Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj Vol.10 No.02 2026 : 202 - 220
ISSN 2549-2624 | eISSN 2580-4650 © INTAJ 2026

# KAJIAN & REPRESENTASI PRAKTIK SHARENTING DI YOUTUBE: ANALISIS WACANA KRITIS CHANNEL YOUTUBE UENO FAMILY JAPAN DAN DMITRIEV "ABE" ABRAHAM

Bonar Situmorang (bonarsitumorang@mail.ugm.ac.id)
Franciska Angelli Tefbana (franciskaangellitefbana@mail.ugm.ac.id)
Gigih Alpha Rabi (gigihalpharabi@mail.ugm.ac.id)

*Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*

(Received: September 2024 / Revised: October 2026/ Accepted: October 2026)

## ABSTRACT

This journal explores sharenting practices and audience representations of sharenting practices on the Ueno Family Japan and Dmittiev "ABE" Abraham channels. The research, which focuses on videos and audience responses (comments) on the accounts of Ueno Family Japan and Dmitriev "ABE" Abraham, uses a constructive qualitative method with a critical discourse analysis strategy, which aims to understand reality due to interpretation and subjectivity. Then it was found that the practice of sharenting on the two YouTube channels Ueno Family Japan and Dmitriev "ABE" Abraham, almost all videos uploaded are about the child himself, involving his parents. And this sharenting does not recognize the location, hotels, travel, tours, shops, rides, and so on. This shows that real life is transferred into virtual life. As for the representation of video viewers, it was found that there is a diversity of comments, ranging from discussing children, praising and supporting, as well as providing criticism and suggestions. This shows that comments can be interpreted as a reflective approach, an intentional approach, and a constructive approach.

***Keywords:*** *Digital, Sharenting, Youtube Channel, Representation.*

## 1. PENDAHULUAN

Hadirnya media digital memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk berbagi momen di berbagai media daring. Perkembangan ini dimulai dari munculnya *social networking sites* (SNS) seperti facebook, tiktok, instagram, X, dan lain sebagainya. Saat ini manusia sangat dipengaruhi oleh platform dalam menampilkan citra diri, narasi, serta deskripsi.[1] Kehadiran media ini membuat kebiasaan baru hingga menjadi budaya digital. Tak mengenal usia, jenis kelamin, asal, atau identitas lainnya, setiap individu sudah dipengaruhi oleh hadirnya teknologi dan digital. Dewasa ini, salah satu praktik budaya digital yang sering dilakukan adalah *sharenting*. Dengan meminjam istilah dari Dwiarsianti, Fridha & Irawan, *sharenting* adalah praktik membagikan foto atau video anak ke media sosial oleh orangtuanya.[2]

Hadirnya *sharenting* sebagai budaya digital direspon dengan berbagai pendapat oleh berbagai pihak. Sebagian menanggapi dengan optimisme, sebagian lagi dengan pesimisme akan berbagai hal dampak yang bisa saja disebabkan oleh praktik ini. Penulis kemudian menemukan beberapa literatur dari *platform* penyedia berita online. Seperti Tempo membahas bahaya *sharenting*, secara sadar pembuat konten mengetahui akan bahaya tetapi tetap melakukan.[3] Selanjutnya berita daring Narasi menyebutkan butuh kehati-hatian orang tua dalam melakukan *sharenting* karena terkait dengan privasi anak. Bisa menghilangkan privasi anak, adanya pelecehan seksual secara *daring*, identitas (data diri) anak dapat disalahgunakan.[4] Ada juga

---

[1] J. Van Dijck, "Users like you? Theorizing Agency in User-Generated Content". *Media, Culture and Society*, 31(1), 2009. 41–58. https://doi.org/10.1177/0163443708098245

[2] M. Fridha, & R.E. Irawan," Eksploitasi Anak Melalui Akun Instagram: Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya". *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi,* 12(1), 2020, 68–80. https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10703, lihat juga, Dwiarsianti Amanda, "Sharenting dan Privasi Anak: Studi Netnografi pada Unggahan Instagram dengan Tagar #Anakku", *Jurnal Komunikasi Global,* 11(1), 2022, hlm. 1–20

[3] Tempo, "Bahaya Sharenting Bagi Anak". Dapat diakses pada: *https://koran.tempo.co/read/pendidikan/487448/apa-bahaya-sharenting-bagi-anak*. Diakses pada 20 Juni 2024.

[4] Narasi, "Hati-Hati, Orang Tua Sharenting Bisa Mengganggu Privasi Anak. Apa Itu Sharenting?", *https://narasi.tv/read/narasi-daily/sharenting-adalah*, Diakses pada 20 Juni 2024.

media memberikan tips bagaimana melakukan *sharenting*, misalnya Parentalk[5] dan BPK Penabur Jakarta[6].

