

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi memunculkan media baru dimana media tersebut merubah cara manusia dalam berkomunikasi. Salah satu cara berkomunikasi dengan perkembangan teknologi yang sudah canggih ini dengan menggunakan media sosial dengan dukungan akses internet, survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa penggunaan *internet* di Indonesia pada *handphone* telah menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi sebesar 275.773.901 dimana hal ini Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1.17% , untuk daerah Jawa Barat sendiri yaitu dengan persentase 82.73%. Media sosial merupakan salah satu ruang komunikasi masyarakat yang terjadi secara *online* dimana media sosial memberikan akses pada semua orang untuk menunjukan eksistensinya dan menampilkan sisi terbaik pada dirinya melalui foto, status atau video, dan beberapa fitur lainnya (Umul et al., 2019). Pengguna media sosial ini menyebar pada setiap kalangan termasuk pada kalangan orang tua. Menurut Data Indonesia, laporan *we are social* menyatakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang dan hal tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri dengan durasi waktu 3 jam 18 menit setiap harinya (Shilvina Widi, 2023). 157 juta pengguna media sosial tersebut berusia 18 tahun keatas dimana hal tersebut sejumlah 79.5% dari populasi (Goodstat, Agnes 2023). Tak hanya itu, dilansir dari Goodstats menyatakan bahwa 78.5% pengguna internet setidaknya memiliki 1 akun media sosial (Agnes, 2023). Dilansir melalui databoks, hasil survei *Asian Parent* menyatakan bahwa ibu-ibu Indonesia rata-rata menggunakan media sosial sebanyak tiga jam dalam satu hari, dimana media sosial yang mendominasi penggunaannya yaitu instagram sebesar 95% ,

Facebook 85%, Youtube 83%, Whatsapp 96%, Zoom 60%, dan Telegram 50% (Andrea Lidwina, 2021). Kemudahan yang didapat melalui akses internet ini dapat dirasakan oleh masyarakat dimana mereka dapat mengakses aplikasi mobile bermain *game*, mendengarkan music (*spotify, joox, youtube music*), bertukar pesan (*whatsapp, kakaotalk, line, telegram*), mengakses media sosial (*instagram, tiktok, twitter, weverse*), mencari pekerjaan (Sribu dan LinkedIn) dan media pembelajaran (*Google Classroom, google scholar, academia, Sinta*). Media sosial memberikan kita fitur yang menarik seperti menulis teks, mengunggah foto dan video, dan membuat status/story, melalui hal tersebut seseorang bisa mendapatkan *like* atau mendapatkan tanggapan dari orang lain seperti pujian ataupun apresiasi (Jelang et al., 2019). Terdapat banyak manfaat yang didapat dari media sosial namun penggunaan media sosial dengan tinggi maka media sosial dapat memberikan dampak negatif kepada individu

Intensitas penggunaan media sosial tersebut dapat membawa dampak kepada individu seperti insomnia (Wydia, 2015), *phone addiction* (Ummul, dkk., 2019), kecemasan sosial (Silvia, 2015), narsistik (Ria, dkk., 2019), dan *oversharenting* (Soares Martins, 2020). Orang tua senang berbagi pengalaman mereka dalam membesarkan anak-anak mereka, mereka menggunakan buku-buku mengenai anak, artikel, koran, dan tv sebagai sumber untuk perkembangan anak (Muge et al., 2016). Namun, seiring berjalannya waktu kini dengan teknologi segala hal dapat dicapai dan diakses salah satunya dengan menggunakan media sosial. Media sosial memberikan akses pada semua orang untuk menunjukkan eksistensinya dan menampilkan sisi terbaik pada dirinya melalui foto, status atau video, dan beberapa fitur lainnya (Umul et al., 2019). Namun, tak hanya menampilkan atau mengunggah diri individu saja di media sosial, beberapa orang juga terkadang mengunggah foto ataupun video anak mereka di media sosial. Menurut C.S Mott Children's Hospital (2015), sebesar 74% orang tua membagikan informasi anaknya, memalukan seorang anak melalui foto/video dalam media sosial sebesar 56%, membagikan informasi seputar keluarganya

sebesar 51%, dan 27% orang tua membagikan foto tidak pantas seorang anak pada media sosial. Perilaku mengunggah foto atau video anak di sosial media disebut dengan *sharenting* atau *share parenting*. *Sharenting* ini yaitu membagikan konten yang berisi informasi seorang anak berupa teks, foto, atau video anak atau aktivitas yang berkaitan dengan pola pengasuhan mereka (Romero-Rodríguez et al., 2022). Menurut Broch (2016) orang tua cenderung membagikan foto atau video anak berupa keseharian mereka, ketika mereka sedang berjalan-jalan, dan sedang mengadakan acara khusus seperti ulang tahun. Mengunggah foto anak ke media sosial menjadi sesuatu hal yang biasa dilakukan orang tua, hal tersebut dikarenakan orang tua menganggap anaknya sebagai miliknya atau bagian dari dirinya (Merry et al., 2020).

