

## ANALISIS ISI PESAN KONTEN INSTAGRAM @IKMAHR DALAM MENINGKATKAN KOMUNIKASI KELUARGA

Indah Putri Amalia Adha<sup>1</sup>, M. Samson Fajar<sup>2</sup>, Sabdo<sup>3</sup>

<sup>\*1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Indonesia

*\*Corresponding author. Jl. Ki Hajar Dewantara 116 Iringmulyo, 34112, Kota Metro, Indonesia*

E-mail: [indahputriamalia1@gmail.com](mailto:indahputriamalia1@gmail.com)<sup>1</sup>

[ibnuummi@gmail.com](mailto:ibnuummi@gmail.com)<sup>2</sup>

[sabdojoyo66@gmail.com](mailto:sabdojoyo66@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Di era digital, tantangan komunikasi dalam institusi keluarga semakin kompleks akibat pergeseran interaksi tatap muka ke ruang virtual yang sering kali memicu kerenggangan hubungan. Fenomena ini menuntut adanya sumber edukasi digital yang mampu mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai moral. Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi sarana strategis dalam menyampaikan nilai-nilai kehidupan, termasuk dalam penguatan komunikasi keluarga. Media sosial telah menjadi sarana strategis dalam menyampaikan nilai-nilai kehidupan, termasuk dalam komunikasi keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan konten Instagram @ikmahr yang berfokus pada upaya meningkatkan komunikasi keluarga melalui pendekatan edukatif dan Islami. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis isi terhadap sepuluh unggahan pada periode Februari–Maret 2025, dilengkapi observasi daring dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bentuk konten dominan berupa *carousel* dan video singkat (*reels*) dengan narasi edukatif. Jenis pesan meliputi informatif, edukatif, persuasif, motivatif, dan religius. Nilai-nilai komunikasi keluarga yang direpresentasikan mencakup keterbukaan, empati, kasih sayang, tanggung jawab, dan spiritualitas. Konten disampaikan dengan gaya lembut dan reflektif, selaras dengan nilai-nilai Islam. Akun @ikmahr berperan dalam memberikan edukasi pentingnya membangun komunikasi keluarga yang sehat melalui media sosial.

**Kata kunci:** Instagram, Media Sosial, Komunikasi Keluarga

### Abstract

*In the digital era, communication challenges in family institutions are increasingly complex due to the shift from face-to-face interactions to virtual spaces that often trigger estranged relationships. This phenomenon demands a digital educational source that is able to integrate technology with moral values. Social media is now not only a means of entertainment, but has transformed into a strategic means of conveying life values, including in strengthening family communication. Social media has become a strategic medium for conveying life values, including in the realm of family communication. This study aims to analyze the message content of Instagram account @ikmahr focusing on efforts to improve family communication through educational and Islamic approaches. This research employed a qualitative method with content analysis on ten posts during February–March 2025, supported by online observation and documentation. The results reveal that the dominant content forms are carousels and short videos (reels) with educational narratives. The types of messages include informative, educative, persuasive, motivational, and religious. The family communication values represented include openness, empathy, affection, responsibility, and spirituality. The messages are delivered in a gentle and reflective style, aligned with Islamic values. The @ikmahr account plays a role in educating the public about the importance of building healthy family communication through social media.*

**Keywords:** Instagram, Social Media, Family Communication



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## PENDAHULUAN

Media sosial saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Media sosial adalah sarana bagi individu untuk terhubung melalui jejaring digital (Sajida:2023). Media sosial sebagai media komunikasi berbasis internet yang memungkinkan masyarakat tanpa pandang status dapat mengekspresikan dirinya dimana penggunaannya dapat mengunggah, membagikan, menyunting berbagai konten seperti foto, video, dan berbagi informasi.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, termasuk dalam lingkup keluarga. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam cara manusia berkomunikasi, termasuk dalam lingkup keluarga. Media sosial menjadi salah satu sarana yang banyak dimanfaatkan untuk mempererat hubungan antar anggota keluarga, baik melalui berbagi informasi, pengalaman, maupun nilai-nilai kehidupan Media sosial, khususnya Instagram, kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga media edukasi. Instagram, salah satu platform media sosial yang populer, telah berkembang menjadi lebih dari sekadar tempat berbagi foto. Nama Instagram berasal dari gabungan istilah *instan* yang merujuk pada kecepatan berbagi foto, dan *gram* dari telegram, yang mencerminkan kemampuannya mengirim informasi dengan cepat (Christifera:2023). Dalam ranah komunikasi keluarga, Instagram mampu menyebarkan nilai, pengetahuan, dan inspirasi melalui konten visual, teks, dan video singkat.

