

Personal Branding Dhannisa Dwilagustino Sebagai Gentle Parenting Content Creator Di Akun Tiktok @Dhannicha

Personal Branding of Dhannisa Dwilagustino as A Gentle Parenting Content Creator on TikTok Account @dhannicha

Dilla Novita Eka Kusumawati^{1*}, Iriana Bakti¹, Renata Anisa¹
¹Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Padjadjaran, Indonesia
***Korespondensi, e-mail: dilla.novitaeka11@gmail.com**

Abstract

The increasing number of active TikTok users in Indonesia has made social media function not only as a means of interaction, but also as a means of building self-image through personal branding efforts. Dhannisa Dwilagustino as a content creator tries to build personal branding as a gentle parenting content creator through her TikTok account @dhannicha. Through gentle parenting content uploaded on her TikTok account @dhannicha, Dhannisa Dwilagustino hopes to introduce parenting patterns based on empathy, understanding, respect and boundaries. This study aims to describe how Dhannisa Dwilagustino's competence, standards, and style in forming her personal branding as a gentle parenting content creator on her TikTok account @dhannicha. The method in this study is descriptive with a qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation. Using McNally's personal branding concept, the results of the study illustrate that Dhannisa has adequate competence as seen from her extensive and credible knowledge and is supported by good skills. Dhannisa's standards are applied in content management, collaboration with brands, and interaction with the audience. Dhannisa's neat, polite, and comfortable appearance, as well as her gentle and kind personality, make the style displayed in line with the gentleness of gentle parenting. The author suggests that in the future Dhannisa can be more active in interacting with the audience and can vary the ideas of gentle parenting content that is uploaded.

Keyword: *Personal Branding, Parenting, Content Creator, TikTok*

Abstrak

Perkembangan pengguna aktif TikTok yang meningkat di Indonesia, membuat fungsi media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana interaksi, tetapi juga sarana membangun citra diri melalui upaya *personal branding*. Dhannisa Dwilagustino sebagai *content creator* mencoba membangun *personal branding* sebagai *gentle parenting content creator* melalui akun TikTok @dhannicha miliknya. Melalui

konten *gentle parenting* yang diunggah di akun TikTok @dhannicha, Dhannisa Dwilagustino berharap dapat mengenalkan pola asuh yang berbasis pada empati, pengertian, rasa hormat dan adanya batasan ini. Penelitian ini bertujuan menggambarkan bagaimana kompetensi, standar, dan gaya Dhannisa Dwilagustino dalam membentuk *personal branding* dirinya sebagai *gentle parenting content creator* di akun TikTok @dhannicha. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data-data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menggunakan konsep *personal branding* milik McNally, hasil penelitian menggambarkan bahwa Dhannisa memiliki kompetensi yang memadai dilihat dari pengetahuannya yang luas dan kredibel serta ditunjang dengan keterampilan yang baik. Standar yang dimiliki Dhannisa diterapkan dalam pengelolaan konten, kolaborasi bersama *brand*, dan interaksi bersama audiens. Penampilan Dhannisa yang rapi, sopan, dan nyaman dipandang serta kepribadian yang lembut dan baik membuat gaya yang ditampilkan sejalan dengan ilmu *gentle parenting* yang penuh kelembutan. Penulis menyarankan agar kedepannya Dhannisa bisa lebih aktif lagi berinteraksi dengan audiens dan dapat memvariasikan ide konten *gentle parenting* yang diunggah

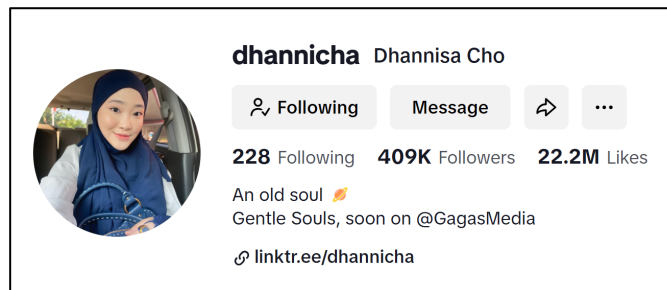
Keyword: *Personal Branding, Parenting, Content Creator, TikTok.*

PENDAHULUAN

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo) beserta Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2022 menyatakan bahwa TikTok menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia ketika ingin menghabiskan waktu bermedia sosial mereka, seperti berinteraksi dan mengakses informasi serta hiburan (Mutia, [2022](#)). Perkembangan pengguna aktif TikTok di Indonesia semakin meningkat, ditunjukkan melalui data We Are Social dan Meltwater, bahwa dari total 1,6 miliar pengguna TikTok hingga Juli 2024, Indonesia menempati urutan teratas dengan 157,56 juta jumlah pengguna (Rizaty, [2024](#)). Kehadiran media sosial saat ini tentu tidak hanya berperan sebagai sarana interaksi, tetapi meliputi sarana untuk membangun sebuah merek (*brand*). Brand harus disusun dengan identitas yang bersifat nyata dan menarik bagi panca indera penerimanya, karena brand merupakan janji penyedia untuk menyampaikan apa yang menjadi nilai, prinsip merek dan manfaatnya bagi penerima baik secara fungsional maupun emosional (Ainurrofiqin, [2021](#)). Upaya menampilkan nilai dari individu, diperlukan upaya ataupun proses membentuk citra diri dan persepsi masyarakat terhadap apa yang dimiliki individu tersebut, yang dinamakan *personal branding* (Haroen, [2014](#)).

