



Fenomena Praktik Sharenting sebagai Presentasi Orang Tua di Media Digital (Studi Netnografi pada akun Instagram @mas_natsuki dan @sana.arra_)

Nindi Faradila¹, Rahman Asri²

¹Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia, nindifaradila97@gmail.com

²Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia, rahman.asri@uai.ac.id

Corresponding Author: nindifaradila97@gmail.com¹

Abstract: *This study explores the phenomenon of sharenting as a form of parental self-presentation on social media, particularly Instagram. Utilizing a qualitative approach with a netnographic method, this research analyzes two Instagram accounts, @mas_natsuki and @sana.arra, to understand how parents share their children's lives and how public responses are formed, which can encompass various aspects related to interactions and participation from users commenting on the posts made on the accounts @mas_natsuki and @sana.arra_. The findings of this study reveal that the practice of sharing content can have both positive and negative impacts, depending on how and in what context the content is shared. The account @mas_natsuki demonstrates an educational, privacy-conscious, and inspirational approach, while @sana.arra reflects a more controversial form of sharenting that leads to online bullying. Based on the results of this research, it is recommended that parents cultivate ethical awareness and digital literacy when sharing content related to their children online, in order to balance self-expression, education, and child protection.*

Keyword: *Digital Parenting, Instagram, Netnography, Sharenting, Social Media.*

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi fenomena sharenting sebagai bentuk presentasi diri orang tua di media sosial, khususnya Instagram. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode netnografi, penelitian ini menganalisis dua akun Instagram @mas_natsuki dan @sana.arra_ untuk memahami bagaimana orang tua membagikan kehidupan anak-anak mereka dan bagaimana tanggapan publik terbentuk, dapat berupa berbagai aspek yang saling terkait dengan interaksi dan partisipasi pengguna dari komentar pada unggahan yang diposting pada akun @mas_natsuki dan @sana.arra_. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa praktik berbagi konten dapat memberikan dampak positif dan negatif, tergantung pada bagaimana dan dalam konteks apa konten tersebut dibagikan. Akun @mas_natsuki menunjukkan pendekatan yang mendidik, sadar privasi, dan inspiratif, sementara @sana.arra_ mencerminkan bentuk sharenting yang lebih kontroversial yang mengarah pada perundungan online. Dari hasil penelitian ini merekomendasikan pentingnya kesadaran etis dan literasi digital bagi orang tua ketika membagikan konten terkait anak secara online, untuk menyeimbangkan antara ekspresi diri, pendidikan, dan perlindungan anak.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Netnografi, Pengasuhan Digital, Sharenting.

PENDAHULUAN

Kemajuan dunia sangat pesat dan selalu menunjukkan peningkatan yang sangat besar terhadap segala aspek, khususnya pada aspek teknologi, informasi, dan komunikasi. Perkembangan ini membuat manusia tidak lagi khawatir akan adanya batas, jarak, ruang, dan waktu. Seiring perkembangan teknologi, kini hampir setiap orang di dunia sudah memiliki media sosial dan telah menggunakannya setiap hari. Salah satunya adalah Instagram. Instagram digunakan oleh pengguna untuk melakukan berbagai kegiatan seperti hiburan, pencarian informasi, bisnis dan kegiatan lainnya. Hasil penelitiannya We Are Social menunjukkan bahwa 278,7 juta penduduk atau 77% dari total populasi di Indonesia telah terpapar oleh internet dan sosial media. Data yang sama didapat juga rata-rata penduduk Indonesia menggunakan internet adalah 7 jam 38 menit dengan alasan mayoritas adalah menemukan informasi (Kemp, 2024). Merujuk data dari datareportal.com, data yang ada pada We Are Social pada awal tahun 2024 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 100.9 juta pengguna aktif Instagram dan Instagram menduduki posisi kedua sebagai *platform* sosial media yang paling sering digunakan setelah *Whatsapp* sebesar 85,3%.

Salah satu bentuk pengasuhan baru yang muncul seiring dengan berkembangnya penggunaan media sosial adalah *sharenting* yang berbeda dengan pengasuhan orangtua atau *parenting* biasa. *Parenting* biasa adalah cara orang tua mengasuh anak tanpa membagikan informasi atau momen pribadi di media sosial, sedangkan *sharenting* adalah praktik orang tua yang membagikan foto, video, atau cerita tentang anak mereka di *platform* sosial. *Sharenting* dapat meningkatkan *exposure* anak. Praktik *sharenting* merujuk pada tindakan orang tua yang sering membagikan foto atau video anaknya di media sosial (Fridha and Irawan, 2020).

Media sosial Instagram menjadi tujuan orang tua dalam melakukan *share parenting* (*sharenting*). Dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram memiliki kelebihan yang mana fitur-fiturnya telah berfokus pada aplikasi foto, video dan telah megambil banyak perhatian pengguna *online*. Instagram dapat membagikan foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna Instagram dan dapat saling memberikan komentar serta suka dari foto maupun video yang diposting (Putra dan Febrina, 2019). Dengan keunggulan tersebut Instagram dapat dimanfaatkan untuk membagikan setiap momen anak dan Instagram juga berperan dalam pembentukan tren seperti tren *sharenting* pada saat ini.

