasi secara lebih mendalam. Melalui kombinasi gambar, video, dan caption, Rachel dapat berbagi cerita dan pengalaman sebagai seorang ibu dengan cara yang lebih lengkap. Fitur-fitur seperti Stories dan Reels juga dimanfaatkan untuk meningkatkan interaksi dan kedekatan dengan para pengikutnya.

Kedua platform ini saling melengkapi dalam membangun personal branding Rachel Venya sebagai influencer parenting. Di satu sisi, TikTok memungkinkan konten menjadi viral dengan cepat, sedangkan Instagram memberikan ruang untuk interaksi yang lebih personal dan mendalam antara Rachel dan audiensnya.

3. Pertukaran Manfaat dalam Konteks Parenting di Media Sosial

Rachel Vennya tidak hanya membagikan informasi seputar parenting, tetapi juga memperoleh berbagai manfaat dari aktivitas digitalnya.

Salah satu manfaat utama yang dirasakan Rachel adalah meningkatnya engagement dan loyalitas dari para pengikutnya. Konten-konten yang relevan dan menarik berhasil menarik perhatian audiens untuk berinteraksi lebih aktif, baik melalui komentar, likes, maupun berbagi informasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas Rachel di media sosial, tetapi juga mempererat hubungan dengan para pengikutnya.

Dengan konsistensi menyediakan informasi bermanfaat, mulai dari tips

parenting, pengalaman pribadi, hingga edukasi gaya hidup sehat, Rachel berhasil membangun komunitas yang solid dan setia. Interaksi aktif yang terjadi juga membantu meningkatkan performa algoritma media sosial, sehingga konten yang diunggahnya semakin banyak dilihat orang. Seiring waktu, audiens yang merasa terhubung dan terinspirasi menjadi semakin loyal, memperkuat posisi Rachel sebagai influencer yang berpengaruh dalam keputusan gaya hidup dan pilihan produk audiensnya. Dengan demikian, peningkatan engagement dan loyalitas ini tidak hanya meningkatkan popularitas Rachel, tetapi juga memperluas pengaruhnya di dunia digital.

Keuntungan finansial melalui kolaborasi dengan berbagai brand menjadi pencapaian penting bagi Rachel, mengingat jumlah pengikutnya yang besar. Popularitasnya yang terus berkembang membuatnya menjadi daya tarik utama bagi merek-merek di bidang parenting yang ingin menjangkau audiens yang luas dan relevan. Rachel sering mendapat tawaran endorsement dan sponsorship untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu. Melalui kerjasama ini, Rachel tidak hanya memperoleh penghasilan tambahan, tetapi juga membantu meningkatkan kredibilitas merek yang bekerja sama dengannya. Kolaborasi dengan brand ternama memberikan keuntungan finansial yang signifikan sekaligus memperkuat posisi brand dalam industri parenting. Hubungan saling menguntungkan ini juga memperbesar pengaruh Rachel terhadap keputusan pembelian audiensnya.

Rachel juga mendapatkan keuntungan berupa akses terhadap wawasan baru dari interaksinya dengan audiens. Setiap komentar, saran, atau pengalaman yang dibagikan pengikutnya memberinya perspektif baru terkait pengasuhan anak. Perspektif ini menjadi sumber inspirasi yang berharga untuk konten-konten berikutnya.

Dengan mendengarkan beragam pandangan dari audiens dengan latar belakang dan pengalaman yang berbeda, Rachel dapat memperkaya pemahaman mengenai tantangan dan kebutuhan orang tua. Hal ini membuat kontennya lebih relevan dan bermanfaat bagi pengikut yang

selalu menantikan informasi yang sesuai dengan pengalaman mereka. Selain itu, wawasan baru ini memungkinkan Rachel untuk terus beradaptasi dengan perkembangan kebutuhan parenting, menjaga kualitas dan daya tarik kontennya.