Menurut McNally (2004), terdapat tiga komponen utama yang membentuk *personal branding* yaitu kompetensi, standar, dan gaya. Kompetensi menunjukkan kemampuan spesifik dan unik yang dimiliki, standar menunjukkan konsistensi, prinsip yang dipegang, dan gaya yang menunjukkan cara individu menampilkan *personal branding* melalui kepribadian dan ciri khas yang dimiliki. Untuk memperkuat *personal branding* yang dibentuk, terdapat tiga karakteristik dasar yaitu khas, relevan dan konsisten yang perlu dipertimbangkan individu. Khas

menunjukkan keunikan yang membedakan satu sama lain relevan menunjukkan kesesuaian antara harapan dan kebutuhan audiens, serta konsisten yang menunjukkan kestabilan yang dijaga individu dalam menyampaikan personal branding (McNally & Speak, 2004). Melalui media sosial, upaya *personal branding* dapat diperlihatkan melalui konten-konten unik dan berciri khas. Salah satu *content creator* yang menggunakan TikTok sebagai media untuk membentuk personal branding ialah Dhannisa Dwilagustino.



Gambar 1. Laman Profil Akun TikTok @dhannicha
Sumber: (TikTok @dhannicha, 2025)

Dhannisa melalui wawancara menyampaikan bahwa konten yang diunggah di akun TikTok @dhannicha awalnya hanya berisi video bagaimana ia menjalani kehidupan sehari-hari, tanpa konsep dan tema yang ditetapkan. Seiring berjalannya waktu, akun @dhannicha mendapat lebih banyak perhatian dan ketertarikan dari audiens terutama konten yang menampilkan bagaimana Dhannisa menjalankan pola asuhnya terhadap Seiji. Peluang itulah yang kemudian menjadi salah satu alasan Dhannisa memilih memfokuskan kontennya menjadi gentle parenting di tahun 2023 setelah memutuskan bekerja menjadi *full time content creator*. Dalam menyampaikan konten seputar gentle parenting sendiri, Dhannisa berusaha mengemasnya dengan cara yang lebih dekat dan mudah dipahami oleh audiens, yaitu dengan menampilkan penggambaran secara praktikal bagaimana ia menerapkan prinsip gentle parenting dalam aktivitas pola asuhnya sehari-hari.



Gambar 2. Konten Aktivitas Pola Asuh Gentle Parenting di TikTok
(Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

Gentle parenting sendiri merupakan perpanjangan tangan dari *authoritative parenting*, yaitu pendekatan *parenting* yang terbukti efektif untuk diterapkan orang tua dalam membesarkan anak agar tumbuh dengan percaya diri, bahagia, cerdas, dan juga mandiri (Ockwell-Smith, 2017). Pola asuh *gentle parenting* merupakan pendekatan orang tua kepada anak yang berbasis pada penerapan dan pengajaran empatik dengan empat prinsip yang menjadi dasar utama yaitu *empathy* (empati), *respect* (rasa hormat), *understanding* (pemahaman), dan adanya *boundaries* (batasan) (Muzzammil, 2022). Melalui *personal branding* yang dibangun, Dhannisa ingin dikenal menjadi sosok ibu muda yang memberikan edukasi seputar pendekatan *gentle parenting*. Pendekatan pengasuhan yang mengedepankan kelembahlembutan dengan tujuan membentuk hubungan positif yang mendukung kesehatan mental dan perkembangan emosional anak melalui komunikasi terbuka antara anak dan orang tua (Rumah Asuh, 2024). Tidak hanya gambaran secara praktikal, Dhannisa juga menampilkan konten lain berisikan storytelling mengenai kehidupannya sebagai ibu, yang dikemas berbentuk video maupun foto. Kekonsistenan yang Dhannisa terapkan tidak hanya dalam interaksi saja, tetapi juga pada setiap *caption* dan *hashtag* yang diunggah. Dhannisa mencoba berkolaborasi dengan *brand* untuk menjaga eksistensi dirinya sebagai *gentle parenting content creator*. Meskipun berkolaborasi dengan pihak eksternal, Dhannisa tetap menjaga keotentikannya dengan konsisten menerapkan prinsip *gentle parenting* dalam memilih kerja sama dan juga dalam menampilkan konten kerja sama tersebut di akun TikTiknya.