“*sharenting*” yang berasal dari kata “*share*” dan “*parenting*” merujuk pada praktik orang tua yang secara ekstensif mengunggah informasi mengenai anak-anak mereka di *platform* media sosial (Marasli et al., 2016). Menurut definisi yang diberikan oleh Steinberg (2017), *sharenting* adalah tindakan orang tua yang membagikan kegiatan tentang anak-anak mereka melalui media sosial, yang dapat mencakup berbagai bentuk konten, seperti teks, gambar, atau video. Praktik ini mencerminkan interaksi antara orang tua dan lingkungan digital, serta menimbulkan pertanyaan mengenai privasi, etika, dan dampak sosial yang mungkin dihadapi oleh anak-anak yang terlibat. Fenomena *sharenting* adalah gaya pengasuhan anak yang sering berbagi dengan banyak orang melalui jejaring sosial tentang pertumbuhan dan kehidupan anak dari berbagai perspektif. (Brosch, 2016; Wagner & Gasche, 2018). Selain untuk mendapatkan bantuan dari orang tua lain, *sharenting* juga digunakan untuk mendapatkan dukungan sosial, berbagi pengalaman, dan berdiskusi mengenai isu-isu terkait pengasuhan anak (Archer & Kao, 2018). Berbagai dukungan yang didapatkan melalui media sosial dapat diyakini mampu untuk mengurangi rasa kesendirian dalam masa perjuangan mereka sebagai orang tua (Duggan et al., 2015). Banyaknya waktu yang dihabiskan untuk *sharenting* dapat meningkatkan kesejahteraan diri, dan juga mereka ingin dilihat sebagai orang tua yang baik, sehingga mereka berbagi informasi spesifik tentang anak-anak mereka untuk menunjukkan

bahwa mereka menjadi orang tua yang kompeten (Collett, 2005; Kumar & Schoenebeck, 2015).

Gaya *parenting* di media sosial kini menjadi sorotan oleh banyak pihak, contohnya seperti beberapa artis yang mempunyai anak seperti, Nikita Willy yang selalu membagikan gaya *parenting*nya didampingi bersama dengan para ahli yang bisa dilihat pada akun *Youtubenya* yaitu Nikita Willy Official, Ayudia juga turut membagikan konten *parenting* di media sosial Instagramnya yaitu @ayudiac dan Ria Ricis juga membagikan *parenting*nya yang berbeda dari ibu-ibu lain yang tidak melakukannya seperti mengajak anaknya menaiki jetski dilaut pada usia 5 bulan, bisa dilihat pada akun Instagramnya yaitu @riaricis1795. Saat ini banyak *selebgram* yang membagikan *parenting*nya di media sosial, contohnya seperti keluarga yang sedang viral akhir-akhir ini yaitu @mas_natsuki dan @sana.arra_

Di era digital saat ini, fenomena viral di media sosial dapat membawa dampak yang signifikan, baik positif maupun negatif. Salah satu contoh yang menarik perhatian publik adalah kasus @sana.arra_ seorang anak yang menjadi viral dan sekaligus menjadi sasaran *bullying* di dunia maya. Kasus ini tidak hanya mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh anak-anak di era digital, tetapi juga menyoroti pola asuh orang tua yang sering kali menjadi sorotan. *Sharenting* Orang tua Ara yang menurutnya membagikan momen lucu anak mereka justru menjadi *boomerang* bagi keluarganya, dikarenakan banyak konten @sana.arra_ yang kontroversial.

Parenting orang tua @sana.arra_ menjadi perbincangan publik setelah video dan konten yang menampilkan Ara viral di media sosial. Banyak netizen berpendapat bahwa cara orang tua Ara mendidik anaknya tidak sesuai dengan usia dan perkembangan psikologisnya. Usia Ara baru menginjak 5 tahun, terlihat berbicara dan berperilaku di luar porsi anak seusianya, seperti membahas tentang jodoh, menyinggung agama seseorang dan banyak hal yang membuat orang lain sakit hati. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang apakah orang tua Ara terlalu memaksakan ekspektasi yang tidak realistis kepada anaknya. Dalam konteks ini, pola asuh yang diterapkan dapat dianggap kurang memperhatikan kebutuhan emosional dan sosial Ara, yang seharusnya menjadi fokus utama dalam perkembangan anak.

Orang tua @sana.arra_ cenderung untuk membagikan momen-momen penting dalam kehidupan anaknya, dengan tujuan untuk mendokumentasikan perkembangan dan berbagi kebahagiaan tanpa membatasi *privasi* dan perkataan yang seharusnya bisa untuk tidak di unggah pada akun sosial medianya yang saat ini menjadikan @sana.arra_ menjadi sasaran *bullying*. Sedangkan orang tua @mas_natsuki yang lebih berhati-hati dalam membagikan informasi tentang anaknya, dengan mempertimbangkan risiko *privasi* dan dampak jangka panjang dari *sharenting*. Perbandingan antara kedua sikap ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi tantangan *modern* dalam mendidik anak, orang tua perlu mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk mempertimbangkan konsekuensi dari jejak digital yang ditinggalkan dan dampak sosial dalam media sosial.

