

**PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP AKUN  
TIKTOK @abe\_daily TENTANG *BONDING*  
AYAH DAN ANAK**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

Shabrina Elfanny Almas Tanjung

32802100008

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
2025**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Shabrina Elfanny Almas Tanjung
NIM	: 32802100008
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul :

### **Persepsi *Followers* Terhadap Akun Tiktok @abe\_daily Tentang *Bonding* Ayah dan Anak**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, Mei 2025  
Yang menyatakan,



(Shabrina Elfanny Almas Tanjung)

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Shabrina Elfanny Almas Tanjung
NIM	: 32802100008
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul :

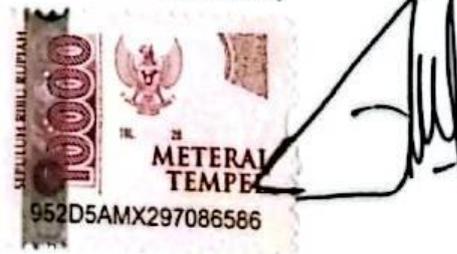
**Persepsi *Followers* Terhadap Akun Tiktok @abe\_daily Tentang *Bonding*  
Ayah dan Anak**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila demikian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk digunakan bila mana diperlukan. Terima Kasih.

Semarang, 02 Juni 2025

Penulis,



**Shabrina Elfanny Almas Tanjung**  
**32802100008**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Persepsi *Followers* Terhadap Akun Tiktok  
@abe\_daily Tentang *Bonding* Ayah dan Anak  
Nama : Shabrina Elfanny Almas Tanjung  
NIM : 32802100008  
Peminatan : Broadcasting Journalism  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Semarang, 02 Juni 2025

Penulis,



Shabrina Elfanny Almas Tanjung  
32802100008

Dosen Pembimbing :



Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si  
NIK.211108001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimahah, S.Sos., M.Si.  
NIK. 211109008

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Persepsi *Followers* Terhadap Akun Tiktok  
@abe\_daily Tentang *Bonding* Ayah dan Anak  
Nama : Shabrina Elfanny Almas Tanjung  
NIM : 32802100008  
Peminatan : Broadcasting Journalism  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Semarang, 02 Juni 2025

Penulis,



Shabrina Elfanny Almas Tanjung  
32802100008



Menyetujui

Dosen Penguji :

1. Ketua Penguji :  
Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom
2. Anggota Penguji 1  
Dr.Dian Marhaeni K, S.Sos, M.Si
3. Anggota Penguji 2 :  
Iky Putri Aristhya, S.I.Kom, M.I.Kom



Mengetahui,

Dekan/Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimarah, S.Sos., M.Si.  
32802100008

# PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP AKUN TIKTOK @abe\_daily TENTANG

## *BONDING* AYAH DAN ANAK

### ABSTRAK

Oleh:

Shabrina Elfanny Almas Tanjung

32802100008

Penelitian ini membahas tentang Persepsi *Followers* tentang Hubungan *bonding* Ayah-anak pada akun TikTok @abe\_daily. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah fenomena *Fatherless* yang menyebabkan kurang dekatnya anak-anak dengan ayahnya yang membentuk persepsi pengikut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi yang ditampilkan *followers* mengenai konten *bonding* pada akun tersebut. Penelitian ini mengkaji persepsi *followers* terhadap akun tiktok @abe\_daily yang menyajikan konten tentang *bonding* ayah dan anak. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme (*Interpretatif*) dengan menggunakan teori penilaian sosial dari Muzafer Sherif bersama Carolyn W Sherif dan Carl L Hovland. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana *followers* memaknai konten-konten tersebut. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan sampel pengikut akun tiktok @abe\_daily. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi dan wawancara terstruktur sebagai sumber dan dianalisis menggunakan teori penilaian sosial Muzafer Sherif

Kesimpulan penelitian adalah ada lima informan yang memberikan reaksi positif dan ada dua informan yang memberikan reaksi negatif. Persepsi positif meliputi pandangan pola pengasuhan yang baik, memberikan edukasi tentang pentingnya keterlibatan ayah. Sementara itu persepsi negatif mencakup kekhawatiran bahwa standar pengasuhan tidak *realistis* penelitian ini berkontribusi pada pemahaman bagaimana media sosial mempengaruhi persepsi masyarakat tentang pola pengasuhan. Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti membatasi informan dan kurangnya waktu untuk mengamati perilaku informan dalam jangka Panjang. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya memperluas cakupan teori dan metode untuk pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang topik yang diteliti.

**Kata kunci : Persepsi, *Followers*, *Bonding*, TikTok @abe\_daily, Teori Penilaian Sosial**

**PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP AKUN TIKTOK @abe\_daily  
TENTANG BONDING AYAH DAN ANAK**

**ABSTRACT**

**Author:**

**Shabrina Elfanny Almas Tanjung**

**32802100008**

*This study discusses the Followers' Perception of Father-Son Bonding Relationships on the TikTok account @abe\_daily. The purpose of this study was to determine the perceptions displayed by followers regarding the bonding content on the account. This study examines the followers' perceptions of the TikTok account @abe\_daily which presents content about father-son bonding. This study is a qualitative study using the constructivism paradigm using Sherif Munzafer's Carolyn Sherif and Carl L Hovland social judgment theory. This study aims to identify and analyze how followers interpret these contents. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a sample of followers of the TikTok account @abe\_daily. The data collection technique in this study was documentation and structured interviews as sources and analyzed using Sherif Munzafer's social judgment theory.*

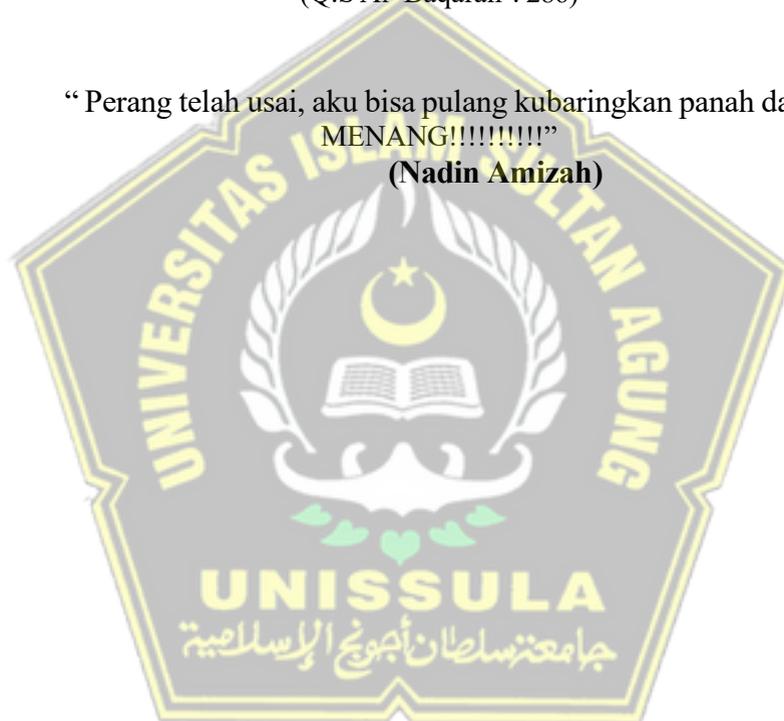
*The results of this study found that the five informants had several different points of view. The conclusion of the study is that there are three informants who gave positive reactions and there are two informants who gave negative reactions. Positive perceptions include views of good parenting patterns, providing education about the importance of father involvement. Meanwhile, negative perceptions include concerns that parenting standards are unrealistic. This study contributes to the understanding of how social media affects people's perceptions of parenting patterns. The limitations of this study are that researchers limit informants and lack of time to observe informant behavior in the long term. Recommendations for further research expand the scope of theory and methods for a broader and deeper understanding of the topic being studied.*  
**Keywords : Perception, Followers, Bonding, TikTok abe\_daily, Social Judgement Theory**

## MOTTO

“ Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan”  
(Q.S AL-Insyirah : 5-6)

“ Dan satu lagi, Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Q.S Al- Baqarah : 286)

“ Perang telah usai, aku bisa pulang kubaringkan panah dan berteriak MENANG!!!!!!!!!!!!”  
(Nadin Amizah)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan Kesehatan, Rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai.

Seorang teman seangkatan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang pernah berkata, kerjakan skripsimu walau malas, berat, susah tetap kerjakan hingga selesai.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Ayah dan Ibu, Mochammad Hapra Tanjung dan Any Handayani terimakasih atas doa, semangat, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai detik ini.

Adikku, Athaya Putri Azalia Tanjung terimakasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Untuk keluarga besarku, budhe Sri (buk'e), mbak melin, mbak ika, Bulek Nur, Simbah, Om agus dan semuanya terimakasih support dan doanya

Dosen pembimbing Bu Dian Marhaeni K yang membimbing serta memberi saran selama ini, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Teman teman saya yang berada di Semarang, di Boyolali dan semuanya yang telah memberikan semangat saya untuk mengerjakan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kami haturkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Persepsi *Followers* Terhadap Akun Tiktok @abe\_daily Tentang *Bonding* Ayah dan Anak”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW yang membimbing umat dari kegelapan menuju cahaya pencerahan. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan tujuan memenuhi persyaratan untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan moral dan material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada semua yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini :

1. Allah SWT yang senantiasa memberi pertolongan dalam perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu tercinta , Any Handayani yang selalu memberikan doa dan dukungan dan meridhoi setiap Langkah dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ayah tersayang, Mochammad Hapra Tanjung yang memberi segala perhatian dan kasih saying dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Trimamah, S. Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula.
5. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Unissula
6. Ibu Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan membimbing kepada penulis selama proses skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan dan waktu kepada penulis selama menjalani Pendidikan Strata 1 di Ilmu Komunikasi Unissula.
8. Semua informan yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk membantu saya selama penelitian.
9. Teman-teman saya tercinta, Anggira, Adel, Malda, Yumna yang telah menemani saya dalam proses skripsi ini.
10. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan dan menyemangati saya.
11. Dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun berkat bantuan dan dukungan dari pihak – pihak tersebut penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Semoga Allah membalas semua pihak yang terlibat dan penulis berharap agar

skripsi dapat bermanfaat bagi pembaca dan semuanya.

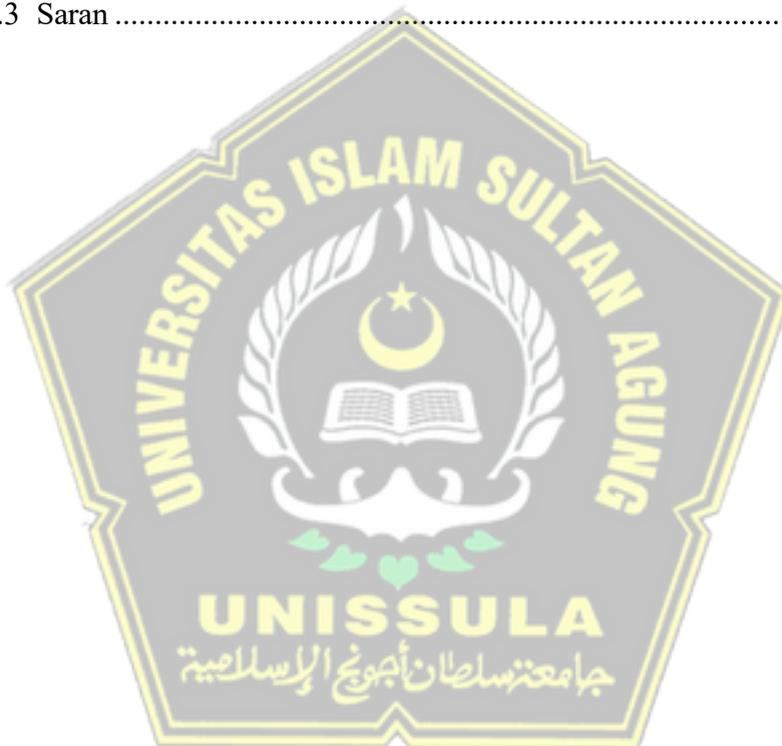


## DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.1.1 Manfaat Akademis.....	12
1.1.2 Manfaat Praktis.....	12
1.1.3 Manfaat Sosial.....	13
1.5 Kerangka Penelitian.....	13
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	13
1.5.2 <i>State of The Art</i> .....	16
1.5.3 Teori Penilaian Sosial ( <i>Social Judgement Theory</i> ).....	19
1.5.4 Kerangka Penelitian.....	21
1.6 Operasionalisasi Konsep.....	22
1.6.1 Persepsi.....	22
1.6.2 Hubungan Ayah-Anak.....	23
1.6.3 <i>Followers</i> .....	25
1.7 Metode Penelitian.....	26
1.7.1 Jenis Penelitian.....	26
1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	27

1.7.3 Sumber Data.....	27
1.7.4 Teknik Penentuan Informan.....	28
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.7.6 Teknik Analisis Data.....	29
1.7.7 Kualitas Data.....	30
BAB II.....	32
2.1 Profil Akun TikTok “abe_daily”.....	32
2.1.1 Akun TikTok “abe_daily”.....	32
2.2.1 Konten Abe dan Papi Abe.....	34
BAB III.....	52
3.1 Identitas Informan.....	53
3.1.1 Identitas Informan Pertama.....	53
3.1.2 Identitas Informan Kedua.....	54
3.1.3 Identitas Informan Ketiga.....	54
3.1.4 Identitas Informan Keempat.....	55
3.1.5 Identitas Informan Kelima.....	55
3.2 Temuan Penelitian.....	56
3.2.1 Persepsi tentang Hubungan <i>Bonding</i> Ayah-Anak.....	56
3.2.2 Persepsi Pengikut tentang Hubungan <i>Bonding</i> pada akun @abe_daily.....	58
3.2.3 Perubahan Persepsi Terhadap Peran Ayah dalam keluarga.....	59
3.2.4 Persepsi Positif dan Negatif Pengikut Mengenai Konten @abe_daily.....	61
3.2.5 Manfaat konten <i>Bonding</i> Ayah dan Anak pada akun @abe_daily.....	62
3.2.6 Persepsi <i>Bonding</i> Ayah dan Anak terhadap terhadap hubungan informan dengan ayah/anak.....	66
3.2.7 Persepsi <i>Afektif (respon emosional)</i> pengikut setelah melihat konten pada akun @abe_daily.....	68
3.2.8 Persepsi Pengikut Tentang Model Hubungan Ayah Dan Anak Yang Ideal.....	70
BAB IV.....	73
4.1 Analisis Persepsi Tentang Hubungan <i>Bonding</i> Ayah-Anak.....	74
4.1.1 Analisis Persepsi Mengenai Makna <i>Bonding</i> Ayah-anak.....	74
4.1.2 Analisis Persepsi Hubungan <i>Bonding</i> pada Akun @abe_daily.....	76

4.2	Analisis Perubahan Persepsi terhadap peran Ayah dalam keluarga .....	80
4.3	Analisis Manfaat konten <i>Bonding</i> ayah-anak pada akun @abe_daily .....	83
4.4	Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi Hasil Penelitian .....	84
4.5	Analisis Komentar pada Akun @abe_daily .....	85
4.6	Penerapan Teori Penilaian Sosial.....	88
BAB V PENUTUP.....		90
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3	Saran .....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten tiktok @abe_daily .....	2
Gambar 1.2 Profil tiktok Abe .....	3
Gambar 1.3 Video Viral Abe.....	4
Gambar 1.4 Akun tiktok dady Mazaya.....	7
Gambar 1.5 Akun tiktok Lala dan Ayah.....	7
Gambar 2.1 Profil tiktok Abe .....	32
Gambar 2.2 Video Abe dan Papi bermain.....	34
Gambar 2.3 Konten Abe remake .....	35
Gambar 2.4 Abe dan Papi Abe tebak huruf.....	37
Gambar 2.5 Konten Abe join trend Velocity.....	37
Gambar 2.6 Emoji challenge .....	38
Gambar 2.7 Latihan sikat gigi .....	38
Gambar 2.8 Deep Talk with Papi .....	39
Gambar 2.9 Nobar dengan papi Abe .....	39
Gambar 2.10 Bernyanyi with Papi .....	40
Gambar 2.11 Belanja dengan papi.....	40
Gambar 2.12 Endorse Ultramilk.....	41
Gambar 2.13 Endors Kodomo .....	41
Gambar 2.14 Endorse Koper .....	42
Gambar 2.15 Endorse makanan.....	42
Gambar 2.16 Endorse makanan.....	43

Gambar 2.17 Endors Pampers .....	43
Gambar 2.18 Komentar <i>Followers</i> .....	45
Gambar 2.19 Komentar <i>Followers</i> .....	46
Gambar 2.20 Komentar <i>Followers</i> .....	46
Gambar 2.21 Komentar <i>Followers</i> .....	46
Gambar 2.22 Komentar <i>Followers</i> .....	46
Gambar 2.23 Komentar <i>Followers</i> .....	47
Gambar 2.24 Konten tiktok Abe sedang bermain di halaman rumah .....	48
Gambar 4.1 Komentar <i>Followers</i> .....	87
Gambar 4.2 Komentar <i>Followers</i> .....	88
Gambar 4.3 Komentar <i>Followers</i> .....	88



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>State Of The Art</i> .....	16
Tabel 1.2 Kerangka Penelitian.....	21
Tabel 2.1 Konten Abe .....	36



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Akun tiktok @abe\_daily mengunggah video seorang anak kecil yang sedang meminum sirup lemon, secara spontan anak kecil ini mengatakan bahwa minumannya “cecut”, sang ayah merekam kejadian tersebut dan akhirnya video itu *viral* yang kini sudah ditonton lebih dari 94 juta kali di TikTok. Anak kecil itu Bernama Dmitriev Abraham yang sering dipanggil Abe cecut, nama Abe cecut pun lahir dan kini telah menjadi seleb TikTok muda dengan total 7,3 juta pengikut. Akun @abe\_daily sudah banyak menghasilkan konten konten lucu abe cecut dengan papinya yang Bernama Christian Benny Hariyanto yang kerap dipanggil Papi Abe. Abe cecut sendiri seringkali dikenal lewat tingkah laku dan kata katanya yang lucu, Abe cecut masih sering salah dalam pengucapannya dan membuat banyak plesetan kata yang sering mengundang banyak perhatian *netizen*.