Bukan hanya pada berita daring di atas, kajian tentang praktik *sharenting* ini sudah banyak dikaji dalam beberapa penelitian. Misalnya penelitian dari Udenze & Bode yang memfokuskan tujuan orang tua melakukan praktek ini adalah agar mendapatkan persetujuan sosial, memberi perasaan nyaman dan keluar dari rasa kesepian, juga memungkinkan membandingkan dengan orang tua lain.[7] Putra & Febrina menyebutkan tiga tipe *sharenting* yakni orang tua eksis, orangtua *sharing*, dan orang tua *memories.*[8] Hasil penelitian dari Berg, dkk. umumnya bertujuan untuk berbagi dengan teman dan keluarga dan membuat arsip digital foto masa kecil, yang disebut digital sosial.[9]

Jika dilihat lebih mendalam tentang aktivitas *sharenting* ini, ada banyak dampak yang bisa ditimbulkan terutama bagi anak. Misalnya Fridha & Irawan, praktik ini bisa mengeksploitasi anak, agar orang tua mendapatkan keuntungan.[10] Tait mengekspos anak pada pedofil dan membahayakan seksualitas anak.[11] Steinberg memaparkan resiko anak mendapatkan perundungan.[12] Walaupun di Indonesia belum ada peraturan yang mengikat tentang praktik *sharenting* anak secara khusus. Penelitian yang dilakukan di Australia oleh Sarkadi, dkk., sebagian anak berharap, sebelum orangtua membagikan foto atau video ke media sosia, agar mereka izin

---

[5] Parentalk, "Yuk, Belajar Sharenting yang Positif dan Bermanfaat". Dapat diakses pada: *https://parentalk.id/yuk-belajar-sharenting-yang-positif-dan-bermanfaat/*. Diakses pada 18 Juni 2024

[6] BPK Penabur Jakarta, "Sharenting dan Apa saja yang perlu dipertimbangkan?" Dapat diakses pada: https://konseling.bpkpenaburjakarta.or.id/2020/11/13/sharenting-dan-apa-saja-yang-perlu-dipertimbangkan/. Diakses pada 18 Juni 2024.

[7] S. Udenze, & O. S. Bode, "Sharenting in Digital Age: A Netnographic Investigation". *International Journal of Darshan Institute on Engineering Research & Emerging Technology*, 9(1) 2020. https://doi.org/10.32692/ijdieret/9.1.2020.2005

[8] A. M. Putra, & A. Febrina, "Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua". *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 2019. https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.396

[9] V. Berg, dkk., "Young Children and the Creation of a Digital Identity on Social Networking Sites: Scoping Review." *J MIR Pediatr Parent*, Vol. 7, 2024, Hal. 1-20. Dapat diakses: https://pediatrics.jmir.org/2024/1/e54414

[10] M. Fridha, & R.E. Irawan," Eksploitasi Anak Melalui Akun Instagram: Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya".

[11] Amelia Tait, "Why Youtube Moms are Taking Their Kids Offline". *The New Statesman* (2016), https://www.newstatesman.com/science-tech/2016/04/why-youtube-mums-are-taking-their-kids-offline, diakses 1 Oktober 2023.

[12] Stacey B. Steinberg, "Sharenting: Children's Privacy in The Age of Social Media". *Emory Law Journal*, 66(4), 2016.

dahulu.[13] Sehingga dalam topik lain, Gatto mengatakan pentingnya memberikan penyadaran dan pelatihan bagi orang tua tentang *sharenting* itu sendiri.[14]

Begitu banyak pendapat, narasi, persepsi, yang disampaikan oleh berbagai pihak tentang aktivitas ini. Sehingga perlu dikaji dengan menggunakan teori tentang representasi itu sendiri. Salah satu tokoh yang terkenal mengenai representasi media adalah Stuart Hall, dia melihat bahwa gambar dan narasi yang dibuat oleh media digunakan untuk menyampaikan pesan yang tentu sifatnya persuasi.[15]

Seperti yang disampaikan di awal, bahwa praktik *sharenting* ini dilakukan oleh berbagai media. Beberapa literatur di atas, media yang paling sering dijadikan wadah penelitian adalah Instagram. Tulisan kali ini akan berfokus pada media *youtube*. Ada dua *channel* yang akan dianalisis penulis, yaitu *channel Ueno Family Japan* dan Dmittiev "ABE" Abraham. Penulis memilih konten ini karena semua video yang diupload adalah objeknya anak. Ketertarikan kedua, *channel* pertama adalah keluarga yang ada di Jepang dan *channel* kedua adalah keluarga di Indonesia. Kedua *channel Dmitriev "ABE" Abraham*. Bahasa Indonesia dominan digunakan dalam video ini, hal ini membantu penulis dalam memahami praktik *sharenting* yang dilakukan serta memahami teks yang disampaikan, termasuk komentar dari penonton. Sehingga penulis bisa menjawab dua rumusan masalah berikut ini: bagaimana praktik *sharenting* ditampilkan pada *channel Ueno Family Japan* dan Dmittiev "ABE" Abraham, serta bagaimana representasi para penonton praktik sharenting di *Ueno Family Japan* dan Dmittiev "ABE" Abraham.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kualitatif konstruktif, bertujuan untuk memahami realitas hasil dari interpretasi dan subjektivitas. Strategi yang akan digunakan adalah analisis wacana kritis Van Dijk yaitu menggambarkan teks, wacana memiliki tiga

