

YOUTUBE KINDERFLIX SEBAGAI MEDIA PENDAMPINGAN ANAK: STUDI FENOMENOLOGI *DIGITAL PARENTING* PADA IBU MILLENNIAL DI KOTA SURABAYA

Nafila Zahrotul Afifah

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
nafilazahrotul.21035@mhs.unesa.ac.id

Dwi Prasetyo

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
dwiprasetyo@unesa.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan media digital secara signifikan mendorong perubahan pola asuh anak, terutama di kalangan ibu millennial yang kini mengandalkan media digital seperti YouTube sebagai sarana edukatif sekaligus hiburan. Penelitian ini bertujuan mengungkap praktik *digital parenting* ibu millennial di Surabaya dalam pendampingan anak melalui kanal YouTube Kinderflix. Fokus utama penelitian adalah menjawab pertanyaan mengenai pengalaman ibu millennial dalam memaknai dan menerapkan pendampingan melalui Kinderflix. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam terhadap enam informan ibu millennial yang terseleksi. Data kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola penggunaan media, persepsi terhadap konten, serta strategi pendampingan aktif orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kinderflix dipilih karena menyajikan konten edukatif, visual yang ramah anak, serta pesan moral yang relevan dengan usia dini. Kanal ini terbukti efektif membantu orang tua menanamkan nilai-nilai positif seperti berbagi, tolong-menolong, dan menjaga kebersihan. Kesimpulannya, dengan penerapan *digital parenting* yang bijak, YouTube Kinderflix berfungsi sebagai sarana pendampingan anak yang efektif bagi ibu millennial di Surabaya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi keterlibatan peran ayah, membandingkan kanal sejenis, dan mengukur dampak jangka panjang konten digital terhadap perkembangan anak.

Kata Kunci: Digital parenting, YouTube edukatif, Ibu millennial, Kinderflix, Pendampingan anak.

Abstract

The rapid development of digital media, especially platforms like YouTube, has significantly changed parenting patterns. This study identifies the digital parenting practices of millennial mothers in Surabaya concerning the use of YouTube Kinderflix by their children. Specifically, the research aims to understand how these mothers interpret and implement support for their children using this platform. Employing a descriptive qualitative approach, this study gathered data through in-depth interviews with six selected millennial mothers. Thematic analysis was utilized to examine media usage, content perception, and parental support strategies regarding the Kinderflix channel. The findings confirm that Kinderflix is preferred for its educational content, child-friendly visuals, and positive moral messages. The platform aids mothers in instilling positive values, such as sharing and cleanliness. This confirms that with proper parental accompaniment, Kinderflix functions as an effective and engaging platform for millennial mothers in Surabaya. In conclusion, digital media can be a valuable educational resource when supported by parental involvement. Future research should explore paternal involvement and quantify the long-term impact of such digital content.

Keywords: Digital parenting, educational YouTube, millennial mothers, Kinderflix, child accompaniment.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong transformasi digital dan pergeseran fundamental dalam paradigma pengasuhan (Silalahi et al., 2025). Pola pendampingan tradisional yang cenderung otoriter dan protektif mulai ditinggalkan karena tidak lagi relevan. Media digital, seperti YouTube, TikTok, dan berbagai platform lainnya, menjadi sumber informasi yang berlimpah, menyediakan konten yang lebih beragam dan terkurasi (Rachmaniar, 2022). Konten digital edukatif tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat bantu strategis dalam proses pendampingan anak. Namun, kemudahan ini disertai risiko signifikan, terutama ancaman terhadap keselamatan dan hak anak dalam bentuk eksploitasi digital (Sitorus et al., 2025).

Konteks dualisme manfaat dan risiko ini melahirkan konsep Digital Parenting, yaitu pendekatan pengasuhan di mana orang tua mengajarkan dan mengawasi anak dalam menggunakan perangkat digital agar mereka aman, dengan membuat batasan yang jelas (Diana & Harahap, 2023). Konsep ini relevan karena pada usia dini, otak anak berkembang sangat pesat mencapai sekitar 80% kapasitasnya, dan penggunaan gawai yang berlebihan tanpa kendali dapat berdampak negatif (Maisari & Purnama, 2019). *Digital parenting* menuntut orang tua—khususnya ibu milenial—untuk tidak hanya mengawasi, tetapi juga aktif mendampingi, melindungi, dan membuat kesepakatan penggunaan media secara bijak. Kurangnya pengawasan dan pemahaman orang tua terhadap perangkat dapat menyebabkan aktivitas digital anak tidak terkontrol (Suwastini et al., 2021).

Kelompok ibu milenial (lahir 1981–1996) menjadi segmen kunci dalam adopsi digital parenting. Mereka memiliki akses tinggi terhadap internet dan media digital, serta cenderung mencari informasi parenting dan konten anak melalui platform daring (Maisari & Purnama, 2019). Studi

menunjukkan bahwa ibu milenial sangat memperhatikan nilai edukatif, estetika, dan keamanan dalam memilih konten untuk anak mereka. Mereka sering menggunakan YouTube sebagai kurator media digital dan sumber edukasi bagi anak mereka, sejalan dengan kebutuhan *multitasking* di era modern. Keputusan mereka dalam memilih konten sering dipengaruhi oleh ulasan autentik dari sesama orang tua, bukan semata-mata informasi formal (Mertens et al., 2024).

Di tengah popularitas YouTube sebagai salah satu media digital paling dominan di Indonesia dengan 142 juta pengguna, kanal edukatif menjadi pilihan favorit. Salah satu kanal yang diminati adalah Kinderflix, yang menyajikan konten edukatif dan hiburan yang ramah anak. Kinderflix berkomitmen menyediakan konten yang mendidik dan menstimulasi perkembangan anak, serta membantu anak belajar kosa kata, pelafalan, dan keterampilan motorik kasar. Keberadaan Kinderflix memberikan solusi praktis bagi ibu milenial untuk menjaga keterlibatan anak pada konten edukatif sembari memberikan ruang bagi ibu untuk menyelesaikan tanggung jawab lainnya, menunjukkan bahwa *platform* ini memiliki fungsi sosial yang strategis dalam pola pengasuhan kontemporer (Auliana et al., 2024).

Meskipun Kinderflix memberikan manfaat, penggunaannya memunculkan tantangan etika, seperti fenomena *sharenting*—yakni praktik membagikan kehidupan anak di media sosial yang berpotensi mengganggu privasi anak. Praktik ini bahkan dapat mengubah anak menjadi objek ekonomi digital. Selain itu, risiko paparan konten tak sesuai usia juga tetap ada. Hal ini menuntut ibu milenial memiliki kesadaran kritis dan literasi media yang tinggi. Penelitian ini memilih Kota Surabaya sebagai lokasi studi karena mewakili dinamika urban dengan adopsi teknologi yang tinggi dan populasi ibu milenial yang besar (346.184 jiwa).

Konteks lokal ini penting untuk memahami bagaimana ibu milenial mempraktikkan *digital parenting* secara kontekstual (Kasmawati et al., 2025).