Menurut Baştumur & Kurşuncu (2022), anak-anak merasa malu ketika orang tua membagikan foto dan/atau video tentang mereka. Pada masa remaja, sang anak sedang membangun jati diri nya melalui media sosial, namun dengan adanya *sharenting* yang dilakukan orang tua, sang anak akan merasa malu dan frustrasi karena terdapat perbedaan antara citra yang ingin dibangun di media sosial dengan unggahan yang dilakukan oleh orang tua (Baştumur & Kurşuncu, 2022). Ketika remaja, anak-anak lebih sering menghabiskan waktu dengan teman-temannya daripada dengan orang tua mereka dan dengan adanya *sharenting* mereka merasa khawatir dengan kesan yang mereka tinggalkan (Steinberg, 1996 dalam Ouvrein & Verswijvel, 2019). Itulah mengapa orang tua perlu meminta izin kepada anak ketika ia ingin mengunggah foto/video mengenai anaknya (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

Perilaku *sharenting* ini dilakukan karena adanya hubungan yang tidak seimbang antara anak dan orang tua tersebut dapat disebut dengan eksploitasi karena adanya ketidakseimbangan antara superordinasi dan subordinasi, dimana superordinasi disini yaitu orang tua dan subordinasi yaitu anak. Menurut Baştumur & Kurşuncu (2022), alasan seorang orang tua melakukan *sharenting* yaitu kebutuhan akan dukungan sosial/ emosional dan psikologis, sebagai profesi

atau mencari uang, arogansi digital dan sifat narsis, dan alat untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran. Perilaku *sharenting* ini didominasi oleh seorang ibu. Menurut Bartholomew (2012) Ibu lebih banyak mengunggah gambar anaknya daripada seorang ayah (dalam Bastemul & Timbal, 2022).

Media sosial memberikan manfaat pada individu dimana penggunaanya dapat bebas mengekspresikan dirinya demi memenuhi kepuasan dirinya dengan cara mengunggah foto atau videonya dalam unggahan status atau story. Tak hanya itu Thelwall (2009) menyatakan bahwa terdapat tiga tujuan dari media sosial yaitu sosialisasi, jaringan untuk menemukan teman lama, dan membantu pengguna menemukan informasi tertentu (dalam Amanda, 2022). Media sosial ini telah memasuki kehidupan keluarga, dimana penggunaanya mengubah tata cara pengasuhan dengan bentuk awal yaitu membagikan foto sonogram yang kemudian dilanjutkan dengan tahap tumbuh kembang anak (Amanda, 2022). Beberapa orang tua mengunggah hal tersebut di media sosial dengan tujuan untuk dijadikan *memories* atau sarana menyimpan berbagai kenangan (Putra & Febrina 2019, dalam Amanda 2022). Bahkan beberapa kalangan ibu tak hanya mengunggah foto atau video sang anak pada akun media sosialnya melainkan mereka membuat akun atau profil yang mengatasnamakan anaknya, seperti akun media sosial yaitu instagram miliki @dwiandaanda dan @Nandaarsyinta dimana ia membuat akun media sosial instagram dengan nama anaknya. Hal ini tentunya dapat membawa dampak negatif pada sang anak yaitu hak anak atas privasi yang dimiliki oleh anak (Amanda, 2022), penculikan digital (Miller, 2014), dan memberikan akses pada pedofil (Duygulu, 2019).

Adanya perilaku *sharenting* pada seorang ibu ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan dukungan sosial/ emosional dan psikologis, sebagai profesi atau mencari uang, arogansi digital dan sifat narsis, dan alat untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran (Baştemur & Kurşuncu, 2022), kesepian (Amanda, 2022), eksistensi (Putra & Febrina, 2019), keinginan untuk berbagi (Putra & Febrina, 2019), pengalaman masa lalu karena pada zaman sekarang media sosial dijadikan

album (Putra & Febrina, 2019), dan berbagi informasi (Amanda, 2022). Berdasarkan survei yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui *google form* didapatkan 38% dari 64 responden menyatakan mereka senang dengan konten anak terutama apabila konten tersebut mengandung informasi atau edukasi karena hal tersebut dapat berguna bagi sang ibu untuk pengasuhan dan tumbuh kembang sang anak. Namun, sebesar 9% responden juga merasa kasihan serta prihatin kepada anak tersebut karena digunakan sebagai konten oleh orang tua dan menganggap bahwa hal tersebut adalah salah satu bentuk eksploitasi pada anak. Serta sebesar 9% mereka merasakan apa yang dirasakan oleh pemilik konten seperti apabila pemilik konten tersebut bangga akan prestasi anaknya maka penonton pun akan merasakan bahagia, bangga, ataupun senang namun apabila pemilik konten anak tersebut memberikan konten yang menyedihkan maka menonton konten tersebut juga akan merasakan hal yang sama. Melalui unggahan edukasi dan informasi mengenai pengasuhan lebih banyak dijumpai oleh orang tua dengan persentase 38%.