Pembangunan personal branding menjadi elemen kunci dalam kesuksesan Rachel di dunia digital. Konsistensi dalam berbagi pengalaman parenting yang autentik dan relevan tidak hanya memperkaya wawasan audiens, tetapi juga memperkuat citranya sebagai sosok inspiratif dalam komunitas parenting digital.

Dengan terus membagikan pengalaman pribadi dan tips yang bermanfaat, Rachel membangun reputasi sebagai sumber informasi terpercaya bagi para orang tua. Personal branding yang kuat membuatnya dikenal luas dan dihormati, sekaligus meningkatkan daya tariknya bagi berbagai brand yang ingin berkolaborasi. Melalui pendekatan jujur dan transparan, Rachel berhasil menampilkan dirinya sebagai sosok yang dapat dipercaya dan memberikan inspirasi positif, yang memperkuat posisinya sebagai influencer berpengaruh dalam dunia parenting.

4. Analisis Konten Spesifik 2024 So Far (11 November 2024)

Konten berjudul "2024 So Far" yang diunggah Rachel Vennya pada tanggal 11 November 2024 menggambarkan sisi reflektif dan jujur dari dirinya dalam menghadapi berbagai tantangan sepanjang tahun tersebut. Dalam unggahan ini, Rachel tidak hanya membagikan perjalanan karier dan pencapaiannya, tetapi juga secara terbuka mengungkapkan perasaan serta pemikirannya terkait kesulitan yang dialaminya. Dengan cara yang sangat personal, ia berhasil menciptakan ruang emosional yang memungkinkan audiens merasakan kedekatan yang mendalam, karena banyak pengikutnya merasa dapat terhubung dengan pengalaman hidup yang dibagikan.

Rachel membicarakan momen-momen sulit yang menguji ketahanan mental dan emosionalnya, sekaligus berbagi pelajaran berharga yang didapat dari setiap pengalaman tersebut. Ia secara terbuka menunjukkan proses pertumbuhan dirinya, baik secara pribadi maupun profesional,

yang membuat audiens merasa lebih dekat dan memahami sisi humanis di balik sosok influencer sukses ini.

Respons positif yang melimpah membuktikan bahwa konten seperti ini memiliki daya tarik kuat karena memberikan audiens kesempatan untuk melihat sisi lain Rachel yang lebih manusiawi dan penuh emosi. Melalui konten ini, Rachel tidak hanya dipandang sebagai figur publik yang sukses, tetapi juga sebagai individu yang menjalani kehidupan dengan segala liku dan tantangannya. Pendekatan ini tidak hanya menampilkan keberhasilannya, tetapi juga kerentanannya, yang justru memperkuat ikatan emosional dengan pengikutnya.

Para audiens merasa bahwa Rachel tidak hanya membagikan kebahagiaan dan keberhasilan, melainkan juga kesulitan yang dihadapinya dan bagaimana ia mengatasi semuanya. Kedekatan emosional ini memperdalam hubungan antara Rachel dan para pengikutnya, membuat mereka merasa dihargai serta lebih terinspirasi oleh kejujuran yang disampaikan.

Selain memperkuat personal branding Rachel, konten ini juga menyampaikan pesan penting bahwa di balik popularitas dan kesuksesan yang dimilikinya, terdapat perjuangan dan pembelajaran yang dapat menjadi contoh positif bagi banyak orang. Dengan demikian, audiens merasa lebih terhubung dan memahami bahwa mereka tidak sendiri dalam menghadapi tantangan hidup.

5. Review Ice Cream Bersama Chava dan Xabiru (16 Juni 2024)

Konten berjudul "Review Ice Cream Bersama Chava dan Xabiru" yang diunggah Rachel Vennya pada 16 Juni 2024 menampilkan momen keseharian Rachel sebagai seorang ibu yang dekat dan hangat bersama kedua anaknya. Dalam video ini, Rachel tidak hanya berbagi suasana kebersamaan yang penuh kehangatan dengan Chava dan Xabiru, tetapi juga memberikan inspirasi bagi para orang tua melalui interaksi natural dan santai di tengah keluarga.