Meskipun banyak penelitian mengkaji perilaku ibu milenial dalam parenting melalui media sosial, masih sedikit studi yang secara khusus menyoroti penggunaan YouTube sebagai alat pendampingan dalam konteks *digital parenting*. Lebih lanjut, kajian yang mengambil konteks lokal di kota besar seperti Surabaya, untuk menggali pengalaman subjektif ibu milenial, juga masih minim. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi celah tersebut. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menangkap makna dan pengalaman langsung informan, bertujuan untuk menjawab pertanyaan: "Bagaimana pengalaman ibu millenial di Surabaya dalam memaknai dan menerapkan pendampingan anak Melalui YouTube Kinderflix dalam konteks digital parenting?".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi fenomenologi untuk mendalami pengalaman subjektif ibu milenial di Surabaya terkait penggunaan YouTube Kinderflix sebagai media pendampingan anak. Pendekatan fenomenologi dipilih karena bertujuan mengungkap esensi dari fenomena berdasarkan pengalaman hidup partisipan secara langsung, yakni bagaimana mereka memaknai, merespons, dan mengintegrasikan media digital dalam praktik pengasuhan. Prosedur penelitian mengadaptasi studi kasus sebagai kerangka implementatif dalam fenomenologi (Magnoni, 2016), memungkinkan eksplorasi konkret terhadap Kinderflix sebagai objek konten edukatif di konteks urban Surabaya yang *digitally literate*.

Teknik pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam terhadap enam ibu milenial pengguna aktif Kinderflix dan observasi non-partisipatif terhadap konten kanal tersebut. Untuk memastikan validitas, digunakan triangulasi sumber, *member checking*, dan reflektivitas peneliti. Data dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) untuk mengidentifikasi tema-tema dominan yang muncul dari narasi informan, seperti persepsi nilai edukatif, respons terhadap strategi soft-selling, dan pengaruh konten terhadap perilaku anak. Keterlibatan peneliti selaras dengan prinsip *epoche* dalam fenomenologi. Penelitian ini tidak bertujuan membuat generalisasi statistik, melainkan memberikan pemahaman mendalam dan kontekstual terhadap praktik digital parenting di kota besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Digital Parenting*

Digital parenting didefinisikan sebagai upaya komprehensif untuk mempersiapkan orang tua (*native immigrant*) agar mampu mendidik dan melindungi anak (*digital native*) di tengah perkembangan teknologi yang masif (Suwastini et al., 2021). Secara konseptual, ini adalah pengawasan orang tua terhadap anak yang sejak usia dini sudah akrab dengan teknologi digital (Hijriyani & Rosidin, 2022). Konsep ini muncul sebagai respons terhadap fakta bahwa teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan anak-anak (Fajria et al., 2025), sehingga pengasuhan tradisional yang otoriter tidak lagi relevan. Digital parenting melibatkan peran orang tua dalam membuat aturan yang jelas, memproteksi gawai, dan mencapai kesepakatan penggunaan dengan anak (Nurhayati et al., 2024).

Penerapan digital parenting didasarkan pada urgensi psikologis, mengingat pertumbuhan dan perkembangan anak usia dini terjadi sangat cepat, di mana otak anak berkembang pesat mencapai sekitar 80%

kapasitasnya. Oleh karena itu, pola pengasuhan digital harus disesuaikan dengan tahapan usia anak untuk meminimalkan risiko sekaligus mengoptimalkan potensi mereka (Khaerunnisa et al., 2021). Tanpa pendampingan yang tepat, anak berisiko terpapar konten yang tidak sesuai usia, menggunakan media secara berlebihan, atau mengembangkan kebiasaan digital yang kurang sehat. Kekuatan YouTube sebagai media visual yang mampu membangun pengalaman emosional dan edukatif justru menuntut adanya *digital parenting* agar anak tidak salah dalam menangkap informasi yang ada di platform tersebut.

Strategi utama digital parenting bertujuan membimbing anak agar memanfaatkan teknologi secara bijak, aman, dan produktif (Fajria et al., 2025). Strategi ini terbagi dua: Mediasi Pembatasan (*Restrictive Mediation*) dan Mediasi Aktif (*Active Mediation*). Pembatasan waktu penggunaan gadget menjadi strategi fundamental, terutama bagi anak usia dini, di mana durasi maksimal 2 jam per hari direkomendasikan untuk mencegah dampak negatif pada perkembangan dan pertumbuhan anak (Diana & Harahap, 2023; Krisdiawan & Asikin, 2025). Sementara itu, Mediasi Aktif menekankan pada interaksi yang disengaja. Ini mencakup pemilihan konten yang sesuai, penggunaan platform yang lebih aman, *co-viewing* atau menonton bersama, serta komunikasi terbuka (Diana & Harahap, 2023; Aziz et al., 2023).

Peran orang tua sangat krusial dalam membentuk generasi yang tangguh dan berkarakter, sehingga mereka dituntut memiliki pengetahuan yang memadai agar mampu mengawasi dan membimbing anak di tengah paparan konten visual (Ulfah et al., 2021). Selain itu, orang tua memerlukan edukasi *digital parenting* agar dapat mengawasi dan membimbing anak (Diana & Harahap, 2023). Mediasi aktif ini juga mencakup aspek perlindungan hak anak

dalam penggunaan media digital. Dengan strategi yang tepat, media digital dapat menjadi sarana efektif untuk mendukung pembelajaran anak apabila digunakan secara bijak dengan pedoman yang jelas. Oleh karena itu, konsep *digital parenting* menjadi kerangka utama dalam penelitian ini untuk menganalisis bentuk pengawasan, pendampingan, dan pembatasan yang diterapkan ibu milenial di Surabaya terhadap Kinderflix.

B. Karakteristik Ibu Millenial

Generasi millennial (Gen Y), yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, merupakan segmen usia produktif yang mendominasi peran sebagai orang tua muda. Secara demografis, ibu millennial dicirikan sebagai kelompok yang berpendidikan relatif tinggi, memiliki akses luas terhadap teknologi, dan cenderung tinggal di wilayah perkotaan (Thomas & George, 2021). Kelompok ini juga sering terlibat dalam *dual income households* dan aktif dalam peran sosial, sehingga terpapar pada nilai-nilai *parenting* modern berbasis literasi digital. Dalam konteks pengasuhan, mereka menunjukkan kebutuhan tinggi terhadap efisiensi, kepraktisan, dan fleksibilitas, yang mendorong mereka untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas harian dan pengasuhan anak.

Secara psikografis, ibu millennial adalah konsumen yang sangat kritis. Mereka cenderung mencari informasi parenting melalui internet dan media sosial, dan sangat memperhatikan nilai edukatif, estetika, serta keamanan dalam memilih konten untuk anak mereka (Beuckels et al., 2024; Walker, 2021). Keputusan ibu millennial dalam memilih media tidak hanya didasarkan pada informasi formal, melainkan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan sosial yang dibangun melalui komunitas daring dan ulasan dari sesama orang tua (Mertens et al., 2024). Faktor *media trust* ini sangat penting, di mana mereka cenderung loyal terhadap kanal media anak yang konsisten menyajikan

nilai edukasi dan tanggung jawab sosial.