[13] A. Sarkadi, dkk., "Father's Involvement and Children'sDevelopment Outcomes: a Systematic Review of Longitudinal Studies". *Acta Paediatrica*, 97(2) 2008, 153-158. Doi: 10.1111/j.1651-2227/2007.00572.x

[14] A. Gatto, dkk., "Sharenting: Hidden Pitfalls of A New Increasing Trend–Suggestions on An Appropriate Use of Social Media". *Italian Journal of Pediatrics*, 50(15) 2024. https://doi.org/10.1186/s13052-024-01584-2

[15] Adam Elliot Cooper, "The Stuart Hall Project: Review and Reflections". *City: Analysis of Urban Change, Theory, Action*, 17(6), 2013

dimensi seperti teks, kognisi sosial, dan konteksnya.[16] Dalam analisis ini terdapat beberapa struktur atau tingkatan, struktur ini terlihat dari pemilihan kata, kalimat, preposisi, klausa, parfrase, dan gambar dapat menyampaikan makna suatu teks.

Penelitin akan fokus pada video dan respon penonton (komentar) dalam akun *channel* Uno Family Japan dan Dmitriev "ABE" Abraham. Alasan penulis memilih *channel* ini sudah dijelaskan di latar belakang. Adapun judul konten yang dianalisis adalah "Vlog Terpanjang!! Wisata di totori Sand Dune Indah Sekali oleh *Ueno Family Japan* dan "Jalan jalan ke Semarang dulu onty angkel ! Yeay!" dari *channel* Dmitriev "ABE" Abraham. Unsur yang akan dianalisis ada narasi video, komentar, jumlah suka, dan jumlah penonton sejak konten diupload dan sampai tanggal 26 Juni 2024. Untuk menjawab rumusan masalah pertama, penulis terlebih dahulu menonton secara penuh video dan menarasikan aktivitas *sharenting* yang dilakukan. Serta menampilkan hasil rekaman layar untuk menunjukkan momen yang menurut penulis berhubungan dengan praktik *sharenting*. Dalam menjawab rumusan masalah kedua, penulis akan fokus pada komentar yang ada di *channel*. Kemudian membagi komentar tersebut ke dalam kategori membahas tentang anak, memuji atau mendukung, dan memberikan kritik atau saran. Hal ini dilakukan sesuai dengan literatur menunjukkan adanya polarisasi dalam memberikan tanggapan terhadap *sharenting.*

## 3. PERSPEKTIF TEORITIK: MEDIA DAN REPRESENTASI STUART HALL

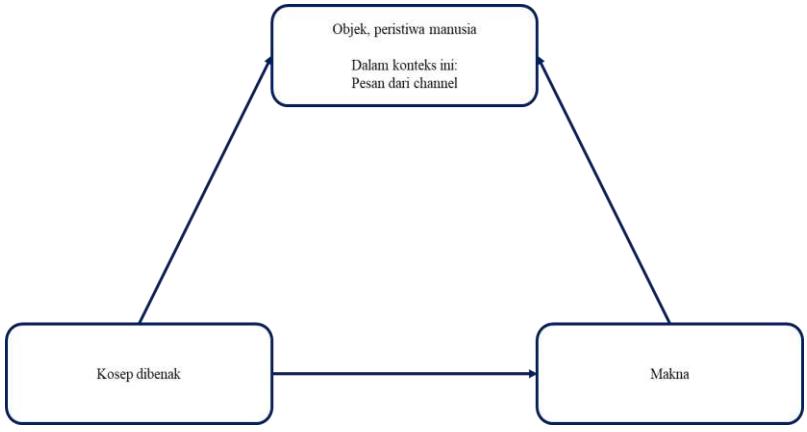
Representasi adalah konstruksi pengetahuan, ide, gagasan, dan pemahaman yang dilakukan melalui media (teks, visual, dan audio) yang menyertakan suatu norma-norma atau identitas tertentu (gender, usia, etnis, nasionalisme, dan sebagainya). Dalam melihat representasi, perlu mempertimbangkan siapa saja yang ada di balik penciptaan ide/gagasan dari produk media itu. Stuart Hall, dia melihat bahwa gambar dan narasi yang dibuat oleh media digunakan untuk menyampaikan pesan yang tentu sifatnya persuasi.[17] Stuart Hall juga menyampaikan bahwa di dalam terdapat berbagai tanda dan simbol, untuk merepresentasikan konsep, ide, dan