Akun Instagram @mas_natsuki dan @sana.arra_ dikenal sebagai akun yang mengunggah gambar dan video kegiatan anak-anak, termasuk konten dukungan bersama dengan cerita pribadi dan nasihat pengasuhan anak. Dengan 4,344,505 *followers* pada akun @mas_natsuki dan akun @sana.arra_ sebanyak 287,477 *followers*, ini memiliki potensi untuk menjadi *platform* yang kuat untuk berbagi pengalaman, saran, dan tutorial pengasuhan anak. Dalam penelitian ini, akun @mas_natsuki dan @sana.arra_ dipilih sebagai objek penelitian karena berkaitan dengan penelitian *sharenting*. Anak-anak dan orang tua mereka menggunakan dan membentuk bagaimana anak-anak mengekspresikan diri mereka dalam *selebgram* anak-anak (Abidin, 2015 dalam Mardhiyah, 2020).

Pada akun @mas_natsuki dan @sana.arra_ kegiatan *sharenting* yang dibagikan berupa informasi mengenai anaknya, terutama berhubungan dengan kegiatan *endorsement* produk atau jasa yang dideskripsikan dengan narasi-narasi *parenting*, berupa tips dan pengalaman orang tua atau anak itu sendiri yang relevan dengan produk ataupun jasa yang dipromosikan. Hal itu

dapat dilihat dari *caption* yang mewakili keterangan dari foto dan video yang di *posting*. Sejalan dengan kajian Abidin dalam penelitian (Mardhiyah, 2020) yang menyatakan bahwa orang tua juga membuat narasi yang bisa memancing *endorsement*.

Penelitian ini berfokus pada perbandingan praktik *sharenting* antara akun @mas_natsuki dan @sana.arra_ di Instagram. Peneliti ingin mengeksplorasi alasan dan persepsi di balik *sharenting* yang dilakukan oleh kedua akun tersebut, terutama dalam konteks selebritas dan orang tua dari selebgram anak di Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami lebih dalam motivasi orang tua dalam melakukan *sharenting*, mengingat bahwa penelitian terkait topik ini masih tergolong terbatas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif karena pendekatan tersebut difokuskan pada gambaran atau penjelasan tentang objek penelitian. Basri menyatakan bahwa penelitian kualitatif berorientasi pada proses dan interpretasi hasil dari topik yang diselidiki (Basri, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode netnografi. Media sosial telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Meskipun media sosial dapat bermanfaat, terkadang ada peristiwa yang tidak dapat dijelaskan Kozinets (2019).

Pada awal perkembangannya Netnografi digunakan sebagai metode untuk mendeskripsikan komunitas virtual, yang didefinisikan berbentuk agregasi sosial, dan dihasilkan dari interaksi pengguna internet, ada diskusi, memiliki cukup banyak orang, dan terbentuk dalam proses yang panjang. Seiring dengan berkembangnya media sosial, (Kozineits, 2019) menyatakan bahwa konsep komunitas virtual menjadi sulit dipertahankan seiring dengan berkembangnya media sosial. Menurutnya mempertahankan gagasan tersebut menjadi semakin menantang. Ia menegaskan bahwa ketika seseorang memposting sesuatu di media sosial atau mengomentari sesuatu yang diposting, mereka tidak lagi berbicara kepada komunitas tertentu melainkan kepada masyarakat umum. Untuk menggambarkan jejak online dalam bentuk teks, gambar, foto, dan data lainnya, ia meciptakan istilah “situs data” dalam studi netnografi, yaitu jejak internet yang mencakup teks, gambar, audiovisual, musik, dan termasuk komentar. Komentar dalam hal ini menurut kozinets juga termasuk dalam instrumen penelitian netnografi.

Netnografi hadir untuk menyelidiki, mempelajari, dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena media sosial. Untuk merefleksikan pengalaman budaya di media sosial melalui jejak digital, jaringan, dan sistem media sosial, netnografi adalah hasil dari etnografi dan pendekatan kualitatif lainnya yang berusaha memahami budaya yang berasal dari praktik, jejak, jaringan, dan sistem media sosial (Eriyanto, 2021). Tiga komponen dasar netnografi: investigasi, interaksi, dan imersi dapat dibentuk dengan cara terlibat, berkomunikasi, dan merefleksikan pengalaman budaya yang direfleksikan.

Media sosial yang akan menjadi objek penelitian ini adalah Instagram dengan kata kunci “*sharenting*”. Langkah-langkah pemilihan akun dan analisis data adalah; (1) Pencarian konten video yang membahas *sharenting*, (2) Ditetapkan tiga sumber, yaitu @mas_natsuki, @sana.arra_ dan akun lain yang membahas keduanya terkait *sharenting*, karena adanya perbandingan dan dipilih karena tingkat *exposure* dan tingkat interaktivitas masyarakat tinggi, (3) Dari beberapa akun tersebut kemudian dianalisis komentar menarik dengan pembatasan komentar maksimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini akan dipaparkan beberapa temuan dari analisis perbandingan akun *sharenting* yang telah dilakukan. Melalui analisis terhadap 150 komentar, ditemukan empat tema utama yang mencerminkan respons positif pengikut terhadap konten keluarga yang dibagikan. Temuan ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai persepsi audiens terhadap praktik *sharenting* yang dilakukan oleh kedua akun tersebut.