Pola konsumsi media ibu millennial menunjukkan pergeseran ke media digital yang bersifat *mobile*, *on-demand*, dan interaktif. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok mendominasi aktivitas harian mereka untuk mencari informasi dan edukasi anak. Studi regional menunjukkan bahwa ibu millennial di kota-kota besar seperti Surabaya memiliki kecenderungan tinggi untuk menggunakan YouTube sebagai *digital babysitter* dan sumber edukasi, sejalan dengan kebutuhan multitasking dalam keseharian mereka (Ratnasari et al., 2024). Keterlibatan mereka bersifat aktif, ditandai dengan responsivitas terhadap konten yang melibatkan “*parental voice*” atau pengalaman pengasuhan otentik (Osei-Essah, 2024). Pemahaman tentang karakteristik perilaku digital ibu milenial ini menjadi kunci untuk menafsirkan bagaimana mereka memilih dan menerapkan Kinderflix dalam kerangka digital parenting di Surabaya.

C. Pendampingan Anak Melalui Media Youtube

1. Media Youtube sebagai Sarana Media Edikasi Anak

YouTube merupakan platform berbagi video terbesar di dunia yang menyediakan beragam konten, mulai dari hiburan, informasi, hingga edukasi. Dengan lebih dari 2,70 miliar pengguna di seluruh dunia per bulan, YouTube memiliki jangkauan audiens yang sangat luas, sehingga berpotensi besar menjadi media yang efektif untuk penyebaran informasi dan edukasi (Rohmatulloh et al., 2020). Ragam konten seperti lagu anak dan video keluarga menarik minat anak untuk menonton dan mengeksplorasi fitur yang tersedia. Di Indonesia, YouTube menjadi salah satu media sosial paling dominan dan platform digital paling populer di semua

kelompok usia, termasuk anak-anak (Sudarsono et al., 2020). Popularitas ini menunjukkan peran krusial YouTube dalam membentuk tren secara global maupun lokal, sehingga peran orang tua menjadi penting dalam mengarahkan dan mendampingi aktivitas menonton anak.

Dalam beberapa tahun terakhir, YouTube mengalami lonjakan penggunaan sebagai kanal distribusi konten edukatif, menjadikannya alat bantu pengasuhan bagi orang tua milenial. Keunggulan platform ini terletak pada penyediaan video yang mudah diakses, berformat pendek, dan bersifat repetitif, yang sangat sesuai dengan kebutuhan belajar anak usia dini. Konten edukatif di YouTube cenderung lebih efektif dalam meningkatkan atensi, retensi informasi, dan motivasi belajar pada anak dibandingkan media pasif seperti televisi (Prensky & Monteiro, 2020). Kelebihan ini didukung oleh kemampuan video YouTube untuk dikustomisasi, dijeda, dan ditonton ulang sesuai kecepatan belajar masing-masing anak.

Konten YouTube untuk anak-anak perlu memperhatikan aspek kepercayaan, keamanan, dan nilai edukatif karena audiensnya adalah kelompok rentan (Duffett et al., 2019). Dalam konteks ini, kanal yang mengusung nilai edukasi dan menghadirkan figur *parenting* terpercaya—seperti Kinderflix—lebih mudah diterima oleh orang tua milenial yang kritis terhadap konten yang dikonsumsi anak mereka. YouTube juga mendukung model *co-viewing* atau nonton bersama, yang memperkuat *bonding* dan literasi media anak (Walker, 2021). Model *co-viewing* ini merupakan wujud dari *Active Mediation* yang dilakukan orang tua.

Dalam konteks Indonesia, YouTube menjadi media favorit bagi ibu milenial dalam mendampingi anak, karena selain gratis, kontennya dapat disesuaikan dengan preferensi keluarga dan dipilih berdasarkan rekomendasi komunitas *online* (Ratnasari et al., 2024). Kajian tentang media digital dan konten edukatif sangat relevan untuk memahami kekuatan serta potensi risiko dari platform seperti YouTube. Hal ini memberikan landasan evaluasi terhadap keunggulan dan keterbatasan Kinderflix sebagai sarana edukasi anak yang aman dan menarik, sehingga menjadi variabel penting dalam penelitian mengenai *digital parenting*.

2. Pendampingan Anak Melalui Konten Digital

Media digital telah menjadi bagian fundamental dalam kehidupan anak-anak, terutama pada usia prasekolah dan awal sekolah. Efektivitasnya sebagai alat pendidikan dan hiburan sangat bergantung pada kombinasi faktor, yaitu kualitas konten yang disajikan, tingginya keterlibatan orang tua, serta upaya kontekstualisasi nilai-nilai dalam kehidupan sehari-hari anak. Studi menunjukkan bahwa media digital yang bersifat interaktif dan edukatif memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan kognisi dan perkembangan sosial-emosi anak (Hirsh-Pasek et al., 2022). Konten berbasis video yang dilengkapi narasi, musik, dan visual stimulatif—seperti yang ditawarkan oleh Kinderflix—terbukti lebih menarik dan mudah diingat oleh anak-anak, sehingga media ini memiliki keunggulan dalam mendukung proses pembelajaran.

Seiring dengan kemajuan teknologi, pendampingan anak dalam konteks modern tidak lagi terbatas pada interaksi langsung, melainkan melibatkan teknologi dan media digital sebagai perantara edukasi, hiburan, dan

komunikasi. Pergeseran ini mendasari teori *digital parenting*, di mana orang tua diasumsikan sebagai mediator aktif yang berperan penting dalam menavigasi, menyaring, dan mengontrol konsumsi media anak (Livingstone & Blum-Ross, 2020). Peran mediasi ini menjadi semakin kompleks dalam masyarakat digital, terutama bagi ibu milenial yang dituntut *multitasking* dan mengandalkan media seperti YouTube sebagai alat bantu edukatif. Oleh karena itu, *digital parenting* menuntut transformasi peran orang tua dari sekadar pengawas menjadi fasilitator media yang bijaksana.

Kualitas interaksi menjadi penentu utama apakah penggunaan teknologi oleh keluarga akan memperkuat atau justru memperlemah peran pengasuhan (Walker, 2021). Platform digital, termasuk YouTube, menawarkan ruang potensial untuk *co-engagement* atau *co-viewing*, di mana anak dan orang tua bisa belajar dan menikmati konten secara bersama-sama. Model *co-viewing* ini memberikan kesempatan bagi orang tua untuk memberikan bimbingan, arahan, dan menanamkan nilai-nilai selama anak mengonsumsi media digital. Pemahaman mendalam tentang konsep *co-engagement* sangat penting untuk menilai sejauh mana suatu konten dapat mendukung proses pembelajaran dan pembentukan karakter anak, karena ini menggarisbawahi pentingnya keterlibatan intensional orang tua dalam aktivitas digital anak.