Dalam membentuk dan mempertahankan *personal branding*nya sebagai *gentle parenting content creator*, Dhannisa menghadapi beberapa hambatan diantaranya adalah dirinya yang belum memiliki tim dan tidak memiliki jadwal tayang konten yang tetap. Kurang variatifnya konten yang diunggah juga menjadi tantangan bagi Dhannisa. Dikarenakan kontennya bertujuan edukasi, membuat video aktivitas pengasuhan harus diambil secara real time dan tidak dimanipulasi, akan tetapi hal tersebut cenderung membuat Dhannisa kebingungan untuk memvariasikan kontennya agar tidak jauh dari penerapan *gentle parenting*. Kondisi tersebut memengaruhi bagaimana jalannya interaksi di akun TikTok @dhannicha. Tidak hanya itu, tantangan kultural terkait *gentle parenting* juga menjadi pertimbangan bagi Dhannisa untuk menampilkan kontennya. Di Indonesia sendiri, *tiger parenting* menjadi pendekatan pola asuh yang lebih umum diterapkan, dimana prinsipnya menekankan pada ketegasan dan kontrol orang tua yang ketat (Nariswari, 2023). Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini akan dilakukan untuk menjelaskan bagaimana Dhannisa Dwilagustino membentuk *personal branding* sebagai *gentle parenting content creator* di akun TikTok @dhannicha.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, dimana metode deskriptif cenderung akan menghasilkan data-data berupa gambar, kata-kata, dan rincian deskriptif yang bukan berupa angka (Moleong, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang menggunakan latar alamiah untuk mendefinisikan dan memahami fenomena yang terjadi dan dialami

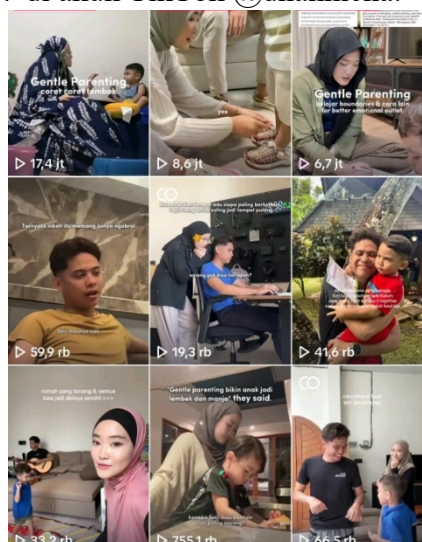
oleh subjek penelitian, dimana hasilnya nanti akan ditampilkan melalui kata-kata dan bahasa (Moleong, 2022). Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial (Creswell, 2017).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan beberapa teknik diantaranya wawancara yang dilakukan secara mendalam dan semi terstruktur kepada dua informan yaitu Dhannisa Dwilagustino dan Ardhabayu Pradana, observasi dilakukan secara non partisipatif pada TikTok @dhannicha, dokumentasi yang diperoleh dari berbagai sumber valid untuk memenuhi kelengkapan data. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kevalidan data yang telah diperoleh. Analisis data yang digunakan adalah milik Miles dan Huberman yang didasarkan pada pandangan paradigma yang digunakan (Moleong, 2022), dimana alur kegiatannya yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*) (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

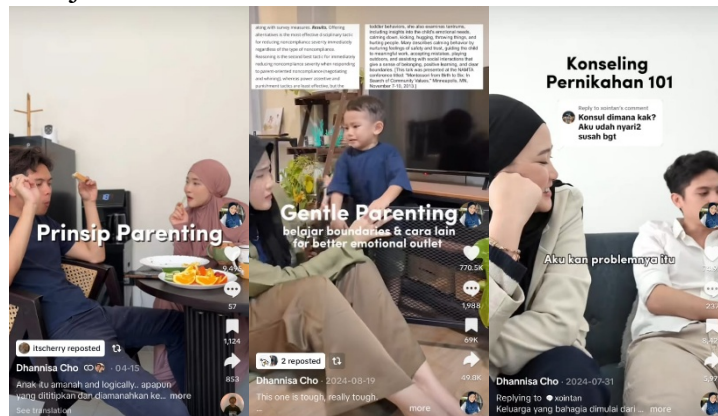
Kompetensi Dhannisa Dwilagustino sebagai *Gentle Parenting Content Creator* di Akun TikTok @dhannicha

Menurut McNally (2004) mengatakan bahwa kompetensi merupakan dimensi *personal branding* yang berkaitan dengan peran individu dengan publiknya, dimana kompetensi akan mengarah kepada hal-hal yang harus individu lakukan secara profesional untuk memenuhi harapan mendasar dari publik (McNally & Speak, 2004). Dalam membentuk *personal branding*, individu harus terlebih dahulu mengidentifikasi apa yang menjadi konsep dirinya, apa yang akan menjadi identitasnya serta pengetahuan dan keterampilan seperti apa yang mendukung kesiapan dirinya. Begitupun yang dilakukan oleh Dhannisa sebagai *gentle parenting content creator* di akun TikTok @dhannicha.