[16] T. A. Van Dijk, Principles of critical discourse analysis. Discourse and Society, 4(2), 1993. 249-283. https://doi.org/10.1177/0957926593004002006

[17] Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, (London: Sage Publication, 1997).

perasaan.[18] Representasi kemudian memproduksi makna dalam bahasa atau simbol yang dimunculkan (dapat dilihat bagan 1).

Stuart Hall memberikan tiga pendekatan representasi pertama *reflective approach* yaitu pendekatan reflektif dapat dimaknai sebagai bahasa berfungsi seperti cermin, yang merefleksikan 'true meaning' yang sudah ada sebelumnya. *Kedua, intentional approach*/pendekatan intensional dimaknai sebagai makna-makna tentang dunia merupakan intensi dari author/speaker (makna tunggal) *versus the death of author. Ketiga, constructionist* approach/pendekatan konstruksionis yakni Sesuatu menjadi punya makna kalau kita menciptakan makna-makna tersebut dengan menggunakan sistem representasi (tidak pernah ada makna tunggal).




Bagan 1. Representasi Produksi Makna dalam Bahasa
Sumber: Stuart Hall dalam Basdogan,[19] diolah penulis sesuai konteks tujuan analisis

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Praktik *Sharenting* di *Channel Ueno Family Japan*

Pembahasan pertama ini adalah *channel youtube Ueno Family* (dapat diakses https://www.youtube.com/watch?v=OLn9DzSIu0k&t=1421s). Sampai tanggal 26 Juni 2024, video ini sudah mendapatkan reaksi 1.694 komentar, 50.000 sekian suka dan 1.191.294 penonton. Video ini diunggah 29 April 2024.

[18] James S. Coleman, *Modal Sosial: Seri Dasar-Dasar Teori Sosial,* terj. Imam Muttaqien, dkk. (Yogyakarta: Nusamedia, 2021)

[19] Merve Basdogan, dkk., Understanding the Diverse Field of "Educational Technology" as Revealed in Twitter Job Postings: Encoding / Decoding Approach. The Qualitative Report, 25(8) 2020, 2044-2066. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4457

Video ini menceritakan tentang satu keluarga Indonesia yang tinggal di Jepang dan sedang wisata ke Totori Sand Dune pada saat akhir pekan. Video terlihat orang tua dua anak ini berjalan menuju satu fasilitas *chair lift stop* dengan pemandangan Totori Sand. Orang tua ini membiarkan anaknya jalan sendiri termasuk anaknya yang paling kecil. Jalan yang semuanya dipenuhi pasir seperti di Mesir membuat mereka cukup berat untuk melangkah apalagi jika berlari atau berjalan dengan cepat. Namun kedua anaknya sangat semangat untuk berjalan dan *explore* daerah tersebut dan bermain di tanah.

Ketika menaiki *chair lift stopped* tersebut terlihat si orangtua (ayah) duduk bersama anak perempuannya yang juga anaknya yang paling kecil dan ibunya bersama anak pertamanya. Setelah membeli tiket dan naik kursi/tempat duduk seperti besi mereka berangkat menuju seberang dengan pemandangan seperti dari satu bukit ke bukit lainnya, sehingga selama perjalanan dalam wahana mereka menyaksikan keindahan bukit dari ketinggian. Terlihat di sepanjang menaiki wahana, anak-anaknya berjalan dan berlari kesana kemari di sekitar area sambil di pantau oleh kedua orang tua mereka, kemudian berjalan menuju ke spot untuk kembali tanpa istirahat.

Setelah kembali mereka terlihat menelusuri padang pasir dengan berjalan. Karena melihat kedua anaknya kesulitan berjalan dengan alas kaki mereka, ibunya mengizinkan mereka untuk melepas sepatunya. Anak-anaknya sangat kegirangan. Khususnya anak perempuannya yang masih kecil terlihat langsung berlari - lari di pasir dan ibunya sambil berteriak terlihat memanggil-manggil nama anaknya.

Di atas merupakan narasi singkat mengenai praktik sharenting di dalam videoyang berdurasi 49 menit 15 detik ini. Di sini ditampilkan bahwa dunia nyata dimasukkan ke dalam dunia *virtual.* Bagaimana orang tua menyertakan momen dengan kamera setiap perjalanan, kebahagiaan, dan aktivitas liburan yang dilakukan dalam video.