Abe cecut juga mempunyai panggilan untuk para *followersnya* yaitu *onty-onty* untuk Perempuan dan *angkel-angkel* untuk laki-laki. Suatu Ketika Abe cecut dan papi sedang melakukan siaran langsung di *Platform* TikTok kemudian Abe menyapa penonton tetapi Abe hanya menyapa *onty-onty*, beberapa hari kemudian banyak *angkel-angkel* yang membuat video kecewa terhadap Abe cecut karena yang

disapa hanya *onty-onty*. Kemudian Abe cekut membuat klarifikasi permintaan maaf kepada *angkel-angkel* dan membuat para *fans* nya semakin gemas karena tingkah lucu Abe cekut. Banyak netizen yang mengungkapkan protes dalam bentuk candaan seperti “onty-onty makan dulu angkel-angkel asam lambung”.



Gambar 1.1 Tangkapan Layar Konten tiktok @abe\_daily (Sumber akun Tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 05 Mei 2024)

Selain itu, Abe cekut lebih dikenal banyak orang karena perkataanya sempat diikuti oleh Rayyanza yaitu anak dari pasangan selebritis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Lagu sesaat kau hadir yang dipopulerkan oleh Utha Likumahuwa sempat ramai lagi karena ada lirik yang dinyayikan oleh Abe cekut menjadi “bersama bayanganmu kaci...” dengan mic brokoli di tempat perbelanjaan bersama kedua orang tua Abe. Video itu pun *viral* telah ditonton 62,5 juta kali dan diikuti oleh Rayyanza yang kemudian menambah perhatian dari

para penonton. Pada awal bulan juli 2024 akun tiktok @abe\_daily telah mendapatkan 246,5 juta like untuk total keseluruhan video yang telah diunggah.



Gambar 1.2 Profil akun Tiktok Abe (Sumber : akun tiktok @abe\_daily)

Selain video berdurasi pendek Abe cekut juga menggunakan salah satu fitur dari platform tiktok yaitu video siaran langsung atau *live* bersama dengan papi Abe. *Live* tersebut membagikan tingkah lucu Abe Bersama papi yang membuat penonton ikut tertawa sekaligus gemas dengan tingkah lucu Abe. Siaran langsung tersebut juga membahas tentang keseharian Abe dan keluarganya kemudian tanya jawab dengan *onty-onty* dan *angkel-angkel*. Selain tingkah lucu dan menggemaskan abe cekut *netizen* juga kagum dan cukup menarik perhatian banyak penonton karena kedekatan ayah dan anak dalam konten konten tersebut. Abe cekut menjadi semakin terkenal karena

banyak *followers* yang membagikan potongan potongan video tingkah lucu Abe saat *live* bersama papinya.



Gambar1. 3 Tangkapan Layar Video Viral Abe (Sumber : akun tiktok @abe\_daily)

Setelah konten Abe *viral* banyak juga merek-merek yang ingin bekerjasama dengan *kreator* cilik yang bernama Abe. Awalnya Abe sedang melakukan siaran langsung dengan papi Abe kemudian Abe mengatakan “ultra mimi” lalu papi Abe menjawab “tak des tak des” dari situlah Abe menjadi *Brand Ambassador* dari produk ultra mimi. Papi Abe dan Abe ceket *membranding* dengan konten konten seru kedekatan ayah dan anak yang mungkin di Indonesia jarang sekali melihat kedekatan ayah dan anak, kebanyakan seorang anak lahir dan dekat dengan seorang ibu, sang ayah hanya memfasilitasi perkara hidup anak anaknya. Kedekatan antara ayah dan anak pada *platform* tiktok ini banyak mengundang perhatian *netizen*. Banyak penonton yang mengomentari dengan kata kata lucu dan candaan yang kadang menjadi inspirasi konten papi Abe dan Abe ceket. Fenomena ini menarik karena secara budaya, peran ayah dalam

keluarga di Indonesia sering kali masih dipersepsikan sebagai pencari nafkah utama, sementara aspek emosional dan pengasuhan anak lebih banyak diasosiasikan dengan ibu. Kehadiran akun @abe\_daily menentang stereotip tersebut dan memperlihatkan sisi emosional, hangat, dan terlibat dari sosok ayah. Lebih dari sekedar hiburan, konten ini mengandung pesan sosial dan dapat membentuk persepsi masyarakat khususnya followers, tentang bagaimana seharusnya peran ayah dijalankan dalam kehidupan modern. Pengikut yang menonton konten akan menilai terhadap bonding yang ditampilkan. Karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana persepsi followers terhadap akun ini terbentuk.

Di Indonesia pada tahun 2021 berdasarkan data dari United Children's Fund (UNICEF) merupakan golongan negara dengan tingkat fatherless yang cukup tinggi. Fatherless merupakan kondisi dimana seseorang kehilangan sosok ayah atau kehilangan peran ayah dalam hidupnya, kondisi ini membuat anak tidak dekat dengan ayahnya padahal sosok ayah sangat penting dalam pertumbuhan anak. Banyak anak yang hidup fatherless mengalami berbagai gangguan perilaku yang berkaitan dengan emosionalnya biasanya berdampak depresi, cemas, hingga merasa dirinya tidak diinginkan siapapun. Ketidakhadiran sosok ayah ini bisa disebabkan karena kematian hingga perceraian kedua orang tua mereka, ketidakhadiran ayah biasanya karena tidak adanya peran ayah baik secara fisik

maupun psikologis pada kehidupan anak. Kadang juga ada yang hadir secara fisik namun secara psikologis tidak memenuhi kewajibannya sebagai ayah juga bisa dikatakan sebagai *fatherless*. Ketidakhadiran peran seorang ayah menjadi masalah utama karena disebabkan adanya masalah dalam kehidupan rumah tangga yang mengakibatkan terpisahnya hubungan kedekatan ayah dan anak, banyak yang masih tinggal serumah namun ayah tidak menjalankan perannya dalam hal pengasuhan.

Kedekatan ayah anak yang dibagikan pada *platform* tiktok sedang menjadi *trend* di sosial media, konten *kreator* banyak membuat konten dengan anak-anak mereka untuk menarik perhatian *followers*. Apalagi *platform* tiktok yang saat ini juga sedang *viral* dan banyak diakses oleh seluruh penggunanya di penjuru dunia. Beberapa *kreator* yang membuat konten kedekatan ayah dengan anak-anak mereka yaitu Shabiralala dan Ayah, Mazzaya dan Daddy, Papi dan Aleeya dan masih banyak lagi.



Gambar 1.4 Tangkapan layar Profil Akun Tiktok Daddy Mazaya (Sumber : akun tiktok @daddynmazaya)



Gambar 1.5 Tangkapan layar Profil Akun Tiktok Lala Dan Ayah (Sumber : akun tiktok @shabiraaulaaulaadnan)

Hubungan ayah dan anak sering disebut sebagai *bonding*, *bonding* merupakan ikatan emosional yang kuat antara orang tua dan anak yang terbentuk melalui interaksi positif. *Bonding* akan

membantu anak membangun rasa percaya diri, rasa aman, dan cinta dalam menghadapi tantangan dan membentuk kepribadianya. Setiap anak akan memiliki keinginan untuk dekat dengan orang tuanya, begitupun orang tua juga ingin dekat dengan anaknya.

Video-video Abe cekut yang diunggah pada *platform* tiktok, tiktok merupakan sebuah *platform* digital yang digunakan sebagai sarana media hiburan dan edukasi serta informasi. Tiktok merupakan aplikasi berbagi konten video durasi pendek yang *popular* sejak tahun 2017. Tiktok saat ini tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga menjadi media informasi dan promosi yang menarik dan efektif. Tiktok menjadi salah satu sosial media yang banyak diakses oleh kalangan terutama generasi muda.

Tiktok memungkinkan pengguna dengan mudah membuat dan membagikan konten-konten kreatif yang dapat berupa musik, tarian, candaan, atau pandangan terhadap kehidupan sehari-hari. Sejak dikeluarkan tiktok telah mengalami pertumbuhan pesat dalam jumlah pengguna aktif di seluruh dunia. Dalam beberapa tahun terakhir tiktok menjadi pilihan utama selebritas dan *brand* untuk berbagi konten dan berinteraksi dengan *audiens* mereka. Generasi muda menggunakan aplikasi tiktok ini untuk sarana penyaluran bakat dan kreativitas diri kepada khalayak yang mungkin belum dapat tersampaikan. Hasil konten kreatif yang diunggah menjadikan seseorang sebagai konten *kreator*, seleb tiktok, artis bahkan sebagai profesi yang sebelumnya

mereka inginkan. Tiktok menjadi media sosial yang paling banyak dipakai *generasi Z* sebagai sumber informasi pada tahun 2022. Berdasarkan hasil survei 24% dari generasi kelahiran 1997 – 2012 itu yang menggunakan tiktok untuk media mencari sebuah informasi (Jakpat 2023). Tiktok berkembang dengan baik di Indonesia, aplikasi ini dapat menarik minat dan perhatian dari berbagai kalangan. Namun Tiktok pernah di blokir di Indonesia pada Juli 2018 karena tercatat lebih dari 2000 laporan dianggap sebagai media yang menyebarkan konten negatif kepada anak anak. Namun setelah adanya berbagai pertimbangan Tiktok dapat di unduh kembali pada bulan Agustus 2018 dengan syarat pengguna harus minimal 11 tahun. Terlepas dari permasalahan tersebut, tiktok tidak hanya media berbagi konten saja melainkan juga sebagai media pembelajaran dan sumber informasi serta promosi.

Di dalam aplikasi tiktok terdapat *fitur-fitur* yang dapat digunakan oleh penggunanya seperti *live*, filter dan efek, sound musik dan lainnya. Video tiktok juga berpengaruh dari seberapa banyak dan interaksi penonton memberikan komentar , like , dan membagikan video tersebut berulang kali. Semakin banyak interaksi penonton maka semakin banyak pula video akan menjadi terkenal dan disebut *FYP (For Your Page)*.

Konten adalah suatu alat yang digunakan untuk media berkomunikasi antar pengguna media elektronik. Konten adalah alat

yang paling kuat yang kita miliki untuk menarik perhatian, mendidik, dan menginspirasi (Ann Handley). Konten adalah segala sesuatu yang diciptakan dan dipersembahkan sebagai bagian dari suatu pengalaman. Konten terdapat beberapa jenis diantaranya adalah Artikel blog, video, infografis, *podcast*, gambar dan grafis, post media sosial, testimonial dan studi kasus, *quiz*, *live streaming* dan masih banyak lagi, setiap jenis konten memiliki karakteristik sendiri tergantung pada tujuan dan strategi komunikasi yang dicapai.

Konten tiktok merupakan jenis video yang berdurasi pendek dibuat dan dibagikan oleh pengguna *platform* tiktok. Jenis konten yang biasanya dibuat dalam *platform* tiktok diantaranya tarian dan *challenge*, *lip syncing*, komedi, tutorial edukasi, *vlog* singkat.

Media sosial saat ini menjadi bagian kehidupan bagi Masyarakat. Media sosial juga menjadi bagian untuk sebagian orang mencari penghasilan kebutuhan hidup. Tidak hanya orang dewasa namun anak - anak pun turut hadir di media sosial sebagai objek mendapatkan penghasilan. Orang tua awalnya hanya membagikan tingkah lucu anaknya namun lama kelamaan menjadi alasan untuk popularitas dan keuntungan *finansial*. media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Data dari kementerian komunikasi dan informatika (Kemkominfo atau Kominfo) tahun 2013 mengungkapkan pengguna internet saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persen menggunakan internet untuk

jejaring sosial.

Persepsi merupakan pengertian atau tangkap rasa yang berkaitan dengan bagaimana seseorang memahami atau menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang diterima melalui panca Indera (Kamus Besar Bahasa Indonesia, KBBI). Persepsi dalam konteks media sosial merupakan cara individu memahami dan menginterpretasikan konten yang mereka lihat dalam proses ini dipengaruhi beberapa elemen yang dapat membentuk sudut pandang seseorang terhadap konten tersebut. Elemen elemen tersebut adalah pengalaman pribadi, lingkungan sosial dan budaya, emosi, aspek visual dari konten tersebut, pesan dan narasi, interaksi dan keterlibatan pengguna dengan konten.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komentar dan sudut pandang *audiens* tentang hubungan *bonding* ayah dan anak yang ditampilkan pada konten tiktok @abe\_daily mengingat bahwa di Indonesia kedekatan ayah dan anak masih sangat jarang dan banyak anak-anak mengalami *fatherless* atau kehilangan peran sosok ayah. Dalam konten - konten yang dibagikan pada akun tiktok @abe\_daily banyak komentar *followers* dan kebanyakan positif nah dari sini saya ingin meneliti bagaimana sudut pandang *followers* tentang kedekatan hubungan ayah dan anak pada akun ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi *followers* terhadap hubungan *bonding* ayah anak pada akun tiktok @abe\_daily?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi atau sudut pandang *followers* terhadap hubungan *bonding* ayah dan anak pada konten tiktok @abe\_daily.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang bisa diambil dari penelitian ini, antara lain :

### 1.1.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian Ilmu Komunikasi terutama membahas mengenai media sosial. Dengan analisis mengenai persepsi atau sudut pandang terhadap suatu konten media sosial dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa terutama Ilmu Komunikasi agar menjadi acuan penelitian selanjutnya.

### 1.1.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi

atau acuan bagi pembuat konten dalam menciptakan konten yang dapat menarik perhatian *audiensya*, dan para *audiens* dapat memilih dan memilah konten-konten yang mempunyai edukasi serta informasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan. *Audiens* juga dapat melihat kedekatan ayah dan anak tidak hanya sebatas konten namun juga dipraktikkan dalam kehidupan nyata.

### 1.1.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan dan panduan dalam menganalisis dan mengidentifikasi ekspektasi penonton terhadap suatu konten. Dengan memahami persepsi penonton, pembuat konten dapat lebih baik menciptakan karya-karya yang dapat diterima oleh penonton sehingga berpotensi baik pada pengembangan konten secara positif.

## 1.5 Kerangka Penelitian

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara pandang atau pola berpikir mengenai keseluruhan proses, format, dan hasil penelitian. Paradigma adalah pola atau kerangka acuan yang digunakan untuk memahami suatu fenomena, teori, atau cara pandang terhadap dunia. Menurut Harmon paradigma adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan

melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas (Moleong, 2018).

Menurut Bogdan paradigma adalah kumpulan longgar sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi logis terkait yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian. Berdasarkan pengertian-pengertian diatas paradigma merupakan acuan bagi peneliti dalam menentukan kerangka berpikir dalam melakukan penelitian terhadap masalah penelitiannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme.