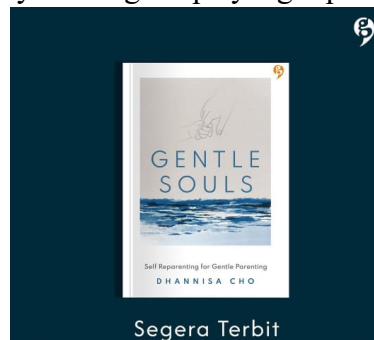
Gambar 3. Konten Dhannisa Dwilagustino di TikTok
(Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

Upaya menampilkan konten edukasi mengenai *gentle parenting*, Dhannisa membekali diri dengan pengetahuan yang kredibel untuk dapat dipercaya oleh audiens. Orang tua di luar sana akan lebih memperhatikan sosok *parent influencer* di balik media sosial tersebut dibandingkan media sosial yang digunakan (Khosibah, 2024). Berdasarkan wawancara dan observasi, konten *gentle parenting* yang diunggah Dhannisa merupakan hasil dari penggabungan beragam sumber bacaan baik ilmiah maupun non fiksi berupa *self improvement*, biografi dan autobiografi. Dalam meningkatkan pengetahuan, Dhannisa bersama suami setiap bulannya melakukan konsultasi bersama profesional seperti Konselor Pernikahan, Psikolog Anak, dan Dokter Spesialis Anak. Setelah berkonsultasi, biasanya Dhannisa akan berdiskusi dengan suaminya yaitu Ardhabayu mencari solusi terbaik bagi pola asuh Seji.



Gambar 4. Pengetahuan Gentle Parenting Dhannisa Dwilagustino di TikTok (Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

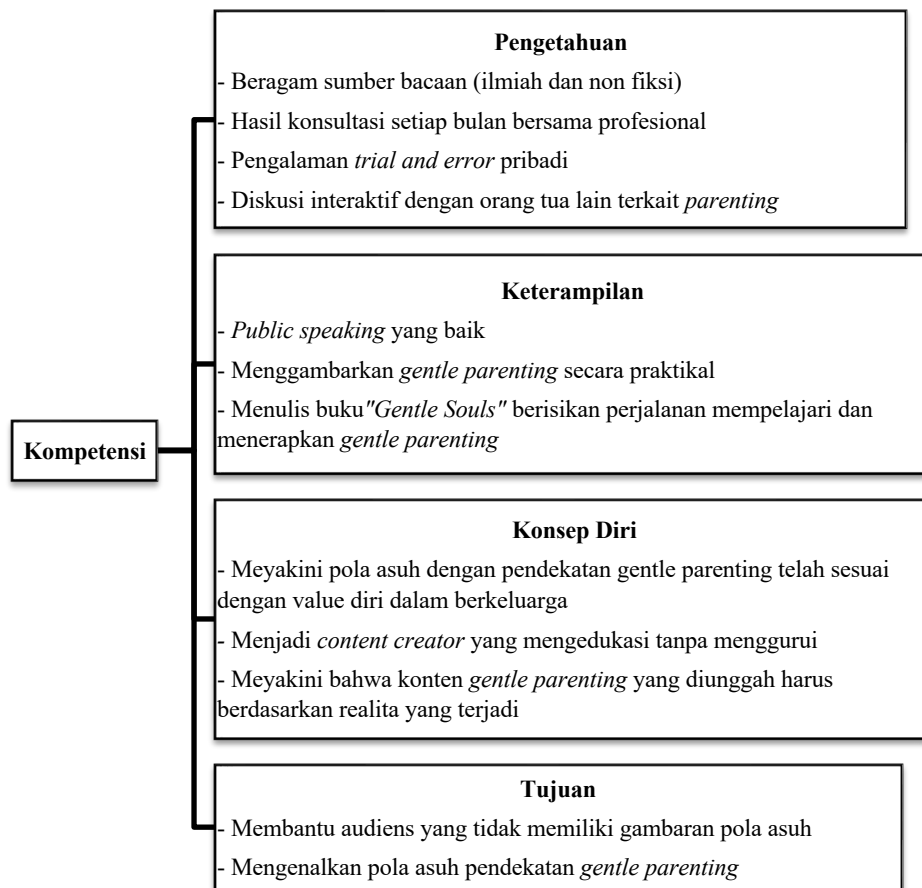
Dhannisa melalui wawancara menyatakan bahwa apa yang ditampilkan dalam konten-konten *gentle parenting* di akun TikTok @dhannicha merupakan pengalaman pribadi yang telah melalui *trial and error* sebelumnya. Dhannisa memahami bahwa sebagai *content creator* yang memberikan edukasi melalui kontennya, Dhannisa harus menjaga kredibilitasnya dengan menampilkan keaslian aktivitas pola asuh di dunia nyata dengan apa yang dipublikasikan di media sosial.