Momen tersebut memperlihatkan Rachel dan anak-anaknya menikmati produk es krim dari Xiyue Indonesia, yang menjadi bagian dari kegiatan keluarga mereka. Dengan gaya yang menyenangkan

dan natural, Rachel mampu memadukan elemen keluarga dengan promosi produk secara halus, tanpa terkesan memaksa. Ia menggunakan kesempatan ini untuk memperkenalkan produk baru dari Xiyue Indonesia sambil memperlihatkan bagaimana produk tersebut dapat menjadi bagian dari momen kebersamaan keluarga yang hangat.

Pendekatan ini tidak hanya menciptakan keterhubungan emosional antara Rachel dengan audiensnya, tetapi juga menimbulkan kesan positif terhadap produk yang dipromosikan. Suasana hangat dan interaksi yang autentik antara Rachel dan anak-anaknya mengundang audiens untuk ikut merasakan dan terinspirasi oleh kebahagiaan sederhana yang tercipta dalam keluarga.

Dengan menggabungkan promosi yang ringan dan menyenangkan dengan momen kebersamaan yang penuh cinta, Rachel berhasil menghasilkan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga efektif dalam memperkenalkan produk baru secara natural dan berkesan.

6. Prepare Liburan Tahun Baru Bersama Anak dan Promosi Buavita

Konten berjudul "Prepare Liburan Tahun Baru Bersama Anak dan Promosi Buavita" menampilkan momen persiapan Rachel Vennya bersama anak-anaknya untuk menyambut liburan Tahun Baru. Dalam video ini, Rachel membagikan suasana seru dan menyenangkan saat mempersiapkan perjalanan keluarga, sekaligus memberikan tips praktis yang sangat berguna bagi para orang tua yang merencanakan liburan bersama anak-anak mereka.

Rachel membahas hal-hal penting seperti pemilihan perlengkapan, pengaturan jadwal perjalanan, dan cara memastikan kenyamanan anak-anak selama perjalanan berlangsung. Informasi yang disampaikan terasa relevan dan aplikatif, sehingga audiens dapat dengan mudah mengadaptasi tips tersebut dalam persiapan liburan keluarga mereka sendiri.

Di sisi lain, Rachel secara cerdas dan natural menyisipkan promosi produk Buavita, menunjukkan bagaimana produk tersebut dapat menjadi pilihan tepat untuk menjaga kesehatan dan kebugaran anak-anak selama liburan. Pendekatan ini

menggabungkan elemen edukasi, hiburan, dan promosi produk secara mulus tanpa terkesan memaksa.

Strategi penyampaian ini efektif menarik perhatian audiens karena memberikan nilai tambah berupa informasi yang berguna sekaligus memperkenalkan produk dalam konteks yang relevan dengan kebutuhan keluarga. Dengan demikian, Rachel berhasil menciptakan konten yang menarik, menghibur, dan informatif, sekaligus membangun koneksi autentik antara audiens dengan produk Buavita.

7. Memasak Bersama Anak" (22 Maret 2024)

Konten berjudul "**Memasak Bersama Anak**" yang diunggah Rachel pada 22 Maret 2024 menampilkan momen hangat kebersamaan antara Rachel dan kedua anaknya, Chava dan Xabiru, saat mereka memasak bersama di dapur. Video ini memperlihatkan interaksi yang penuh keceriaan dan keakraban, di mana anak-anak aktif terlibat dalam proses memasak sekaligus menciptakan kenangan berharga dalam suasana keluarga yang hangat.

Meskipun ada beberapa kritik dari netizen terkait aspek keamanan, seperti penggunaan alat dapur tajam dan bahan makanan yang mungkin kurang aman untuk anak-anak, banyak pula yang memberikan apresiasi terhadap nilai positif kebersamaan dan partisipasi aktif anak dalam aktivitas sehari-hari. Konten ini memberikan contoh nyata bagaimana kegiatan sederhana seperti memasak dapat dijadikan sarana untuk belajar, berkolaborasi, dan mempererat hubungan antara orang tua dan anak.

