

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial telah merubah sudut pandang komunikasi kontemporer, serta membentuk ulang secara fundamental cara individu dan kolektif dalam membangun, mengkurasi serta menegosiasikan identitas sosial mereka. Ruang digital juga berevolusi menjadi arena semiotik yang kompleks, di mana identitas secara aktif diproduksi melalui praktik komunikasi yang bejenjang dan multimodal. Dalam sudut pandang ilmu komunikasi, identitas dimaknai sebagai sebuah konstruksi dinamis yang terus menerus dibentuk dan diubah melalui berbagai interaksi simbolik yang berlangsung pada ruang-ruang digital, hal ini merupakan fungsi daripada media sosial sebagai *site of struggle* dan negosiasi makna (Papacharissi, 2021).

Secara tidak langsung, transformasi ini menggeser media sosial dari sekedar sumber transmisi pesan menjadi ruang produksi budaya (*cultural production*) yang aktif. Di dalamnya, identitas menjadi representasi serta normalisasi melalui peleburan teks, visual, narasi dan performansi digital yang saling berkaitan. Proses komunikasi ini juga bersifat konstruktif yang mana realitas sosial salah satunya pemahaman tentang diri maupun kelompok dapat dibentuk melalui pengulangan wacana tertentu. Oleh karena itu, kajian soal representasi identitas dalam media sosial menjadi pintu masuk kritis untuk memahami bagaimana kekuasaan dan ideologi bekerja dalam masyarakat digital.

Anak menjadi salah satu kelompok yang terlibat dalam lingkaran representasi digital. Kehadiran anak dalam konten digital menandai pergeseran secara signifikan, dari semula yang mana gambaran soal anak berada dalam ranah private keluarga menjadi subyek wacana publik yang dikonsumsi secara luas oleh khalayak. Anak tidak lagi dimaknai sebagai realitas biologis atau konteks pengasuhan domestik rumah tangga, tetapi juga melalui tahapan konstruksi simbolik yang dapat diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi dalam ruang digital. Dengan demikian, sarat makna dalam ekonomi perhatian platform sosial media telah dilampaui (Abidin, 2021b).

Platform video pendek seperti Tiktok akhir akhir ini menjadi rujukan strategis dalam fenomena ini karena karakteristik komunikasinya yang khas. Fitur seperti format mikro-video, algoritma rekomendasi berbasis engagement, serta budaya partisipatif yang kuat menciptakan ekologi media yang mendorong produksi dan konsumsi identital dalam paket yang mudah dicerna dan viral. Laporan *We Are Social* (We Are Social, 2023) telah menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara pengguna platform tiktok dengan dominasi tertinggi pengguna muda masif, menjadikannya kunci bagi pembentukan wacana populer dan norma sosial yang baru, termasuk dalam pemaknaan keluarga dan keanaakan (*Childhood*).

Dalam ekologi ruang digital tersebut terdapat sebuah praktik yang disebut sebagai *Sharenting*, yakni aktivitas orang tua membagikan aspek kehidupan anak secara intensif di media sosial, Hal ini menjadi fenomena baru sebagai genre komunikasi digital yang signifikan (Livingstone & Blum-Ross, 2020). Praktik ini dapat dikaji sebagai *Communicative action* yang melibatkan proses produksi, kuasi, dan manajemen yang melekat secara sengaja. *Sharenting* tidak semata mata di pahami sebagai dokumentasi yang bersifat pasif, melainkan performansi identitas keluarga yang terstruktur, di mana anak dijadikan sebagai pusat narasi vidtual serta tekstual yang ditujukan untuk audiens tertentu.

Dari sudut pandang teori komunikasi, *sharenting* memungkinkan untuk dinilai sebagai potret eksplorasi relasi kuasa dalam proses representasi. Orang tua, yang berperan sebagai *gatekeeper* dan *primary definer* (Kopecky et al., 2020), memegang otoritas secara penuh atas cara anak ditampilkan, narasi apa yang dibentuk padanya, dan nilai apa yang ingin di sematkan pada konten tersebut. Anak, disisi lain, sering berada pada posisi sebagai *represented other*, yang identitas sosialnya dibentuk melalui keputusan komunikatif orang tua. Ketidak seimbangan komunikasi ini menunjukkan bagaimana representasi anak dalam dunia media sosial dapat dibentuk melalui negosiasi antara kepentingan keluarga, norma platform, dan harapan audiens.