Paradigma konstruktivisme atau Interpretatif adalah paradigma atau sudut pandang dalam ilmu sosial dan komunikasi yang mendasarkan pengetahuan dan realitas sosial merupakan hasil dari konstruksi atau pembentukan oleh manusia melalui interaksi sosial dan proses pemaknaan. Konstruktivisme berpandangan bahwa realitas tidak bersifat objektif atau mutlak, melainkan dibentuk secara sosial melalui interaksi, pengalaman, dan interpretasi individu atau kelompok. Konstruktivisme menekankan peran penting Bahasa dan komunikasi dalam membentuk realitas sosial yang dibentuk melalui interaksi komunikasi. Konstruktivisme melihat media bukan sebagai cermin namun sebagai agen yang aktif dalam mengkonstruksi realitas sosial.

Dalam penelitian ini konstruktivisme dapat menemukan bagaimana penonton secara aktif mengkonstruksi makna dari konten yang mereka lihat, memahami bagaimana persepsi yang mungkin muncul dari penonton yang berbeda, melihat bagaimana akun @abe\_daily sebagai pembuat konten yang berperan dalam mengkonstruksi hubungan *bonding* ayah-anak melalui *platform* tiktok.



### 1.5.2 State of The Art

NO	<i>State of The Art</i>	
1.	Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa Bandung Pada Konten <i>Podcast</i> Deddy Corbuzier
	Penulis	Muhamad Rifqi Slamet, Tia Muthiah Umar Universitas Islam Bandung 2023
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teori yang digunakan adalah analisis persepsi.
	Hasil Penelitian	Disampaikan bahwa <i>podcast</i> memiliki efek kognitif karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan individu akan pengetahuan yang sebelumnya mereka tidak ketahui.
2.	Judul Penelitian	Persepsi Penonton Film Budi Pekerti terhadap <i>Cyberbullying</i>
	Penulis	Arel Rizky Pratama , Subhan Widiansyah Pada Tahun 2024 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi Stuart Hall. Teori yang digunakan adalah encoding-decoding Stuart Hall
	Hasil Penelitian	Menemukan bahwa dari lima informan, empat berada pada posisi dominan, menerima pesan film untuk bijak dalam menggunakan media sosial dan menolak dalam Tindakan <i>cyberbullying</i> dan satu informan berada pada posisi negosiasi menerima pesan etika dari film tetapi menganggap <i>cyberbullying</i> sebagai fenomena sosial yang wajar

3.	Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Konten Edukasi Skincare Pada Akun Tiktok @drrichardlee
	Penulis	Raya Ayu Athaya pada Tahun 2023 Universitas Semarang
	Metode Penelitian	Metode kualitatif deskriptif dengan teori <i>New Media</i>
	Hasil Penelitian	Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang yang mengikuti akun tiktok @drrichardlee adalah konten edukasi tersebut dapat memberikan edukasi kepada mahasiswa karena dapat menambah pengetahuan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Semarang tentang bahayanya menggunakan <i>skincare</i> yang belum terdaftar BPOM. Konten edukasi <i>skincare</i> pada akun tiktok @drrichardlee dapat menyadarkan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Semarang untuk tidak sembarangan menggunakan <i>skincare</i> wajah yang berbahaya dan membuat mahasiswa beralih menggunakan <i>skincare</i> yang aman

Tabel 1.1 State of The Art

Berdasarkan *State of The Art* diatas ketiganya memiliki perbedaan dan kesamaan yang terletak pada subjek penelitian, objek penelitian, tujuan penelitian, teori yang digunakan, dan metode yang digunakan.

Pada penelitian pertama yang ditulis oleh Muhamad Rifqi Slamet dan Tia Muthiah Umar yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Bandung pada konten *Podcast* Deddy Corbuzier”, Objek penelitiannya adalah Persepsi. Subjek penelitiannya adalah Mahasiswa Bandung. perbedaan dengan penelitian ini adalah Rifqi dan Tia menggunakan teori analisis Persepsi dan Penelitian ini menggunakan teori Penilaian Sosial (*Social Judgement Theory*) dan paradigma konstruktivisme. sedangkan persamaanya terletak pada pendekatan kualitatif dan sama sama mengambil judul tentang Persepsi dalam sebuah konten.

Pada penelitian kedua yang ditulis oleh Arel Rizky Pratama dan Subhan Widiansyah dengan judul Persepsi Penonton Film Budi Pekerti terhadap *Cyberbullying*. Objek penelitiannya adalah Persepi Penonton mengenai tema, Subjek Penelitiannya adalah Penonton Film Budi Pekerti. Perbedaanya terletak pada subjek dan objek. Persamaanya dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis resepsi dan teori decoding encoding

Struat Hall.

Penelitian ketiga yang ditulis oleh Raya Ayu Athaya dengan judul “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Konten Edukasi Skincare Pada Akun Tiktok @drrichardlee”. Objek penelitiannya adalah konten edukasi skincare di akun tiktok @drrichardlee. Subjek penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Perbedaannya penelitian Raya menggunakan metode analisis deskriptif dengan teori new media sedangkan penelitian ini menggunakan analisis resepsi dan teori encoding decoding. Persamaanya sama sama meneliti persepsi seseorang terhadap konten tiktok.

### **1.5.3 Teori Penilaian Sosial (*Social Judgement Theory*)**

Teori penilaian sosial disusun berdasarkan penelitian Muzafer Sherif bersama dengan Carolyn W Sherif dan Carl L Hovland yang berupaya memperkirakan bagaimana seseorang menilai suatu pesan dan bagaimana sistem kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya. Teori penilaian sosial merupakan teori yang berfokus bagaimana khalayak membuat penilaian mengenai pesan atau pernyataan yang didengar dari komunikator. Menurut Sherif kita selalu membuat acuan, kita sering menduga panjang sesuatu tanpa alat pengukur panjang, menentukan usia seseorang berdasarkan fisiknya. Proses yang sama juga berlaku dalam menilai pesan komunikasi

yang disebut persepsi sosial. Dalam melakukan penelitian ini Sherif mengungkapkan sejumlah responden diminta pendapatnya terhadap sejumlah pernyataan mengenai berbagai topik. Mereka kemudian diminta untuk mengelompokkan berbagai pernyataan itu berdasarkan kesamaanya. Responden diminta menandai kelompok mana yang bisa diterimanya, mana yang ditolak dan yang netral.

Peran dari teori penilaian sosial terhadap komunikasi yaitu memberikan penilaian untuk menerima atau menolak pesan berdasarkan dua hal yaitu acuan internal dan keterlibatan ego. Namun demikian proses penilaian ini menimbulkan distorsi (penyimpangan). Efek pertentangan akan terjadi bila individu menilai suatu pesan menjadi lebih jauh dengan pandangannya sendiri (Muzafer, Nebergall, Roger E 1965). Muzafer Sherif dalam teori penilaian sosial menyatakan bahwa :

Pertama, *Latitude of acceptance* yaitu suatu argumen yang masuk dalam wilayah penerimaan akan lebih mampu membujuk dibandingkan dengan argument yang berada diluar penerimaan wilayah.

Kedua *Latitude of rejection* yaitu penolakan pesan. Suatu argumen atau pesan masuk dalam wilayah penolakan maka perubahan akan berkurang atau tidak ada.

Ketiga *Latitude of noncommitment* argumen atau pesan yang diterima berada antara wilayah penerimaan dan wilayah penolakan, maka muncul wilayah netral dan memungkinkan perubahan sikap terjadi.

Semakin besar keterlibatan ego maka semakin luas wilayah penolakan, semakin kecil wilayah netral maka akan semakin kecil perubahan sikap. Perubahan sikap jauh lebih mudah dilakukan terhadap individu yang tidak memiliki ego dalam isu dibandingkan dengan mereka yang mempunyai ego (Morissan 2013: 82- 83). Peneliti menggunakan teori penilaian sosial sebagai acuan untuk mendukung proses penelitian bagaimana pengikut merespon atau menilai pesan tentang peran ayah apakah mereka menganggap positif, berlebihan, atau biasa saja.

#### 1.5.4 Kerangka Penelitian



Tabel 1.2 Kerangka Penelitian

## 1.6 Operasionalisasi Konsep

### 1.6.1 Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif dimana individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterima dari lingkungan melalui Indera mereka untuk menciptakan gambaran yang bermakna. Persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokan, kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama (Sarlito Wirawan Sarwono, 2014:89).

Persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan kesan sensorinya dalam usahanya memberikan suatu makna tertentu dalam lingkungannya (Sondang P. Siagian, 2012: 100).

Tahap tahap persepsi:

- 1) Stimulasi Sensorik: melibatkan penerimaan stimulus organ sensorik seperti mata, telinga, hidung, lidah, kulit.
- 2) Organisasi: otak mengorganisir informasi yang diterima kedalam pola-pola yang bermakna interpretasi : individu

memberikan makna pada informasi yang telah diorganisir berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan ekspektasi mereka

- 3) Memori: informasi yang telah diinterpretasi kemudian disimpan dalam memori untuk digunakan di masa depan

Tujuan Persepsi :

- 1) Memahami apa yang disekitar kita
- 2) Menyediakan informasi yang diperlukan untuk membuat Keputusan
- 3) Memungkinkan kita untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan
- 4) Membantu kita mengidentifikasi ancaman dan peluang

### 1.6.2 Hubungan Ayah-Anak

Kelekatan merupakan hubungan psikologis antar manusia, yang terbentuk semenjak awal kehidupan anak, yang terjadi antara anak dengan pengasuh. Kelekatan tidak aman ditandai dengan adanya dimensi terkucilkan, cenderung mengalami masalah dalam perkembangan dan penyesuaiannya (Arif & Wahyuni, 2017). Ayah hanya berperan sebagai pencari nafkah tanpa memperhatikan peran sebagai pengasuh (Santrock, 2007).

Di Indonesia memiliki budaya *parenting* dimana peran ayah seringkali terbatas pada pemberian nafkah dan terkadang ada rasa segan untuk berperan lebih (Septiani & Nasution, 2017). Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduk menganut budaya patriarki dimana peran laki-laki lebih banyak dari aspek publik, sementara perempuan pada aspek domestik. Oleh sebab itu, Indonesia dijuluki sebagai *fatherless country*, negara tanpa keberadaan ayah secara psikologis karena minimnya peran ayah terhadap pendidikan keluarga (Kamila & Mukhlis, 2013).

Keterlibatan ayah dalam pengasuhan anak sangat penting, keterlibatan pengasuhan merupakan partisipasi aktif melibatkan fisik, *afektif*, dan kognitif dalam proses interaksi antara ayah dan anak yang memiliki fungsi mengakui anak sebagai pribadi (*endowment*), melindungi anak-anak dari sumber bahaya (*Protection*), dan berkontribusi pada pengambilan keputusan yang berpengaruh terhadap kesejahteraan anak, aktivitas bersosialisasi seperti pendisiplinan, pengajaran, dan perhatian (*Formation*), peran ayah sebagai pelaksana dan pendorong bagi perkembangan anak (Berns, 2007).

Beberapa peran ayah dalam kehidupan anak :

1. Mengajarkan perilaku baik
2. Menjadi panutan
3. Membangun kepercayaan diri
4. Membangun empati
5. Membangun motivasi

Seorang pria yang memiliki hubungan positif dengan ayah mereka di masa kecil lebih baik dalam mengatur tekanan emosional dan mengelola hubungan di kemudian hari daripada mereka yang tidak mendapatkan peran ayah di hidupnya. Ikatan ayah dan anak laki-laki lebih dari sekedar hubungan kekeluargaan tetapi berpengaruh untuk membentuk perjalanan seorang pemuda dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Anak laki-laki bergantung pada ayah mereka untuk mendapatkan bimbingan dan menjadi contoh tentang bagaimana berperilaku di dunia

### 1.6.3 Followers

Sosial media tentunya tidak bisa jauh dengan kata pengikut atau biasa disebut *followers*. Pengguna lain di suatu *platform* media sosial yang memilih untuk mengikuti akun tertentu dan menerima pembaruan konten yang diunggah oleh akun yang mereka ikuti adalah *followers*. Jumlah *followers* merupakan indikator penting dari kepopuleran suatu akun di

sosial media. Kualitas *followers* tidak hanya jumlahnya namun juga pengguna aktif yang berpotensi dan terlibat dengan konten yang diunggah. Manfaat memiliki banyak *followers* adalah meningkatkan jangkauan konten di media sosial, membangun kepercayaan bagi akun yang diikuti, meningkatkan peluang mendapatkan potensi konten *viral*, membuka peluang kerjasama dengan akun lain atau *brand* tertentu.

## 1.7 Metode Penelitian

### 1.7.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap *followers* akun tiktok @abe\_daily, Metode ini bertujuan untuk menggali wawasan mendalam tentang cara individu mengalami dan menjalani proses hidup mereka, memberikan makna, dan menguraikan pengalamannya tanpa menggunakan data statistik. Penelitian dengan metode kualitatif merupakan penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian yang meliputi perilaku, persepsi, motivasi, tindakan yang secara menyeluruh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada suatu konteks yang ilmiah (Moleong, 2018).

### 1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pengikut atau *followers* akun tiktok @abe\_daily yang menjadi responden dalam penelitian ini. Objek penelitian ini adalah hubungan *bonding* ayah-anak yang ditampilkan dalam konten akun tiktok @abe\_daily. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pengikut mempersepsikan atau memandang bagaimana hubungan *bonding* (kedekatan) antara ayah dan anak yang diperlihatkan melalui konten di akun Tiktok tersebut.

### 1.7.3 Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua berdasarkan sumbernya yaitu :

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitiannya. Data ini diperoleh dari sumber pertama atau subjek penelitian secara langsung. Data penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan pengikut atau *followers* akun tiktok @abe\_daily.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan peneliti secara tidak langsung. Data ini diperoleh dari sumber- sumber yang sudah ada bukan langsung dari subjek penelitian. Data penelitian ini diperoleh dari tangkapan layar konten dalam akun Tiktok @abe\_daily,

dari komentar dan interaksi pengguna pada video-video tersebut, melihat dari jumlah *share likes comments* dari video-video tersebut.

#### 1.7.4 Teknik Penentuan Informan

Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk menentukan informan. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif dimana peneliti memilih secara sengaja informan yang dianggap paling relevan dan informatif untuk menjawab pertanyaan penelitian.

dengan penelitian peneliti. Kriteria informan dalam penelitian ini tentunya pengikut atau *followers* aktif akun tiktok @abe\_daily, selalu mengikuti perkembangan konten tentang akun tersebut, bersedia menjadi informan dan diwawancarai memberikan informasi menurut pandangannya.

#### 1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara, merupakan suatu proses interaksi antara pewawancara dengan orang yang di wawancarai. Metode ini dilakukan dengan bertatap muka dengan responden. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara terstruktur yaitu peneliti mengajukan pertanyaan dan dijawab langsung oleh informan

dengan bebas dan terbuka. Pada penelitian ini yang akan menjadi sampel ada 5 pengikut akun tiktok @abe\_daily. Perolehan data kedua dengan cara dokumentasi yaitu tangkapan layar konten, dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2018:476).

#### 1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan unit-unit melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018:482).

Miles & Huberman megemukakan bahwa Teknik analisis data dilakukan dengan :

- 4) Reduksi Data (*data reduction*) : peneliti menyaring, merangkum, memilih data data yang penting untuk memfokuskan pada informasi yang relevan.
- 5) Penyajian Data (*Data Display*) : data yang telah direduksi disusun dalam bentuk yang mudah dipahami.

6) Simpulan & Verifikasi (*Conclusion drawing and verification*) : Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan (Sugiyono, 2018;252-253).