Komunikasi keluarga adalah penyampaian pesan-pesan komunikasi dalam keluarga yang dilancarkan antara bapak, ibu serta anam-anaknya. Komunikasi keluarga bermanfaat dalam meningkatkan hubungan internal dalam keluarga dan mempercepat pencapaian tujuan (Enjang:2018). Komunikasi keluarga merupakan fondasi penting dalam

membangun hubungan yang harmonis di antara anggota keluarga. Proses ini melibatkan pertukaran pesan, pemahaman timbal balik, dan penanaman nilai-nilai moral serta spiritual. Dalam konteks digital, tantangan muncul ketika interaksi langsung berkurang, digantikan oleh komunikasi berbasis teknologi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar media sosial dapat digunakan secara efektif dalam memperkuat komunikasi keluarga.

Banyaknya akun bisnis dan komunitas yang berfokus pada penyebaran informasi kepada masyarakat mengenai berbagai topik yang dibutuhkan, salah satunya adalah seputar parenting (Oktavani:2024). Akun Instagram *@ikmahr* menjadi salah satu contoh pemanfaatan media sosial untuk tujuan ini. Akun tersebut secara konsisten menyajikan konten yang berfokus pada edukasi komunikasi keluarga dengan pendekatan Islami. Konten yang diunggah menggabungkan pesan edukatif, motivatif, dan religius dalam bentuk *carousel* dan video singkat (*reels*), yang dilengkapi narasi reflektif dan kutipan dari Al-Qur'an atau hadis.

Penelitian terdahulu (Rahmi: 2024; Saputra: 2024) telah menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perilaku komunikasi masyarakat. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji analisis isi pesan akun edukasi keluarga berbasis nilai Islam masih terbatas. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan tujuan menganalisis bentuk konten, jenis pesan, dan nilai-nilai komunikasi keluarga yang direpresentasikan oleh akun *@ikmahr*.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur komunikasi digital serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemanfaatan media sosial dalam memperkuat komunikasi keluarga di era modern.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi. Penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk memahami, menyelidiki, dan menganalisis secara mendalam berbagai aspek kompleks dari interaksi manusia dan peristiwa dalam masyarakat (Ardyan, dkk: 2023). Data penelitian kualitatif dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, ungkapan narasi, dan gambar (Fattah:2023). Objek penelitian adalah sepuluh unggahan Instagram @ikmahr terkait komunikasi keluarga pada periode Februari–Maret 2025. Data primer diperoleh melalui observasi daring dan dokumentasi konten, sedangkan data sekunder berasal dari literatur ilmiah terkait komunikasi keluarga, media sosial, dan dakwah digital.

Langkah analisis meliputi reduksi data, penyajian data secara naratif, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik. Fokus analisis mencakup bentuk konten, jenis pesan (informatif, edukatif, persuasif, motivatif, religius), serta nilai komunikasi keluarga yang direpresentasikan (keterbukaan, empati, kasih sayang, tanggung jawab, spiritualitas).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Selama periode Februari hingga Maret 2025, akun Instagram @ikmahr tercatat mengunggah 179 konten yang menunjukkan frekuensi tinggi dan konsistensi dalam membagikan informasi kepada pengikutnya. Topik yang diangkat beragam, mulai dari pernikahan, pola asuh anak, motivasi, keagamaan, hingga profil tokoh. Namun, fokus penelitian ini hanya pada konten yang memuat tema komunikasi keluarga, yang jumlahnya 10 unggahan atau relatif kecil dibanding keseluruhan konten. Hal ini menunjukkan bahwa meski akun aktif dalam menyampaikan pesan sosial dan religius,

porsi khusus untuk komunikasi keluarga masih terbatas.

### 1. Bentuk Konten dan Jenis Pesan

Hasil observasi menunjukkan dua format konten dominan, yaitu *carousel* dan *video reels*. Keduanya dilengkapi caption yang memuat ajakan, edukasi, dan informasi terkait nilai komunikasi keluarga Islami. Jenis pesan terbagi menjadi enam kategori: informatif, edukatif, persuasif, motivatif/inspiratif, afektif/emosional, dan keagamaan/spiritualitas.

#### a. Pesan Informatif

Contoh: konten 20 Februari 2025 “Tirakat Suami untuk Istrinya” yang menjelaskan bentuk pengorbanan batin suami demi keberkahan keluarga, merepresentasikan nilai empati; dan konten 28 Maret 2025 “Adab Lebaran untuk Anak” yang menanamkan sopan santun sejak dini melalui dialog terbuka, merepresentasikan nilai keterbukaan.

#### b. Pesan Edukatif

Contoh: konten 23 Februari 2025 “10 Sentuhan Fisik untuk Suami Istri” yang menguatkan ikatan batin melalui komunikasi nonverbal perasaan positif; konten 15 Maret 2025 “Menjaga Mood Ibu Saat Ramadhan” yang menekankan dukungan keluarga dukungan dan konten 28 Maret 2025 “Briefing Anak Menjelang Lebaran” yang mengajak dialog santai namun bermakna keterbukaan.

