

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Sharenting* merupakan fenomena yang terjadi kaitannya dengan orang tua dan penggunaan media sosial. Berdasarkan definisinya, *sharenting* merupakan singkatan dari kata bahasa Inggris yang *share* artinya adalah mengunggah, dan *ting* (dari *parenting*) yang artinya menunjukkan kepada peran orang tua. Kata *sharenting* ini pertama kali digunakan di *Wall Street Journal* oleh penulis Steven Leckart pada tahun 2012 (Hasanah & Ermawati, 2022). Fenomena *sharenting* dapat diketahui melalui kecenderungan orang tua yang mengunggah media tentang anaknya secara berlebihan, tanpa adanya persetujuan dari anak di media sosial. C.S. Mott Children's Hospital National Poll di Kesehatan Anak 2015 (dalam Choi & Lewallen, 2017). Serupa dengan pandangan di atas, bahwa *sharenting* merupakan perilaku orang tua yang membagikan konten atau informasi mengenai anak mereka di media sosial, terkadang perilaku tersebut terlalu berlebihan sehingga dapat merugikan anak.

Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh orang tua di Indonesia, telah mempengaruhi jumlah penggunaan media sosial dalam kegiatan *sharenting*. Hal ini membuktikan bahwa gadget merupakan salah satu teknologi komunikasi yang diminati (Listiana & Guswanti, 2020). Adanya peningkatan dalam penggunaan media sosial pasca Pandemi Covid-19 sebanyak 21 juta sejak tahun 2021-2022, yang menjadi faktor bagi masyarakat, khususnya orang tua dalam penggunaannya (Kemp, 2022). Seperti media untuk bekerja, bersosialisasi (Sasongko, 2021), serta dalam bidang pendidikannya (Agustin dkk., 2022). Guru kini memanfaatkan media sosial sebagai media anak untuk bersekolah, sehingga orang tua memiliki peran untuk membantu anak dalam penggunaannya. Tidak jarang tugas yang diberikan perlu diunggah pada laman media sosial. Sehingga, dengan adanya peningkatan yang terjadi, perlu dibersamai juga dengan adanya peningkatan pada wawasan masyarakatnya, terkhusus pada orang tua sebagai pelaku fenomena *sharenting*.

*Sharenting* di beberapa negara maju sudah mendapatkan perhatian dari pemerintahannya. Adanya undang-undang khusus mengenai privasi anak di media sosial, serta pemberian sosialisasi pada orang tua untuk cerdas dalam menggunakan media sosial. Penelitian telah dilakukan oleh Lipu & Siibak (2019) mengenai pandangan orang tua dan anak remaja (*pre-teens*) di Estonia mengenai *sharenting* yang pernah dialami dan dilakukan. Hasil dari penelitian mendapatkan mayoritas orang tua di Estonia mengetahui adanya undang-undang, dan sepakat dengan privasi anak yang harus dijaga, serta memahami apa saja yang layak diunggah. Namun begitu, mayoritas dari mereka tetap mengunggah konten atau informasi berkaitan anak mereka, namun tetap dalam catatan orang tua di Estonia sudah memahami tentang batasan yang perlu diperhatikan sebelum mengunggahnya ke media sosial.

Penelitian serupa dilakukan oleh Kopecky dkk., 2020, mengenai fenomena *sharenting* dan risiko dalam lingkungan daring (*online*) di dua negara, yakni Ceko dan Spanyol. Hasil penelitian menemukan adanya kesamaan dari kedua negara tersebut, dimana mayoritas orang tua melakukan *sharenting* dan secara tidak langsung melanggar privasi anak mereka. Seperti mengunggah foto anak yang dapat diketahui identitasnya, serta mengunggah foto anak tanpa pakaian saat bayi atau berusia balita. Selain itu, orang tua juga secara intens mengunggah identitas mereka, seperti mengunggah nama lengkap, menunjukkan wajahnya, dan menyebarkan nomor teleponnya. Walaupun mayoritas orang tua yakin bahwa unggahan mereka tidak akan berisiko bagi anak mereka, namun informasi yang diketahui dapat menjadi *boomerang* bagi penggunanya, serta celah bagi penjahat untuk memanipulasi data yang ada.

Melalui kedua penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dampak dari perilaku *sharenting* tergantung pada bagaimana orang tua memakainya. Jika informasi yang disebar terlalu berlebihan, maka kegiatan tersebut dapat mengundang celah bagi penjahat untuk melakukan kriminalitas (Noval, 2021). Begitu juga sebaliknya, jika orang tua cerdas dalam menggunakan media sosial, maka hasil yang diperoleh juga akan menjadi hal yang positif (Akhtar, 2020).