#### **1.7.7 Kualitas Data**

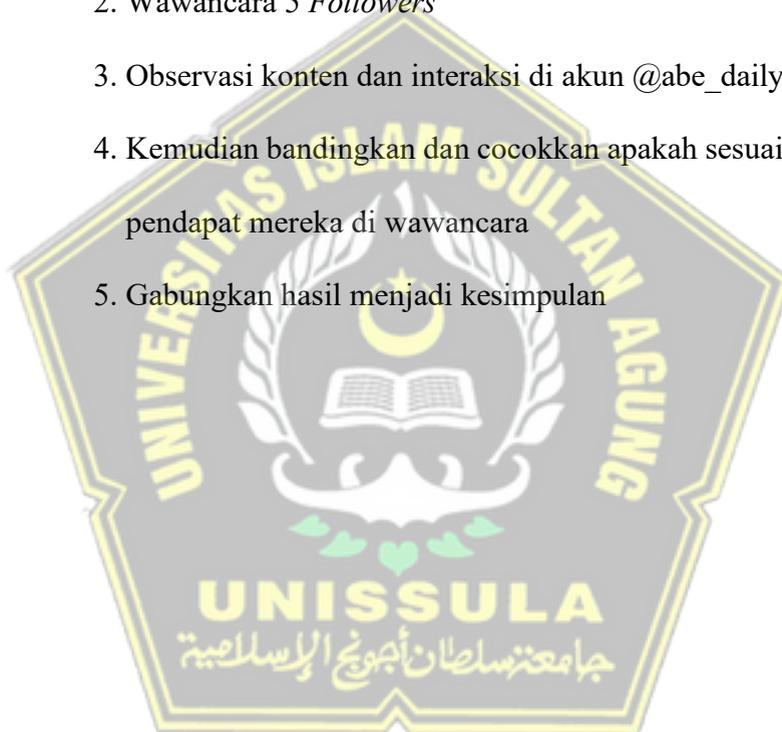
Kualitas data sangat penting dalam penelitian ini karena dapat mempengaruhi *validitas*, *reliabilitas*, dan *interpretasi* hasil. Pada penelitian ini kualitas data akan diuji menggunakan teknik triangulasi. Pendekatan untuk menggunakan lebih dari satu sumber data untuk membandingkan data terkumpul. Triangulasi sumber adalah teknik untuk menguji kredibilitas data dengan membandingkan dari berbagai sumber. Triangulasi teori adalah membandingkan informasi dari sudut pandang pada kesesuaian teori.

Triangulasi metode adalah teknik mengecek kelengkapan data serta memastikan data valid. Teknik yang dapat dilakukan adalah mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara atau dokumentasi,

menanyakan data yang diperoleh kepada informan lain, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

Cara kerja triangulasi data tersebut adalah :

1. Mengumpulkan data dari komentar *followers* di TikTok
2. Wawancara 5 *Followers*
3. Observasi konten dan interaksi di akun @abe\_daily
4. Kemudian bandingkan dan cocokkan apakah sesuai dengan pendapat mereka di wawancara
5. Gabungkan hasil menjadi kesimpulan



## BAB II

### PROFIL PENELITIAN

#### 2.1 Profil Akun TikTok “abe\_daily”

##### 2.1.1 Akun TikTok “abe\_daily”



Gambar 2.1 Tangkapan Layar Profil akun Tiktok Abe (Sumber : akun tiktok @abe\_daily)

Abe\_daily merupakan sebuah akun tiktok yang dikelola langsung oleh papi Abe, seluruh kontennya berisi tentang kelucuan dan aktivitas papi Abe dan Abe. Akun TikTok abe\_daily mulai membuat unggahan video pada 14 Juni 2023 dengan foto Abe pada saat kecil kemudian di buat jedag- jedug. Awal akun ini *viral* adalah cuplikan video Abe yang sedang minum obat lemon kemudian dia mengatakan

“cekut” papi abe mengabadikan kejadian tersebut dan diunggah pada akun tiktok abe\_daily. Video tersebut dilihat sudah lebih dari 100 juta penonton 5,7 juta *like* 31.000 komentar dan lebih dari 130.000 orang yang membagikan video tersebut. Kemudian video Abe sedang berbelanja di sebuah supermarket, Papi Abe menyodorkan brokoli dan bernyanyi, “Bersama....” kemudian disambung oleh Abe “bayanganmu kasih” dengan nada lucunya.

Semenjak kejadian tersebut Abe dan Papi abe sering membuat dan mengunggah konten pada akun tiktok Abe\_daily. Banyaknya penonton yang membagikan video video kelucuan Abe membuat Abe dan papinya semakin dikenal banyak orang, hingga rayyanza anak dari pasangan Raffi Ahmad dan Nagita Slavina ingin bertemu dan menirukan kelucuan Abe. Akun tiktok Abe\_daily sekarang sudah lebih dari tujuh juta pengikut dan lebih dari dua ratus juta *likes*.

### 2.2.1 Konten Abe dan Papi Abe



*Gambar 2.2 Tangkapan Layar Video Abe dan Papi Bermain  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada  
tanggal 20 Januari 2025)*

Orang tua dan anak yang aktif disosial media ini bernama lengkap Dmitriev Abraham dan Christian Benny Haryanto yang dikerap dipanggil papi Abe. Abe lahir pada 3 juli 2021 yang menganut agama Kristen. Papi Abe merupakan alumni Univeritas Brawijaya fakultas ekonomi bisnis, jurusan ilmu komunikasi. Berdasarkan profil di linkedin papi Abe memiliki pekerjaan sebagai direktur utama atau CEO PT INDO JAYA TRANSLOG. Sebelum menjadi CEO beliau sempat bekerja di PT Djakarta Llyod yang merupakan Perusahaan pelayaraan terkenal di Indonesia



perhatian *followers* dan penonton karena video Abe selalu *FYP (For Your Page)* atau wira wiri pada halaman beranda pengguna TikTok. Konten mereka selalu melibatkan bagaimana dekatnya hubungan ayah dan anak yang di jaman sekarang ini mungkin banyak anak kehilangan sosok peran ayah dalam kehidupannya. Contoh Konten – konten di akun @abe\_daily :

No	Konten
1.	<i>Missing lyric</i> di supermarket dengan mic Brokoli
2.	Membangunkan T-rex medium rare (abe)
3.	Papi gendong abe, abe membaca huruf yang tertera di depan Ruangan
4.	Abe menjadi dokter, papi menjadi pasien
5.	<i>Challenge</i> menirukan emoji

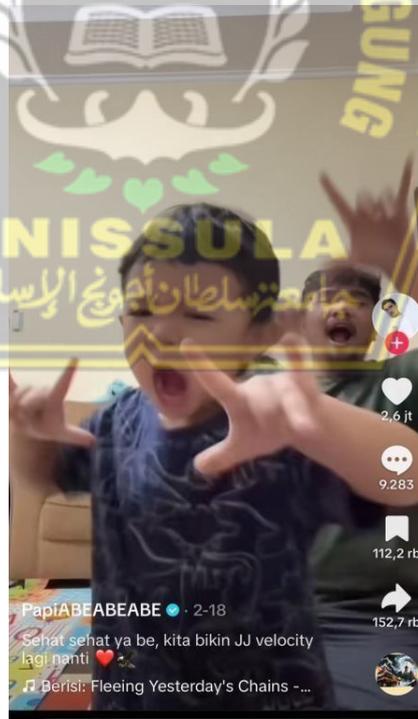
Tabel 2.1 Konten Abe

Selain Konten – Konten di atas akun TikTok @abe\_daily juga berisi tentang :

1. Video Bermain : video yang menampilkan ayah dan anak bermain bersama.



Gambar 2.4 Tangkapan Layar Abe dan Papi tebak huruf  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)

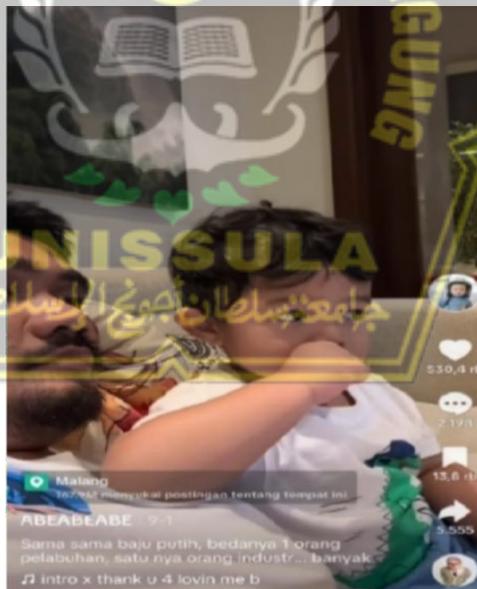


Gambar 2.5 Tangkapan Layar Konten Abe join trend  
Velocity(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal  
20 Januari 2025)





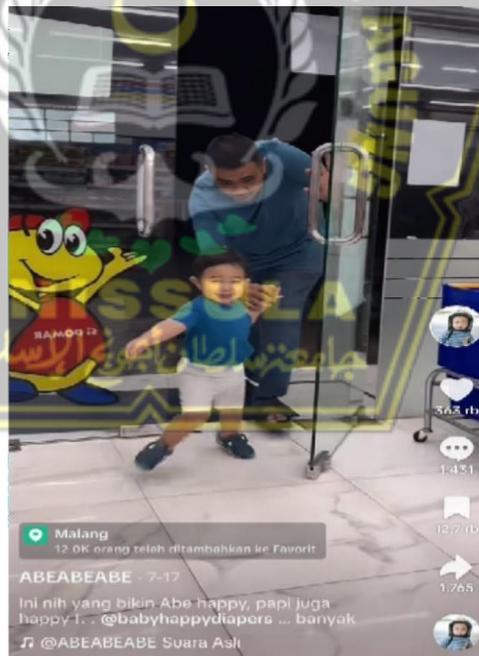
Gambar 2.8 Tangkapan Layar DeepTalk with Papi  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



Gambar 2.8 Tangkapan Layar Nobar With Papi  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



*Gambar 2.10 Tangkapan Layar Bernyanyi with Papi  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada  
tanggal 20 Januari 2025)*



*Gambar 2.11 Tangkapan Layar Belanja dengan Papi  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada  
tanggal 20 Januari 2025)*

3. *Endorse* : video yang menampilkan ayah dan anak sedang mempromosikan sebuah produk



*Gambar 2.12 Tangkapan Layar Endorse Ultramilk  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal  
20 Januari 2025)*



*Gambar 2.13 Tangkapan Layar Endorse Ultramilk  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20  
Januari 2025)*



*Gambar 2.14 Tangkapan Layar Endorse Koper (Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)*



*Gambar 2.15 Tangkapan Layar Endorse Makanan (Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)*



Gambar 2.16 Tangkapan Layar Endorse Makanan (Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



Gambar 2.16 Tangkapan Layar Endorse Pampers (Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)

## 1. Pengikut atau *followers* @abe\_daily

*Followers* merupakan pengikut atau pengguna sosial media yang memilih untuk mengikuti akun tertentu dikarenakan suka dengan kontennya ataupun ada konten-konten yang menurut mereka sesuai dengan mereka. *Followers* biasanya melihat konten yang dibagikan oleh akun tertentu, kemudian juga mendapatkan update tentang postingan – postingan akun tersebut. *Followers* biasanya tertarik dengan konten dan juga karakter pemilik akun. Semakin banyak pengikut atau *followers* maka semakin menarik konten tersebut, akun yang memiliki kredibilitas yang tinggi dan jangkauan informasi yang luas.

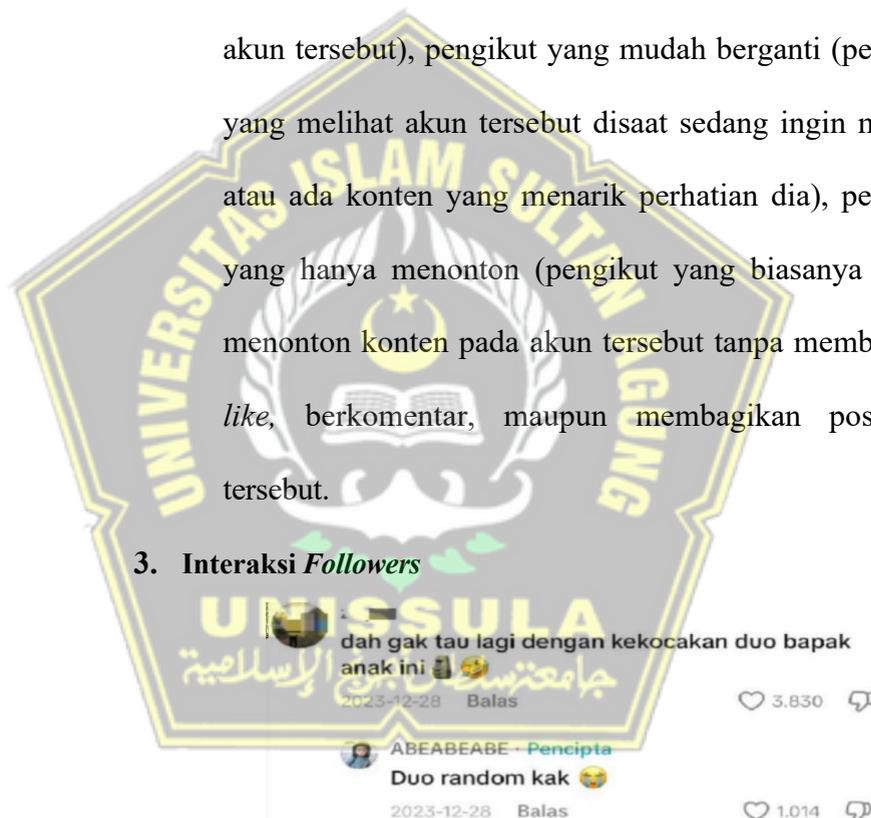
## 2. Karakteristik *followers*

- 1) Dilihat secara demografis : beragam jenis usia (remaja, dewasa, lansia) , berbeda jenis kelamin (Perempuan dan laki laki) , memiliki latar belakang dan pekerjaan yang berbeda-beda, tersebar di berbagai wilayah.
- 2) Motivasi mengikuti suatu akun : tertarik dengan konten tertentu, ingin mendapatkan suatu informasi dari akun tersebut, mencari hiburan, menyukai kreator atau pembuat konten tersebut, memiliki minat dan hobi yang sama.

3) Interaksi *followers* : ada yang aktif memberikan komentar ada juga yang pasif hanya melihat konten tersebut, ada juga yang sering memberikan *like* dan membagikan konten tersebut.

4) Tipe *followers* : pengikut setia ( pengikut yang sering melihat, membagikan dan selalu menunggu *update* dari akun tersebut), pengikut yang mudah berganti (pengikut yang melihat akun tersebut disaat sedang ingin melihat atau ada konten yang menarik perhatian dia), pengikut yang hanya menonton (pengikut yang biasanya hanya menonton konten pada akun tersebut tanpa memberikan *like*, berkomentar, maupun membagikan postingan tersebut).

### 3. Interaksi *Followers*



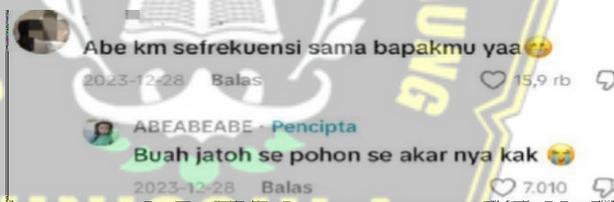
Gambar 2.18 Tangkapan Layar Komen Followers  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



Gambar 2.19 Tangkapan Layar Komen Followers  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



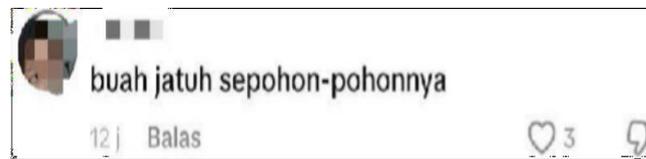
Gambar 2.20 Tangkapan Layar Komen Followers  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



Gambar 2.21 Tangkapan Layar Komen Followers  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



Gambar 2.22 Tangkapan Layar Komen Followers  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)



*Gambar 2.22 Tangkapan Layar Komen Followers  
(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)*

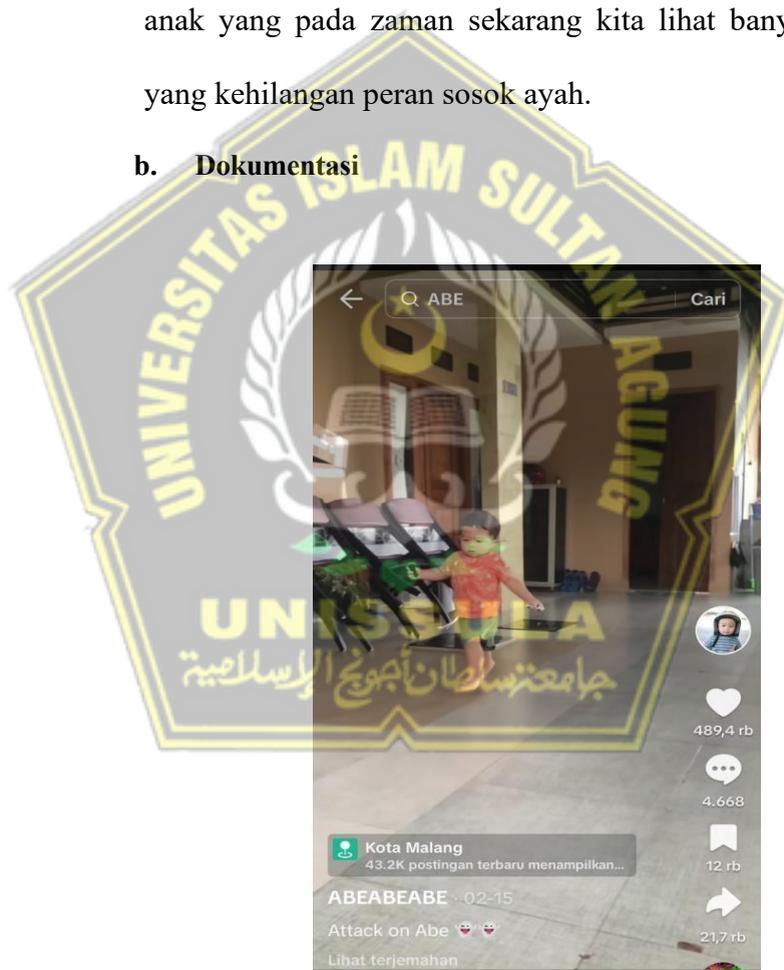
Para netizen yang kerap disapa *Aunty* dan *Uncle* oleh Abe serta Papi Abe ini selalu aktif dalam memberikan komentar di berbagai konten lucu yang diunggah oleh Abe, terutama video-video yang menampilkan tingkah lakunya yang menggemaskan dan menghibur, sehingga tak heran jika setiap unggahan Abe selalu dibanjiri oleh reaksi serta tanggapan dari para pengikutnya yang merasa terhibur dengan kelucuannya; lebih menarik lagi, komentar-komentar dari para netizen ini sering kali mendapat balasan yang tak kalah jenaka dari Papi Abe, yang dengan gaya khasnya mampu menambah keseruan dalam interaksi di kolom komentar, menciptakan suasana yang semakin hidup dan penuh tawa di antara mereka.