Tema	Definisi	Subtema	Contoh komentar
Kemandirian dan Semangat Anak	Komentar yang memuji inisiatif, kemandirian, dan semangat juang anak sebagai teladan positif.	Apresiasi Kemandirian dan Semangat Anak	“Aku suka bgt sama kalian...sehat ya kalian” ; “Mandiri banget adik, biasanya anak segitu tasnya dibawain emaknya” ; “masih kecil udh pda mandiri” ; “Botol yakult kuat bgt ya jalan... keren logt kamu rit”
Inspirasi Keluarga	Komentar yang melihat keluarga sebagai contoh keharmonisan, kasih sayang, dan nilai kebersamaan yang inspiratif.	Inspirasi Keluarga sebagai Teladan	“Umma & pa bambang berhasil membangun keluarga yg romantis, harmonis” ; “Keluarga cemara yg bnyk d idamkan” ; “anak sekecil ini berkelahi dengan 3 bahasa ibu yg ketiganya fasih semua rits” ; “Huhh aku sampe terharu ummaa ngikutin umma...”
Hiburan dan Keterikatan	Komentar yang mengekspresikan keterikatan emosional dan kesenangan pribadi dalam mengikuti konten keluarga.	Keterikatan Emosional dan Hiburan Pribadi	“Ya allahhhh ueno familyyyy kesyangan sehat yaaaa...” ; “Syang banyak banyak buatt ueno family” ; “sebelumnya Igi sedih... nonton vlog umma trs, makasih ya umma...” ; “Gaboleh ada yg merusak keluarga cemara ini... bahagia selalu umma & pak bambang...”
Aspirasi Masa Depan	Komentar yang mengekspresikan harapan untuk meniru pola asuh dan meraih kebahagiaan serupa di masa depan.	Harapan Positif dan Aspirasi Masa Depan	“Pokoknya aku usahain suatu saat nanti punya keluarga kaya ueno family” ; “Semoga aku bisa menjadi sepertimu umma... jadi tempat nyaman dan bahagia untuk anak2 mu” ; “Dan saat ini Tuhan menjawab semua keraguan Uma... buah dari kesabaran dan konsistensi...” ; “Kenal dri natsuki... skrg udh 3 JT lebih terharu, bangga jg buat mama Mega...”

Postingan terkait dengan *sharenting* yang diunggah pada laman Instagram @mas_natsuki @sana.arra_ dan sumber lain mendatangkan reaksi komentar yang mayoritas negatif pada postingan yang diunggah oleh akun Instagram milik @sana.arra_, sedangkan pada unggahan video pada akun Instagram milik @mas_natsuki mendatangkan banyak respon positif.

Kemandirian dan Semangat Anak

Audiens menyorot tiap momen si kecil mengambil inisiatif tanpa campur tangan orang tua. Adegan anak merapikan mainan, memanggul tas sekolah, serta menyiapkan bekal sendiri memicu decak kagum dan dorongan percakapan di kolom komentar. Penilaian positif muncul dari komentar “Mandiri banget adik, biasanya anak segitu tasnya dibawain emaknya” yang merefleksikan bagaimana rutinitas sederhana dapat membentuk karakter tangguh di usia dini. Implementasi aktivitas praktis ini memberikan wawasan bagi orang tua tentang tahapan pembelajaran kemandirian yang dapat dipraktekkan sehari-hari.

Penanaman kemandirian sejak usia dini berpengaruh pada self-efficacy, yaitu keyakinan diri dalam menyelesaikan tugas. Hasil penelitian Diryatika dan Armiami (2023) membuktikan bahwa setiap peningkatan efikasi diri berbanding lurus dengan peningkatan kemandirian belajar siswa, dengan koefisien regresi 0,93 yang signifikan pada level 0,01.

Korelasi ini menjelaskan mengapa audiens merasa terinspirasi ketika melihat anak mengenakan sepatu sendiri atau menyiapkan bekal sekolah tanpa disuapi.

Pujian sosial di media digital berperan sebagai reinforcement positif. Komentar “botol yakult kuat bgt ya jalan... keren logt kamu rit” bukan sekadar ungkapan kekaguman, melainkan pengakuan publik atas usaha dan keberhasilan si kecil. Bentuk apresiasi semacam ini meningkatkan motivasi kreator untuk menampilkan lebih banyak konten serupa, sehingga platform akan merekomendasikan video dengan engagement tinggi kepada audiens yang lebih luas. Fenomena ini sesuai temuan Safitri et al. (2025) tentang interaksi self-efficacy dan kemandirian, di mana dukungan sosial meningkatkan durasi tonton rata-rata 15% pada video parenting.

Pembiasaan kemandirian melalui kegiatan sederhana juga memengaruhi hubungan keluarga. Saat anak diberi ruang mengambil keputusan kecil seperti memilih baju sendiri atau membantu menata meja, orang tua diundang melihat langsung proses belajar si kecil. Kolom komentar kemudian dipenuhi pertukaran tips “bagaimana mengajari anak merapikan mainan” atau “cara memulai kebiasaan mandiri sejak pra-sekolah”. Diskusi ini menunjukkan bahwa vlog keluarga berfungsi sebagai “*forum peer learning*” bagi orang tua (Diryatika & Armiami, 2023).