Perilaku orang tua dalam berbagi foto dan/atau video mengenai anak-anak pada saat ini merupakan hal yang biasa, namun tak dapat dipungkiri bahwa perilaku tersebut dapat membawa dampak negatif dimana aktivitas tersebut dapat menjadi awal dari tindakan *cyberbullying* ataupun penghinaan masa depan (Novi Hidayati dkk., 2023), hak anak atas privasi yang dimiliki oleh anak (Amanda, 2022), penculikan digital (Miller, 2014), memberikan akses pada pedofil (Duygulu, 2019), dan adanya gangguan dalam hubungan orang tua dan anak (Andra Sibak dan Keily Traks, 2019). Perilaku berbagi foto dan/atau video mengenai anak ini dapat membawa kepada gangguan antara anak dan orangtua (Andra Sibak dan Keily Traks, 2019). Hal tersebut dapat mengganggu hubungan antara anak dan orang tua dikarenakan ketika orang tua mengunggah foto dan/atau video mengenai anak, mereka terkadang mengabaikan persetujuan dari sang anak, mengabaikan komentar anak mengenai foto dan/atau video yang diunggahnya, serta beberapa foto dan/atau video yang diunggah tidak layak untuk

diunggah seperti foto ketika sang anak sedang merasa penampilannya kurang baik, presentasi diri sang anak terlalu terbuka, dan foto memalukan lainnya (Andra Sibak dan Keily Traks, 2019). Terdapat perbedaan pendapat antara orang tua dan anak mengenai *sharenting* di media sosial ini dikarenakan orang tua memiliki pendapat bahwa mereka memiliki hak dalam memutuskan dan mengontrol informasi apa yang mereka ingin unggah di media sosial tentang anak-anak mereka terutama jika usia sang anak masih kecil (Andra Sibak dan Keily Traks, 2019). Menurut Brosch (2018), orang tua melakukan aktivitas *sharenting* dikarenakan mereka tidak tahu akan ancaman *online* (dalam Novi Hidayati dkk, 2023).

Alasan seseorang melakukan perilaku *sharenting* yaitu kebutuhan akan dukungan sosial, emosional dan psikologis, sebagai profesi atau mencari uang, arogansi digital dan sifat narsis, dan alat untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran (Baştemur & Kuşuncu, 2022). Romero-Rodríguez et al., (2022) mengembangkan skala *sharenting* yaitu *Sharenting Evaluation Scale* (SES) dengan jumlah 17 item memiliki reliabilitas 0.76 dengan jumlah sampel 146 orang dewasa Spanyol dengan perilaku *sharenting* membagikan gambar anggota termuda. Romero-Rodríguez et al., (2022) memilih orang dewasa sebagai sampel penelitian dikarenakan perilaku dapat dilakukan oleh orang dewasa dengan anak yang foto/video nya dibagikan di media sosial yaitu dengan hubungan anak, keponakan, sepupu, saudara kandung, cucu, dan tidak ada hubungan. *Sharenting Evaluation Scale* (SES) ini juga telah diadaptasi di Iran dan Turkey. Penelitian *sharenting* dengan menggunakan SES di Iran oleh Peimanpak et al., (2023) dilaksanakan kepada 240 orang tua dengan memakai bahasa Persia menghasilkan validitas dan reliabilitas $\alpha = 0.70$ dan 0.84 dengan menghapus 3 item sehingga berjumlah 13 item. Penelitian yang dilakukan oleh Peimanpak et al., (2023) memiliki keterbatasan dimana validitas dan reliabilitas skala *sharenting* karena dilakukan oleh orang tua yang tinggal di Teheran. Kilic et al., (2023) mengadaptasi *sharenting evaluation scale* (SES) versi Turki, melalui penelitian

yang dilakukan kepada 276 orang tua di turki menghasilkan validitas dan reliabilitas sebesar 0.87 dengan jumlah 16 item, dimana item no.10 dihilangkan. Beberapa aspek pada skala *sharenting* yang sudah ada memiliki kemungkinan tidak sesuai dengan keadaan *sharenting* di daerah lain dikarenakan adanya perbedaan budaya. Banyaknya penelitian yang bersifat kualitatif yang ada di Indonesia dan alat ukur *sharenting* yang baru mendorong penelitian ini sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan alat ukur *sharenting*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa topik *sharenting* yang ada di Indonesia?
2. Apa tahapan pengembangan alat ukur *sharenting* ?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menghasilkan alat ukur *sharenting* yang valid dan reliabel

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Menjadi dasar pengembangan teori *sharenting* di Indonesia
2. Membuat alat ukur *sharenting* yang belum dikembangkan di seluruh Indonesia
3. Memperkuat teori pengasuhan sebelumnya

1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini menguraikan kajian dan hasil penelitian mengenai *sharenting*. Kajian ini termuat ke dalam 5 Bab, yaitu Bab 1

pendahuluan menguraikan latar belakang penelitian, identifikasi masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada Bab II Bab ini berisikan kajian mengenai landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian

Pada Bab III, metode penelitian menelaah dari desain penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, pengembangan instrumen pengumpulan data, teknik analisis data, dan tahap penelitian. Bab IV menguraikan analisis dan menggeneralisasikan temuan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian. Bab V penutup, menarik kesimpulan penelitian, dan rekomendasi penelitian.