#### **a. Konten**

jenis konten yang disajikan dalam akun tiktok @abe\_dailiy tentang interaksi ayah dan anak. Dalam video postingan akun tersebut biasanya menampilkan aktivitas keseharian abe dan ayahnya, momen bermain abe

dan ayahnya, edukasi, mempromosikan barang barang yang menjadikan abe dan ayahnya sebagai brand ambassador. Penyajian video video pada akun tiktok ini adalah *vlog* dan juga *live streaming*. Durasi video yang disajikan berkisaran 15 – 60 detik. Fokus utama konten – konten tersebut adalah memperlihatkan bagaimana kedekatan antara ayah dengan anak yang pada zaman sekarang kita lihat banyak anak yang kehilangan peran sosok ayah.

**b. Dokumentasi**



*Gambar 2.23 Tangkapan Layar Konten tiktok Abe sedang bermain di halaman rumah(Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)*

Lokasi tempat Abe dan ayahnya membuat konten biasanya dirumah yang bertempat tinggal di Malang, Jawa Timur. Aktivitas yang biasanya direkam adalah keseharian Abe dengan ayahnya yang senang bercanda dan bermain Bersama hingga melakukan *challenge* dan game Bersama. Ada juga konten yang menampilkan Abe dan ayahnya sedang kompak menjahili mami stego yaitu mama dari Abe cekut, istri dari ayah Abe. Interaksi penonton pun tak kalah seru ada yang berkomentar lucu hingga pujian pujian untuk Abe dan ayahnya.

**c. Fitur fitur tiktok**

Tiktok adalah sebuah aplikasi yang menampilkan video video hiburan lipsing hingga dance yang sedang viral didalam tiktok terdapat filter filter yang mendukung penggunaanya membuat konten dan diupload pada aplikasi tiktok. Tiktok memiliki menu yang terletak bagian bawah diantara lain adalah :

*a. Home page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan video video dari sesama pengguna.

*b. Comments*

Sebagai layanan sosial media menyediakan fitur komentar. Caranya tekan icon balon yang

tengahnya terdapat titik tiga kemudian ditulis kesan pesan mengenai video tersebut kemudian tekan tombol send atau kirim

c. Profil

Profil dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna baik dari profil milik akun pribadi ataupun sesama pengguna tiktok.

d. Kotak masuk

Kotak masuk merupakan tempat mengirim pesan sesama pengguna. Jika pengguna tidak saling mengikuti maka tidak akan bisa saling mengirim pesan

e. *Story*

Di dalam aplikasi tiktok terdapat fitur *story* yang dibuat oleh sesama pengguna yang saling mengikuti. *Story* merupakan menu yang menampilkan foto dan video yang dibuat oleh pengguna yang akan terlihat dalam turun waktu satu menit akan berganti pada *story* selanjutnya. *Story* akan hilang dalam turun waktu 24 jam.

Toko merupakan sebuah menu pada akun tiktok yang menyediakan tempat untuk berbelanja secara online. Pengguna tiktok dapat berbelanja secara online seperti berbelanja pada *e-commers* lainnya. Pengguna

dapat berbelanja dan bertransaksi secara COD (*cash on delivery*), transfer akun virtual, kartu debit, dana, ovo, dan gopay.



### BAB III

#### TEMUAN PENELITIAN

Bab ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara menyajikan hasil data penelitian mengenai persepsi *followers* tentang hubungan *bonding* ayah dan anak pada akun tiktok @abe\_daily. Peneliti akan memaparkan hasil penelitian secara kualitatif berdasarkan wawancara terhadap beberapa informan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi pengikut akun tiktok @abe\_daily dalam hubungan *bonding* ayah anak.

Peneliti akan menguraikan data dari hasil penelitian yang sudah dikumpulkan dari beberapa informan yang telah diwawancarai. Data informan diambil dari hasil wawancara kepada informan. Informan yang ditemui adalah *followers* akun tiktok @abe\_daily yang menikmati dan mengikuti konten-konten yang diunggah oleh akun tersebut. Dalam tahap analisis yang dilakukan peneliti adalah Menyusun daftar seputar wawancara, mengumpulkan data, dan melakukan analisis terhadap data secara mandiri.

Data yang disajikan berbentuk hasil utama dari penelitian beserta hasil evaluasi atas informasi tersebut. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung melalui metode wawancara mendalam dengan narasumber.

### 3.1 Identitas Informan

Di dalam penelitian ini informan merupakan seseorang yang memiliki pemahaman untuk memberikan informasi tentang masalah penelitian, informasi yang akan diperoleh berupa data panjang yang diperoleh dari hasil wawancara yang berhubungan dengan masalah yang akan disajikan sebagai putusan yang berdasar pada alasan dan pertimbangan yang memperhatikan hati Nurani (justifikasi). Pembeneran alasan, pertimbangan, bukti, Keputusan yang diambil menjadi wajar atau benar. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara mendalam kepada lima orang informan yaitu :

#### 3.1.1 Identitas Informan Pertama

Nama : Cindy Aprilia

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 27 Tahun

Informan pertama merupakan ibu muda yang mempunyai 1 anak berusia 8 bulan yang bekerja di satu bisnis *Food and Beverage (FNB)* di daerah Boyolali. Peneliti memposisikan cindy sebagai seorang ibu yang telah mempunyai anak dan bagaimana reaksi cindy melihat konten tersebut. Alasan peneliti menjadikan Cindy sebagai informan karena dia merupakan ibu muda yang bisa merasakan ikatan *bonding* antara orang tua dan anak, kemudian cindy juga merupakan pengikut akun tiktok *@abe\_daily* selama lebih dari 1 tahun dan terkadang juga ikut berkomentar atas

reaksi pada konten konten milik akun tersebut.

### 3.1.2 Identitas Informan Kedua

Nama : Istyanar

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Informan kedua merupakan seorang mahasiswi di salah satu perguruan tinggi di Salatiga. Peneliti memosisikan Istyanar sebagai seorang anak. Alasan peneliti memilih isty sebagai informan dikarenakan isty sudah menjadi pengikut akun Abe sejak Abe viral pada tahun 2023 atau 1 tahun lebih. Dan ternyata isty juga suka dengan konten konten yang diunggah pada akun tersebut. Walaupun isty belum menikah dan belum mempunyai anak tetapi ada rasa senang dari akun tersebut karena kedekatan abe dan ayah juga sama dengan kedekatan isty dengan papa nya.

### 3.1.3 Identitas Informan Ketiga

Nama :

Dananjaya Jenis

Kelamin : Laki - Laki

Usia : 25

Tahun

Informan ketiga merupakan seorang laki laki yang bekerja di satu perusahaan *food and baverage (FNB)* di daerah Boyolali dan merupakan seorang Manager. Peneliti memosisikan Danan sebagai Ayah yang tidak begitu dekat

dengan anak. Alasan peneliti memilih Danan sebagai informan dikarenakan Danan mengikuti akun @abe\_daily tetapi dia bukan penggemar Abe atau Papi maka dari itu saya ingin tahu apa yang menyebabkan dia mengikuti akun tersebut.

#### 3.1.4 Identitas Informan Keempat

Nama : Muhammad

Prasetya Jenis Kelamin : Laki-  
Laki

Usia : 30 Tahun

Informan Keempat merupakan seorang Ayah 1 anak, dia bekerja sebagai karyawan swasta di salah satu bank di Boyolali. Informan ternyata juga *followers* pada akun tiktok ini karena anak kecil yang ada pada akun tersebut menarik. Tetapi informan dengan anaknya tidak begitu dekat dikarenakan tuntutan pekerjaan yang sedang dia jalani.

#### 3.1.5 Identitas Informan Kelima

Nama : Divania Yulia

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Informan Kelima merupakan remaja yang bekerja di kantor pos boyolali. Dia merupakan *followers* Abe sejak viral pada akhir tahun 2023 lalu. Informan mempunyai latar belakang yang tidak begitu dekat dengan ayahnya hanya sekedar pamit

bekerja, meminta sanga di luar itu divania dan ayahnya jarang bertegur sapa dikarenakan kehadiran ayah yang mempunyai lebih sedikit waktu dirumah

### 3.2 Temuan Penelitian

Untuk mengetahui persepsi tentang hubungan *bonding* ayah dan anak pada akun tiktok @abe\_daily peneliti akan menyajikan Langkah-Langkah melakukan wawancara dan pengumpulan dokumen. Untuk mendapatkan penjelasan dan jawaban maka peneliti mengajukan pertanyaan – pertanyaan yang nantinya akan di paparkan dalam wawancara tersebut.

#### 3.2.1 Persepsi tentang Hubungan *Bonding* Ayah-Anak

Persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokan, kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama (Sarlito Wirawan Sarwono, 2014:89).

Dalam penelitian ini mungkin jawaban dari informan merupakan jawaban umum yang biasa mereka ketahui dan belum ada jawaban yang berbeda dari ketiga informan tersebut.

Dari hasil wawancara kelima informan tersebut memberikan jawaban yang berbeda beda diantaranya adalah Informan pertama Kak Cindy mengatakan bahwa “*bonding* adalah pola

asuh orang tua dengan anak atau kedekatan antara orang tua dan anak”. Bagi cindy *bonding* hubungan ayah anak berartikan sebagai kedekatan khusus dari orang tua dengan anak anaknya. Adapula jawaban dari informan kedua yaitu Istyanar “ikatan hubungan dari orangtua untuk anak”.

Menurut pendapat Istyanar *bonding* merupakan ikatan orangtua untuk anaknya dan hampir sama dengan jawaban informan pertama. Kemudian jawaban dari informan ketiga yaitu Danan memaparkan bahwa *bonding* merupakan perkembangan yang kuat antara seorang ayah dengan anaknya agar dapat terjalin pembentukan karakter yang lebih baik, contohnya dengan keterlibatan ayah dalam kehidupan anaknya. Jawaban dari informan keempat tentang *bonding* sendiri adalah suatu ikatan dari orangtua untuk mengasuh anak anaknya.

Kemudian informan kelima yaitu Divania mengatakan bahwa *bonding* adalah hubungan pengasuhan antara orang tua entah ayah atau ibu dengan anak anaknya. Dari beberapa jawaban tersebut informan menunjukkan bahwa *bonding* ayah dengan anak sangat penting untuk perkembangan anak dari emosional, sosial ataupun kognitif. Bagaimana hubungan yang baik dapat terjalin baik pada perkembangan mental dan sosial anak.

### 3.2.2 Persepsi Pengikut tentang Hubungan *Bonding* pada akun

#### @abe\_daily

Jika tadi tentang hubungan *bonding* ayah anak secara umum kemudian pada kategori ini menanyakan kepada informan tentang hubungan *bonding* ayah anak yang terdapat dalam akun @abe\_daily ini. Yakni jawabannya bersumber dari apa yang mereka lihat dan saksikan dalam konten konten tersebut. Informan pertama Kak Cindy mengatakan bahwa *bonding* yang dilakukan seorang ayah terhadap anak laki lakinya membuat penonton ikut senang dan orang orang yang melihat juga ikut terinspirasi dengan *bonding* yang dilakukan papi Abe. “*bonding* yang dilakukan ayah dan anak pada akun @abe-daily membuat penonton ikut senang”. Dengan jawaban informan pertama berarti *bonding* yang dilakukan papi Abe berhasil dan membuat penonton ikut terbawa dalam konten konten tersebut.

Kemudian informan kedua juga mengatakan hal yang sama yaitu konten yang terdapat dalam akun @abe\_daily sangat menarik dan membuat penonton merasakan. “konten pada akun ini menarik, tingkahnya bikin semua orang ketawa”. Jawaban dari informan ketiga sangat berbeda pandangan dari informan pertama maupun kedua, informan ketiga mengatakan bahwa dia kurang setuju dikarenakan akan memberikan resiko kepada anak laki laki menjadi manja dan bergantung kepada ayah. Hal ini

dapat diartikan sebagai informan ketiga mungkin merasa bahwa konten tersebut hanya menampilkan sisi manis dari hubungan ayah dan anak, terkadang hubungan itu juga melibatkan suatu konflik bukan hanya kebersamaan yang tampak sempurna dan merasa bahwa sosok ibu itu juga penting dalam kehidupan anak. Informan pertama dan kedua mungkin merasa terinspirasi untuk membangun hubungan yang lebih dengan anak mereka.

Informan keempat mengatakan jika hubungan *bonding* dalam akun tersebut baik dan dapat dicontoh oleh para orangtua yang melihatnya. Informan kelima mengatakan seperti halnya *bonding* ayah dalam mengasuh anak disini sangat erat dan terlihat hampir di semua video isinya tentang ayah dan papi Abe.

### **3.2.3 Perubahan Persepsi Terhadap Peran Ayah dalam keluarga**

Perubahan persepsi terhadap peran ayah mungkin dapat dikategorikan dalam beberapa yaitu, ayah yang biasanya menjadi penyedia utama menjadi ayah yang terlibat emosional. Dahulu peran ayah dianggap sebagai pencari nafkah tetapi di jaman sekarang peran ayah masuk ke dalam aspek emosional anak. Ayah tidak hanya sekedar penyedia namun juga sebagai pendengar, teman, sahabat dalam mendidik anak. Dan banyak juga ayah yang terlibat dalam urusan pekerjaan rumah. Kemudian peran ayah dalam pengasuhan, pada jaman dahulu pengasuhan kerap kali dianggap sebagai tanggung jawab seorang

ibu namun sekarang banyak ayah yang terlibat dalam pengasuhan anak.

Kini ayah lebih dianggap bagian yang juga penting dalam perkembangan sang anak. dikatakan informan pertama yaitu peran ayah hanya sebatas kerja mencari nafkah sama seperti persepsi orang dahulu yang menjadikan ayah itu sebagai penyedia fasilitas bukan berperan dalam pengasuhan. Informan kedua juga mengatakan bahwa dia berfikir peran ayah itu mencari nafkah untuk keluarganya tetapi ternyata lebih dari pada itu.

Informan ketiga juga mengungkapkan bahwa peran ayah menjadi lebih beragam karena ayah bisa menjadi sahabat dan lebih terbuka untuk menjalin hubungan satu sama lain. informan keempat mengatakan bahwa pada zaman sekarang sudah banyak perubahan entah dari pola hidup hingga pola asuh orangtua pada anak, pada jaman sekarang banyak wanita yang bekerja dibanding dengan laki laki dan laki laki banyak juga yang menganggur dan mengurus rumah tangga dirumah. Informan kelima mengatakan memang sekarang saya lihat wanita lebih banyak bekerja untuk kehidupan keluarga dan banyak laki laki yang menjadi pengangguran. Persepsi terhadap peran ayah telah berkembang ayah tidak hanya seseorang yang penting dalam finansial tetapi juga dalam hubungan emosional dan keseimbangan keluarga.