#### c. Pesan Persuasif

Contoh: konten 18 Februari 2025 “Jangan Remehkan Janji pada Anak” yang mengajak orang tua menjaga kejujuran demi membangun keterbukaan.

#### d. Pesan Motivatif/Inspirasional

Contoh: konten 1 Maret 2025 “Tarawih di Rumah Bersama Anak” yang memvalidasi

pengorbanan ibu empati dan konten 14 Maret 2025 “7 Kali Lebaran Masih Berjuang” yang mengajak pasangan menerima kondisi dengan komunikasi jujur keterbukaan.

e. Pesan Afektif/Emosional

Contoh: konten 9 Maret 2025 “Tragedi Sukabumi” yang menggugah kesadaran akan peran pelindung suami dukungan.

f. Pesan Keagamaan/Spiritualitas

Contoh: konten 26 Maret 2025 “Banyak Anak, Banyak Rezeki?” yang menekankan keselarasan pandangan pasangan tentang jumlah anak kesamaan.

1. Representasi Nilai-Nilai Komunikasi Keluarga

Analisis isi pesan dari 10 unggahan tersebut menunjukkan enam nilai utama komunikasi keluarga yang direpresentasikan:

- a. Empati, memahami dan merespons kebutuhan emosional pasangan (contoh: tirakat suami).
- b. Keterbukaan, membangun komunikasi jujur dan transparan antara anggota keluarga.
- c. Perasaan Positif, menghadirkan kasih sayang dan kehangatan emosional.
- d. Dukungan, memberikan bantuan emosional maupun praktis.
- e. Kesamaan, menyamakan pandangan untuk pengambilan keputusan bersama.
- f. Spiritualitas, mengaitkan perilaku komunikasi dengan ajaran agama.

Secara keseluruhan, meskipun kuantitas konten bertema komunikasi keluarga tidak dominan, kualitas pesan dan representasi nilai yang dihadirkan cukup konsisten. Hal ini menegaskan bahwa @ikmahr berperan sebagai media dakwah

digital yang tidak hanya memberi informasi, tetapi juga menanamkan prinsip komunikasi keluarga Islami melalui beragam format konten.

## B. Pembahasan

### 1. Bentuk Konten dan Jenis Pesan yang Disajikan oleh Akun Instagram @ikmahr

Berdasarkan hasil analisis, akun Instagram @ikmahr menunjukkan kecenderungan dalam mengoptimalkan bentuk konten visual, khususnya *carousel* dan *video reels*, sebagai media utama penyampaian pesan. *Carousel* dimanfaatkan untuk menyajikan narasi edukatif secara sistematis melalui rangkaian *slide* ilustratif, sedangkan *reels* digunakan untuk menghadirkan pesan singkat namun padat dan menarik secara visual. Pemanfaatan dua bentuk ini tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga efektivitas dalam memfasilitasi *retention* pesan oleh audiens.

Minimnya penggunaan fitur lain seperti *Instagram Stories*, *Live*, *Guides*, *Highlights*, dan *Notes* menunjukkan bahwa strategi komunikasi akun ini lebih difokuskan pada konten permanen yang bersifat informatif dan dapat diakses ulang kapan saja. Pendekatan ini selaras dengan konsep *evergreen content* dalam komunikasi digital, di mana pesan bersifat tahan lama, relevan, dan dapat dimanfaatkan oleh audiens dalam jangka panjang.

Jenis pesan yang disampaikan terbagi menjadi enam kategori utama, yaitu informatif, edukatif, persuasif, motivasi/inspiratif, afektif/emosional, dan keagamaan/spiritualitas. Klasifikasi ini menunjukkan bahwa @ikmahr tidak terpaku pada satu gaya komunikasi, melainkan menerapkan *content*

*diversification* untuk menjangkau audiens dengan berbagai kebutuhan dan preferensi. Dari 6 Jenis Pesan tersebut antara lain:

- a. Pesan Informtaif, bertujuan memberikan pengetahuan atau informasi baru yang sebelumnya belum diketahui oleh khalayak. Dalam akun Instagram *@ikmahr*, pesan jenis ini dapat ditemukan pada konten yang membahas tentang tirakat suami untuk istrinya dan Adab-adab yang perlu anak tahu saat lebaran.

Dalam konteks komunikasi keluarga, tirakat menjadi simbol tanggung jawab emosional dan spiritual yang kuat terhadap pasangan. Sementara itu, konten adab-adab yang perlu anak tahu saat lebaran memberikan informasi edukatif mengenai perilaku sopan santun dan etika yang sebaiknya dimiliki anak saat berinteraksi dalam momen penting seperti hari raya.