Kritik yang muncul justru membuka ruang diskusi yang lebih luas mengenai pentingnya orang tua untuk lebih berhati-hati dalam memilih aktivitas yang sesuai dengan usia dan memastikan keamanan saat melibatkan anak-anak dalam kegiatan rumah tangga. Meski demikian, kebersamaan dan kehangatan yang terpancar dalam video ini tetap menjadi daya tarik utama, yang menginspirasi banyak pengikut Rachel untuk meluangkan lebih banyak waktu berkualitas bersama keluarga mereka.

8. Ulang Tahun Chava dan Xabiru" (19 Desember 2024):

Konten berjudul "**Ulang Tahun Chava dan Xabiru**" yang diunggah Rachel pada 19 Desember 2024 menampilkan momen spesial perayaan ulang tahun kedua anaknya dengan cara yang sederhana namun sarat makna. Dalam video tersebut, Rachel memperlihatkan bagaimana ia menyelenggarakan perayaan intim penuh kasih sayang, menekankan kebersamaan keluarga di tengah suasana yang hangat dan penuh kehangatan.

Meski perayaan ini tidak diwarnai kemewahan atau pesta besar, suasana hangat dan penuh cinta sangat terasa, dari tahap persiapan hingga momen kebahagiaan saat anak-anak meniup lilin ulang tahun. Interaksi penuh kasih antara Rachel dan anak-anaknya memberikan inspirasi bagi para orang tua untuk menciptakan kenangan berharga bersama keluarga melalui cara-cara sederhana namun bermakna.

Konten ini mengajarkan bahwa makna sebuah perayaan ulang tahun tidak diukur dari besarnya pesta atau kemewahan, melainkan dari kehadiran dan kualitas waktu yang diberikan kepada orang yang kita cintai. Pesan kuat yang disampaikan adalah bahwa kebahagiaan dan kehangatan dalam keluarga dapat tercipta dari momen-momen sederhana yang mempererat ikatan emosional. Bagi banyak pengikutnya, video ini menjadi pengingat pentingnya menghargai waktu bersama orang terdekat dan bahwa kebersamaan adalah hadiah terbaik yang dapat diberikan kepada anak-anak.

B. Pembahasan

Analisis konten media sosial Rachel Venya menunjukkan bagaimana platform digital, khususnya Instagram dan TikTok, dapat berperan sebagai medium efektif dalam penyebaran informasi dan nilai-nilai pengasuhan anak. Menurut teori Uses and Gratifications, individu menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti mencari informasi, hiburan, dan interaksi sosial (Katz dkk., 1973). Rachel memanfaatkan kedua platform ini untuk membangun keterlibatan dengan audiensnya melalui konten yang autentik dan relatable, yang selaras dengan fungsi media sosial

sebagai sarana komunikasi dua arah (Dolan dkk., 2019).

TikTok dengan algoritma rekomendasi yang mendorong viralitas konten video pendek memberikan Rachel jangkauan audiens yang luas dalam waktu singkat (Montag dkk., 2021). Sebaliknya, Instagram menyediakan ruang bagi komunikasi yang lebih terstruktur dan mendalam melalui berbagai fitur seperti Stories dan Reels, mendukung teori media sosial yang menekankan pentingnya konten visual dan narasi dalam membangun hubungan emosional dengan audiens (Sheldon & Bryant, 2016).

Selain membangun engagement, Rachel juga mendapatkan manfaat sosial dan finansial. Interaksi yang intensif dengan audiens membentuk komunitas loyal yang mendukung posisi Rachel sebagai influencer parenting, yang sesuai dengan konsep relationship marketing di media sosial (Dessart dkk., 2015). Hal ini juga meningkatkan performa algoritma media sosial, memperbesar jangkauan konten dan potensi monetisasi melalui endorsement (Freberg dkk., 2011).