Apabila anak menggunakan gawai tanpa didampingi secara aktif oleh orang tua, muncul beberapa risiko signifikan. Tanpa mediasi, kesenjangan dalam memahami perilaku digital dapat terjadi, dipicu oleh perbedaan pola pikir: anak cenderung memaknai aktivitas menonton sebagai hiburan, sementara

orang tua berharap terjadi pembelajaran serius. Kesenjangan ini, jika tidak dijembatani oleh keterampilan *digital parenting* yang memadai, dapat membuat anak terpapar konten yang tidak sesuai usia, bahkan pada platform yang tergolong aman (Suwastini et al., 2021). Dengan demikian, *digital parenting* berfungsi untuk memitigasi risiko ini melalui pengawasan dan edukasi.

Pada usia dini, anak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat cepat, sehingga pola *digital parenting* harus diadaptasi secara spesifik sesuai dengan tahap usia mereka (Khaerunnisa et al., 2021). Tanpa pendampingan yang tepat dan penyesuaian usia, anak berisiko terpapar konten yang tidak sesuai, menggunakan media secara berlebihan, atau mengembangkan kebiasaan digital yang kurang sehat. Pembagian kelompok usia yang jelas membantu orang tua menetapkan aturan, fasilitas, dan pendampingan yang sesuai untuk meminimalkan risiko sekaligus mengoptimalkan potensi anak. Penggunaan media digital juga memengaruhi perkembangan perilaku prososialnya, di mana dampak positif atau negatifnya sangat bergantung pada pola pengasuhan yang konsisten dan terarah (Diana & Harahap, 2023).

Secara keseluruhan, teori pendampingan anak memberikan dasar fundamental untuk melihat peran orang tua dalam memberikan bimbingan, arahan, dan nilai-nilai selama anak mengonsumsi media digital. Pemahaman ini adalah kunci untuk menilai sejauh mana suatu kanal seperti Kinderflix dapat mendukung proses pembelajaran dan pembentukan karakter anak. Media digital, meskipun berpotensi edukatif, hanya dapat menjadi sarana efektif untuk mendukung pembelajaran anak apabila

digunakan secara bijak, dengan pedoman yang jelas, dan disertai pengawasan aktif orang tua. Teori ini menjadi landasan analitis utama untuk mengevaluasi strategi dan makna yang diberikan oleh ibu milenial di Surabaya dalam memanfaatkan Kinderflix.

D. Hasil Temuan

1. Integrasi Harian dan Kualitas Konten Ibu A

Ibu A mengintegrasikan YouTube hampir setiap hari dalam rutinitas rumah tangganya, terutama sebagai alat edukasi selama waktu transisi anak. Penggunaan YouTube oleh Ibu A bukan sekadar pengisi waktu luang, melainkan media *parenting* yang telah menjadi bagian dari sistem pengasuhan millennial. Hal ini menunjukkan bahwa media digital telah bertransformasi dari sekadar pelengkap menjadi alat bantu yang praktis dan terpercaya. Ibu A secara aktif menyeleksi konten yang edukatif, aman, dan mudah dipahami, menunjukkan perannya yang aktif sebagai mediator media digital, meskipun pengawasannya dilakukan secara tidak langsung.

Ibu A memberikan penilaian tinggi terhadap konten Kinderflix. Ia secara khusus mengapresiasi kualitas visual yang "tidak berlebihan," penggunaan bahasa yang lembut, dan durasi video yang sesuai untuk anak usia dini. Konten Kinderflix dinilai memberikan nilai edukasi yang kuat, terutama dalam pembelajaran sikap sosial, seperti berbagi dan kerja sama. Kesesuaian elemen visual, bahasa, dan durasi ini menjadi faktor kunci yang membuat konten lebih mudah dipahami dan diterima oleh anak, serta memastikan bahwa nilai yang disampaikan dapat terserap tanpa menimbulkan *overstimulasi*.

Temuan yang paling berkesan dari Ibu A adalah pengaruh konten Kinderflix yang nyata terhadap perilaku anaknya. Anak Ibu A terbukti meniru lagu dan sikap baik dari video Kinderflix, terutama pada tema berbagi. Dampak positif ini memperkuat pandangan bahwa Kinderflix tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat efektif untuk membentuk perilaku positif dan menanamkan nilai sosial yang bermanfaat bagi perkembangan anak.

Secara keseluruhan, temuan Ibu A menegaskan bahwa YouTube Kinderflix dapat berfungsi sebagai sarana pendampingan anak yang efektif karena kontennya diterima dengan baik dan selaras dengan nilai *parenting* ibu millennial (visual lembut, pesan sosial). Platform YouTube mendukung gaya hidup *multitasking* ibu muda, sekaligus menjadi sarana edukatif alternatif yang praktis. *Brand awareness* Kinderflix terbentuk melalui pengalaman positif dan kualitas konten, bukan melalui iklan eksplisit, yang menjawab bagaimana efektivitas Kinderflix tercapai.

2. Mediasi Digital WFH Solusi Pesan Moral Ibu B

Ibu B memanfaatkan YouTube hampir setiap hari sebagai solusi *digital parenting* saat ia menjalankan *work from home* (WFH). Media ini digunakan untuk membantu menjaga perhatian dan keterlibatan anak saat ia sibuk, terutama ketika ada *meeting* mendesak. Dalam konteks ibu millennial yang bekerja dari rumah, YouTube Kinderflix berperan sebagai pendamping sementara anak yang dipercaya, selama kontennya dipastikan sesuai dan aman. Hal ini mencerminkan dinamika baru dalam *digital parenting*, di mana terjadi kombinasi antara otoritas orang tua dan kepercayaan terhadap kanal media

yang dipilih.

Pemilihan Kinderflix oleh Ibu B didasarkan pada kontennya yang interaktif, yang dikemas melalui lagu dan cerita dengan pesan moral yang mudah dinyanyikan dan diikuti oleh anak. Ibu B melihat bahwa strategi konten interaktif ini efektif secara afektif, karena mampu meningkatkan keterlibatan kognitif dan emosional anak. Hal ini menunjukkan bahwa Kinderflix dapat menjadi media pendampingan yang efektif bagi orang tua dalam menanamkan nilai moral dan keterampilan sosial pada anak.

Ibu B mengungkapkan adanya perubahan perilaku positif yang konsisten pada anaknya setelah menonton Kinderflix, seperti menjadi lebih mudah berbagi dan mengikuti nasihat sederhana yang ada dalam lagu. Pengaruh positif ini memperkuat peran Kinderflix sebagai alat pendampingan anak yang mampu menanamkan perilaku prososial, yang berfungsi sebagai *modeling* yang efektif bagi anak usia dini. Temuan Ibu B menunjukkan bahwa konten edukatif Kinderflix terbukti mendukung peran ibu millennial yang *multitasking*, khususnya dalam konteks WFH. Konten yang berisi pesan moral yang disampaikan secara interaktif mampu membentuk perilaku positif anak. Selain itu, Ibu B mencatat bahwa elemen promosi dalam konten tidak dianggap mengganggu karena disampaikan secara halus. Secara tidak langsung, YouTube menjadi jembatan interaksi antara orang tua dan anak, di mana Ibu B tetap menjaga kontrol dan seleksi konten sambil membangun kebiasaan positif di rumah.