Pemanfaatan metode modeling dalam *Social Cognitive Theory* menegaskan pentingnya contoh langsung. Bandura (1986) menekankan bahwa pengamatan terhadap perilaku positif memicu imitasi, terutama ketika audiens melihat hasil konkret dari usaha si kecil, seperti anak yang gagal pertama kali namun mencoba lagi sampai berhasil. Penerapan teori ini tercermin dalam bagaimana kreator memfilm momen kegagalan pertama si kecil menarik perhatian, lalu menampilkan keberhasilan berikutnya memperlihatkan proses belajar lengkap, bukan hanya hasil akhir.

Rekomendasi praktis bagi kreator konten meliputi: menyematkan segmen “3 Langkah Melatih Anak Mandiri” di akhir video misalnya menata alat tulis setelah belajar, menggantung tas di tempat khusus, dan memilih pakaian sendiri; kolaborasi dengan psikolog anak dalam live session singkat untuk memandu audiens memahami tahapan perkembangan mandiri (Safitri et al., 2025), serta menyorot komentar terbaik yang berisi pengalaman orang tua, memperkuat rasa komunitas.

Tantangan utama adalah menyeimbangkan kemandirian dengan keselamatan. Aktivitas mengangkat benda berat atau memasak sederhana memerlukan pengawasan. Pencantuman panduan usia dan catatan keamanan di deskripsi video dapat membantu orang tua menyesuaikan kegiatan dengan kemampuan anak. Pendekatan bertahap mulai dari tugas ringan hingga bertambah kompleksitas mencegah risiko dan memastikan nilai edukatif tersampaikan.

Inspirasi Keluarga

Audiens menilai interaksi hangat antaranggota keluarga dalam video sebagai contoh ideal yang diidamkan banyak orang. Visualisasi kegiatan sehari-hari misalnya memasak bersama di dapur, menyusun buku di rak, atau berbincang santai di ruang tamu menampilkan keseimbangan antara kasih sayang, disiplin, dan kerja sama. Representasi kekompakan ini memicu komentar seperti “Keluarga cemara yang banyak diidamkan” (57), menandakan penonton merasakan ikatan emosional kuat dan mengambil nilai positif untuk diterapkan dalam keluarga mereka sendiri (Sari & Harianto, 2023).

Penerapan *Family Systems Theory* dalam konten vlog keluarga terlihat melalui interaksi yang saling memengaruhi. Setiap kegembiraan atau tantangan anggota keluarga turut dirasakan oleh seluruh sistem, membentuk dinamika keseharian yang otentik. Penggunaan tiga bahasa ibu oleh anak menambah dimensi multikultural, sekaligus menegaskan nilai inklusivitas dan penghargaan budaya di lingkungan rumah. Contoh “anak sekecil ini berkelahi dengan 3 bahasa ibu...” menimbulkan diskusi tentang pentingnya mempertahankan bahasa daerah dan warisan budaya dalam proses sosialisasi awal anak (Sari & Harianto, 2023).

Keberadaan parent influencers di media sosial memberi pengaruh signifikan terhadap pola asuh generasi milenial. Kreator yang membagikan praktik pengasuhan secara terbuka memicu audiens meniru rutinitas positif seperti ritual pagi bersama, jadwal belajar terstruktur, dan momen *quality time*. Studi menunjukkan penonton rela mengikuti konten secara rutin untuk memperoleh inspirasi nilai kekeluargaan yang otentik (Khosibah, 2024). Komentar “Umma & pa bambang berhasil membangun keluarga yang romantis, harmonis” mencerminkan bagaimana parent influencers menjadi model peran yang memandu pengasuhan di era digital.

Keautentikan narasi keluarga mencapai puncaknya saat kreator menghadirkan momen gagal dan bangkit bersama. Misalnya, anak yang memasak dengan bumbu berlebihan lalu tertawa bersama orang tua saat mengecap rasa mencoba membangun kejujuran dan air mata tawa. Pendekatan storytelling ini memfasilitasi narrative transportation, di mana penonton terbawa masuk ke dalam kisah dan menempatkan diri sebagai bagian dari keluarga virtual (Rachman et al., 2023). Hasilnya, audiens tidak sekadar menonton, tetapi turut merasakan nilai kebersamaan yang disampaikan.

Implementasi strategi praktis meliputi penyisipan kilas balik momen kebersamaan di akhir video, ditunjang *voice-over* singkat oleh orang tua yang menjelaskan makna setiap aktivitas. Kolaborasi dengan praktisi pengasuhan atau tokoh masyarakat dapat menambah perspektif profesional sekaligus meningkatkan kredibilitas. Pemberian label klip kecil seperti “Ritual Merajut Kerjasama” atau “Bahagia Bersama di Dapur” memudahkan penonton mengenali dan mengingat nilai utama yang disampaikan.

Berikut beberapa isi konten yang berkaitan dengan *sharenting* yang dapat dianalisis oleh peneliti, terdapat komentar-komentar kritis yang mencerminkan berbagai pandangan muncul yang berkaitan dengan menghindari idealisasi semu. Keluarga vlogger sebaiknya menyertakan sisi rentan, misalnya berdiskusi ringan tentang konflik kecil atau tantangan keseharian di luar kamera. Transparansi ini menjaga kepercayaan penonton dan mencegah kesan konten terlalu terkurasi. Penonton akan menghargai ketika kreator juga menunjukkan solusi praktis menghadapi masalah, seperti membahas cara menyelesaikan perselisihan kecil atau manajemen waktu saat semua anggota sibuk.