Gambar 5. Buku "Gentle Souls" karya Dhannisa Dwilagustino (Sumber: Media Sosial Gagas Media, 2024)

Strategi memperluas tujuannya mengenalkan *gentle parenting* kepada masyarakat Indonesia, Dhannisa melakukan beberapa aktivitas lainnya seperti berdiskusi dengan orang tua lainnya yang turut aktif di media sosial serta menulis sebuah buku berjudul "*Gentle Souls*" yang berisikan bagaimana dirinya

mempelajari dan menerapkan *gentle parenting* dalam kehidupannya. Melalui buku ini, Dhannisa berharap apa yang ia rasakan sebagai seorang istri dan ibu muda dapat menjadi teman bagi audiensnya di luar sana yang mungkin mengalami hal serupa.

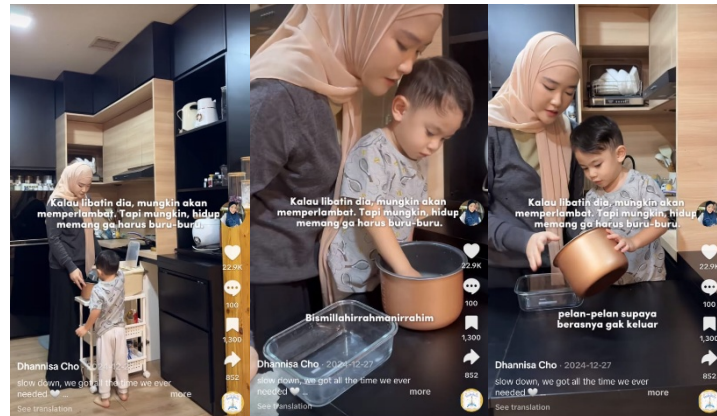


Bagan 1. Kompetensi Dhannisa Dwilagustino sebagai Gentle Parenting Content Creator
(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025)

Standar Dhannisa Dwilagustino sebagai *Gentle Parenting Content Creator* di Akun TikTok @dhannicha

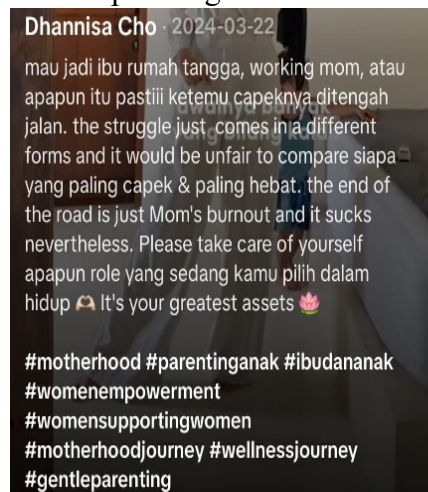
Standar merupakan dimensi yang berkaitan dengan bagaimana orang lain melihat individu yang membentuk *personal branding*. Standar yang dijalankan dengan baik dapat mempertegas kekuatan dari *personal branding* yang dibentuk. Standar mencakup konsistensi, keakuratan, dan ketepatan dalam menyampaikan pesan atau nilai yang ingin ditonjolkan. McNally menekankan bahwa perubahan dalam dimensi standar harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang harapan dan kebutuhan khalayak. Dengan kata lain, standar yang baik harus relevan dengan audiens dan konsisten dalam penyampaiannya (McNally & Speak, 2004).

Dalam menampilkan konten *gentle parenting*, Dhannisa menerapkan beberapa standar diantaranya adalah memastikan konten pola asuh yang diunggah merupakan konten asli dan tidak dimanipulasi ataupun dibuat-buat. Dhannisa juga secara konsisten memastikan bahwa konten yang diunggah memiliki kualitas dan bernilai edukasi yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Dari segi teknis, Dhannisa mencoba memvariasikan gaya pengambilan kontennya yaitu dengan mengambil video dari beberapa sudut pandang agar tidak monoton.



Gambar 6. Video Konten Dhannisa Dwilagustino dari Beberapa Sudut Pengambilan di TikTok (Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