Hal ini sejalan dengan Teori Komunikasi Keluarga yang menyatakan bahwa komunikasi keluarga merupakan aktivitas yang membentuk nilai dan berpusat pada makna, serta menjadi medium belajar-mengajar tentang kehidupan (Runtiko: 2021).

- b. Pesan Edukatif, bertujuan untuk mendidik dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiens melalui penjelasan, ajakan belajar, atau panduan praktis. Pada akun *@ikmahr*, pesan edukatif tampak dalam berbagai konten seperti 10 aktivitas sentuhan fisik untuk mempererat hubungan suami istri, tips menjaga

mood ibu agar tetap sabar selama berpuasa, serta panduan briefing anak menjelang hari raya.

*Uses and Gratifications Theory*, khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka (Kustiawan:2022).

- c. Pesan Persuasif, bertujuan untuk memengaruhi sikap, pandangan, atau tindakan audiens agar sesuai dengan nilai atau perilaku tertentu yang dianggap positif. Salah satu contoh pesan persuasif dalam akun *@ikmahr* adalah konten mengenai larangan orang tua berdusta pada anaknya.

Hal ini sesuai dengan Teori Komunikasi Persuasif, yang menekankan bahwa komunikasi dapat mengubah sikap dan perilaku melalui pesan-pesan verbal kepada khalayak yang bersifat ajakan dan logis (Hidayat:2025).

- d. Pesan Motivasi/Inspiratif, berfungsi memberikan dorongan emosional dan semangat hidup kepada audiens melalui nilai-nilai positif yang membangun. Dalam akun *@ikmahr*, pesan seperti ini dapat ditemukan pada konten berjudul 7 kali lebaran dalam rumah tangga masih gitu-gitu aja dan Nggak apa-apa tarawih di rumah saja bersama anak.

Pesan ini selaras dengan Teori Komunikasi Motivasi, yang menjelaskan bahwa pesan komunikatif dapat membangkitkan semangat individu untuk bertindak positif dan bertahan dalam situasi

sulit (Prihantanta:2015).

- e. Pesan Afektif/Emosional, pesan ini menyorot aspek emosional audiens dengan cara menyentuh perasaan dan empati mereka. Pesan seperti ini ditemukan dalam konten yang menampilkan kisah seorang ibu dan anak yang ditemukan meninggal dalam keadaan berpelukan saat banjir.

Konten semacam ini sejalan dengan Teori Respons Emosional, yang menyatakan bahwa pesan yang membangkitkan emosi dapat memengaruhi sikap dan mendorong keterlibatan yang lebih dalam dari audiens.

- f. Pesan Keagamaan/ Spiritualitas, mengandung nilai-nilai spiritual yang berkaitan dengan ajaran agama Islam dan praktik keagamaan dalam kehidupan keluarga. Salah satu konten yang memuat pesan ini mengangkat pertanyaan "*Benarkah banyak anak itu banyak rezeki?*" yang kemudian dikaji berdasarkan perspektif agama.

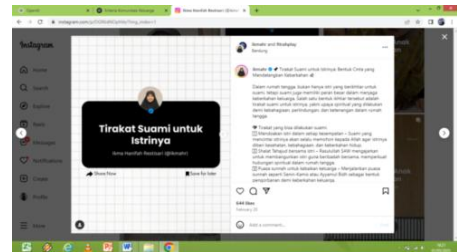
Konten ini sejalan dengan Teori Komunikasi Religius, yang menekankan bahwa pesan keagamaan tidak hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga membentuk cara pandang dan perilaku audiens sesuai nilai-nilai spiritual, serta sangat berperan dalam perkembangan spiritual (Musta'in:2022).

- 2. Representasi Nilai-Nilai Komunikasi Keluarga dalam Isi Pesan Konten Instagram @ikmahr

Hasil penelitian menunjukkan

bahwa setiap konten yang dipublikasikan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai komunikasi keluarga yang meliputi kejujuran, empati, keterbukaan, penghargaan terhadap peran, dukungan emosional, dan kesamaan nilai. Nilai-nilai ini terintegrasi melalui narasi yang menggabungkan dimensi spiritual, psikologis, dan sosial.

- a. Konten 20 Februari dengan tema Tirakat Suami untuk Istrinya



Konten ini merepresentasikan nilai-nilai yang mendalam dalam membentuk komunikasi keluarga yang dilandasi oleh spiritualitas, empati, dan ketulusan. Ini sejalan dengan pandangan dalam teori komunikasi simbolik, komunikasi adalah proses simbolik di mana tindakan memiliki makna tersendiri dan mampu menyampaikan pesan emosional dan spiritual yang kuat (Efendi:2023).