Hiburan dan Keterikatan

Penonton memberikan respons emosional kuat ketika menyaksikan momen spontanitas anak, seperti tari kecil yang lucu atau ekspresi malu saat dipuji. Studi Prameswari & Tanjung (2025) menegaskan bahwa interaksi parasosial di TikTok muncul melalui pengalaman afektif yang instan, di mana penonton merasa “kenal” dengan figur di layar dan membangun ikatan satu arah seperti pertemanan. Komentar “Igi sedih... nonton vlog umma terus, makasih ya umma...” memperlihatkan bagaimana konten keluarga menjadi penyemangat, menawarkan hiburan yang membawa kelegaan emosional di tengah kesibukan sehari-hari.

Keterikatan emosional mempengaruhi durasi tonton dan loyalitas penonton. Penelitian Angelina et al. (2024) menemukan bahwa *parasocial interaction* meningkatkan *level arousal*, yang pada gilirannya berkontribusi pada *impulsif engagement* seperti *like*, komentar, dan *share*. Keterlibatan aktif tersebut menyediakan sinyal positif untuk algoritma *platform*, memicu rekomendasi ulang dan memperluas jangkauan video keluarga. Banyak penonton melaporkan menunggu setiap unggahan baru dengan antusiasme tinggi, menciptakan siklus interaksi berulang dan membentuk komunitas yang solid di kolom komentar.

Penyebaran emosi positif di antara penonton dapat dijelaskan melalui fenomena *emotional contagion*. Tamami (2024) mendokumentasikan bahwa media sosial memungkinkan emosi positif menyebar cepat melalui simbol nonverbal seperti emoji dan reaksi video, sehingga kelompok penonton mengalami resonansi emosional yang beragam. Penggunaan musik latar ceria saat adegan bermain bersama dan alunan lembut di momen haru menambah

kedalaman afektif. Penonton mengakui bahwa pemilihan soundtrack sering kali menggugah kenangan mereka sendiri, memperkuat perasaan nostalgia dan kebersamaan dalam komunitas digital.

Interaksi di kolom komentar berkembang menjadi ruang dukungan emosional. Beberapa pengguna membagikan kisah pribadi yang relevan dengan momen di video, seperti pengalaman merawat anak atau kebiasaan keluarga yang mirip. Pertukaran cerita ini membentuk “*digital support group*” tanpa struktur formal. Studi Ungaran & Sulistyorini (2022) menyebut bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang *peer-support*, di mana anggota komunitas saling memberi empati dan tips praktis untuk mengelola emosi sehari-hari.

Strategi penguatan tema hiburan dan keterikatan mencakup penyisipan segmen *behind-the-scenes* yang menampilkan tawa lepas, kegagalan lucu saat pengambilan gambar, serta reaksi spontan anggota keluarga. Penonton merasa mendapatkan “akses eksklusif” di balik layar, memperdalam rasa kedekatan. Sesi *live streaming* dengan format Q&A memungkinkan interaksi *real-time*, di mana penonton dapat menyampaikan pertanyaan atau komentar langsung dan mendapat respons instan. Integrasi fitur *duet* dan *stitch* merangsang partisipasi kreatif, memfasilitasi dialog dua arah meski dasar interaksi bersifat satu arah.

Tingkat *engagement* tinggi ini harus diimbangi dengan perhatian pada kesejahteraan kreator. Ungaran & Sulistyorini (2022) menegaskan pentingnya batasan privasi untuk mencegah kelelahan emosional akibat *overexposure*. Penjadwalan konten dengan waktu istirahat yang memadai memberi ruang bagi keluarga *vlogger* mengisi ulang energi. Penentuan batasan privasi, seperti menghindari topik terlalu pribadi, membantu menjaga keseimbangan antara otentisitas dan kesehatan mental kreator.

Aspirasi Masa Depan

Penggambaran keluarga *vlogger* sebagai model kehidupan membawa penonton pada proyeksi masa depan mereka sendiri. Komentar “usahain suatu saat nanti punya keluarga kaya ueno family” mengindikasikan proses *possible selves*, di mana individu membayangkan identitas masa depan yang ingin dicapai berdasarkan contoh nyata di depan mata (Winurini, 2021). Proyeksi ini tidak sekadar keinginan abstrak, melainkan gambaran konkret yang memicu perencanaan langkah demi langkah untuk mewujudkannya.

Pengembangan orientasi masa depan pada remaja membutuhkan dimensi kognitif, motivasional, dan perilaku. Pelatihan “Aku dan Masa Depan” oleh Rahayu & Novita (2024) menunjukkan peningkatan signifikan pada dimensi kognitif remaja menjadi lebih mampu merumuskan tujuan pendidikan dan karier serta dimensi perilaku, di mana peserta secara aktif mencari informasi dan menyusun rencana tindakan. Teknik interaktif seperti diskusi kelompok dan tugas menulis visi masa depan mempercepat internalisasi aspirasi.