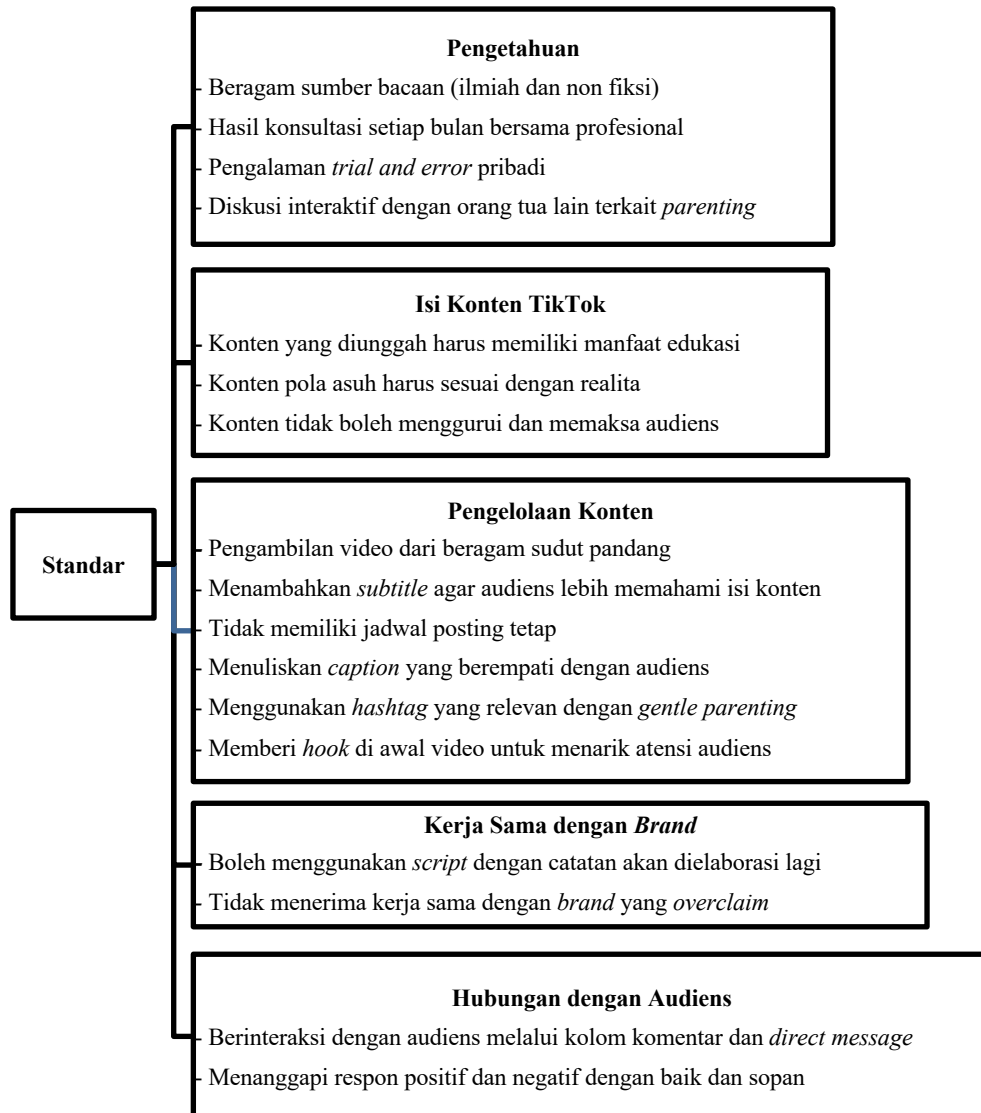
Strategi Dhannisa dalam memastikan isi kontennya dapat dengan baik tersampaikan kepada audiens, melalui beberapa upaya yang Dhannisa lakukan seperti *caption* yang selalu berempati pada audiens, pemilihan bahasa yang mudah dipahami, menambahkan *subtitle*, serta penggunaan *hashtag* yang berkaitan dengan *gentle parenting* agar audiens dapat dengan mudah mencari kontennya.



Gambar 7. Caption dan Hashtag Konten Dhannisa Dwilagustino di TikTok (Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

Tidak hanya konsisten untuk terus menampilkan *gentle parenting* ditengah permasalahan kultural, Dhannisa juga mencoba konsisten berinteraksi dengan audiens di akun TikTok @dhannicha miliknya. Menurut Dhannisa dalam menjawab pertanyaan yang masuk ke *direct message* dan juga kolom komentar, baik itu respon positif maupun negatif strategi yang digunakan dalam menjawabnya dengan ramah dan sopan. Akan tetapi, meningkatnya interaksi dengan audiens, dan respon yang terbatas membuat komentar di TikTok sendiri mengalami penurunan. Minimnya waktu untuk fokus bermedia sosial dan kendala penggelaaan menjadi hambatan utama. Dalam berkolaborasi dengan sebuah *brand*, Dhannisa juga tetap berpegang teguh pada prinsip *gentle parenting* yang dipegang dengan strategi pesan tentang *brand* yang tidak *overclaim* terhadap manfaat produknya. Menurut Dhannisa bahwa khusus untuk konten kolaborasi, memperbolehkan penggunaan

script dengan catatan tetap harus dielaborasi terlebih dahulu dan disesuaikan dengan prinsip *gentle parenting*.