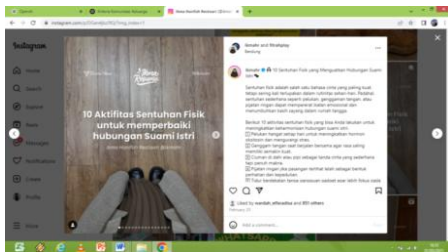
- b. Konten 28 Maret 2025 dengan tema Adab-adab yang Perlu Anak Tahu Saat Lebaran



Konten ini merepresentasikan nilai-nilai yang penting dalam

meningkatkan kualitas komunikasi antara orang tua dan anak, khususnya dalam konteks pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Islam. Dalam kerangka teori komunikasi keluarga, konten ini mencerminkan pentingnya pola komunikasi terbuka yang memungkinkan anak menyerap nilai-nilai melalui interaksi dua arah, oleh karena anggota keluarga harus benar-benar berkomunikasi dengan baik (Yuliyanti:2023).

- c. Konten 23 Februari 2025 dengan tema 10 Aktifitas Sentuhan Fisik untuk Memperbaiki Hubungan Suami Istri

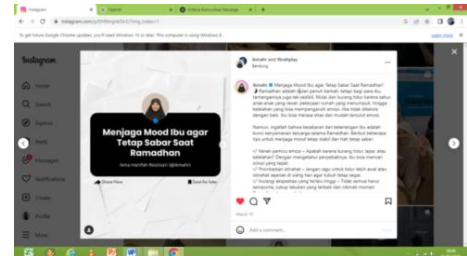


Konten ini merepresentasikan nilai dalam meningkatkan kualitas komunikasi keluarga melalui penguatan komunikasi nonverbal antara pasangan suami istri. Dalam komunikasi keluarga, bentuk ekspresi nonverbal seperti pelukan, genggaman tangan, dan ciuman memiliki makna mendalam karena mampu menyampaikan rasa aman, dukungan, serta kehadiran emosional satu sama lain, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting dari apa yang kita katakan.

Jika dikaitkan dengan komunikasi nonverbal dalam keluarga, sentuhan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling kuat dalam menciptakan

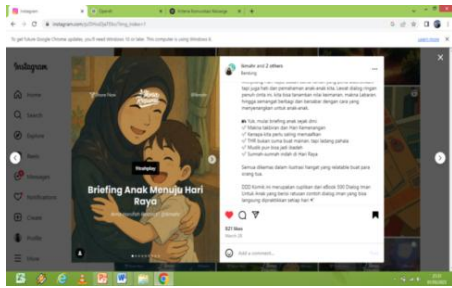
kedekatan dan memberikan kenyamanan serta percaya diri (Lutviah:2022).

- d. Konten 15 Maret 2025 dengan tema Menjaga Mood Ibu agar Tetap Sabar Saat Puasa



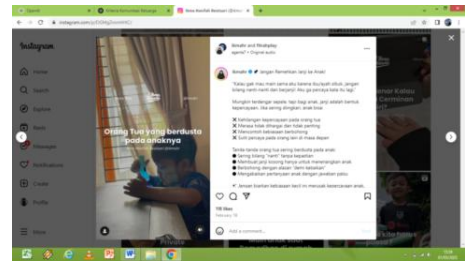
Konten ini menyoroti pentingnya kestabilan emosi ibu selama bulan Ramadhan, khususnya dalam menghadapi peran ganda sebagai pengatur rumah tangga sekaligus individu yang sedang menjalankan ibadah puasa. Konten ini merepresentasikan nilai dalam menguatkan fungsi afektif keluarga, yaitu kemampuan keluarga memberikan dukungan emosional satu sama lain. Dengan adanya kerja sama dan kepedulian terhadap kesejahteraan emosional ibu, tercipta iklim komunikasi yang hangat dan terbuka. Nilai dukungan emosional dan solidaritas untuk memberikan rasa nyaman dan perasaan dicintai menjadi kunci dalam membangun komunikasi yang saling menghargai dan meringankan beban, terutama di masa-masa yang penuh tantangan seperti Ramadhan (Sutejo:2015).

- e. Konten 28 Maret 2025 dengan tema Briefing Anak Menuju Hari Raya



Konten ini menekankan pentingnya briefing atau pengarahan orang tua kepada anak menjelang Hari Raya sebagai salah satu bentuk pendidikan nilai yang dibalut dalam suasana kekeluargaan yang hangat. Lewat ilustrasi dan narasi yang ringan, orang tua diajak untuk mengajak anak berdialog mengenai makna Lebaran, adab saling memaafkan, pentingnya berbagi, serta memahami nilai-nilai spiritual dalam aktivitas seperti mudik dan takbiran. Pesan ini menghadirkan pendekatan komunikasi yang partisipatif dan edukatif, di mana anak tidak hanya menerima informasi secara satu arah, tetapi juga terlibat dalam proses belajar dan pemaknaan bersama (Gunarti:2024).