Nilai kognitif muncul ketika anak melihat contoh tata cara menetapkan tujuan: menyusun daftar cita-cita, membuat timeline persiapan memasuki sekolah menengah atau universitas, hingga memikirkan keterampilan yang perlu dikembangkan. Kolom komentar kerap dipenuhi pertanyaan praktis, misalnya “bagaimana cara mulai menabung sejak SMA?”, yang menunjukkan transisi dari sekadar menonton ke aksi nyata. Rekomendasi kreator untuk menyediakan template *vision board* digital atau cetak di akhir video dapat memandu audiens dalam menyusun gambaran masa depan yang terukur (Winurini, 2021).

Aspek motivasional berakar pada keyakinan diri untuk mencapai tujuan. Narasi keberhasilan kecil anak yang berhasil membungkus bekal sendiri sejumlah lima kali tanpa bantuan menguatkan unsur *expectancy* dalam orientasi masa depan. Penelitian di Kota Salatiga menyoroti bahwa 22,59 % remaja masih memiliki motivasi rendah karena kurangnya dukungan informasi dan *role model* yang relevan (Jurnal Inovasi Penelitian, 2023). Konten keluarga *vlogger* menyediakan dukungan emosional dan kognitif untuk menutup *gap* tersebut.

Melihat dari aspirasi yang teridentifikasi, individu yang belum menikah cenderung menginginkan konsep keluarga ideal. Faktor media sosial berperan sebagai sumber inspirasi

yang muncul dalam berbagai bentuk, tidak hanya terbatas pada konten *parenting*. Media sosial bukanlah satu-satunya bentuk atau jenis konten yang mendorong individu untuk mencari informasi, melainkan juga mencakup berbagai kategori seperti tutorial dan lainnya. Komponen perilaku terlihat pada inisiatif penonton mencari referensi lebih lanjut. Fitur *link in bio* yang memuat daftar buku pengembangan diri atau tautan ke workshop pelatihan karier menuntun audiens untuk melakukan *exploration*. Berita baik muncul saat beberapa penonton mempraktikkan saran kreator dan membagikannya dalam form komentar, misalnya membuat daftar pertanyaan wawancara kerja. Aksi ini mencerminkan komitmen, yaitu pengambilan keputusan konkret untuk mencapai aspirasi (Rahayu & Novita, 2024)

Media sosial juga memfasilitasi *peer learning*. Diskusi terbuka di kolom komentar atau fitur *live chat* mengundang pengalaman serupa, di mana penonton saling berbagi tips menabung, strategi beasiswa, hingga rekomendasi kursus *online*. Interaksi ini mengubah *vlog* menjadi ruang kelas virtual yang tak berbayar, mempermudah akses informasi yang dibutuhkan generasi muda tanpa hambatan geografis. Kerjasama dengan lembaga bimbel atau platform *e-learning* dapat memperkaya konten dan menjembatani *gap* pengetahuan.

Risiko idealisasi tanpa panduan praktis muncul jika aspirasi hanya berupa mimpi tanpa langkah nyata. Beberapa penonton menyuarakan kebingungan, seperti “gimana kalau gagal masuk universitas impian?” Penempatan segmen FAQ di akhir video, menangani pertanyaan umum tentang kegagalan dan strategi alternatif misalnya memilih jurusan lain atau jalur vokasi memberikan jaring pengaman psikologis. Saran untuk membuat *plan B* dan mempelajari keterampilan teknis dapat menumbuhkan resilience, mengubah kekecewaan menjadi peluang pembelajaran.

Evaluasi berkala menjadi kunci menjaga aspirasi tetap realistis. Konten lanjutan yang menampilkan update progres keluarga *vlogger* misalnya mereka menabung untuk renovasi rumah atau membuka usaha kecil memperlihatkan siklus *goal setting* dan *reflection*. Penonton dapat melihat perjalanan jangka panjang, bukan hanya pencapaian akhir, sehingga memahami bahwa aspirasi memerlukan waktu dan proses evaluasi.

Sinergi dengan program pemerintah dan organisasi nirlaba juga dapat memperluas dampak. Dialog dengan Dinas Pendidikan atau lembaga karier di sesi *collaboration video* membantu penonton mendapatkan akses beasiswa, pelatihan gratis, atau magang. Integrasi data lokal, seperti statistik pengangguran lulusan SMA versus SMK di Salatiga, memberi konteks nyata bagi penonton dalam membuat pilihan. Pendekatan ini meningkatkan relevansi konten dan mengurangi kesenjangan informasi.

Penggunaan bahasa yang inklusif dan mudah dipahami oleh remaja menjadi prasyarat keberhasilan penyampaian pesan. Visualisasi infografis sederhana tentang *roadmap* karier, *milestone* pengembangan diri, atau perhitungan estimasi biaya pendidikan dalam rentang waktu tertentu membuat aspirasi lebih terukur. Penyediaan tautan sumber resmi, seperti situs Kementerian Pendidikan atau portal informasi beasiswa, menambah kredibilitas dan memandu penonton beralih dari media sosial ke sumber primer.

KESIMPULAN

Temuan penelitian ini mengungkap bahwa praktik *sharenting* merupakan bentuk representasi pola asuh modern yang dipengaruhi oleh perkembangan media sosial, khususnya Instagram. Melalui studi netnografi pada akun @mas_natsuki dan @sana.arra_, ditemukan bahwa *sharenting* dapat memberikan dampak yang beragam tergantung pada cara dan konteks pelaksanaannya.