### 3.2.4 Persepsi Positif dan Negatif Pengikut Mengenai Konten

@abe\_daily

Respon terhadap sebuah akun bisa sangat bervariasi tergantung dari persepsi dan harapan pengikut yang melihat. Ada respon positif bisa terjadi suatu inspirasi atau motivasi, pengikut mungkin terasa terinspirasi oleh konten tersebut. Respon negatif mungkin beberapa pengikut merasa bahwa konten tersebut tidak realistis atau hanya dibuat buat dengan tujuan tertentu. Mungkin pengikut merasa bahwa konten di posting untuk membangun citra atau pencitraan. Respon netral yaitu mungkin pengikut mengakui bahwa hubungan ayah anak sangat berbeda beda. Informan pertama mengatakan dia tertarik pada konten ayah dan anak sedang bermain dan belajar mungkin bagi informan pertama ayah bukan hanya sebagai teman untuk bermain namun sekaligus untuk guru dalam keluarga.

Respon informan kedua dia tertarik pada konten pada saat liburan ke suatu negara, dia melihat bagaimana ayah dan anak sangat dekat dan riang gembira bisa berada disana mungkin juga menjadi ide baru untuk lebih meluangkan waktu bersama anak. Informan ketiga menurut saya lebih ke pendapat bahwa kurangnya *representasi* ayah lainya misalnya pada konten cenderung menampilkan sisi ayah yang terlibat dan dia merasa pengalaman mereka tidak sama seperti itu dan kurang dihargai.

Bagi informan ketiga ayah dan anak tidak harus bersikap sedekat itu karena bagi informan pertama seperti itu kewajiban dari seorang ibu. Informan keempat melihat akun tersebut dengan positif namun jika dikaitkan dengan kehidupan nyata dari informan keempat dia tidak setuju karena bagi dia laki laki kodratnya bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarga bukan untuk mengasuh anak dirumah dan tidak bekerja.

Informan kelima yaitu Divania mengatakan bahwa konten tersebut baik memberikan contoh yang baik pada penontonya, menurut informan kelima orangtua entah ayah atau ibu berhak dalam mengasuh anak anaknya jadi tidak masalah ayah atau ibu yang mengasuh atau bekerja untuk keluarga. Di jaman sekarang tidak ada ketentuan hanya laki laki yang bekerja dan perempuan mengasuh anak, keduanya seimbang dan netral.

### 3.2.5 Manfaat konten *Bonding* Ayah dan Anak pada akun

@abe\_daily

Konten-konten *bonding* yang menampilkan hubungan ayah dan anak pada sosial media memberikan banyak manfaat baik bagi pengikut maupun pemilik akun. Mungkin dapat menguatkan hubungan emosional dalam keluarga, bagi ayah dan anak mungkin bukan hanya kebersamaan yang baik tetapi juga memperkuat kesadaran bahwa waktu Bersama itu juga sangat penting anak merasa lebih dihargai dan dicintai. Bagi pengikut

mungkin konten seperti ini menjadikan inspirasi dan motivasi agar tercipta hubungan yang kuat dengan anak-anak atau orang tua mereka. Mungkin juga memberikan manfaat sebagai ruang diskusi dan pembelajaran untuk saling memberikan sebuah tips dalam keberhasilan mengasuh anak. Hubungan emosional yang kuat dengan ayah juga meningkatkan kesejahteraan mental seorang anak.

Kemudian juga memperlihatkan kehidupan harmonis tidak hanya tercipta karena satu pihak saja tetapi bisa keduanya. Informan pertama mengatakan bahwa tidak semua anak bisa dekat dengan keluarga, konten tersebut hadir untuk menginspirasi para orang tua yang melihat dan melakukan apa yang dilakukan Papi Abe kepada Abe. Informan kedua mengatakan bahwa peran kedua orang tua sangat penting namun banyak anak-anak yang kehilangan peran dari seorang ayah, dengan kehadiran konten ini menyadarkan bahwa ternyata peran seorang ayah sangatlah penting dalam perkembangan anak-anaknya. Informan ketiga mengatakan ada baik dan buruknya konten ini namun konten *bonding* ini membuat hubungan ayah dan anak terjalin dengan begitu erat dan anak akan terbuka dalam hal apapun untuk kelangsungan hidup mereka. Informan keempat mengatakan bahwa konten ini bermanfaat bagi orangtua yang sedang mempunyai anak seusia Abe atau baru

mau memulai mempunyai anak dikarenakan akun ini banyak memberikan inspirasi dan cerita seru untuk dilakukan bersama anak, namun bagi informan keempat jika dia sebagai ayah Abe dia tidak bisa dikarenakan dia lebih memilih bekerja daripada hanya dirumah mengasuh anak anaknya.

Informan kelima mengatakan banyak manfaat yang didapatkan dalam akun ini salah satunya bagaimana seorang ayah dapat dekat dengan anaknya melalui permainan dan kebiasaan kebiasaan yang dilakukan sehari hari.

Konten yang menampilkan *bonding* antara ayah dan anak semakin populer di jaman sekarang selain diatas ada beberapa manfaat dari konten tersebut diantaranya :

1. Edukatif

Dalam hal edukatif konten ini memberikan model peran pengasuhan yang sehat dan *konstruktif* kemudian mempraktikkan bagaimana berkomunikasi efektif dengan anak hingga menunjukkan Teknik penanganan situasi dengan kesabaran dan tanggung jawab. Kemudian konten ini menginspirasi ide kegiatan yang dapat dilakukan Bersama anak, memberikan *tutorial* tentang pendidikan anak dan memperkenalkan aktivitas sesuai minat anak.

## 2. Psikologis

*Normalisasi* keterlibatan ayah ini menggeser persepsi tentang peran ayah dari hanya sekedar pencari nafkah menjadi pengasuh aktif untuk anak – anaknya. Membantu melawan *stereotip gender* dalam pengasuhan. Menciptakan *ekspektasi* sosial baru tentang partisipasi ayah dalam kehidupan anak.

## 3. Sosial dan Budaya

Membantu menentang konsep tradisional tentang maskulinitas, mem<sup>58</sup>promosikan kesetaraan *gender* dalam tanggung jawab berumah tangga, mencontohkan hubungan yang sehat dan saling mendukung.

## 4. Inspiratif

Motivasi perubahan perilaku ayah untuk lebih terlibat dalam kehidupan anak anak mereka. Membangun kepercayaan diri ayah dalam kemampuan pengasuhan, mendorong ayah untuk menciptakan tradisi keluarga mereka sendiri.

## 5. *Komersial* dan media

Menyediakan konten yang menghibur, menciptakan momen yang baik, menawarkan keseimbangan positif ditengah berita negatif. Membuka ruang untuk produk iklan.

Pada dasarnya konten *bonding* ayah- anak bukan hanya sekedar hiburan namun juga alat untuk perubahan sosial yang mempengaruhi pengasuhan dan dinamika keluarga yang positif.

### **3.2.6 Persepsi *Bonding* Ayah dan Anak terhadap hubungan informan dengan ayah/anak**

Konten *bonding* yang ditampilkan di media sosial dapat memiliki berbagai pengaruh terhadap hubungan seseorang. Pengaruh tersebut tergantung dari persepsi masing masing orang entah positif maupun negatif. Pengaruh positif mungkin meningkatkan akan kesadaran tentang waktu yang berkualitas hal ini mendorong ayah dan anak terlibat dalam kegiatan bersama. Menumbuhkan rasa percaya diri dalam peran ayah. Konten yang menunjukkan kedekatan emosional dapat menginspirasi untuk mengatasi kesenjangan emosional hubungan mereka. Ada juga pengaruh negatif yaitu tekanan sosial kemudian pencitraan untuk menumbuhkan kesan yang sempurna.

Pengaruh tersebut meningkatkan kesadaran akan pentingnya emosional dalam perubahan dinamika keluarga. Informan pertama menyebutkan pengaruh konten terhadap pribadi dia membuat lebih berfikir ulang mengapa dia tidak sedekat itu dengan ayahnya, apakah karena faktor persepsi

ayahnya yang hanya sekedar penyedia bukan sekaligus pengasuhan atau ada faktor lain. Informan kedua mengatakan konten ini sangat berpengaruh bagi dia karena mungkin juga informan kedua lebih dekat dengan ayahnya jadi juga merasakan apa yang dirasakan oleh Abe dalam konten tersebut.

Jawaban informan ketiga adalah sangat berbeda dengan pandangan informan pertama dan kedua, menurut informan ketiga konten tidak berpengaruh kepada dia karena menurut informan ketiga “saya selaku anak tidak bisa menuntut ayah saya untuk menjadi orang tua seperti itu”. Mungkin ada faktor lain informan ketiga memiliki persepsi seperti itu. Informan keempat memberikan penjelasan bahwa konten tersebut bukan menjadi patokan atau acuan utama bagi dia karena sejatinya laki laki harus bekerja dan informan keempat tidak begitu dekat dengan anaknya dan dia berkata bahwa anaknya kadang tidak mau dengan dia dikarenakan kurangnya waktu dan kebersamaan yang terjalin antara mereka.

Bagi informan keempat anaknya berhak bersikap seperti itu dikarenakan memang kurang adanya ikatan atau *bonding* antara mereka dikarenakan tuntutan pekerjaan yang informan keempat lakukan. Informan kelima menilai bahwa akun tersebut sebenarnya bisa mempengaruhi dan bisa tidak tergantung dari kebutuhan kita yang melihat, bagi informan kelima akun

tersebut tidak berpengaruh pada sikap ayah dan dia mungkin karena sudah berbeda usia dan informan kelima hanya menjadikan konten tersebut sebagai konten hiburan bukan edukasi.

Peneliti menyimpulkan temuan sementara bahwa informan pertama dan kedua jawabnya hampir sama dan cenderung memberikan persepsi yang positif terhadap akun tiktok @abe\_daily tentang *bonding* ayah dan anak. Kemudian informan ketiga dan keempat memberikan persepsi berbeda dengan informan pertama maupun kedua, informan ketiga cenderung berpersepsi yang sangat bersebrangan dengan pandangan informan lain entah karena pengalaman pribadi atau faktor lainnya. Informan ketiga yang memberikan pandangan netral pada akun tersebut.

### **3.2.7 Persepsi *Afektif (respon emosional)* pengikut setelah melihat konten pada akun @abe\_daily**

*Afektif* merupakan emosi atau perasaan seseorang terhadap suatu objek. Persepsi ini adalah salah satu dari tiga jenis persepsi yaitu *kognitif* dan *konatif*. Persepsi *afektif* adalah salah satu pengaruh dalam diri komunikator yaitu sikap seseorang dalam menilai sesuatu. Dalam hal ini ketiga informan telah memberikan pernyataannya tentang apa yang telah mereka lihat. Informan pertama mengungkapkan bahwa setelah dia melihat

konten konten milik Abe tersebut menurut dia konten itu membawa pengaruh baik, tentang konten yang mendidik dan dapat menginspirasi model orang tua mengasuh anaknya. Sedangkan informan kedua juga menyatakan bahwa konten Abe tersebut merupakan media *parenting* yang dapat dipahami semua orang dan konten tersebut menampilkan sisi humanis kedekatan ayah dan anak.

Namun berbeda dengan informan ketiga yang menganggap bahwa konten tersebut adalah sebatas untuk mencari *popularitas* dan memanfaatkan anaknya yang masih di bawah umur untuk menghasilkan pundi pundi uang. Informan keempat memberikan penjelasan bahwa setelah menonton akun tersebut sebenarnya tidak sejalan dengan kehidupan informan namun akun tersebut memberikan pandangan hiburan dan sekedar melepas penat jika dia sedang jauh dari anaknya. Informan kelima menurutnya setelah menonton akun tersebut ya kadang berfikir ternyata seperti ini jika dekat dengan ayah di sisi lain informan juga menyadari bahwa tidak selalu pengasuhan itu diberikan utuh pada ayah, hanya saja akun tersebut memberikan gambaran jika seorang ayah dekat atau menjalin *bonding* baik dengan anaknya biasanya dilakukan.

### 3.2.8 Persepsi Pengikut Tentang Model Hubungan Ayah Dan Anak Yang Ideal

*Fathering* merupakan peran yang dimainkan seseorang berkaitan dengan anak, bagian dari sistem keluarga, komunitas, dan budaya. Pada umumnya ayah bertanggung jawab dalam kebutuhan finansial keluarga dan ibu bertanggung jawab dalam hal pengasuhan dasar. Pengasuhan pada dasarnya merupakan perilaku yang mempunyai kata kunci yaitu hangat, sensitif, penuh penerimaan, bersifat resiprokal, ada pengertian dan respon yang tepat pada kebutuhan anak (Garbarino dan Benn, 1992). Menurut kelima informan, informan pertama mengatakan bahwa hubungan ayah dan anak ideal itu bisa dilihat dari hubungan yang setara dan komunikatif, ayah sebagai teman anak, ayah bisa menghargai perasaan anak dan mengetahui apa yang dirasakan anak, kedekatan itu bisa dilakukan dengan beraktivitas bersama.

Kemudian informan kedua mengatakan bahwa hubungan ideal ayah dan anak dapat terjadi saat ayah aktif mendampingi proses pertumbuhan dan perkembangan anak. Ayah memberikan kasih sayang kepada anak seperti yang seorang ibu, memberi kebebasan namun juga tetap memberikan bimbingan bagi anaknya. Kemudian informan ketiga menjawab dengan kritis bahwa menurut dia hubungan ideal ayah dan anak melihat

hubungan yang tidak dibuat buat atau memaksakan, tetap mengikuti kewajiban dan hak masing masing dan tidak dilebih lebihkan. Informan keempat mengatakan hubungan yang ideal itu seperti umumnya ayah dan anak, ayah sebagai penunjang kehidupan anak dan seorang anak menghormati ayah sebagai kepala keluarga dirumah jadi tidak ada suatu syarat ideal bagi seorang ayah maupun anak. Informan kelima mengatakan tidak ada hubungan yang ideal untuk semua keluarga namun mungkin dengan dukungan komunikasi yang terbuka agar memungkinkan dialog antara ayah dengan anak yang terjalin baik.

Selain pernyataan yang ada diatas pandangan mengenai hubungan ayah dan anak yang ideal bisa seperti :

1. Kehadiran yang konsisten dan berkualitas

Hubungan ayah-anak yang ideal ditandai dengan kehadiran yang konsisten dalam kehidupan anak baik secara fisik dan emosional. Dapat dicontohkan seperti, ayah meluangkan waktunya saat libur kerja atau setiap hari selepas pulang kerja untuk berinteraksi kepada anaknya. Menghadiri acara – acara penting anak seperti lomba, wisuda ulang tahun dan lain – lain. Terlibat dalam rutinitas harian anak.

2. Komunikasi terbuka dan suportif

Hubungan ideal dapat dilihat dengan komunikasi dua

arah yang terbuka, jujur dan mendukung. Contohnya seperti, ayah yang mendengarkan anaknya bercerita atau sedang membagikan pengalamannya, ayah menciptakan lingkungan ramah dan aman bagi anak untuk mengekspresikan emosinya tanpa takut dihakimi, memberikan respon yang suportif saat anak sedang mengalami suatu masalah.

### 3. Keterlibatan dalam pengasuhan dan Pendidikan

Ayah yang ideal terlibat aktif dalam pengasuhan dan Pendidikan anak tidak hanya sebagai pengamat. Contohnya seperti, berpartisipasi dalam membantu pekerjaan rumah atau proyek sekolah anak, mengajarkan keterampilan hidup seperti memasak, berkebun atau memperbaiki sesuatu, ayah sebagai *role model* anak dalam kerja keras, tanggung jawab, dan kejujuran.

