

## ABSTRAK

Instagram merupakan *platform* hiburan yang saat ini memiliki pengguna ketiga terbesar di dunia. Berkat berbagai fitur yang ditawarkan Instagram untuk membagikan segala bentuk informasi, banyak celah yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak, salah satunya dalam media edukasi *parenting*. Akun *parenting* lahir sebagai teman untuk para Ibu milenial dalam mengasuh anaknya melalui konten yang disajikan. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha melihat perbedaan representasi akun *parenting* serta proses konstruksi gender melalui penggunaan warna yang terjadi pada konten akun *parenting* tersebut. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran mengenai preferensi apa saja yang mempengaruhi akun *parenting* dalam berdiri dan menggunakan sebuah warna untuk ciri identitasnya, yang pada akhirnya timbul konstruksi dan stigma gender pada warna yang dimanfaatkan. Sebagai penelitian kualitatif dengan metode analisis isi, hasil penelitian dari akun *parenting* menunjukkan informan menggunakan warna merah muda dan ungu sebagai citra diri agar terkenang di benak target audiens, serta melanggengkan ideologi femininitas yang sudah ada maupun memberikan makna sosial baru yang sebelumnya dianggap mitos. Seiring proses konstruksi gender melalui penggunaan warna pada konten visual, informan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal dalam mengukuhkan pemilihan warnanya.

***Kata kunci:*** akun *parenting*, konstruksi femininitas, penggunaan warna, stereotip gender

## ***ABSTRACT***

*Instagram is an entertainment platform that currently has the third largest user in the world. Thanks to the various features that Instagram offers to share all forms of information, there are many gaps that can be exploited by several parties, one of which is parenting education media. Parenting accounts were born as friends for millennial mothers in raising their children through the content presented. In this study, researchers tried to see the differences in the representation of parenting accounts and the process of gender construction through the use of color that occurs in the content of the parenting account. This study tries to provide an overview of what preferences affect parenting accounts in standing up and using a color to characterize their identity, which in the end results in construction and gender stigma in the colors used. As a qualitative research with content analysis method, the results of research from parenting accounts show that informants use pink and purple as self-images to be remembered in the minds of the target audience, as well as to perpetuate the existing ideology of femininity and provide new social meanings that were previously considered myths. Along with the gender construction process through the use of color in visual content, informants are also influenced by external factors in confirming the choice of colors.*

**Keywords:** *parenting accounts, femininity construction, use of color, gender stereotype*