Gambar 1. Aktivitas Anak Dalam Video Ueno Family Japan
Sumber: Channel Youtube Ueno Family

Pada menit 22:14, orang tua tidak memperhatikan secara fokus tentang anaknya. Putrinya yang tertinggal dan bermain di danau kecil yang mereka lintasi saat hendak ke puncak bukit. Kemudian pada pada video menit ke 28:50 terlihat anaknya jatuh dan berguling di pasir karena berlari. Seperti yang disampaikan dalam teori representasi bahwa elemen-elemen dalam sistem representasi media tidak hanya terjadi pada gambar, tetatpi bisa dengan plot, narasi, posisi kamera, dan pergerakan kamera.

Dari sini bisa didapatkan bahwa arena anak sudah dimasukkan ke dalam video, bahkan secara langsung sudah membuka informasi tentang diri anak. Anak dijadikan objek konten, tidak terlihat di video ibu ini meminta izin ke anaknya untuk di video. Sepertinya baik suami dan anak-anaknya sudah tau dan paham saat ibunya ambil video. Praktik *sharenting* hal yang ditampilkan bukan lagi tentang kegiatan di dalam rumah, tempat belajar, tetatpi bahkan di segala tempat. Baik itu di tempat hiburan, di air, di arena bermain, di toko, dan lain sebagainya.

### 4.2. Representasi penonton terhadap *Channel Ueno Family Japan*

Seperti yang telah disampaikan di metode, penulis akan fokus representasi dari komentar yang ada di video *channel*. Setelah menyaksikan video dan reaksi para penonton, kemudian penulis membuat pemetaan komentar berdasarkan kategori komentar membahas tentang anak, memuji atau mendukung, dan memberikan kritik atau saran.

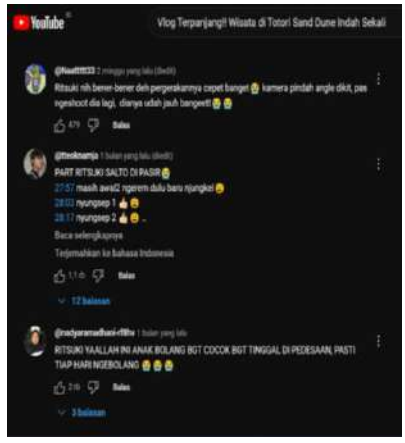
Dari beberapa komentar yang muncul dalam video ini banyak yang membahas anak itu sendiri. Representasi dari penonton berpola terhadap praktik *sharenting* yang ada. Contoh komentar di dalam video "*Ritsuki ko energinya banyak bgt kaya ga cape cape,, gw yg lihat malah yg capek"* ini menunjukkan bahwa representasi yang diciptakan oleh penonton menggambarkan anak tersebut tidak capek ketika melakukan permainan. Ini contoh representasi dengan pendekatan bahwa pendekatan konstruktivis. Beberapa komentar yang dimuat dalam tulisan ini dapat dilihat pada tabel 1 dan gambar berikut ini:

Tabel 1. Contoh Komentar Penonton di *Channel Youtube Ueno Family Japan*

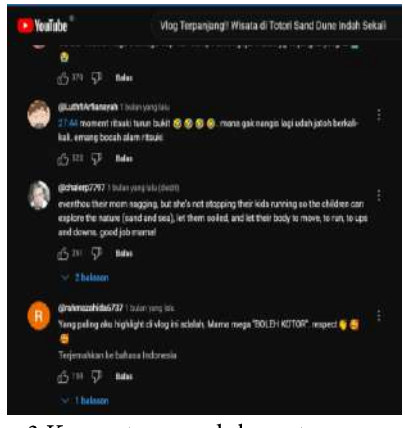
| Komen | Contoh Komentar |
|---|---|
| Membahas tentang anak | ● *PART RITSUKI SALTO DI PASIR*<br>● *masih awal2 ngerem dulu baru njungkel*<br>● *yungsep 1*<br>*nyungsep 2* |

