

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, T. (2016). Parenting di PAUD Sebagai Upaya Pendukung Tumbuh Kembang Anak Usia Dini. *Khazanah Pendidikan (Jurnal Ilmu Kependidikan)*.
- Azhari (2020). *ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @Maknews PADA KONTEN RELIGI #JumatBerkah*.
<http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA>
- Beautynesia.id. (2022). *Ingin Belajar Parenting Sejak Dini? Ini 5 Akun Seputar Parenting yang Wajib Kamu Follow di Instagram!* <https://www.beautynesia.id/life/ingin-belajar-parenting-sejak-dini-ini-5-akun-seputar-parenting-yang-wajib-kamu-follow-di-instagram/b-248618>
- Brooks B, J. (2001). *The Process of Parenting (Parenting 3th Edition)*. Mayfield Publishing Company.
- Choiriah, S. (2022). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK MENGENAI ISU STIGMATISASI PADA ODGJ (Studi Pada Viewers Channel Youtube Menjadi Manusia)*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Sage.
- Danesi, M. (2013). *Encyclopedia of Media and Communication*.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar.
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Elex Media Komputindo.
- Ernawati, & Sari, R. N. (2020). *Representasi Kesadaran Budaya Lokal Perupa dalam Penciptaan Karya Seni Rupa dan Desain di Era Kontemporer*. Penerbit Qiara Media.
- Hadi, I. P. (2020). *Radio Siaran Interaktif dan Layanan Publik*. Penerbit Qiara Media.
- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. In *Media and Cultural Studies* (pp. 163–173). Blackwell Publishing.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Komunitas Bambu.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenada Media Group.
- Instagram Parentalk. (2022). *Instagram Parentalk*.
<https://www.instagram.com/parentalk.id/>
- Jordy Satria Widodo, & Oki Turatula Narendra Wigati. (2021). *Reception Analysis of Breastfeeding Mothers towards the Instagram Feeds of @Olevelove Account*.

- Katadata.co.id. (2021a). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Katadata.co.id. (2021b). *WhatsApp, Media Sosial Terfavorit Pengguna Internet.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/whatsapp-media-sosial-terfavorit-pengguna-internet>
- Khaira, K. (2017). *Proceeding International Seminar on Education 2016 Faculty of Tarbiyah and Teacher Training MELAHIRKAN GOLDEN GENERATION MELALUI GOLDEN PARENTING.* 295–302.
- Kompas.com. (2022). *Postingan Instagram Kini Bisa Di-pin, Foto dan Video Favorit Bisa Ditaruh Paling Atas.* <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/08/10290047/postingan-instagram-kini-bisa-di-pin-foto-dan-video-favorit-bisa-ditaruh-paling>
- Lestari, M. (2019). HUBUNGAN ROMANTIS DI MEDIA SOSIAL (Resepsi Pengguna terhadap Keterbukaan Hubungan Romantis yang Diunggah Selebgram di Instagram). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 11, 28–44. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i3.5944>
- Limilia, P., Aristi, N., Hegamanah, J., Cidap, K., Sumedang, K., & Barat, J. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Desember*, 8(2), 205.
- Liputan6.com. (2022). *Belajar Jadi Orangtua, Dinamika Rumah Tangga dan Hubungan Suami Istri Lewat Platform Digital.* <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4907317/belajar-jadi-orangtua-dinamika-rumah-tangga-dan-hubungan-suami-istri-lewat-platform-digital>
- Malau, R. (2011). Khalayak Media Baru. *Jurnal The Messenger*, 51–56.
- Maretha, A. T., Anantatama S, S., Ath, V., & Andlika, V. (2018). AUDIENCE RECEPTION ON POLYGAMY DISCOURSE ON FILM (STUDY ON “BERBAGI SUAMI” FILM (2006)). In *Jurnal Diakom* | (Vol. 1, Issue 2).
- McQuail, D. (2010a). *McQuail’s Mass Communication Theory 6th Edition*. SAGE Publications Ltd.
- McQuail, D. (2010b). *McQuail’s Mass Communication Theory 6th Edition*. SAGE Publications Ltd.
- Melati, C., Prasetya, A. P., & Mariana, P. (2015). *Analisis Resepsi Komunikasi Politik di Instagram @ridwankamil.*

- Monik Agustin, S., & Josephine, A. (2020). *WOMEN'S RECEPTION ON SOCIAL SUPPORT IN INSTAGRAM ACCOUNT @GETHAPPY.ID*. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Grup.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori Riset dan Khalayak Media*. Prenada Media.
- Natalia. (2020). *Pengaruh Ulasan Pelanggan Online terhadap Keputusan Generasi Milenial dalam Memesan Kamar Hotel*.
- Nisa, U. (2017). STUDI RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PEMBERITAAN SYARIAT ISLAM PADA KOMPAS.COM. *Jurnal Komunikasi Global*, 6, 74–89.
- Pancarrani, B., Amroh, I. W., & Noorfitriana, Y. (2017). *Peran Literasi Orang Tua dalam Perkembangan Anak*. 23–27.
- Paramita, F., Pramiyanti, A., & Gayes Mahestu, I. (2021). *ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS GEN Z TERHADAP KONTEN ANTI-KEKERASAN PEREMPUAN PADA AKUN INSTAGRAM @INDONESIAFEMINIS RECEPTION ANALYSIS OF GEN Z FOLLOWERS TOWARDS ANTI-VIOLENCE AGAINST WOMEN INSTAGRAM CONTENT OF @INDONESIAFEMINIS*. 6720–6728.
- Parentalk.id. (2022a). *Logo Parentalk.id*. Parentalk.Id.
- Parentalk.id. (2022b). *Story Behind @parentalk.id*. <https://parentalk.id/story-behind-parentalk-id/>
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/>
- Pratiwi, S. (2020). PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP KONSTRUKSI MILLENNIAL PARENTING DI INSTAGRAM PARENTALK.ID. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11, 105. <https://doi.org/10.24235/orasi.v1i1.6339>
- Puspensos. (2021). *Pentingnya Ilmu Parenting dalam Tumbuh Kembang Anak*. <https://puspensos.kemensos.go.id/pentingnya-ilmu-parenting-dalam-tumbuh-kembang-anak>
- Qadaruddin, M. (2020). *Coronalogy: Varian Analisis & Konstruksi Opini*. IAIN Parepare Nusantara Press.

- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks dan Media Sosial Saring Sebelum Sharing*. Yayasan Kita Menulis.
- SIMFONI PPA. (2022). *Sistem Informasi Online Perlindungan Perempuan dan Anak Data Kekerasan Nasional*. <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>
- Siswati, H., Muda, W., Regional, B., Sumatera, I., Sosial, K., Pemerhati, D., Anak, M., & Perempuan, D. (2018). *LINDUNGI ANAK DARI KORBAN DAN PELAKU PELECEHAN SEKSUAL*. 26, 121–133.
- Stuart Hall. (2011). *Budaya Media Bahasa Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979*. Jalasutra.
- Suara.com. (2019). *Parentalk, Wadah Keluarga Milenial Belajar Semua Urusan Rumah Tangga*. <https://www.suara.com/lifestyle/2019/09/14/080000/parentalk-wadah-keluarga-milenial-belajar-semua-urusan-rumah-tangga?page=all>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Alfabeta.
- Sutriani, I., Gilang Pembayun, J., & Kurnianti, A. W. (2022). *Penerimaan Khalayak pada Kampanye #Stopbodyshaming (Analisis Resepsi Kampanye #Stopbodyshaming pada Followers Instagram @Cinderella)*.
- Tempo.co. (2018). *Instagram Media Sosial Paling Populer Ibu Milenial, Apa Sebabnya?* <https://cantik.tempo.co/read/1127453/instagram-media-sosial-paling-populer-ibu-milenial-apa-sebabnya>
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Pusat Hubungan Masyarakat.
- Tosepu, Y. A. (2021). *Literasi Informasi dan Media*. Oase Pustaka.
- Triastuti, E., Adrianto, D., & Nurul, A. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial bagi Anak dan Remaja*. Pusat Kajian Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP UI.
- Turow, J. (2014). *Media Today: Mass Communication in a Converging World 5th Edition*. Routledge.
- Tutiasri, R. P., & Febriyanti, S. N. (2021). The Meaning of Millennial Generation Text: Reception Analysis of #KidsJamanNow. *Jurnal The Messenger*, 13(2), 162–178. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v13i2.1007>
- Ulfiah. (2016). *Psikologi Keluarga: Pemahaman Hakikat Keluarga dan Penanganan Problematika Rumah Tangga*. Ghalia Indonesia.

- Usma, S. (2021). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP ACARA TALKSHOW DI TENGAH PANDEMI VIRUS CORONA : Studi Deskriptif Pemirsa Televisi Dr. Oz Indonesia TransTV*.
- Viva.co.id. (2019). *Ibu Milenial Cenderung Cari Informasi Parenting di Internet*. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/parenting/1189881-ibu-milenial-cenderung-cari-informasi-parenting-di-internet>
- Wahyuningsih, S. (2019). *Film & Dakwah Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah dalam Film melalui Analisis Semiotik*. Media Sahabat Cendekia.
- We Are Social. (2019). *Indonesian Digital Report 2019*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Weni Adityasning Arindawati, dan. (2021). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MAKNA BODY POSITIVITY PADA INSTAGRAM TARA BASRO. *JULI*, 4(2), 2021. <https://www.instagram.com/tarabasro/>,
- Wibowo, A. (2013). *Pendidikan Karakter Usia Dini (Strategi Membangun Karakter di Usia Emas)*. Pustaka Pelajar.
- Yani, A., Khaeriyah, E., & Ulfah, M. (2017). Implementasi Islamic Parenting dalam Bentuk Karakter Anak Usia Dini di RA At-Taqwa Kota Cirebon. *AWLADY (Jurnal Pendidikan Anak)*, 153–174.
- Youtube Parentalk ID. (2022). *Youtube Parentalk ID*. https://www.youtube.com/channel/UCEmKMeMPxHYaVtLByUD_G4A
- Yuliarti, M. S., Siagian, M., & Wardaningtyas, A. K. (2020). Network Society and Social Movement: Message Reception among Instagram Users. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 179–188. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v5i2.382>
- Zefanya Isabertha, & Marwan Mahmudi. (2017). *ANALISIS RESEPSI GENERASI X DAN Y TERHADAP PERSONAL BRANDING PRESIDEN JOKO WIDODO DALAM #JKWVLOG DI YOUTUBE*. 15–27. www.presidentri.go.id.