3. Seleksi Situasional dan Internalisasi Perilaku Ibu C

Ibu C mewakili kelompok ibu millennial yang bersikap lebih selektif dan situasional terhadap penggunaan media digital. Ia menggunakan

YouTube hanya 2–3 kali seminggu, tidak menjadikannya sebagai konsumsi harian, melainkan sebagai alat bantu ketika anak merasa bosan atau ketika ia sendiri membutuhkan waktu istirahat sejenak. Pandangan ini menunjukkan bahwa media digital dianggap sebagai alat bantu, bukan kebutuhan rutin. Meskipun frekuensi penggunaannya rendah, Ibu C tetap menerapkan pengawasan aktif dengan menyeleksi konten dan duduk di dekat anak saat menonton, menunjukkan adanya *digital parenting* yang intensional.

Ibu C menemukan kanal Kinderflix melalui fitur rekomendasi dari YouTube Kids, yang menunjukkan peran strategis platform dalam mendistribusikan konten edukatif. Ia menilai Kinderflix aman karena kontennya "tidak gaduh" dan memiliki pesan yang mudah ditiru oleh anak, seperti lagu bertema tolong-menolong atau membantu orang tua. Konten yang dikemas dengan visual yang ramah dan narasi sederhana ini membuat Ibu C memberikan kepercayaan lebih besar.

Anak Ibu C menunjukkan pengaruh langsung setelah menonton video Kinderflix, terlihat dari kebiasaan baru seperti mulai membantu pekerjaan rumah tangga setelah menonton konten terkait "bantu mama". Efek yang langsung terlihat dalam keseharian anak ini menegaskan bahwa kekuatan konten terletak pada kemampuannya menciptakan pengalaman yang dapat diinternalisasi oleh anak secara alami.

Temuan dari Ibu C menunjukkan bahwa konten Kinderflix relevan dengan kebutuhan ibu millennial karena menghadirkan pesan moral sederhana, visual yang menarik, dan bahasa yang mudah dipahami. Pengaruh positif terhadap perilaku anak terlihat dari kebiasaan baru seperti membantu orang tua di rumah. Dengan memilih

menonton secara situasional, Ibu C menegaskan bahwa ibu millennial memandang media digital sebagai penguat pembelajaran perilaku anak, bukan hanya sarana hiburan pasif.

4. Fungsi Pedagogis Integrasi Kurikulum PAUD Ibu D

Ibu D, yang memiliki latar belakang sebagai guru TK, memanfaatkan YouTube secara rutin sebagai strategi *digital parenting* edukatif. Ia menggunakan YouTube hampir setiap hari untuk memperkuat pembelajaran anak di luar sekolah, terutama dengan konten yang selaras dengan kurikulum PAUD seperti huruf, angka, nilai sosial, dan emosi dasar. Penggunaan media digital dalam pola belajar keluarga ini menegaskan fungsi pedagogis media digital dalam strategi *parenting* edukatif yang terstruktur.

Ibu D menemukan Kinderflix dari komunitas guru dan menggunakannya karena sesuai dengan nilai-nilai pendidikan karakter dan kurikulum PAUD. Ia menyoroti penggunaan bahasa yang lembut, visual yang bersih, dan struktur video yang konsisten. Hal ini membuktikan bahwa konten Kinderflix terbukti relevan bagi pendampingan anak usia dini, tidak hanya bagi orang tua, tetapi juga pendidik, karena mudah diintegrasikan dalam kegiatan belajar di rumah maupun di sekolah.

Dampak Kinderflix terlihat meluas di luar rumah tangga Ibu D. Ia tidak hanya menyaksikan anak-anaknya meniru lagu dan kebiasaan baik dari video (misalnya kesadaran akan kebersihan), tetapi juga membagikannya ke komunitas orang tua dan sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa konten Kinderflix berkontribusi pada pembentukan kebiasaan positif dan memengaruhi lingkungan belajar yang lebih luas, karena dapat dimanfaatkan oleh pendidik sebagai

sarana pendampingan anak yang menyenangkan.

Temuan Ibu D menggarisbawahi bahwa Kinderflix secara langsung mendukung strategi edukasi keluarga dan sekolah, menjadikannya bagian dari pembelajaran terstruktur, bukan sekadar hiburan. Pendekatan ini mencerminkan *digital parenting* aktif, di mana orang tua—yang sekaligus pendidik—memandu anak dalam memahami pesan. Efektivitas konten terbukti melalui saluran *word-of-mouth* ke komunitas pendidikan. Selain itu, promosi dalam konten dinilai sopan dan memberikan nilai tambah, yang mendukung lingkungan *digital parenting* yang aman dan nyaman.

5. Pengawasan Disiplin Berbasis Psikologi Ibu E

Ibu E menggunakan YouTube hampir setiap hari dengan penerapan *digital parenting* yang sangat disiplin. Waktu menonton dikontrol ketat, hanya sekitar 1–2 jam per hari. Dengan latar belakang psikologi, Ibu E secara aktif memilih dan menyaring konten, memastikan bahwa materi visual dan pesan dalam video sesuai dengan tahapan psikologis anak usia dini. Praktik ini menunjukkan bahwa *digital parenting* aktif menjadi praktik dominan, di mana orang tua mengontrol tidak hanya durasi (pembatasan) tetapi juga kualitas tontonan anak.

Ibu E menyukai gaya visual Kinderflix yang bersih dan tidak *overstimulating*, serta memiliki pesan moral yang konsisten. Konten seperti lagu tentang tolong-menolong berhasil membentuk perilaku anak dalam kehidupan sehari-hari. Kombinasi antara kualitas estetika dan nilai moral ini memperkuat kepercayaan orang tua terhadap keamanan dan manfaat konten. Kinderflix, dengan memenuhi harapan psikologis dan estetika

pengguna yang kritis, memungkinkan anak belajar dalam lingkungan digital yang sehat.

Meskipun Kinderflix menyertakan ajakan *subscribe* dan tautan eksternal, Ibu E tidak merasa terganggu. Justru ia mengapresiasi promosi yang dilakukan dengan cara halus, relevan, dan profesional. Strategi promosi yang tidak mengganggu ini dinilai lebih tulus dan profesional, yang secara langsung meningkatkan loyalitas penonton dan membuat orang tua lebih nyaman dan aman mengizinkan anak mereka menonton.

Temuan Ibu E menunjukkan penerapan *digital parenting* yang disiplin melalui pengaturan waktu dan seleksi ketat konten. YouTube tidak hanya digunakan sebagai hiburan pasif, tetapi menjadi alat bantu pengajaran nilai sosial, yang memperkuat konsep *parenting* berbasis nilai. Ini menjawab pertanyaan tentang efektivitas YouTube sebagai sarana pendampingan anak. Promosi yang etis dan tidak eksplisit justru membuat orang tua merasa nyaman dan loyal terhadap kanal Kinderflix, mendukung lingkungan *digital parenting* yang bebas distraksi negatif.