Penelitian mengenai *sharenting* juga telah dilakukan di Indonesia oleh Krisnawati (2016) mengenai privasi anak di era *selebgram*. Penelitian membahas orang tua yang memiliki sosok anak terkenal di media sosial. Hasil dari penelitian ditemukan faktor-faktor yang memotivasi orang tua dalam menjadikan anaknya sosok yang terkenal. Diantaranya seperti mendapatkan kesenangan pribadi, dan memberikan motivasi bagi pengguna media sosial. Orang tua dalam penelitian ini belum mengetahui dampak apa saja yang diperoleh jika salah dalam penggunaannya. Penelitian serupa dilakukan oleh Hasanah & Ermawati (2022), mengenai *sharenting* bagi orang tua muda di Yogyakarta. Penelitian ini mengkaji apakah benar orang tua muda jauh lebih berhati-hati dalam bermedia sosial, karena mereka merupakan sosok yang dekat dengan penggunaan media sosial. Hasil dari penelitian menemukan bahwasanya ibu muda di Yogyakarta tidak pernah mengira bahwa perilaku *sharenting* ini dapat menimbulkan risiko atau efek pada saat ini maupun masa depan bagi anaknya. Mereka cenderung mengunggah konten anak mereka di laman Instagram dan WhatsApp, mengunggah dengan identitas asli, tidak sengaja memberitahu lokasi tempat, dan nama panjang anak.

Melalui paparan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwasanya perilaku *sharenting* di negara maju seperti Eropa sudah bisa dihadapi dengan baik oleh orang tua melalui pemahamannya, pemberian sosialisasi yang baik, serta pandangan hukum yang kuat. Namun begitu di Indonesia, belum semuanya mengetahui dampak dari perilaku *sharenting* yang dilakukan. Walaupun dalam penggunaannya tergantung bagaimana seseorang mengontrol penggunaan media sosial, namun perlu diketahui juga risiko-risiko yang dapat terjadi jika salah dalam penggunaannya. Hal ini menimbulkan pertanyaan baru dalam penelitian, yaitu bagaimana pandangan orang tua di Kota Bandung terhadap fenomena *sharenting* anak usia dini di media sosial

Melalui temuan data di atas, maka penelitian ini berfokuskan kajian pada pandangan orang tua mengenai fenomena *sharenting* pada anak di media sosial, dimana tempat penelitian dipilih bertepatan di Kota Bandung.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwasanya perumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Bagaimana pandangan orang tua terhadap fenomena *sharenting* pada anak di media sosial?”. Berikut merupakan pertanyaan penelitian yang diperoleh dari pembahasan, sebagai berikut:

- a. Bagaimana pandangan orang tua mengenai kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.
- b. Bagaimana pandangan orang tua mengenai hak anak pada kegiatan *sharenting* di media sosial.
- c. Bagaimana pandangan orang tua mengenai faktor yang mempengaruhi dalam kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.
- d. Bagaimana pandangan orang tua mengenai dampak kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang telah dibahas, adapun tujuan yang hendak dicapai, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan pandangan orang tua mengenai kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.
- b. Mendeskripsikan pandangan orang tua mengenai pemenuhan hak anak dalam kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.
- c. Mendeskripsikan pandangan orang tua mengenai faktor yang mempengaruhi dalam kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.
- d. Mendeskripsikan pandangan orang tua mengenai dampak kegiatan *sharenting* pada anak di media sosial.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui jabaran yang telah dipaparkan dalam latar belakang, fokus masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai. Adapun sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini, dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua di Indonesia, tepatnya di Kota Bandung.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis yang dapat diperoleh dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Orang Tua

Manfaat bagi orang tua yaitu dapat lebih berhati-hati saat mengunggah sesuatu ke media sosial, terlebih hal-hal yang berkaitan dengan anak tanpa mengorbankan privasi mereka. Orang tua akan jauh lebih bertanggung jawab dan memilah unggahan yang layak ke media sosial.

b. Bagi Anak

Manfaat bagi anak, privasi anak di media sosial akan jauh lebih terjaga dengan baik, serta jauh dari ancaman kejahatan orang yang tidak bertanggung jawab. Hak anak juga dapat terpenuhi dengan baik.

c. Bagi Guru dan Pendidik

Manfaat bagi guru dan pendidik dapat mengetahui secara lebih mendalam tentang fenomena *sharenting* yang terjadi di media sosial, sehingga dapat membuat seminar tentang *sharenting* di sekolah.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Manfaat bagi penelitian selanjutnya yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan peningkatan perhatian orang tua terhadap fenomena *sharenting* dikalangan orang tua di Kota Bandung dan Indonesia pada umumnya.