### 4. Keseimbangan antara kelembutan dan ketegasan

Menunjukkan Kasih sayang secara fisik seperti pelukan, ciuman atau gendongan, menetapkan Batasan yang jelas dan konsisten untuk perilaku anak, mendisiplinkan anak dengan cara yang mendidik bukan memermalukan atau menghukum.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan peneliti juga akan menganalisis penelitian ini. Mengapa menghasilkan temuan tersebut dan apa alasannya kemudian bagaimana dengan teorinya dan bagaimana dengan riset sebelumnya. Metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif, metode ini adalah metode yang dilakukan peneliti menggunakan data non-numerik untuk menjelaskan fenomena sosial atau penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata atau lisan dari orang maupun perilaku yang diamati (Sujarweni, 2014). Judul Skripsi Penelitian ini adalah Persepsi *Followers* Terhadap Akun Tiktok @abe\_daily tentang *Bonding* Ayah-Anak, yang akan dianalisis oleh peneliti sesuai apa yang telah dilakukan dan menggunakan teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Pada bab sebelumnya telah ditemukan beberapa data yang akan dijadikan peneliti sebagai fokus penelitian Dimana Peneliti menggunakan teori Penilaian Sosial (*Social Judgement Theory*). Teori tersebut akan digunakan peneliti untuk memberikan hasil analisis dari temuan yang dideskripsikan. Penelitian ini akan membahas bagaimana Persepsi pengikut pada akun tiktok @abe\_daily tentang *bonding* ayah-anak. Yang dimaksud persepsi disini adalah peneliti akan melakukan

analisis bagaimana pengikut mengetahui apa itu *bonding* dan bagaimana pengikut menerima atau menolak konten tersebut sebagai perantara pengasuhan ayah terhadap anak. Hasil penelitian akan disajikan berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi pada saat terjun langsung di lapangan.

#### 4.1 Analisis Persepsi Tentang Hubungan *Bonding* Ayah-Anak

##### 4.1.1 Analisis Persepsi Mengenai Makna *Bonding* Ayah-anak

Dalam penelitian ini dihasilkan data yang merupakan jawaban dari informan terkait apa yang telah di diskusikan. Dari hasil wawancara kelima informan tersebut memberikan jawaban yang positif diantaranya pada informan pertama yang memberikan arti *bonding* adalah “pola asuh orang tua dengan anak atau kedekatan dengan anak”, bagi informan pertama hubungan *bonding* ayah anak berartikan sebagai kedekatan khusus dari orang tua dengan anaknya. Jawaban informan kedua *bonding* adalah ikatan orang tua untuk anaknya. Informan ketiga memberikan jawaban *bonding* adalah perkembangan yang kuat antara seorang ayah dan anak agar dapat terjalin dalam membentuk karakter yang lebih baik. Jawaban dari informan keempat *bonding* adalah suatu ikatan dari orang tua untuk mengasuh anak anaknya.

Kemudian informan kelima mengatakan bahwa *bonding*

adalah hubungan pengasuhan antara orang tua entah ayah atau ibu dengan anaknya. Dari data tersebut menunjukkan bahwa *bonding* ayah-anak sangat penting untuk perkembangan anak. Dari kelima informan tersebut seluruhnya memberikan persepsi positif terhadap hubungan *bonding* ayah-anak. Dalam konteks teori penilaian sosial persepsi positif ini dapat dijelaskan melalui konsep yang mengacu pada pandangan atau pengalaman pribadi pengikut tentang hubungan ayah-anak. Ketika video atau konten yang ditampilkan sesuai dengan pengalaman mereka maka akan timbul reaksi positif sebaliknya jika konten bertentangan maka menimbulkan reaksi negatif.

Pada teori Penilaian sosial Muzafer Sherif bersama Carolyn W Sherif dan Carl L Hovland dikatakan bahwa individu cenderung menilai informasi baru berdasarkan posisi mereka sendiri, yang artinya pandangan mereka tentang peran ayah dalam keluarga apakah sama dengan kenyataan kehidupan mereka. Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu bahwa konten menunjukkan hubungan emosional yang kuat antara orang tua dan anak, khususnya ayah dan anak. Cenderung diterima baik oleh pengikut yang memiliki pandangan positif tentang peran ayah (Fivush,2006). Dalam penelitian Fivush menunjukkan bahwa membangun hubungan emosional melalui cerita atau narasi Bersama memiliki dampak besar pada pembentukan ikatanemosional antara orang tua dan

anak. Jika dihubungkan dengan penelitian ini konten *bonding* ayah-anak yang terlihat dalam video Tiktok berfungsi sebagai model bagi pengikut untuk membangun ikatan emosional. Konten tersebut memberikan contoh bagaimana hubungan yang penuh kasih sayang antara ayah dan anak sesuai dengan hasil penelitian Fivush yang menunjukkan bahwa interaksi yang hangat dan terbuka memiliki dampak positif pada perkembangan anak.

#### 4.1.2 Analisis Persepsi Hubungan *Bonding* pada Akun @abe\_daily

Pada sub bab sebelumnya telah dipaparkan bagaimana persepsi pengikut mengenai makna *bonding* secara umum, pada kategori selanjutnya ini akan dipaparkan mengenai persepsi pengikut mengenai hubungan *bonding* yang terjadi pada dalam konten atau video di akun @abe\_daily. Dari kelima informan ada sebagian informan yang menyatakan persepsi negatif mengenai konten tersebut. Informan pertama memberikan persepsi yang positif dan baik, informan mengatakan bahwa *bonding* yang dilakukan seorang ayah terhadap anak laki-lakinya membuat penonton senang dan pengikut yang melihat terinspirasi dari konten tersebut. Jawaban dari informan kedua mengatakan bahwa konten ini menarik dan tingkah Abe membuat penontonya ikut tertawa.

Informan ketiga mengatakan bahwa informan kurang setuju dengan konten tersebut dikarenakan apa yang dilakukan

sosok ayah pada konten tersebut akan memberikan resiko kepada anak laki-lakinya menjadi manja dan bergantung pada sang ayah. Informan keempat mengatakan bahwa hubungan *bonding* yang dilakukan pada akun tersebut baik dan dapat dicontoh pengikutnya namun tidak dengan prinsip saya, seorang ayah kewajibanya bekerja bukan mengasuh anak dirumah. Jawaban dari informan kelima *bonding* yang terlihat pada akun tersebut sangat erat dan terlihat semua video menampilkan Abe dan sang Ayah.

Dari persepsi yang telah dipaparkan peneliti dari para informan peneliti dapat menganalisis bahwa terdapat tiga informan memberikan persepsi yang positif dan dua informan cenderung memberikan persepsi negatif. Menurut teori penilaian sosial pengikut yang memiliki persepsi yang sama maka akan memberikan penilaian yang baik terhadap konten.

Teori Penilaian Sosial menyatakan bahwa ada tiga zona penilaian :

- 1) *Latitude of Acceptance* (wilayah penerimaan) : dari tiga pengikut yang memberikan hasil positif kemungkinan memiliki wilayah penerimaan yang lebih baik terhadap konten pada akun tersebut. Mereka mungkin sudah memiliki pandangan yang sejalan dengan konten tersebut, mereka menganggap representasi *bonding* masih dalam keyakinan dan kepercayaan mereka dan mereka menerima konten tersebut karena terkait dengan *ego-involvement* (keterlibatan

pribadi) dalam pengasuhan anak.

- 2) *Latitude of Rejection* (wilayah penolakan) : pengikut yang memberikan persepsi negatif kemungkinan menunjukkan penolakan terhadap konten tersebut dikarenakan konten dianggap terlalu jauh dari keyakinan mereka tentang peran ayah dan adanya *kontras* efek (membandingkan dua hal atau lebih kemudian memberikan penilaian yang mempengaruhi persepsi) posisi mereka dengan yang ditampilkan pada konten.
- 3) *Latitude of Noncommitment* (wilayah netral) : mungkin belum terlihat persepsi netral pada bagian ini namun kemungkinan ada
- 4) pengikut yang berada dalam wilayah ini namun belum tertangkap dalam penelitian.

Dari analisis diatas jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu milik Lamb (2010) Dimana konten yang menunjukkan hubungan emosional yang kuat antara ayah dan anak dapat menarik perhatian *audiens* yang mendukung pembentukan ikatan yang lebih erat. dan ini sejalan dengan apa yang dilakukan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima orang informan yang mengetahui akun tersebut dan menonton konten konten tersebut bahwa sebagian pengikut mengungkapkan persepsi yang baik dan konten tersebut dianggap memberikan

inspirasi. Sudut pandangan yang berbeda dari para pengikut membuat beberapa persepsi yang berbeda di dalam wawancara tersebut.

Dari analisis ini terdapat poin poin yang bisa diambil yaitu :

1. Inspirasi pola pengasuhan aktif

*Followers* memandang konten pada tiktok @abe\_daily sebagai sumber inspirasi yang menunjukkan bagaimana ayah dapat terlibat aktif dalam pengasuhan anak. Konten yang menampilkan interaksi sehari – hari, kegiatan bermain dan momen – momen kebersamaan dipersepsikan sebagai contoh nyata *bonding* yang positif.

2. Edukasi tentang keterlibatan ayah

Konten ini dianggap memberikan edukasi mengenai pentingnya keterlibatan ayah dalam tumbuh kembang anak.

*Followers* dapat melihat bagaimana *bonding* yang konsisten dapat membentuk keterikatan emosional yang kuat dan menciptakan hubungan yang sehat sejak dini.

3. *Representasi* positif peran ayah

Akun ini dipersepsikan telah membantu mengubah *stereotip* tradisonal tentang peran ayah. Pengikut mengapresiasi bagaimana konten tersebut ditampilkan ayah tidak hanya pencari nafkah tetapi juga sebagai sosok pengasuh, pendidik dan teman bermain anak anaknya

4. Kekhawatiran *eksploitasi* anak

Sebagian *followers* memiliki pandangan terkait potensi *eksploitasi* anak untuk kepentingan konten media sosial.

5. Standar pengasuhan yang tidak realistis

Beberapa *followers* menilai bahwa konten yang ditampilkan menciptakan standar pengasuhan yang terlalu ideal dan sulit diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berpotensi menyebabkan tekanan dan perasaan bagi ayah yang memiliki keterbatasan waktu atau sumber daya lainnya.

#### 4.2 Analisis Perubahan Persepsi terhadap peran Ayah dalam keluarga

Perubahan persepsi terhadap peran ayah mungkin dapat dikategorikan dalam beberapa yaitu, ayah yang biasanya menjadi penyedia utama menjadi ayah yang terlibat emosional. Dahulu peran ayah dianggap sebagai pencari nafkah tetapi dijamin sekarang peran ayah masuk ke dalam aspek emosional anak. Ayah tidak hanya sekedar penyedia namun juga sebagai pendengar, teman, sahabat dalam mendidik anak. Dan banyak juga ayah yang terlibat dalam urusan pekerjaan rumah. Dalam penelitian ini peneliti menemukan temuan bahwa individu menilai terdapat pergeseran *ekspektasi* terhadap ayah ini diterima dan sebagian ada yang menolak *ekspektasi* ini.

Mungkin ada beberapa alasan dari informan yang melakukan penerimaan pada perubahan ini yaitu :

- 1) Perubahan Sosial dan Budaya : seiringnya perkembangan zaman terdapat perubahan besar dalam pandangan terhadap peran gender baik ayah maupun ibu. Ada peningkatan kesadaran bahwa pengasuhan bukan hanya tugas dari seorang ibu, kemudian ayah yang terlibat dalam pengasuhan anak dianggap sebagai bukti kemajuan dalam hubungan *bonding* keluarga dan kesetaraan gender.
- 2) Perubahan dalam struktur keluarga : peningkatan jumlah keluarga dengan kedua orang tua yang bekerja atau ayah yang lebih dominan dalam pekerjaan rumah tangga dapat mempengaruhi penerimaan terhadap peran ayah tersebut. Studi dan media menunjukkan ayah yang terlibat secara *emosional* dapat berdampak positif pada perkembangan anak.

Alasan Penolakan terhadap perubahan ekspektasi :

- 1) Norma : masih ada beberapa individu yang masih mengutamakan norma dan adat istiadat mereka. Mereka menganggap bahwa peran utama ayah adalah pencari nafkah, penyedia fasilitas sementara ibu yang dianggap lebih tepat dalam pengasuhan anak. Mungkin dalam hal ini peran ayah yang terlibat aktif memberikan Kesan penyimpangan dari peran gender yang sudah tertanam.

- 2) Penilaian Sosial : dalam kelompok tertentu mungkin ayah yang terlibat aktif dalam pengasuhan dianggap lemah atau terlalu feminim, ini dapat menimbulkan stigma terhadap ayah yang mencoba menyeimbangkan peran sebagai pencari nafkah dan pengasuh anak.
- 3) Keterbatasan waktu : tidak semua ayah mempunyai banyak waktu untuk anak-anaknya, dikarenakan tuntutan pekerjaan yang mengharuskan seorang ayah mencari nafkah untuk kesejahteraan keluarganya.
- 4) Kondisi Sosial Ekonomi : banyak keluarga yang hidupnya jauh dari kata cukup, seperti yang ditampilkan pada konten terkadang tidak sesuai dengan ekonomi keluarga para *audiens*. Tidak semua *audiens* mempunyai keadaan ekonomi yang sama dengan yang terlihat di dalam konten tersebut.

Dari temuan diatas menganalisiskan bahwa adanya persepsi *Afektif* (perasaan positif dan negatif) yang muncul pada saat melihat konten tersebut mengapa demikian dikarenakan pengikut akan menilai apakah konten tersebut sejalan atau bertentangan dengan pengalaman dan keyakinan pribadi mereka. Teori Penilaian Sosial (*Social Judgement Theory*) menunjukkan bahwa perasaan atau emosi kita dipengaruhi oleh perbandingan sosial terhadap norma yang ada.

#### 4.3 Analisis Manfaat konten *Bonding* ayah-anak pada akun @abe\_daily

Hasil penelitian menunjukkan adanya jawaban jawaban dari informan menganggap konten ini relevan dengan keyakinan mereka dan ada sebagian yang menganggap bahwa konten tersebut sangat tidak relevan bagi keyakinan mereka. Temuan lain yaitu pengikut merasakan manfaat dari menonton konten @abe\_daily tentang *bonding* seperti, peningkatan pemahaman tentang pentingnya peran ayah dalam diri anak. Analisis teori penilaian sosial disini bahwa individu cenderung lebih menerima ide yang mengandung manfaat pribadi seperti peningkatan kualitas hubungan atau peran sosial dalam keluarga. *Social Judgement Theory* dapat menjelaskan fenomena ini sebagai *persuasion* yang mengubah sikap atau pandangan pengikut menjadi lebih positif. Seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Day et al, konten yang memperlihatkan manfaat emosional atau pendidikan dalam hubungan keluarga sering kali diterima dengan baik karena memberikan penilaian tersendiri bagi *audiens*.

Hasil temuan dengan persepsi pengikut tentang *bonding* ayah-anak mempengaruhi cara mereka melihat bagaimana hubungan mereka sendiri dengan sang ayah atau dengan anak.berdasarkan penilaian sosial dapat dijelaskan dengan persepsi *Afektif* dimana pandangan pengikut terhadap konten mempengaruhi perasaan dan sikap mereka. Dalam teori ini mengungkapkan bahwa perasaan pengikut dapat mempengaruhi hubungan nyata mereka. Seperti penelitian terdahulu oleh Buckner yang

menunjukkan bahwa pengaruh media sosial dapat membentuk persepsi emosional individu terhadap hubungan keluarga.

#### 4.4 Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi Hasil Penelitian

- 1) Faktor Internal : karakteristik dari informan menjadi faktor yang mempengaruhi hasil penelitian ini. Latar belakang dari masing masing individu juga memperkuat dalam pembentukan persepsi terhadap akun.
- 2) Tiktok @abe\_daily. Karakteristik tersebut dapat berupa usia dan generasi, tingkat Pendidikan, pekerjaan individu, status pernikahan dan jumlah usia anak. Kemudian pengalaman personal dari informan juga mempengaruhi bagaimana informan memaknai konten tersebut.
- 3) Faktor Eksternal : faktor eksternal dapat dipengaruhi dari lingkungan sosial informan bagaimana cara mereka memahami konten dan merespon konten kemudian pengaruh budaya juga menjadi faktor informan dalam memaknai suatu konten. Dan kondisi Sosial dan Ekonomi yang sangat berpengaruh, beberapa aktivitas *bonding* dalam akun tersebut memerlukan biaya dan waktu yang tidak semua keluarga dapat melakukannya.

Selain faktor – faktor diatas ada juga factor pendukung persepsi positif :

1. Kredibilitas sumber : Pandangan *followers* tentang kepercayaan terhadap pemilik akun @abe\_daily yang mendorong melakukan

persepsi yang positif.

2. Konsistensi pesan : sesuai konten dengan napa yang sedang ditampilkan dengan nilai sosial yang ada tentang keterlibatan ayah. Relevansi personal : Tingkat relevansi konten dengan kehidupan dan pengalaman *audiens*.