Penelitian terdahulu mendukung temuan ini, seperti studi oleh (Casaló dkk., 2020) yang menemukan bahwa keterlibatan audiens dan kredibilitas influencer secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pengikut. Studi lain (Lou & Yuan, 2019) menyoroti bagaimana keautentikan konten dan hubungan interpersonal antara influencer dan audiens memperkuat kepercayaan dan loyalitas. Selain itu, penelitian oleh (Djafarova & Rushworth, 2017) mengungkapkan bahwa influencer yang membagikan pengalaman pribadi terkait parenting memiliki dampak positif pada pola asuh pengikutnya karena konten yang mudah dihubungkan secara emosional.

Namun demikian, kehadiran influencer juga membawa tantangan terkait validitas dan keamanan informasi yang dibagikan (Marwick, 2015). Rachel harus memastikan bahwa kontennya tidak hanya berdasarkan pengalaman pribadi, tetapi juga merujuk pada praktik pengasuhan yang sesuai dengan prinsip ilmiah agar pengikut dapat memperoleh informasi yang benar dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa media sosial, dengan kekuatan interaktivitas dan jangkauan

luasnya, berperan penting dalam membentuk pola asuh modern. Rachel Venya sebagai figur publik sukses mengoptimalkan platform ini untuk menyebarkan nilai-nilai parenting yang autentik dan inspiratif, sekaligus membangun personal branding yang kuat serta komunitas digital yang solid.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten pengasuhan anak yang dibagikan oleh Rachel Vennya di Instagram, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi dan pola asuh pengikutnya. Sebagai seorang figur publik dengan jumlah pengikut yang besar, Rachel mampu membentuk opini dan menjadi sumber referensi utama bagi banyak orang tua, terutama dalam menghadapi tantangan pengasuhan sehari-hari. Keautentikan yang tercermin dari pengalaman pribadi serta narasi yang mudah dipahami dan relevan membuat pengikutnya merasa dekat secara emosional, sehingga lebih mudah menerima dan mengadopsi gaya pengasuhan yang ia bagikan. Namun demikian, pengaruh ini tetap dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang sosial, ekonomi, serta nilai-nilai pribadi masing-masing pengikut.

Media sosial, khususnya Instagram, berperan penting sebagai saluran utama dalam menyebarkan nilai dan norma pengasuhan anak di tengah masyarakat modern. Dengan fitur-fitur interaktif seperti reels, stories, dan live streaming, informasi mengenai parenting dapat tersebar dengan cepat dan menjangkau audiens yang luas. Selain sebagai media penyebaran, platform ini juga menyediakan ruang diskusi yang memungkinkan para orang tua untuk bertukar pengalaman dan memperoleh sudut pandang baru terkait pengasuhan. Meski demikian, perlu menjadi perhatian bahwa tidak semua informasi yang beredar memiliki dasar ilmiah yang kuat atau sesuai dengan prinsip-prinsip pengasuhan yang ideal, sehingga pengguna harus tetap kritis dalam memilah konten yang mereka terima.

Lebih jauh, sosialisasi nilai pengasuhan melalui konten publik figur seperti Rachel Vennya juga berkontribusi dalam pembentukan nilai-nilai keluarga di Indonesia. Konten-konten yang menampilkan praktik parenting modern, keterbukaan dalam pola asuh, serta keseimbangan antara peran orang

tua dan profesionalisme, berpotensi mengubah pola pikir para orang tua muda. Hal ini mempercepat pergeseran budaya parenting dari gaya yang lebih otoritatif dan berlandaskan tradisi menjadi lebih fleksibel dan berdasarkan pengalaman nyata. Namun, perkembangan ini juga membawa risiko homogenisasi nilai, yang berpotensi mengabaikan keberagaman sosial dan budaya yang ada dalam praktik pengasuhan di Indonesia.