| | |
|---|---|
| | *videonya ngejar ritsuki*<br>● *Asli ngakak aku liat ritsuki lari kuenceng banget di pasir turunan, nyungsep pula...anak alam udah ketemu sm alam pasti bebas.. terimakasih mama Mega udah bikin kita yg nonton fresh,ketawa sampe perut sakit waktu mama ngejar ritsuki*<br>● *Ngakak banget pas ritsuki tbtb ilang ternyata udah main air, trus juga pas dia nyungsep berkali kali ituuu*<br>● *Ritsuki ko energinya banyak bgt kaya ga cape cape,, gw yg lihat malah yg capek*<br>● *suka bgt sm natsukii tipe kakak yang ngalahan sweet bgt*<br>● *Ritsuki jatuh berkali-kali g nangis malah tambah banter mlayune* |
| Memuji dan mendukung | ● *Ya Allah,mamah mega I LOVE YOU bgt..hiburan bgt dirumah nunggu suami, ntn vlog gak berhenti ketawa sampe wetengku luoruuu maaah,kangen krungu logat e ng kampung*<br>● *even though their mom nagging, but she's not stopping their kids running so the children can explore the nature (sand and sea), let them soiled, and let their body to move, to run, to ups and downs. good job mama!*<br>● *Mamah terimakasih sudah melahirkan anak anak yang lucu liat mereka cape langsung ilang.*<br>● *suka banget sama keluarga iniii beda budaya beda negara tapi ttp mengajarkan budaya masing-masing dn bahasanya juga jadi nggak menghilangkan Indonesianya dri umma juga*<br>● *Keren banget, anaknya bisa bhs indo dan jepang. Parentingnya bagusss.*<br>● *Ma syaa Allah ni mama Mega n Pak Bambang jadi ortu yg santuy bangeet deh. Sukaak..smoga anak² menjadi anak² yg sehat jiwa batin krn diberi kebebasan berekspresi oleh ortu mereka. Barakallah*<br>● *Klo di sini.. kebanyakan bakalan jejeritan manggilin anaknya atau diomelin, dicubitin, atau dimarahin deh lari² kek gitu* |
| Memberi kritik dan saran | ● *Mama Mega saran ya, pengalamanku dulu sering pergi2 sendiri dgn 2 bocil, selalu prepare*<br>● *satu stel baju, pampers, buat jaga2 , namanya bocil, kadang ada aja halangannya. entah kebasahan air, kringet berlebih dll*<br>● *Saran aja nih mba mega di awal video di kasih preview, apalagi yang ritsuki kejengkelang tuh biar penonton tau bakal lucu videonya*<br>● *Saran aja mama Mega kalo jalan jalan meski ngak renang tetap bawa baju ganti karna pasti kepake* |

Sumber: Komentar di Youtube Ueno Family Japan, diolah oleh penulis




Gambar 2. Komentar yang membahas anak




Gambar 3.Komentar mendukun atau memuji anak




Gambar 4. Komentar memberikan saran dan kritik terhadap konetn

### 4.3. Praktik *sharenting* di Channel *Dmitriev "ABE" Abraham*

Pembahasan kedua adalah channel Dmitriev "ABE" Abraham (dapat diakses https://www.youtube.com/watch?v=qG_IpW9fxCo). Sampai pada tanggal 26 Juni 2024, video ini telah mendapat reaksi: 761 komen, 33.000 suka dan 664.674 penonton. Video ini diunggah pada 18 Juni 2024 yang lalu.

Video ini menceritakan tentang satu keluarga Indonesia (Dmitrive "ABE" Abraham) yang akan melakukan perjalanan ke Semarang. Sambil persiapan terlihat Abe sedang sarapan dan ibunya persiapan pakaian dan perlengkapan lain yang akan di bawa. Ayahnya yang sedang asik memvideokan di samperin oleh Abe dan meminta untuk memegang sendiri, dan ayahnya tidak mengizinkan sampai akhirnya Abe merengek dan terus meminta.

Kemudian mereka berangkat, saat hendak masuk tol dan rest area dan sesampainya di Semarang mereka langsung ke hotel. Mereka terlihat menyapa dengan ramah termasuk abe yang langsung melambaikan tangannya ke staff hotel yang mereka temui saat hendak masuk hotel. Setelah *check in* mereka langsung mengarah ke kamar di antarkan oleh petugas hotel. Dikamar Abe langsung explore dan penasaran dengan semua hal baru yang ada di kamarnya. Dengan sabar juga staf yang ditugaskan mendampingi keluarga ini menjelaskan fasilitas untuk anak-anak kepada Abe yang selalu bertanya. Kemudian mereka siap-siap untuk makan malam di hotel. Sambil disuapin ibunya abe jalan-jalan di temani om dan ayah nya untuk melihat - lihat ruangan makan yang ada di lantai 11 hotel yang mereka tinggal.

Besok harinya mereka *packing-packing* dan hendak pulang, namun singgah ke Jogja untuk naik delman. Ayahnya mengatakan bahwa mereka tidak sempat untuk pergi jalan-jalan di semarang karena abe tidak mau keluar dari hotel dan maunya stay di hotel. Di mana letak video itu bertentangan dengan privasi. Video ini menunjukkan bahwa privasi anak sudah terbuka ke khalayak ramai. Termasuk misalnya pada menit 11:08, si ayah memanggil nama Anaknya. Ini merupakan salah satu contoh dalam video bahwa anak sudah diekspos dalam ruang digital yang tatk terbatas.