6. Interaksi Reflektif dan Branding Profesional Ibu F

Ibu F memanfaatkan YouTube secara terstruktur sebagai alat interaksi reflektif antara ibu dan anak. Ia menonton bersama anak dan selalu disusul diskusi tentang isi video, menjadikan YouTube sebagai sarana *parent-child bonding* sekaligus pembelajaran. Pendekatan ini menegaskan bahwa YouTube bukan hanya media visual, tetapi alat komunikasi yang efektif untuk berbagi pengalaman moral. Penggunaan media secara terstruktur ini selaras dengan prinsip *digital parenting* aktif yang mengutamakan keterlibatan langsung

orang tua.

Dengan latar belakang manajemen pemasaran, Ibu F menilai Kinderflix dari sisi konten dan *branding*. Ia menyukai pendekatan visual yang bersih, pesan moral yang kuat, dan tidak adanya unsur berlebihan. Ia menilai Kinderflix unggul karena terlihat "niat dan rapi" atau "berkelas". Di mata ibu millennial yang terdidik dan berorientasi nilai, *branding* edukatif yang profesional dan tidak *berisik* lebih menarik dan lebih dipercaya.

Ibu F menyatakan bahwa elemen promosi dalam konten Kinderflix dikemas secara informatif dan profesional, tanpa mengganggu nilai inti edukatif. Pendekatan promosi berbasis kepercayaan ini memperkuat loyalitas penonton dan membuat orang tua merasa aman untuk terus menggunakan konten tersebut. Keputusan Ibu F untuk membagikan konten ini ke komunitas *parenting* juga membuktikan penerimaan yang sangat positif terhadap kualitas Kinderflix.

Temuan Ibu F menunjukkan bahwa ia memanfaatkan Kinderflix untuk menguatkan nilai keluarga seperti kerja sama dan kesabaran melalui diskusi terstruktur. Ini membuktikan bahwa media digital mampu melengkapi fungsi pendidikan karakter jika dikemas dengan pendekatan visual dan moral yang tepat. Strategi *digital parenting* aktif Ibu F memperluas fungsi media sebagai alat komunikasi nilai. Keputusan Ibu F membagikan konten ke komunitas menegaskan peran aktif konsumen sebagai agen penyebar nilai, yang mendukung kolaborasi antar orang tua dalam pengasuhan digital.

E. Pembahasan Hasil Temuan

1. Peran Kinderflix dalam Digital Parenting Ibu Millennial

Hasil penelitian menunjukkan

bahwa YouTube Kinderflix memiliki peran penting dalam mendukung praktik digital parenting di kalangan ibu milenial di Surabaya. Seluruh informan memandang Kinderflix sebagai media yang aman, edukatif, dan sesuai dengan usia anak. Konten yang disajikan menggabungkan hiburan dan pembelajaran, dengan pesan moral yang mudah dipahami anak, seperti berbagi, bekerja sama, menghargai orang lain, dan meminta maaf. Pesan-pesan ini dikemas dalam bentuk animasi yang menarik, tempo penyampaian yang tepat, serta visual yang bersih dan konsisten, sehingga membuat anak tertarik sekaligus memudahkan proses internalisasi nilai.

Kinderflix juga membantu orang tua dalam menjalankan peran sebagai pendidik, bukan sekedar pengawas. Sejalan dengan penelitian dari Livingstone & Blum-Ross (2020), mengemukakan bahwa dalam era digital saat ini, peran orang tua telah bergeser dari sekedar pengasuh menjadi juga sebagai kurator konten media digital bagi anak-anaknya. Hal ini tercermin dari testimoni beberapa informan yang menyatakan bahwa menonton Kinderflix bersama anak memudahkan mereka untuk memulai percakapan tentang nilai-nilai moral, mengaitkan isi video dengan pengalaman sehari-hari, dan memperkuat pengajaran yang sudah diberikan di rumah maupun sekolah. Dengan demikian, platform ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga memperluas ruang pembelajaran di luar kelas dan rumah.

Selain itu, para informan secara sadar dan aktif menyaring konten YouTube yang dianggap sesuai dan aman untuk dikonsumsi anak-anak, khususnya kanal Kinderflix. Informan mengaku memilih kanal ini karena kontennya bersih secara visual, tidak mengandung unsur kekerasan atau

bahasa kasar, serta mengandung pesan-pesan moral yang ringan namun relevan dengan keseharian anak. Hasil ini senada dengan studi Sarwar, Ahmad & Tabassum (2023), yang menunjukkan bahwa para orang tua secara umum lebih mempercayai kanal seperti Youtube kids karena cenderung menyajikan konten edukatif yang dikemas secara ringan dan visual yang menarik. Karakteristik inilah yang menurut para informan menjadi daya tarik utama dari kinderflix.

Dalam lingkungan sosial digital yang semakin kompleks, ibu millennial di Surabaya ini memperlihatkan bentuk pengasuhan yang adaptif, mengedepankan control terhadap konsumsi media anak, namun juga membrikan ruang eksplorasi dengan batasan-batasan tertentu. Mereka bukan hanya memonitor tetapi juga terlibat dalam proses menonton, membahas isi konten, hingga memberikan penjelasan tambahan yang bersifat edukatif. Hal ini memperlihatkan pergeseran dari pola asuh pasif menuju pola asuh aktif dalam ranah digital, yang menjadi esensi dari teori digital parenting.

2. Strategi Pendampingan Orang Tua

Berdasarkan temuan dari keenam informan, ibu millennial di Surabaya menerapkan berbagai strategi digital parenting untuk memaksimalkan manfaat Kinderflix sekaligus meminimalkan potensi risiko media digital bagi anak. Strategi-strategi ini selaras dengan konsep pengasuhan digital yang menekankan pada keterlibatan aktif, pengaturan akses, dan pengawasan konten (Livingstone & Helsper, 2008; Clark, 2011).

Beberapa orang tua, seperti Ibu Mitha dan Ibu Dian, melaporkan bahwa anak mereka menjadi lebih sadar akan batasan waktu penggunaan gadget dan lebih sering terlibat dalam diskusi mengenai konten yang ditonton

bersama orang tua. Ibu Mitha menetapkan durasi maksimal 1–2 jam per hari, sedangkan Ibu Dian rutin melakukan co-viewing disertai diskusi nilai setelah menonton. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan strategi digital parenting seperti pembatasan durasi dan pendampingan aktif berpengaruh positif terhadap perilaku anak (Krisdiawan & Asikin, 2025).