- Dari perspektif teori komunikasi interpersonal, konten ini membangun interaksi dua arah yang bermakna, menciptakan ruang diskusi antara orang tua dan anak yang didasari rasa saling percaya dan pengertian (Susiana:2023).
- f. Konten 18 Februari 2025 dengan tema Orang Tua yang Berdusta kepada Anaknya



Konten ini mengangkat isu yang kerap dianggap remeh, yaitu kebiasaan orang tua memberikan janji palsu kepada anak. Dengan menyoroti dampak dari ketidakjujuran ini, pesan yang disampaikan menegaskan bahwa menepati janji merupakan bentuk konkret dari komunikasi yang jujur dan terbuka. Dalam perspektif psikologis dan komunikasi interpersonal, komunikasi orang tua dan anak dapat berpengaruh pada fungsi keluarga secara keseluruhan dan kesejahteraan psikososial pada diri anak (Hamidah:2022).

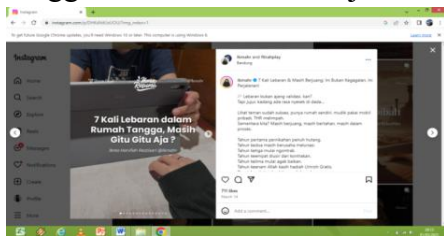
- g. Konten 1 Maret 2025 dengan tema Gapapa Kok Tarawih di Rumah Aja Sama Anak



Konten ini mengangkat isu yang sangat relevan bagi para ibu, terutama di bulan Ramadan, yakni perjuangan mereka dalam menjalankan ibadah Tarawih di rumah sambil mengurus anak. Dengan pendekatan yang hangat dan empatik, pesan dalam konten ini menyentuh sisi emosional dan spiritual, serta memvalidasi

pengalaman para ibu yang sering kali merasa tidak maksimal dalam ibadahnya karena kesibukan mengasuh anak. Dalam konteks komunikasi keluarga, konten ini merepresentasikan nilai dalam membangun pemahaman antar anggota keluarga terhadap peran ibu yang tidak hanya fisik, tetapi juga emosional dan spiritual.

- h. Konten 14 Maret 2025 dengan tema 7 Kali Lebaran dalam Rumah Tangga, Masih Gitu Gitu Aja?



Konten ini menyuarakan realitas yang sangat dekat dengan kehidupan banyak keluarga muda, yaitu perjuangan ekonomi dan dinamika rumah tangga yang belum selalu sesuai harapan meski telah berjalan selama bertahun-tahun. Dengan narasi reflektif tentang tujuh kali merayakan Lebaran bersama pasangan tanpa perubahan besar secara materi, konten ini menekankan pentingnya keterbukaan dan penerimaan dalam komunikasi keluarga. Tidak hanya menghadirkan rasa lega bagi pasangan yang merasakan hal serupa, pesan ini juga mengajak pasangan untuk berhenti saling menuntut dan mulai saling memahami kondisi satu sama lain secara realistis.

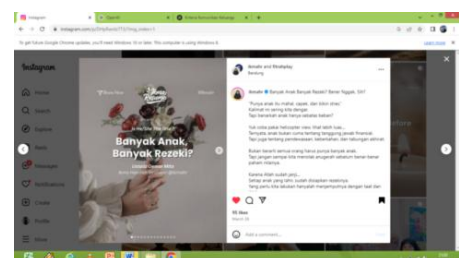
- i. Konten 9 Maret 2025 dengan tema Ibu dan Anak di Temukan Tewas

Berpelukan (di kunci suami sendiri)



Konten ini disampaikan dengan menyoroti sebuah tragedi nyata yang menyayat hati, yaitu kasus seorang ibu dan anak yang ditemukan tewas berpelukan dalam rumah yang dikunci dari luar oleh suaminya sendiri saat banjir bandang. Melalui kisah ini, pesan yang disampaikan tidak hanya sebatas empati atas musibah, tetapi juga sebagai kritik sosial terhadap kelalaian seorang suami dalam menjalankan tanggung jawab sebagai pelindung keluarga. Konten ini mengajak audiens untuk mengevaluasi kembali peran dan fungsi kepala keluarga dalam menjamin keselamatan fisik dan kesejahteraan batin istri dan anak-anaknya, sebagaimana yang ditekankan dalam nilai-nilai Islam. Dari sudut pandang komunikasi keluarga, pesan ini merefleksikan pentingnya peran dukungan (*support*) dalam relasi keluarga.

- j. Konten 26 Maret 2025 dengan tema Banyak Anak, Banyak Rezeki?



Konten ini menyampaikan pesan motivasional dan religius yang mengajak pasangan suami istri untuk melihat kehadiran anak bukan hanya dari sisi tanggungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk berkah, sarana pendewasaan diri, serta tabungan amal di akhirat.