Bagan 2. Standar Dhannisa Dwilagustino sebagai Gentle Parenting Content Creator
(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025)

Gaya Dhannisa Dwilagustino sebagai *Gentle Parenting Content Creator* di Akun TikTok @dhannicha

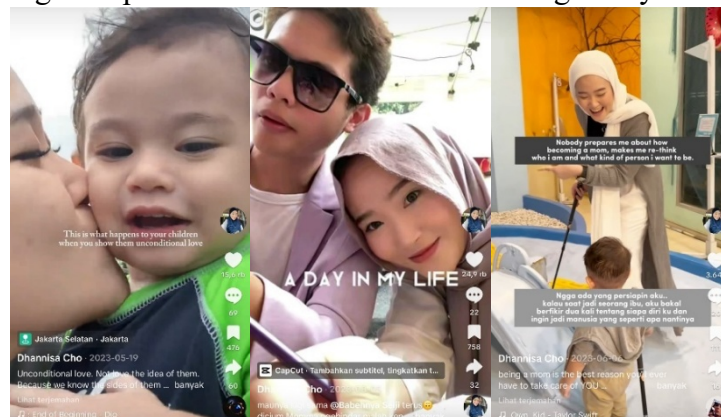
Dalam *personal branding*, gaya berkaitan dengan bagaimana cara individu berinteraksi dan berkomunikasi dengan audiens. Gaya mencerminkan bagaimana individu menyampaikan pesan, nilai, dan kepribadiannya kepada audiens. Menurut McNally menekankan bahwa gaya yang baik harus mampu menciptakan kedekatan dan keterbiasaan antara individu dengan audiensnya (McNally & Speak, 2004). Perubahan dalam *gaya personal branding* biasanya bertujuan untuk memperdalam hubungan dan pemahaman antara individu dan khalayak. McNally menyatakan bahwa terdapat tiga komponen yang dapat memperkuat *personal branding* dalam diri individu itu sendiri yaitu khas atau unik, relevan dan konsisten (McNally & Speak, 2004).

Menurut Dhannisa, bahwa dalam berpenampilan, cenderung menggunakan pakaian yang menurutnya nyaman dan *well dressed* sesuai dengan situasi dan kondisi. Berdasarkan hasil observasi pada konten-konten Dhannisa, dapat dilihat bahwa Dhannisa sangat sering menggunakan jilbab dan pakaian kasual. Pemilihan busana yang dilakukan Dhannisa cenderung menggunakan pakaian yang bernuansa *warm* dan *muted*. Pemilihan warna ini selain karena disukai oleh Dhannisa tetapi juga memperlihatkan keteduhan dan kehangatan.



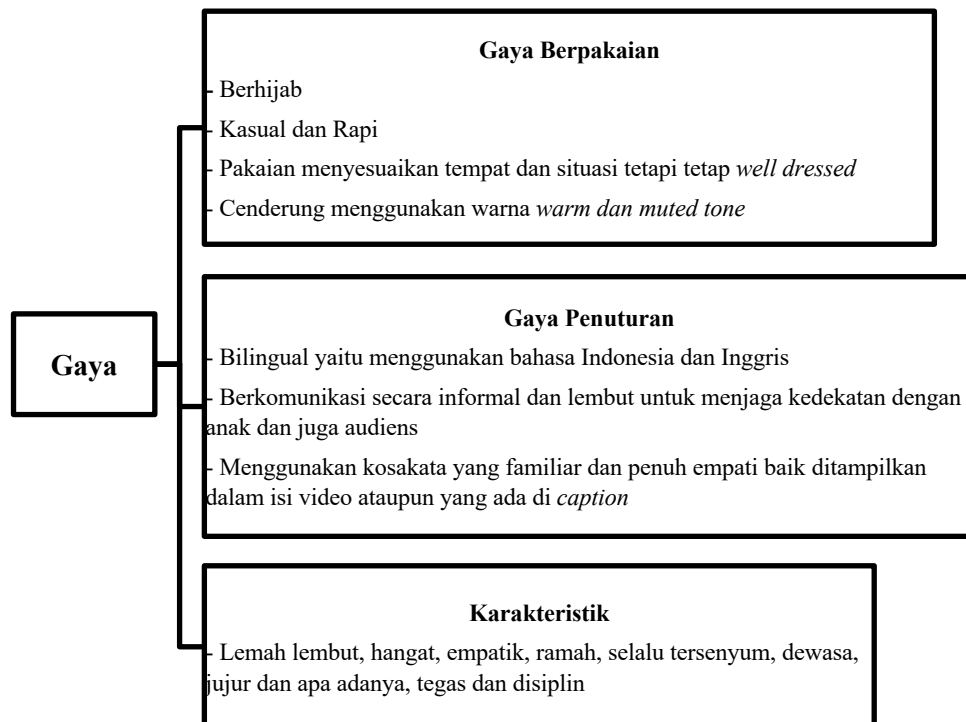
Gambar 8. Pakaian Dhannisa Dwilagustino pada Konten di TikTok (Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

Menurut Dhannisa, mengatakan bahwa dirinya selalu mencoba untuk menggunakan diksi yang mudah dimengerti dan disampaikan secara penuh kelembutan terutama ketika berinteraksi dengan Seiji. Hal tersebut dapat terlihat dari keseluruhan konten aktivitas pola asuh *gentle parenting* di akun TikTok @dhannicha. Kelembutan dan kemudahan diksi yang Dhannisa gunakan dalam berkomunikasi juga disebutkan oleh audiens melalui kolom komentar. Strategi dalam berkomunikasi dengan kombinasi menggunakan Bahasa Indonesia dan diselingi dengan Bahasa Inggris. Menurut Dhannisa, penggunaan selingan Bahasa Inggris dalam aktivitas sehari-hari Seiji merupakan bentuk pengenalan bahasa asing. Tidak hanya dalam berkomunikasi, kelembutan Dhannisa juga terlihat dari ekspresi dan gesturnya. Dhannisa juga cukup sering tersenyum dalam setiap kontennya, yang memperlihatkan keramahan dan kehangatannya sebagai manusia.