Selanjutnya terdapat momen menarik pada menit ke 2 detik ke 15, si anak yang berada di masa-masa penasaran untuk memegang kamera dan ngevlog sendiri berusaha meminta untuk memegang sendiri, ayahnya mengatakan "sambil nunggu persiapan dan abe juga mau mandi dulu" kemudian Abe menyela denga berkata "Abe mau liat mami" sambil berusaha untu membawa kamera dan mengarahkan ke ibunya. Kemudian ayahnya langsung berkata "eh sebentar dulu, ini abe be'ol nih bau

ini.' ini merupakan salah satu contoh bahwa kamera memiliki elemen yakni kuasa atas anak. Ketika anak meminta kamera, maka akan dilarang oleh orang lain, dalam hal ini ayahnya sendiri. Terutama pada menit ke 2 detik 25 ayahnya mengatakan "Ngapain di baik-balik" karena Abe membalik kamera ke belakang. Ini merupakan contoh bahwa anak menjadi objek dari konten. Secara teori, bahwa ada kepentingan orangtua ketika menampilkan bahan video di kamera. Ini kemudian disebut sebagai praktik berbagai tanda dan simbol, untuk merepresentasikan konsep, ide, dan perasaan (Coleman, 2021), tentunya ini tercipta di dalam video.



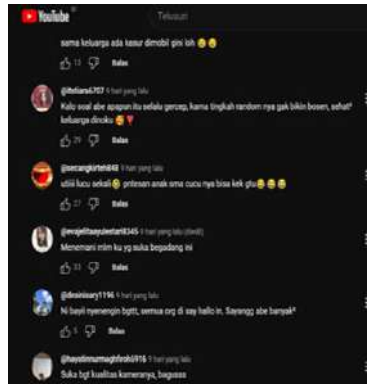
Gambar 5. Aktivitas anak bersama orangtua
Sumber: Channel Youtube Dmitriev "ABE" Abraham

### 4.4. Representasi Penonton terhadap *Channel Dmitriev "ABE" Abraham*

Sama halnya dengan channel yang dibahas, terdapat berbagai respon (tabel 2) dari penonton mengenai video dari channel ini. Komentar yang diciptakn dilihat dari kategori membahas anak, memuji dan mendukung, serta memberikan kritik dan saran terhadap video atau anak. Beberapa penonton berkomentar, bahwa anak yang ditampilkan lucu, pintar, *gercepm* dan sebagainya. Justru ada satu kalimat mengatakan *" Setelah lala, terbitlah abe, kenkulus & kamari. Aku siap membesarkan ponakan2an onlineku."* Kata ponakan online ku mejadi menarik, karena dalam dunia digital makna itu dipresentasikan dituju kepada anak dalam video. Ini suatu produksi makna dalam praktik sharenting yang dilakukan. pada kategori memuji, komentar fokus pada kesukaan pada anak dan video. Jika pada saran, kebanyakan komentar fokus pada keselamatan saat berkendaraan jika harus menampilkan anak, misalnya *"papi, kedepannya kalo lagi nyetir better mami aja yang bagian pegang kameranya biar lebih aman."* Ini respon ketika resiko buruk *sharenting* ada dalam video.

Tabel 2. Contoh Komentar Penonton di *Channel Dmitriev "ABE" Abraham*

| Komen | Contoh Komentar |
|---|---|
| Membahas tentang anak | ● *KOK BISA DIA MOOD NYA STABIL WOY, biasanya nya tuh anak kecil kalo di sosmed seru asli nya kadang badmood tapi dia mah happy di semua situasi wkwk*<br>● *Setelah lala, terbitlah abe, kenkulus & kamari. Aku siap membesarkan ponakan2an onlineku*<br>● *Kalo soal abe apapun itu selalu gercep, karna tingkah random nya gak bikin bosen, sehat² keluarga dinoku*<br>● *Aduh beee.. bentukan kamu tuh lucu bgt yakk*<br>● *Abe udah bisa nge-vlog sendirii wkwwkwkkwkw lucuu, gemaaazzzz*<br>● *pinter banget bisa lepas sepatu kaos kaki nya dimasukin ke dalam sepatu* |
| Memuji dan mendukung | ● *duluu pas aku masih kecil juga suka diajak jalan darat ke daerah2 di pulau jawa sm ortuku.. seru dan jujur aja jd core memory aku yg positif bgt..semoga semua orang tua bisa memberikan memory core yg bahagia kayak abe gini jg yaaah*<br>● *Sio wop you buat keluarga ini. Tuhan memberkati*<br>● *Suka banget sama keluarga ini ,, sehamble itu ,, nada bicaranya pun lembut ,,*<br>● *Impian banget jalan sekeluarga ada kasur dimobil , trims ya keluarga dino untuk asupan gizi nya, sehat² semua*<br>● *aaa senangnyaa ada vlog jalan² abe & mami papi.*<br>● *fokus dan sangat diperhatikan, tumbuh kembangnya. seneng banget liat papi mami abee ,Org tua yg sangat amat siap* |
| Memberi kritik dan saran | ● *Pi, kalau lagi nyetir biar mami aja yang sutengg, demi keselamatan bersama*<br>● *papi, kedepannya kalo lagi nyetir better mami aja yang bagian pegang kameranya biar lebih aman.*<br>● *papi fokus nyetir pi alangkah baiknya kalo lagi mengendara dan ttp pgn trs aktif bikin konten ak rasa mending mami yg pegang kemeranya deh pi,jujur ak nntn ini sampai habis malah banyak degdegannnya loh,skali lagi di kondisikan dan utamakan keselamatan ya pih mih dan abe*<br>● *Bikin openingnya make abe plis,, pasti lucu*<br>● *papiii bikin opening dan closing khas nya abe biar makin gemas gemaaas*<br>● *Papi, maap saran watermarknya bisa bikin lebih transparan lagi, atau ditaro lebih kebawah dikit pi*<br>● *Malam banget upload ya*<br>● *Hati Hati Lagi Nyetir Jangan Pegang Kamera. bisa Bahaya*<br>● *pi saran dari aku bagus lagi kalo misal vidio youtube nya ini diedit lagi pi, biar tambah seru dan ga bikin bosen* |