Komunikasi yang berkualitas antara orang tua dan anak usia dini membantu anak mengenal dan membedakan benar dan salah, memahami akar persoalan, serta memastikan kepentingan terbaik bagi mereka (Khaerunnisa et al., 2021). Hal ini terlihat, misalnya, pada Ibu Wenny yang mengaitkan isi video Kinderflix dengan pengalaman sehari-hari anak di sekolah, sehingga anak dapat memahami konteks nilai yang disampaikan. Pengenalan teknologi digital dalam konteks ini mempertimbangkan kesiapan anak sekaligus kemampuan orang tua untuk membimbing dan mengawasi penggunaan gadget. Dengan keterlibatan aktif seperti ini, media digital dapat menjadi sarana yang mendukung perkembangan anak secara positif.

Dengan kesadaran dan pemantauan yang tepat, media digital dapat menjadi alat efektif dalam mendukung pembelajaran dan pembentukan karakter anak. Pola ini selaras dengan temuan para informan, di mana ibu milenial menerapkan batasan durasi, pendampingan aktif, dan pemilihan konten yang aman seperti Kinderflix untuk memastikan penggunaan media digital tetap edukatif dan sesuai usia (Aziz et al., 2023). Dengan demikian, ibu millennial memanfaatkan pendekatan digital parenting secara adaptif, mengombinasikan kontrol,

keterlibatan, dan pemilihan media yang sesuai untuk mendukung perkembangan anak secara holistik, selaras dengan tujuan pengasuhan di era digital (Livingstone et al., 2017).

3. Dampak Konten terhadap Perilaku Anak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Kinderflix memberikan pengaruh positif terhadap perilaku anak usia dini di berbagai aspek, baik kognitif, afektif, maupun sosial. Secara kognitif, anak mampu memahami pesan-pesan sederhana yang disampaikan dalam video, seperti pentingnya berbagi, bekerja sama, dan meminta maaf. Pesan tersebut disajikan melalui cerita yang relevan dengan kehidupan anak dan visual yang menarik, sehingga memudahkan proses pemahaman dan pengingatan.

Para informan menyatakan bahwa anak-anak mereka sering menirukan perilaku baik yang ditayangkan dalam konten video, seperti lagu yang mengajarkan sikap tolong-menolong, menghormati orang tua, atau pentingnya kebersihan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa konten audiovisual yang diproduksi dan dikonsumsi secara tepat dapat menjadi alat bantu pembelajaran moral dan sosial yang efektif bagi anak usia dini. Studi Tatlow-Golden et al. (2016) mendukung klaim ini dengan menunjukkan bahwa anak-anak yang menonton konten edukatif di YouTube cenderung menginternalisasi nilai-nilai sosial dan moral yang positif. Proses belajar ini terjadi secara tidak langsung, melalui imitasi dan internalisasi, di mana anak-anak merekam dan kemudian meniru perilaku yang mereka anggap baik dan menyenangkan. Dalam konteks Kinderflix, pendekatan visual yang menyenangkan dan alur cerita yang sederhana namun bermuatan moral membuat anak-anak lebih mudah

menyerap pesan-pesan tersebut.

Selain itu, Konca et al. (2024) menyoroti bahwa akses terhadap konten YouTube yang bersifat edukatif dapat meningkatkan kemampuan sosial-emosional anak, terutama jika dilakukan dalam konteks yang terarah dan didampingi oleh orang tua. Refleksi bersama setelah menonton, diskusi mengenai isi konten, dan interaksi sosial yang terjadi selama proses menonton bersama orang tua, menjadi faktor penting yang memperkuat fungsi edukatif dari media digital. Hal ini menunjukkan bahwa tontonan yang aman dan edukatif dapat memperluas pengalaman belajar anak di luar lingkungan keluarga dan sekolah.

Temuan ini menguatkan pandangan bahwa media digital dapat menjadi alat pendidikan yang efektif ketika digunakan secara terarah, dengan bimbingan dan pengawasan orang tua. Dalam konteks penelitian ini, Kinderflix tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter dan penguatan nilai-nilai positif yang sejalan dengan tujuan digital parenting.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan “Bagaimana YouTube Kinderflix dapat berfungsi sebagai sarana pendampingan anak yang efektif bagi ibu milenial di Surabaya?”. Berdasarkan hasil wawancara dengan enam informan, Kinderflix berperan sebagai media digital yang aman, edukatif, dan sesuai usia anak. Konten yang disajikan menggabungkan hiburan dan pembelajaran nilai moral seperti berbagi, bekerja sama, dan meminta maaf yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami anak usia dini.

Ibu milenial menerapkan strategi digital parenting yang adaptif untuk memaksimalkan manfaat Kinderflix sekaligus meminimalkan risiko media digital. Strategi ini meliputi pembatasan durasi (*restrictive mediation*), pendampingan aktif (*active mediation*), kurasi konten (*content curation*), menonton bersama (*co-viewing*), dan pengelolaan promosi. Pendekatan ini memastikan bahwa anak memperoleh manfaat edukatif sambil tetap terlindungi dari paparan konten yang tidak sesuai usia.

Pendampingan yang terarah terbukti meningkatkan kesadaran anak terhadap aturan penggunaan media, mendorong keterlibatan mereka dalam diskusi konten, serta memfasilitasi penerapan perilaku prososial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, Kinderflix dapat berfungsi sebagai sarana pendampingan anak yang efektif melalui kombinasi konten berkualitas, strategi pengasuhan digital yang tepat, dan keterlibatan aktif orang tua.

Meskipun hasil studi ini memberikan wawasan yang bermakna, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Pertama, jumlah informan yang terbatas serta keterfokusan pada wilayah geografis Surabaya menjadikan generalisasi temuan ini masih perlu diuji pada populasi dan konteks budaya yang berbeda. Kedua, pendekatan kualitatif yang digunakan belum mampu menangkap dampak kuantitatif dari konsumsi konten terhadap perilaku anak, sehingga efektivitas konten dari sudut pandang perubahan perilaku belum bisa diukur secara sistematis. Ketiga, penelitian ini belum membandingkan kanal Kinderflix dengan kanal edukatif lain yang sejenis, sehingga belum dapat ditentukan sejauh mana keunggulan kompetitif Kinderflix di tengah persaingan konten digital yang semakin padat.

Untuk memperkuat temuan ini, disarankan agar penelitian lanjutan dilakukan dengan pendekatan *mixed-methods*, yang menggabungkan kedalaman wawancara kualitatif dengan data

kuantitatif yang dapat mengukur dampak perilaku anak secara lebih terstruktur. Penelitian mendatang juga bisa memperluas cakupan wilayah studi, termasuk segmentasi pada ayah atau pengasuh lainnya, guna memperoleh perspektif yang lebih komprehensif dalam memahami pola digital parenting dalam rumah tangga di Indonesia. Selain itu, perbandingan dengan kanal edukatif lain seperti Kok Bisa?, Cocomelon, atau Nussa berpotensi memberikan wawasan lebih mendalam terkait keunikan positioning Kinderflix sebagai media pendampingan anak.