Gambar 9. Ekspresi dan Gestur Dhannisa Dwilagustino pada Konten di TikTok (Sumber: TikTok @dhannicha, 2025)

Berdasarkan pada gaya berkomunikasi yang dilakukan Dhannisa dengan audiens dan keluarganya, terlihat bahwa Dhannisa sudah memahami esensi dari penerapan prinsip *gentle parenting* dalam setiap aktivitas kesehariannya.



Bagan 3. Gaya Dhannisa Dwilagustino sebagai Gentle Parenting Content Creator
(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025)

KESIMPULAN

Kesimpulan menunjukkan bahwa Dhannisa Dwilagustino memiliki kompetensi untuk menampilkan *personal branding* sebagai *gentle parenting content creator* dilihat dari pengetahuan *gentle parenting* yang dimiliki didapat dari beragam sumber bacaan serta hasil diskusi bersama Konselor Pernikahan, Psikolog Anak, dan Dokter Spesialis Anak. Adanya keterampilan *public speaking* yang baik juga mendukung penyederhanaan konten *gentle parenting* yang disampaikan. Dhannisa dan mengeluarkan buku berjudul “*Gentle Souls*” berisikan perjalanan *gentle parenting* nya. Standar Dhannisa dapat dilihat dari seberapa konsistennya dalam menampilkan keotentikan *gentle parenting* miliknya di akun TikTok @dhannicha, tidak hanya konten pribadi tetapi juga konten kerja sama. Strategi kelengkapan konten, Dhannisa mencoba menambahkan *subtitle*, mengambil konten dari beragam sudut pengambilan, dan menambahkan *hashtag* yang relevan dengan *gentle parenting*. Namun, keterbatasan pengelolaan dan strategi jadwal tayang yang tetap membuat keberadaan *gentle parenting* Dhannisa melemah. Minimnya interaksi dan variasi konten menjadi tantangan bagi Dhannisa untuk mempertahankan *personal branding* yang tengah dibentuk. Dalam berkonten, Dhannisa memperlihatkan ciri khasnya yaitu bertutur lemah lembut, hangat, ramah, tegas dan juga disiplin. Pemilihan diksi yang familiar dan mudah dipahami Seiji serta audiens juga menjadi kelebihan Dhannisa dalam menampilkan *personal*

branding. Gaya yang dimiliki dan ditampilkan Dhannisa ini membuktikan bahwa Dhannisa memahami maksud dari penerapan prinsip *gentle parenting*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Mah Esa, keluarga dan juga kepada dosen pembimbing, seluruh narasumber, serta semua yang berkontribusi dalam penulisan artikel jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). 99 Strategi Branding di Era 4.0 (F. Husaini, Ed.). Quadrant.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik* (A. Ubaedy & A. Wiranata, Eds.). Gramedia Pustaka Utama.
- Khosibah, S. A. (2024). Peran Parent Influencers Media Sosial pada Pola Asuh Orang Tua Milenial. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(5), 926–935. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v8i5.6025>
- McNally, D., & Speak, K. D. (2004). *Be Your Own Brand: Resep jitu meraih Personal Brand yang unggul* (2nd ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mutia, A. (2022, December 15). Warga RI Paling Banyak Habiskan Waktu Bermedia Sosial di Whatsapp dan TikTok. *Databoks Katadata*.
- Muzzammil, F. M. (2022). Parenting Communication: Penerapan Komunikasi Empatik dalam Pola Pengasuhan Anak. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 2(2). <https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i2.3881>
- Nariswari, S. L. (2023, August 22). Gentle Parenting Vs Tiger Parenting ala Asia, Mana yang Lebih Baik? *Kompas.Com*.
- Ockwell-Smith, S. (2017). *Gentle Discipline: Using Emotional Connection Not Punishment to Raise Confident, Capable Kids*. Tarcher Perigee.
- Rizaty, M. A. (2024, October 14). Daftar Negara Pengguna Tiktok Terbanyak per Juli 2024, Indonesia Nomor 1. *DataIndonesia.Id*.
- Rumah Asuh. (2024, November 22). Pola Asuh Tanpa Hukuman: Kenali Tentang Gentle Parenting. *Rumah Asuh*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari, Ed.). Alfabeta.