B. Saran

Orang tua dan pengikut media sosial disarankan untuk lebih selektif dalam menyerap informasi pengasuhan dari publik figur seperti Rachel Vennya, dengan menyesuaikan pola asuh sesuai nilai keluarga, kondisi sosial-ekonomi, dan kebutuhan anak. Penting bagi mereka untuk meningkatkan literasi digital agar dapat memilah informasi secara rasional, bukan sekadar mengikuti tren semata. Pembuat konten parenting diharapkan dapat menyajikan informasi yang tidak hanya berdasar pengalaman pribadi, tetapi juga merujuk pada rekomendasi ahli serta menyediakan ruang diskusi yang konstruktif bagi pengikutnya. Masyarakat secara umum perlu lebih kritis terhadap tren parenting di media sosial dan mengakses sumber informasi yang lebih ilmiah agar pola asuh yang diterapkan lebih tepat dan sesuai. Selain itu, pemerintah dan institusi pendidikan diharapkan aktif meningkatkan kampanye literasi digital dan parenting berbasis ilmu untuk mendukung orang tua dalam menerapkan pola asuh yang sesuai dengan budaya dan kondisi keluarga di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Ambarsari, Z. (2021). Penggunaan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia pada era 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia (SemNas PBSI)-3*, 81–86.
<https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/41225/>
- Ananda, M. L., Talia, J., & Bella, H. S. (2024). Dilema era digital: Dampak positif dan negatif media sosial terhadap proses sosialisasi anak sekolah dasar. *Journal Sains Student Research*, 2(3), 310–322.

- Bani, S., Bali, E. N., & Koten, A. N. (2021). Peran Ibu Single Parent dalam Pengasuhan Anak. *Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 3(2), 68–77.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of business research*, 117, 510–519.
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: A social media perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 24(1), 28–42.
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in human behavior*, 68, 1–7.
- Dolan, R., Conduit, J., Frethey-Bentham, C., Fahy, J., & Goodman, S. (2019). Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content. *European journal of marketing*, 53(10), 2213–2243.
- Ewid, A., & Vuspitasari, B. K. (2020). Single Mother dalam Membangun Ekonomi Keluarga. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(2), 83–91.
- Fadilah, R., Parinduri, S. A., & Nurhayani. (2024). Forgiveness Therapy in Islamic Psychology Perspective: Healing the Inner Child Parenting Wounds. *Psikis: Jurnal Psikologi Islami*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.19109/psikis.v10i2.24160>
- Fajriah, T., & Ningsih, E. R. (2024). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(1), 149–158.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public relations review*, 37(1), 90–92.
- Hisyam, C. J., Khotimah, H., Dewi, K., & Virdi, S. (2024). Analisis Fenomena Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Penerima Beasiswa KIP Kuliah: Perspektif Sosio-Ekonomi Baru. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(2), 16–30.
- Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). Representasi Perempuan Berdaya pada Akun Instagram@ rachelvennya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 131–150.
- Jadidah, I. T., Rahayu, A., Bella, H. S., Julinda, J., & Anggraini, T. W. (2023). Pengaruh Media Digital Terhadap Sosial Budaya Pada Anak Usia Sekolah. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(04), 253–268.
- Juliana, I., Safitri, N. L., & Fadillah, W. (2023). Dinamika Ekonomi Pembangunan Indonesia: Mengungkap Faktor-Faktor Kualitatif yang Mendorong Pertumbuhan. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(2), 01–13.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509–523.
- Latif, F. S. (2023). *Analisi Resepsi Orang Tua Terhadap Konten Sharenting Public Figure di Instagram Story@ rachelvennya* [PhD Thesis, UPN Veteran Jawa Timur]. <https://repository.upnjatim.ac.id/18000/1/19043010203.-cover.pdf>
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer Marketing: How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73. <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public culture*, 27(1 (75)), 137–160.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.

- Pariasih, E. (2023). Efektivitas Instagram sebagai media sosialisasi digital Kementerian Pertanian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(5), 1007–1016.
- Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate. Net*, 10(3), 1–13.
- Saputri, N. A. S. (2023). Literasi Sharenting & Privasi Anak di Media Jejaring Sosial. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 967–975.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, 58, 89–97.