Menurut teori *Family Systems* dari Bowen, keluarga berfungsi sebagai suatu sistem yang saling terhubung, di mana keselarasan dalam pengambilan keputusan dan nilai bersama menjadi kunci utama dalam menciptakan stabilitas dan harmoni (Fatma:2019). Konten ini merepresentasikan nilai positif dalam mendorong komunikasi pasangan yang terbuka dan saling memahami.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis isi pesan konten instagram @ikmahr dalam meningkatkan komunikasi keluarga, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bentuk Konten dan Jenis Pesan yang Disajikan oleh Akun Instagram @ikmahr

Akun Instagram @ikmahr menyajikan berbagai bentuk konten yang dikemas secara edukatif dan empatik, dengan pendekatan yang lembut dan relevan bagi perempuan, khususnya istri dan ibu. Bentuk konten yang umum digunakan antara lain *carousel* informatif, video *reels* singkat, dan *caption* reflektif. Semua bentuk konten tersebut dirancang dengan

visual yang konsisten, dominan warna lembut, dan bahasa yang personal.

Jenis pesan yang disampaikan meliputi edukasi tentang komunikasi sehat dalam keluarga, refleksi diri, pentingnya peran istri dan ibu dalam membangun keharmonisan rumah tangga, serta penguatan emosional. Pesan-pesan tersebut cenderung tidak menggurui, tetapi mengajak audiens untuk berpikir, merasakan, dan melakukan perubahan kecil yang berdampak besar bagi kehidupan keluarga mereka. Dalam kerangka teori komunikasi keluarga, konten ini mencerminkan pentingnya pola komunikasi terbuka yang memungkinkan anak menyerap nilai-nilai melalui interaksi dua arah, oleh karena anggota keluarga harus benar-benar berkomunikasi dengan baik (Yuliyanti:2023).

2. Representasi Nilai-Nilai Komunikasi Keluarga dalam Isi Pesan Konten Instagram @ikmahr

Berdasarkan hasil observasi dan analisis terhadap isi pesan dalam berbagai konten Instagram @ikmahr, dapat disimpulkan bahwa setiap unggahan yang disajikan tidak hanya bersifat informatif dan reflektif, tetapi juga memiliki kontribusi nyata dalam membentuk dan meningkatkan komunikasi keluarga. Pesan-pesan yang diangkat menyentuh berbagai aspek penting dalam hubungan keluarga, seperti kejujuran, empati, keterbukaan, kesamaan pandangan, dan dukungan emosional, yang

merupakan elemen mendasar dalam menciptakan keluarga yang harmonis.

Konten-konten seperti “Tirakat Suami untuk Istrinya”, “Briefing Anak Menjelang Hari Raya”, hingga “10 Aktivitas Sentuhan Fisik untuk Memperbaiki Hubungan Suami Istri” menggambarkan bagaimana komunikasi tidak selalu harus bersifat verbal, tetapi juga dapat diekspresikan melalui tindakan spiritual, fisik, maupun kebersamaan emosional. Pesan-pesan ini memperkuat teori komunikasi keluarga yang menekankan bahwa keluarga adalah sistem interdependen, di mana setiap anggota saling memengaruhi dan terhubung satu sama lain secara emosional maupun kognitif.

Melalui pendekatan yang edukatif, afektif, dan religius, konten @ikmahr terbukti mampu menjadi media komunikasi yang mendorong pasangan suami istri, orang tua dan anak, untuk lebih memahami peran masing-masing, membuka ruang diskusi, serta membangun kesadaran akan pentingnya kebersamaan dan saling mendukung. Dengan demikian, isi pesan yang diangkat tidak hanya bersifat naratif, tetapi juga fungsional dalam memperkuat relasi dan memperbaiki pola komunikasi dalam kehidupan keluarga sehari-hari.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti memberikan

beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian ini guna meningkatkan kualitas di masa yang akan datang. Pertama, kepada pemilik akun Instagram @ikmahr, diharapkan dapat meningkatkan visualisasi konten agar lebih menarik serta meringkas narasi teks untuk menjaga minat baca audiens. Selain itu, penting untuk menjaga konsistensi dan kualitas isi dengan memperhatikan kebutuhan pengikut, serta memperluas kolaborasi dengan pakar keluarga dan praktisi komunikasi guna memperkuat bobot pesan dan memperluas dampak positifnya. Kedua, kepada pengikut atau audiens, dianjurkan untuk tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga aktif berdialog, berbagi pengalaman, dan menerapkan nilai-nilai komunikasi yang telah dipelajari dalam kehidupan keluarga sehari-hari. Ketiga, kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk studi lanjutan mengenai peran media sosial dalam dakwah digital, edukasi keluarga, atau penguatan peran perempuan dalam rumah tangga di era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Sumber Buku:**

- Ardyan, Ellia., dkk, (2023), *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Cetakan Pertama, PT Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Enjang, dan Encep. D., (2018), *Komunikasi Keluarga Perspektif Islam*, (Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

Fattah, Abdul., (2023) *Metode Penelitian*

*Kualitatif, Cetakan Pertama,*  
(Bandung : Harfa).