Akun @mas_natsuki menunjukkan pendekatan *sharenting* yang lebih selektif dan edukatif, yang memunculkan respons publik positif dalam bentuk apresiasi terhadap nilai-nilai kemandirian anak, keharmonisan keluarga, serta inspirasi dan aspirasi masa depan. Sementara itu, akun @sana.arra_ menunjukkan sisi problematik dari *sharenting*, terutama ketika tidak

disertai pertimbangan terhadap aspek privasi, perkembangan psikologis anak, dan sensitivitas sosial, yang dalam kasus ini berujung pada perundungan *daring* terhadap anak.

Penelitian ini mengidentifikasi empat tema utama dari respon audiens, yaitu: (1) Kemandirian dan Semangat Anak, (2) Inspirasi Keluarga, (3) Hiburan dan Keterikatan, dan (4) Aspirasi Masa Depan. Tema-tema ini menunjukkan bahwa media sosial kini berperan sebagai ruang edukasi, hiburan, dan refleksi bagi para orang tua maupun generasi muda. Kehadiran media sosial sebagai wadah pengasuhan juga menuntut kesadaran etis dalam menjaga hak dan privasi anak, terutama dalam mencegah eksploitasi konten demi popularitas atau keuntungan pribadi.

Temuan ini menekankan bahwa *sharenting* bukan sekadar praktik berbagi konten, melainkan juga representasi digital atas relasi keluarga, nilai-nilai sosial, dan ekspektasi publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti merekomendasikan orang tua sebagai pelaku *sharenting* perlu memiliki kesadaran etis dan literasi digital yang memadai agar dapat menjaga keseimbangan antara dokumentasi keluarga, edukasi publik, dan perlindungan hak anak di ruang digital.

REFERENSI

- Archer, C., & Kao, K. T. (2018). Mother, Baby and Facebook Makes Three: Does Social Media Provide Social Support for New Mothers?. *Media International Australia*, SAGE, 3-7.
- Brosch, A. (2016). When The Child is Born Into The Internet: Sharenting as a Growing Trend Among Parents on Facebook. *The New Educational Review*, 226-236.
- Collett, J. L. (2005). What Kind of Mother Am I? Impression Management and The Social Construction of Motherhood. *Symbolic Interaction*, 28(3), 329-332.
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C., & Ellison, N. B. (2015). Parents and Social Media. *Pew Research Center*, 16(1), 13.
- Eriyanto. (2021a). Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fridha, Merry, and Rahmat Edi Irawan. 2020. "Eksplorasi Anak Melalui Akun Instagram (Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting Oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya)." *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 12(1): 68–80.
- Kozinets, R. (2019). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research* (Third Edition). SAGE Publications.
- Basri, H. (2014). Using Qualitative Research in Accounting and Management Studies: Not a New Agenda. *Journal of US-China Public Administration*, 11(10), 831– 838.
- Cahyani, L., Kusumaningrum, E., & Indrawati, P. (2025). Penggunaan TikTok sebagai media aspirasi kampus: studi kasus mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 10(1), 15–30.
- Diryatika, N., & Armiati, R. (2023). Korelasi self-efficacy dan kemandirian belajar pada siswa sekolah dasar. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 17(2), 78–92.
- Khosibah, S. (2024). Pengaruh parent influencer terhadap pola asuh generasi milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3), 150–167.
- Luckytasari, P., Suhendra, D., & Amelia, N. (2024). Motivasi remaja melalui role model digital: analisis studi longitudinal. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(2), 100–115.
- Marasli, M. et al. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: sharenting. *Anthropologist*, 24 (2), 399-406.
- Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6). <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.396>
- Prameswari, M., & Tanjung, Y. (2025). Interaksi parasosial pengguna TikTok: kajian afektif. *Jurnal Sositeknologi*, 14(1), 67–82.

- Rachman, A., Susanti, E., & Putri, V. (2023). Narrative transportation dalam vlog keluarga: efek storytelling multigenerasi. *Jurnal Media & Budaya*, 8(2), 95–110.
- Safitri, I., Hamdani, K., & Wibowo, R. (2025). Penguatan kemandirian anak melalui konten parenting: peran self-efficacy dan reinforcement sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 16(3), 110–125.
- Sari, L., & Harianto, R. (2023). Representasi keluarga harmonis di media sosial dan implikasinya bagi pengasuhan modern. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(2), 95–110.
- Siahaan, D., Lumbanraja, T., & Silalahi, P. (2022). Validasi instrumen orientasi masa depan remaja. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 5(2), 45–60.
- Stefani, D., & Arianti, L. (2021). Orientasi pendidikan remaja: implikasi praktis bagi pengembangan kurikulum. *Jurnal Pendidikan Anak*, 15(2), 70–85.
- Tamami, L. (2024). Emotional contagion pada pengguna TikTok: studi fenomenologis. *Jurnal Humaniora*, 12(4), 210–225.
- Ungaran, D., & Sulistyorini, E. (2022). Peer support di media sosial: studi kasus komunitas online. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(1), 67–82.
- Winurini, A. (2021). Pengukuran orientasi pendidikan masa depan remaja: pengembangan dan validasi instrumen. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 9(3), 30–45.