#### 4.5 Analisis Komentar pada Akun @abe\_daily

1. Dominasi komentar positif :

Kebanyakan komentar menunjukkan dukungan dan apresiasi dalam konten, mayoritas komentar kekaguman dan dukungan emosional terhadap Abe dan papinya, banyak *followers* yang membagikan pengalaman pribadi yang *relevan* dengan konten tersebut.

2. Jenis konten yang mendapat respon positif :

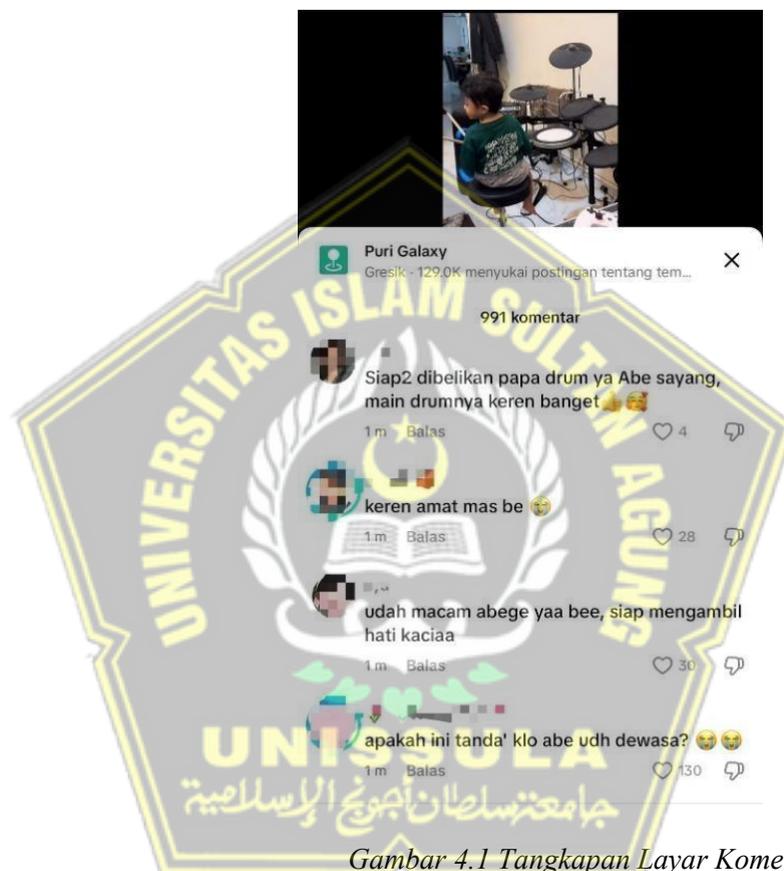
Konten yang menampilkan momen bermain Abe dengan Papinya, video interaksi bermain yang menunjukkan kreativitas dan kekompakan ayah dan anak. Momen emosional yang menampilkan kedekatan *emosional* seperti pelukan, kata *afirmasi* dari ayah ke anak maupun sebaliknya.

3. Elemen visual dan narasi :

Konten yang terlihat natural dan tidak dibuat-buat mendapat banyak respon positif. Penayangan konten yang konsisten membangun kepercayaan *followers*. Video dengan kualitas yang baik.

#### 4. Dampak konten pada *followers* :

Komentar menunjukkan perubahan cara pandang terhadap peran ayah. Pengikut mencoba menerapkan aktivitas serupa dalam kehidupan sehari hari.



*Gambar 4.1 Tangkapan Layar Komentar Followers di Akun @abe\_daily (Sumber akun tiktok @abe\_daily, diakses pada tanggal 20 Januari 2025)*

Gambar diatas merupakan tangkapan layar dari salah satu konten akun @abe\_daily yaitu Abe sedang bermain drum kemudian ada komentar – komentar positif dari pengikutnya seperti “keren mas be” salah satu komentar yang terkesan baik dan mensupport Tindakan Abe.



Gambar 4.2 Tangkapan Layar Komentar Followers di Akun @abe\_daily(Sumber akun tiktok @abe\_daily,diakses pada tanggal 20 Januari 2025)

Gambar 4.3 Tangkapan Layar Komentar Followers di Akun @abe\_daily(Sumber akun tiktok @abe\_daily,diakses pada tanggal 20 Januari 2025)

Dua gambar diatas merupakan tangkapan layar dari akun @abe\_daily yang pertama memperlihatkan Abe sedang makan jajan kemudian diminta oleh Papi Abe dan yang kedua memperlihatkan Abe sedang menggambar pada suatu papan gambar modern. Disana banyak komentar positif untuk Abe, banyak yang memuji Abe dan mensupport Abe. Tidak ada yang mengujar kebencian maupun hal hal negatif lain. Terdapat komentar yang menggambarkan kegemasan dan kelucuan terhadap Abe.

#### 4.6 Penerapan Teori Penilaian Sosial

Teori ini menyebutkan bahwa sikap seseorang terhadap sebuah pesan dipengaruhi oleh sikap awal dan masuk dalam tiga zona :

1. *Latitude of Acceptance* : Konten yang diterima atau disetujui *Followers*.
2. *Latitude of Rejection* : Konten yang ditolak atau dianggap tidak sesuai.
3. *Latitude of Non-Commitmen* : konten yang netral atau belum ada pendapat.

Dari analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa konten konten yang dapat diterima oleh *followers* adalah konten pada saat Abe dan Papi bercerita atau sedang

mengobrol membahas obrolan *random*. Kemudian konten pada saat Abe dan Papi sedang melakukan kegiatan Bersama seperti menaiki permainan atau sedang aktivitas bersama.

Kemudian konten yang dapat memicu perdebatan adalah pada saat konten dimana Abe sedang bermain bersama temanya kemudian *followers* mengaitkan itu dengan anak-anak *influencer* lain bahwa anak tersebut nanti cemburu atau *jealous* karena konten Abe bermain dengan anak Perempuan cantik seumuran Abe.



## BAB V

### PENUTUP

Pada bab terakhir atau penutup ini peneliti akan menguraikan Kesimpulan dan saran yang telah dilaksanakan dan dihasilkan dalam penelitian ini. Penulis menyimpulkan berdasarkan apa yang telah dihasilkan dan di analisis saat proses pengumpulan data, berikut akan disampaikan :

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan hasil temuan penelitian terhadap rumusan masalah yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi *followers* terhadap konten hubungan *bonding* yang ditampilkan pada akun TikTok @abe\_daily. Ditemukan bahwa persepsi yang terbentuk dipengaruhi oleh pengalaman pribadi serta latar belakang sosial masing-masing individu. Mengacu pada Teori Penilaian Sosial milik Sherif, persepsi *followers* terhadap konten yang disajikan berada dalam rentang sikap yang berbeda beda dari *acceptance*, *rejection* dan *non- commitment*.

Adanya variasi respon yang Mayoritas menunjukkan persepsi positif terhadap konten *bonding* yang ditampilkan, mereka menganggap konten tersebut inspiratif dan dapat dijadikan contoh dalam membangun hubungan dengan anak. Mereka mengapresiasi bagaimana konten tersebut menggambarkan interaksi yang positif antara ayah dan

anak. Tetapi ada juga kekhawatiran utama bahwa konten tersebut kurang realistis karena tidak semua ayah memiliki waktu luang dan kemampuan untuk membangun hubungan *bonding* seperti yang digambarkan dalam akun @abe\_daily. Mereka merasa konten tersebut mungkin menciptakan ekspektasi yang tidak realistis bagi keluarga dengan kondisi yang berbeda.

Hasil penelitian ini menyoroti bagaimana konten media sosial tentang pengasuhan dan hubungan keluarga dapat dipersepsikan secara berbeda oleh *audiens* yang beragam, tergantung pada latar belakang, pengalaman pribadi, dan situasi kehidupan masing masing. Persepsi *followers* terhadap konten *bonding* pada akun @abe\_daily mencerminkan kompleksitas dalam menerima dan menginterpretasikan konten pengasuhan di media sosial. Kemudian peneliti menyimpulkan bahwa konten tiktok @abe\_daily memberikan peran untuk membentuk pemikiran baru tentang peran ayah dan anak. Media sosial juga berpengaruh sebagai landasan perubahan sosial dalam konteks pengasuhan anak.

Konten @abe\_daily tidak hanya sekedar konten hiburan namun sebagai *platform* edukasi tentang pengasuhan anak yang melibatkan peran ayah. Secara sosial budaya akun ini berkontribusi pada perubahan persepsi Masyarakat tentang peran ayah dalam keluarga dan menormalisasikan keterlibatan aktif ayah sebagai ekspektasi sosial.

Keterlibatan aktif *followers* dalam bentuk komentar dan Tingkat membagikan ulang menunjukkan terbentuknya komunitas virtual yang mendukung konsep *bonding* ayah dan anak.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan Metodologis : pada penelitian ini peneliti sangat membatasi informan sehingga peneliti hanya melibatkan lima informan, kemudian waktu penelitian yang dilakukan relatif singkat dan sebentar, sehingga tidak dapat mengamati perubahan persepsi *followers* dalam jangka panjang, proses pemilihan informan yang cenderung sedapatnya dan yang bersedia untuk berpartisipasi dalam pandangan tertentu.
2. Keterbatasan Analisis : peneliti hanya menggunakan perspektif Teori Penelitian sosial saja yang mungkin belum mencakup secara keseluruhan, penelitian ini hanya berfokus pada persepsi yang ditimbulkan oleh *followers* bukan khalayak umum.

## 5.3 Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini :

1. Memperluas penelitian ke *platform* media sosial lainnya
2. Menambah jumlah informan agar lebih memperkuat penelitian
3. Menggabungkandan mengintegrasikan metodekualitatif untuk memperkuat temuan
4. Membandingkan representasi *bonding* ayah-anak dengan nilai nilai keluarga dalam budaya Indonesia
5. Lebih membahas implikasi dari komersialisasi *bonding* di media

sosial

6. Membandingkan akun ini dengan akun yang serupa untuk melihat keunikan dari akun ini
7. Dan juga untuk penelitian berikutnya dapat melakukan studi bagaimana konten *bonding* pada sosial media bagi Kesehatan mental para orang tua



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif Dan R&D. in Alfabeta
- Kusumastuti,A., & Khoiron,A. M. (2019). Metode penelitian Kualitatif.  
Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- A, Nurdin (2020). Teori Komunikasi Interpersonal. Prenada Media
- M. B. Miles & M, Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif.  
Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Athaya Raya Ayu. 2023. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Konten Edukasi Skincare Pada Akun Tiktok @drrichardlee
- Saleh Sirajuddin, S.Pd., M.Pd. Analisis Data Kualitatif. Bandung: Penerbit Pustaka Ramadhan
- Morissan 2018. Teori Komunikasi : individu hingga massa. Jakarta : Prenada, 2018
- Moleong, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Sriwijaya,U. (2020). Seni mengolah data: penerapan triangulasi Teknik,sumber, waktu pada penelitian Pendidikan sosial. 146-150.
- Sujarweni, W. (2014). Metodologi Penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami. PT Pustaka Baru
- Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu hingga masa. Kencana. Jakarta

### JURNAL :

- Ariffananda Nezar, Dimas Satrio Wijaksono. 2023. Representasi Peran Ayah Dalam Film Ngeri-Ngeri Sedap (Analisis Semiotika John Fiske).
- Rizky Arel Pratama, Subhan Widiensyah. 2024. Persepsi Penonton Film Budi Pekerti Terhadap Cyberbullying
- Ariestyani Ken, Adisa Ramadhanty. Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Organ Muda
- Febrian. 2012. Analisis Respsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

- Universitas Semarang Terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan Sms Premium Versi Ramalan Paranormal
- Cahyaningrum, R., & Purnamasari, D. (2024). Hiperrealitas: Analisis Konten Viral Di Kalangan Conten Creator Tiktok. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Alfira Nanda Delya, Anggy Aglevia Sakuri, Clarissa Erine Sugiharto. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Mualaf Pada Iklan Online Bukalapak “A Stranger – A Ramadhan Story)
- Muhamad Rifqi Slamet, Tia Muthiah Umar. Persepsi Mahasiswa Bandung pada Konten Podcast Deddy Corbuzier. 1.(1): 13-18
- Mira Kumala Sari, Sandi Ibrahim Abdullah. 2022. Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UNISBA Terhadap Video “Mendebat Si Pawang Hujan”
- Arel Rizky Pratama, Subhan Widiansyah. Persepsi Penonton Film Budi Pekerti Terhadap Cyberbullying. 4. (4). 2024
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang F. (2021). Teknik pengumpulan sampel purposive. 6 , 33-39.
- Raharjo, M., (2018). Resume: Instrumen pengumpulan data. Sorong: Sekolah tinggi Agama Islam Negeri (STAIN),2(4),56-60
- Tahun 2018. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi.*, Shambodo, Y. Faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.
- Muthia Sari, Dwi Ari, Umi Kulsum. (2024). Sosialisasi Keterlibatan Ayah dalam pengasuhan Anak sebagai Upaya Mengatasi Fenomena *Fatherless* di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bnagsa 2* (10) 4415-4421

#### SKRIPSI :

- Novita Wijayanti. 2018. Hubungan Ikatan (*Bonding*) Orang Tua Dengan Penanaman Sikap Tanggung Jawab Anak. Lampung: Universitas Lampung
- Raya Ayu Athaya. 2023. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Konten Edukasi Skincare Pada Akun Tiktok @drrichardlee. Semarang: Universitas Semarang

- Galuh Agni Febriumi. 2021. Representasi Hubungan Ayah Dan Anak Dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. Semarang: Universitas Semarang
- Kasus, S., Konsumen, P., (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, kepercayaan dan minat terhadap penggunaan E-Money.
- Rozi Januarti. 2009. Hubungan persepsi terhadap dosen pembimbing dengan tingkat stress dalam menuSHABRINA FIX SKRIPSI skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Isniarty Gintulangi. 2014. Hubungan persepsi mahasiswa terhadap harapan orang tua dalam penyelesaian studi S1 dengan tingkat stress pada mahasiswa dalam mengerjakan skripsi
- Dian kusumaningrum. (20019). Persepsi wisatawan Nusantara terhadap daya tarik wisata di kota Palembang. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Ade Budi Santoso. 2024. Representasi Bentuk Pola Asuh Orangtua Dalam Film Web Series Cinta Pertama Ayah: Analisis Semiotika Roland Barthes
- Wanda Saras Meidina. 2021. Peran Ayah dalam Pengasuhan Anak Usia Dini Andini Hardiningrum. 2024. Keterlibatan Ayah dalam Pengasuhan Anak Usia Dini
- Rini Anggraeni. 2020. Peran Orang Tua dalam Penggunaan Gadget pada anak usia dini
- Mrdiana Gustina. 2013. Hubungan Persepsi Keterlibatan Ayah dalam Pengasuhan dan Penyesuaian Sosial pada Remaja Laki-Laki di SMK Pelayaran Putra Samoedra Yogyakarta
- Nurul Maghrifah. 2023. Dampak *Fatherless* terhadap anak perempuan

## TIKTOK

- [@abe\_daily].(13 Mei 2024). Ai ai capten [video]. Tiktok. <https://vt.tiktok.com/ZS68dfBRj/>
- [@abe\_daily]. (28 Desember 2023). Missing Lyric Gemassss Sama Brokoli [video]. <https://vt.tiktok.com/ZS68dmpB3/>
- [@abe\_daily]. (8 September 2023). CEKUT!. [Video]. <https://vt.tiktok.com/ZS68RYdrM/>
- [abe\_daily]. (12 Desember 2024). Dapur rekaman barongsai. [video]. <https://vt.tiktok.com/ZS68RefW/>
- [abe\_daily]. (22 oktober 2024). Halah Beee..Beeee.

- [video]. <https://vt.tiktok.com/ZS68DeGbH/>
- [abe\_daily]. (29 September 2024). Emoji mana yang bikin onty  
 angkel happy?. [video]. <https://vt.tiktok.com/ZS68RLMEP>
- [abe\_daily]. (8 September 2024). Join sikat gigi?.  
 [video]. <https://vt.tiktok.com/Zs68dWyLk/>
- [abe\_daily]. (4 september 2024). Percakapan bapaack dan anack  
 sepulang sekulaaa. [video].  
<https://vt.tiktok.com/ZS68dGQWK/>
- [abe\_daily]. (1 september 2024). Sama sama baju putih, bedanya 1  
 orang Pelabuhan satunya orang industri  
 kreatif. [video].  
<https://vt.tiktok.com/ZS68RNJuL>
- [abe\_daily]. (17 agustus 2024). Lulus banget nih abe test kejujuran. [video].  
<https://vt.tiktok.com/ZS68RBA5k>