*Jurnal Al Nahyan, Vol 2 No 1, h*  
65.

**Sumber Jurnal :**

Christifera N, (2023), Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu sebagai Sarana Informasi Terkini, *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, Vol 3 No 3 (September-Desember), h 627. DOI: [https://doi.org/10.47233/jko\\_mdis.v3i3.1124](https://doi.org/10.47233/jko_mdis.v3i3.1124)

Efendi, Erwan., (2023), Komunikasi sebagai Proses Simbolik: Studi Litertur, *Jurnal on Education*, Vol 05 No 2 (Januari), h 3414. DOI: <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1020>

Fatma, Sofia Halida., (2019), Bowenian Family Therapy untuk Meningkatkan Self Differentiation pada Keluarga dengan Kasus Poligami, *Jurnal Psikologi Islam*, Vol 6 No 2, h 51. <https://jpi.api-himpsi.org/index.php/jpi/article/view/84>

Gunarti, Mubarak Ahmadi dan Tri Tami., (2024), Strategi Komunikasi Partisipatif Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pendidikan Karakter Anak Usia Dini, *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, Vol 2 No 1, h 3.

Hamidah, Intan dkk., (2022), Komunikasi Interpersonal, Diadik antara Orang Tua Tiri dalam Keluarga, *Jurnal Komunikatio*, Vol 8 No 1 (April ), h56. DOI: <https://doi.org/10.30997/jk.v8i1.4913>

Hidayat, M. Reza Saputra, dan Fajar., (2025) Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat,

Kustiawan, Winda dkk., (2022), Teori-teori dalam Komunikasi Massa, *Jurnal Telekomunikasi, Kendali, dan Listrik*, Vol 3 No 2, h 44. <https://core.ac.uk/download/pdf/553315359.pdf>

Musta'in, (2022), Nalar Komunikasi Spiritual dalam Membentuk Kepribadian Muslim (Sebuah Kajian Tasawuf), *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, Vol 14 No 2 (Desember), h 408. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad/article/view/14538>

Okatavani, Dwita dan Sutisna Riyanto, (2024), Analisis Konten Akun Instagram @dearmoms.id dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Parenting, *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, Vol 08, No 3, h 17. DOI: <https://doi.org/10.29244/jskpm.v8i03.1248>

Prihanrtanta, Widayat., (2015), Teori-teori motivasi, *Jurnal Adabiya*, Vol 1 No 83, h 3. [https://www.academia.edu/19792313/Teori\\_Teori\\_Motivasi](https://www.academia.edu/19792313/Teori_Teori_Motivasi)

Runtiko, Agus Ganjar., (2021) Kajian Literatur Naratif Tiga Pendekatan Teoritis Komunikasi Keluarga, *Jurnal Common*, Vol 5 No 2, Desember, h 136. DOI: <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.4780>

Sajida, Ishma., (2023), Pengaruh Media Sosial (TikTok) Influencer Dakwah terhadap Keagamaan Generasi Muda Muslim, *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, Vol. 18 No 1 (Juni), h. 14. DOI: <https://doi.org/10.47441/jkp.v18i1.293>

Susiana, (2023), Analisis Pola Komunikasi Interpersonal: Fondasi Pilar Keluarga Sakinah, *Jurnal Dawi*, Vol 1 No 4 (Desember), h 251. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10495498>

[verbal-dalam-lingkungan-keluarga#google\\_vignette.](https://www.google.com/search?q=verbal-dalam-lingkungan-keluarga#vignette)

Sutejo, Mara Imbang S. Hasiolan., (2015), Efek Dukungan Emosional Keluarga pada Harga Diri Remaja: Pilot Studi, *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol 18 No 2 (Juli), h 68. DOI: <http://doi.org/10.7454/JKI.V18I2.400>

Yuliyanti, (2023), Komunikasi Keluarga sebagai Sarana Keharmonisan Keluarga, *Jurnal of Social Science Reseach*, vol 3 No 2, h 4. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/860>

#### **Sumber Skripsi:**

Putri, Rahmi Aulia., (2024), *Analisis Strategi Konten Instagram dalam Meningkatkan Social Media Engagment (Studi Kasus Konten Edukasi Pra-Nikah pada Instagram @Jofisah.id)*, Skripsi Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Jakarta), h 105.

Saputra, Dwi Ferdian., (2024), *Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Keluarga di Kecamatan Bilah Hulu*, (Skripsi Progam Sarjana Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau), h 65.

#### **Sumber Website:**

Lutviah, 2022, *Pentingnya Komunikasi Non Verbal dalam Lingkungan Keluarga*, <https://www.kompasiana.com/lutviah01/61de8ee11b796c337d288273/pentingnya-komunikasi-non->