Akun tiktok yang secara konsisten menayangkan unggahan soal keluarga adalah “plengerfamily”, secara kajian ini menjadi sumber ilustratif yang menarik untuk dijadikan sebagai studi kasus dinamika tersebut. Akun ini membangun sebuah cerita spesifik. Melalui caption persuasif, penggunaan soundtrack, dan adaptasi pada tren platform, setiap konten menyusun sebuah tatanan representasi

yang menonjolkan nilai-nilai seperti etos kerja, disiplin, dan perubahan terhadap struktur keluarga. Anak direpresentasikan sebagai sarana yang menjadi inti dari daya tarik dan engagement konten.

Representasi semacam ini beroperasi dalam lingkup wacana yang lebih luas. Pengulangan pola narasi dan visual yang konsisten dalam konten *sharenting* berpotensi membentuk serta memperkuat diskursus dominan mengenai bagaimana sosok anak “seharusnya” ditampilkan dan dimaknai. Melalui mekanisme algoritma yang mengutamakan konten populer, wacana ini mengalami proses normalisasi, sehingga konstruksi tertentu soal identitas anak dapat diterima sebagai sesuatu yang ideal dalam pemikiran sosial digital.

Fenomena ini dapat memicu ruang diskursus secara kompetitif di ranah digital. Di satu sisi, terdapat wacana yang melihat *sharenting* sebagai ekspresi identitas keluarga modern dalam adaptasi di ranah digital. Di sisi lain, wacana tandingan hadir untuk mengkritisi praktik *sharenting* sebagai penyimpangan etika komunikasi seperti otonomi digital anak, digital footprint, dan komodifikasi pengalaman personal anak. Kontestasi wacana ini menegaskan bahwa praktik *sharenting* adalah site of ideological negotiation, tempat dimana makna tentang pengasuhan, privasi, dan hak anak diperdebatkan dan dibentuk ulang.

Untuk menganalisis kompleksitas ini secara metodologis, diperlukan pendekatan yang dapat mengaitkan analisis teks dengan konteks produksi dan konsumsinya. Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough menyuguhkan kerangka tiga dimensi yang meliputi : Analisis teks (Micro), Analisis praktik diskursif (mizo) dan analisis praktik sosial (Fairclough, 2023). Pendekatan ini memungkinkan kajian ini untuk menelusuri bagaimana identitas direpresentasikan, di produksi dan dikaitkan dengan relasi kuasa dan ideologi yang lebih luas.

Analisis wacana kritis juga relevan dalam konteks media multimodal seperti Tiktok, di mana makna dibangun secara intersemiotik melalui konvergensi mode komunikasi seperti lisan, tulisan, visual bergerak, musik, dan teks on-screen. Pendekatan ini memungkinkan dekonstruksi terhadap cara elemen-elemen tersebut berkolaborasi dalam membangun representasi identitas anak yang koheren dan persuasif. Meskipun beberapa studi sebelumnya telah menggunakan analisis

wacana kritis untuk mengkaji konten keluarga di media sosial, fokus sering kali tertuju pada orang tua sebagai *influencer* atau dampak psikososial.

Sejumlah penelitian terbaru menunjukkan bahwa praktik *sharenting* telah menjadi fokus penting dalam kajian komunikasi digital, khususnya dalam persoalan privasi, etika, dan dampak jangka panjang terhadap anak. Livingstone & Blum-Ross, (2020) menekankan bahwa *sharenting* berkontribusi pada pembentukan digital footprint pada anak sejak usia dini, yang berpotensi membatasi otonomi identitas mereka di masa depan. Sementara itu, penelitian sejenis Ouvrein & Verswijvel, (2021) juga menemukan bahwa dalam posisi *sharenting* anak di posisikan sebagai objek afektif yang merepresentasikan citra orang tua, bukan sebagai subjek komunikatif yang memiliki kontrol atas representasi terhadap dirinya sendiri

Dalam konteks ekonomi platform, Abidin,(2021a) serta Duffy et al., (2021) menekankan bahwa konten keluarga, termasuk yang melibatkan anak beroperasi dalam logika *visibilliy labour* dan *attenition economy*, di mana pengalaman personal diproduksi secara sengaja menjadi komoditas simbolik. Studi-studi ini menunjukkan bahwa representasi anak sering kali diselaraskan dengan tuntutan algoritma, seperti konsistensi karakter, emosi yang mudah dikenali, dan narasi yang kompatibel dengan norma populer, sehingga identitas anaka mengalami proses penyederhanaan dan standarisasi demi optimalisasi engagement.

Di sisi lain, kajian tentang media multimodal dan platform video pendek meyoroti bahwa tiktok memiliki karakteristik diskurif dengan gaya yang berbeda dibanding platform lain.Kaye et al., (2021) menunjukkan bahwa patform tiktok mendorong pembentukan makna melalui konvergensi visual, audio, dan perfomansi tubuh yang intens, menjadikan arena yang efektif dalam mebentuk representasi identitas secara cepat dan persuasif. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada remaja dan kreator muda, sementara keterlibatan anak dalam masih berfokus pada remaja dan kreator muda, sementara keterlibatan anak dalam konten keluarga sering kali hanya dipahami sebagai latar belakang fenomena, bukan sebagai pusat analisis wacana.