B. Saran

1. Saran Akademik untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup kajian dengan mencakup wilayah dan karakteristik sosial ekonomi yang berbeda guna mendapatkan hasil yang lebih representatif, atau menggunakan pendekatan *mixed methods* maupun studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang penggunaan konten edukatif YouTube pada perkembangan kognitif, sosial, dan emosional anak secara terukur. Selain itu, penting untuk membandingkan efektivitas Kinderflix dengan kanal edukatif lain seperti *BabyBus* dan *Cocomelon* demi memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai keunikan dan daya tarik masing-masing platform. Penelitian di masa depan juga dapat mengeksplorasi keterlibatan ayah millennial dan dinamika keluarga inti dalam praktik *digital parenting*, serta menggali isu etika *sharenting* dan literasi media orang tua.

2. Saran Praktis untuk Orang Tua dan Komunitas

Berdasarkan temuan studi ini, disarankan kepada orang tua, khususnya ibu millennial, untuk

menerapkan strategi *digital parenting* yang seimbang antara pengawasan, pembatasan (*Restrictive Mediation*), dan pendampingan aktif (*Active Mediation*). Penetapan durasi menonton yang sesuai, pendampingan saat anak mengakses media digital, serta diskusi nilai setelah menonton, akan membantu anak memperoleh manfaat optimal dari konten edukatif seperti Kinderflix, sekaligus secara efektif mengurangi risiko paparan konten yang tidak sesuai usia. Implementasi konsisten dari strategi ini penting untuk mengoptimalkan potensi media digital sebagai alat bantu pengasuhan.

3. Saran Strategis untuk Penyedia Konten (Kinderflix)

Kepada pihak Kinderflix, disarankan untuk mempertahankan kualitas konten yang aman, bernilai edukatif, dan profesional. Kinderflix harus terus menyesuaikan materi yang disajikan dengan kebutuhan dan tahapan perkembangan anak usia dini, serta mempertimbangkan pengembangan fitur atau konten interaktif yang dapat secara eksplisit melibatkan orang tua dalam proses menonton. Selain itu, strategi promosi yang etis dan tidak mengganggu nilai inti edukasi perlu terus dipertahankan untuk membangun dan memperkuat kepercayaan (*media trust*) dari ibu millennial yang kritis, menjadikan Kinderflix sebagai mitra terpercaya dalam pengasuhan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliana, N., Khotimah, N., Sya'dullah, A., & Widayati, S. (2024). Dampak Video Youtube Kinderflix terhadap Keterampilan Berbicara Anak Usia 2-3 Tahun. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11803–11810.
- Aziz, T., Safira, T., Arofah, D., Lusiana, S. D., & Mutmainnah. (2023). Transformasi Pendidikan Anak: Strategi dan Tantangan Orangtua dalam Mengasuh Anak di Era Digital. *Qurroti: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(2), 70–87.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Diana, S., & Harahap, A. S. (2023). Peran Digital Parenting terhadap Perkembangan Prososial Anak Usia Dini di RA Al Furqon Mandailing Natal. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(5), 1921–1929.
- Fajria, N., Mahendra, A. S., Setiani, M. F., Roziqi, F., Muslikah, & Mahfud, A. (2025). Digital Parenting Meningkatkan Perkembangan Anak yang Berkualitas. *Journal of Creative Student Research*, 3(1), 167–176.
- Hijriyani, Y. S. & Rosidin. (2022). Pendampingan Digital Parenting Skill bagi Orang Tua Milenial dan Gen Z Melalui Hypnoparenting di Tarbiyatul Athfal (TA) Al-Manaar Ponorogo. *The 4th International Conference on University-Community Engagement*, 672–679.
- Kasmawati, Hesti, & Sasmin. (2025). Pendampingan Orang Tua Dan Guru Dalam Meningkatkan Literasi Digital Pada Anak Di TK Kuncup Pertiwi Kendari. *Sultra Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 60–65.
- Khaerunnisa, M., Tihardimanto, A., Sakinah, A. I., Trisnawaty, & Sewang, A. (2021). Hubungan Digital Parenting dengan Perkembangan Anak. *Ibnu Sina: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan-Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara*, 20(2), 57–68.
- Krisdiawan, R. A., & Asikin, N. A. (2025). Meningkatkan Kompetensi Orang Tua dalam Parenting Digital. *Jurnal Widya Laksmi*, 5(1), 196–203.
- Magnoni, D. (2016). Tutorial 1. *Open Scholarship Initiative Proceedings*, 1.
- Maisari, S., & Purnama, S. (2019). Peran Digital Parenting terhadap Perkembangan Berpikir Logis Anak Usia 5-6 Tahun di RA Bunayya Giwangan. *AWLADY: Jurnal Pendidikan Anak*, 5(1), 41–55.
- Mertens, E., Ye, G., Beuckels, E., & Hudders, L. (2024). Parenting information on social media: systematic literature review. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 7(1), e55372.
- Mudianti, H., & Cahyo, E. D. (2024). Analisis

- Dampak Tayangan Youtube terhadap Perkembangan Moral Anak Usia Dini. *Al Athfal: Jurnal Kajian Perkembangan Anak dan Manajemen Pendidikan Usia Dini*, 6(2), 30–43.
- Nurhayati, A., Suhaemi, K., Ramanda, P., & Khairat, I. (2024). Pendampingan Digital Parenting pada Orangtua Muda. *Harmoni Masyarakat*, 1(2), 110–121.
- Rachmaniar, A. (2022). Pola Asuh Orang Tua di Era Digital. *Journal of Education and Counseling (JECO)*, 2(1), 148–158.
- Rohmatulloh, A. M., Istiyanto, S. B., & Bestari, D. (2020). Youtube sebagai Media Pengendalian Orang Tua terhadap Anak (Studi Kasus Parental mediation Orang Tua Terhadap Siswa SDIT Al-Marjan Bekasi). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–9.
- Silalahi, Y. N. B., Asbari, M., & Tambunan, E. R. U. (2025). Media Digital sebagai Sarana Edukasi: Peran Orang Tua Mengoptimalkan Konsumsi Konten Anak. *JISMA: Journal of Information System and Management*, 04(02), 29–34.
- Sitorus, D. R., Fitrianto, B., Nainggolan, A., Sidauruk, N. M. S., & Silaen, R. M. L. (2025). Kekosongan Regulasi atas Sharenting Komersial: Urgensi Eksaminasi sebagai Pengawasan dalam Perlindungan Anak di Era Digital. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 5(1), 1–13.
- Sudarsono, B. G., Saputra, R., Utomo, F., & Wijaya, C. (2020). Segmentasi Popularitas Akun Youtube Menggunakan Metode ID3. *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, 3(2), 32–38.
- Suwastini, N. K. A., Tantra, D. K., & Wirawan, I. G. M. A. S. (2021). Digital Parenting Sebagai Upaya Meningkatkan Kompetensi Pengasuhan Orangtua dalam Melakukan Pendampingan Penggunaan Gadget pada Anak di Kota Singaraja. *Proceeding Senadimas Undiksha*, 1343–1349.
- Ulfah, M., Maemonah, Purnama, S., Hamzah, N., & Fatwa, E. F. (2021). Pengembangan Buku Ajar Digital Parenting: Strategi Perlindungan Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1416–1428.