Sementara itu, beberapa studi kritis mulai mengkaji *sharenting* dari perspektif relasi kuasa dan ideologi. Kopecky et al., (2020) serta Jorge et al., (2022) menegaskan bahwa orang tua berperan sebagai *primary definers* yang memiliki

kontrol secara penuh atas seleksi narasi, visual, dan makna yang dilekatkan pada anak. Namun demikian, pendekatan yang digunakan dalam studi-studi tersebut cenderung normatif atau berbasis etika komunikasi, sehingga belum sepenuhnya membedah bagaimana identitas anak diproduksi dan dinormalisasi melalui struktur wacana, terutama dalam konteks budaya non-barat.

Meskipun literatur tentang *sharenting* dan representasi anak di media sosial terus berkembang, terdapat kecenderungan bahwa anak masih diposisikan sebagai objek implikatif, bukan sebagai subjek wacana yang dianalisis secara mendalam. Sebagian besar penelitian menitikberatkan pada motif orang tua, risiko privasi, atau dampak psikososial, sementara proses diskursif yang membentuk identitas anak melalui praktik representasi multimodal masih relatif kurang di eksplorasi. Sehingga secara celah akademis (*research gap*) penelitian ini berfokus untuk kajian yang secara khusus menempatkan anak sebagai subjek wacanan secara mendalam saat di analisis di praktik *sharenting*, terutama dengan sensitivitas terhadap konteks sosio-kultural Indonesia yang unik. Konteks Indonesia, dengan nilai-nilai kolektifnya, hierarki keluarganya, dan dinamika kelas menengah baru yang agresif dalam *self-branding* digital, menawarkan setting yang kaya untuk memahami bagaimana identitas anak dikonstruksi dalam pertemuan antara nilai tradisional dan logika platform digital.

Oleh karena itu, penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk mengisi celah tersebut dengan menyoroti representasi identitas anak dalam praktik *sharenting* dari perspektif Ilmu Komunikasi yang kritis. Penelitian ini tidak bermaksud memberikan penilaian normatif, terhadap gaya pengasuhan, tetapi bertujuan mengungkap mekanisme wacana dan praktik komunikasi yang membentuk pemahaman publik rentang keanakan (*childhood*) di era-digital. Fokusnya adalah pada proses konstruksi sosial realitas melalui media.

Dengan menjadikan akun Tiktok “plengerfamily” sebagai studi kasus, penelitian ini akan menerapkan pisau analisis wacana kritis untuk mengkaji kumpulan konten terpilih. Tujuannya adalah untuk membedah strategi representasi, narasi dominan, serta nilai dan ideologi tertanam dalam praktik *sharenting* mereka. Analisis ini juga dapat memetakan bagaimana identitas anak diproduksi sebagai produk komunikasi yang tidak netral, tetapi sarat dengan

muatan kultural dan komoditas yang dapat dipertukarkan dalam ekonomi platform (Abidin, 2021b).

Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pendidikan ilmu komunikasi dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media sosial sebagai *agent of socialization* dan *arena for identity construction*. Impikasi dari temuan penelitian dapat menyoroti dampak sosial-budaya yang lebih luas dari praktik representasi digital terhadap konsep keanakan, relasi orang tua-anak, serta etika komunikasi dalam ruang publik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari deskripsi yang telah di paparkan pada bagian latar belakang di atas, maka untuk memudahkan proses penelitian guna menghindari pembahasan yang terlalu meluas diperlukan adanya perumusan masalah. Berangkat dari pernyataan tersebut, maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian yang berjudul “Representasi Identitas Anak dalam Praktik *Sharenting*: Analisis Wacana Kritis Akun TikTok Plenger Family” sebagai berikut:

1. Bagaimana identitas anak direpresentasikan dalam praktik *sharenting* di akun TikTok “plengerfamily”?
2. Bagaimana praktik *sharenting* dilakukan oleh orang tua dalam konten TikTok Plenger Family?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk menganalisis representasi identitas anak dalam praktik *sharenting* melalui studi kasus akun TikTok “plengerfamily”
2. untuk menganalisis praktik *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua dalam konten TikTok “plengerfamily”

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis: memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian representasi identitas dan analisis wacana kritis di media sosial.
2. Manfaat Praktis: meningkatkan kesadaran masyarakat dan pendidik tentang dampak media sosial terhadap perkembangan identitas anak usia dini.