Gambar 8. Komentar membahas anak




Gambar 7. Komentar mendukung anak




Gambar 8. Komentar Memberikan Saran dan Kritikan
Sumber: Channel Dmitriev "ABE" Abr

## 5. KESIMPULAN

Praktik *sharenting* ini sudah banyak mendapat respon dari berbagai pihak, termasuk berita daring dan para ilmuwan. Berbagai macam tujuan membagikan foto dan video anak di media sosial, dari berbagai literatur, ada yang ingin berbagi kebahagiaan, kenangan, dan orang tua yang eksis. Namun, perlu disadari bahwa banyak hal negatif yang ditemukan dari hasil penelitian tentang bahaya praktik *sharenting* jika tidak dibatasi, misalnya anak mendapat perundungan, pelecehan seksual di media sosial, tersebarnya privasi anak, kesempatan para pelaku kejahatan terhadap anak, dan sebagainya.

Hampir semua video yang diunggah dua channel youtube Ueno Family Japan dan Dmitriev "ABE" Abraham adalah tentang anak itu sendiri, yang melibatkan orangtuanya. Serta *sharenting* ini tidak mengenal lokasi saja, hotel, perjalanan, wisata, toko, wahana permainan, dan sebagainya. Ini menunjukkan bahwa kehidupan nyata dipindahkan ke dalam kehidupan virtual. Beberapa momen dalam video menunjukkan adanya keterbukaan informasi tentang anak, misalnya nama anak, kesukaan anak, tubuh anak (walau dengan busana lengkap), dan lain sebagainya. Secara umum anak mendapatkan perhatian dari orangtua saat momen di dalam video, namun ada satu momen orangtua lebih mengutamakan kehadiran kamera daripada menemani anaknya. Ini menunjukkan elemen dalam representasi bahwa kamera memiliki kuasa dan tujuan.

Selanjutnya representasi penonton video ditemukan ada keberagaman komentar, mulai dari membahas tentang anak, memuji dan mendukung, serta memberikan kritik dan saran. Ini menunjukkan bahwa komentar bisa dimaknai sebagai pendekatan yang reflektif, pendekatan intensional, dan pendekatan yang konstruktif. Salah satu komentar yang menarik ketika memberikan saran agar anak diperhatikan, jangan selalu fokus pada kamera. Hal ini menunjukkan bahwa, dari representasi reflektif tersebut, bahwa komunikasi tentang hubungan anak dan orangtua tercipta dalam media. Penulis melihat bahwa konten yang ditampilkan adalah konten dari orang tua yang sudah memiliki literasi tentang digital, sehingga gambar, momen, posisi sudah menunjukkan kualitas yang terbaik. Penulisan ini memiliki keterbatasan untuk melihat apakah konten dalam *youtube* ini telah dimonetisasi, sehingga penelitian berikutnya bisa melihat sisi kemungkinan adanya eksploitasi anak di dalam video yang dibuat. []

## REFERENCES

Amanda, D. (2022). ”Sharenting Dan Privasi Anak: Studi Netnografi Pada Unggahan Instagram Dengan Tagar #Anakku”, *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 2022.

Basdogan, M., Ozdogan, Z., & Bonk, C. J. (2020). "Understanding the Diverse Field of “Educational Technology” as Revealed in Twitter Job Postings: Encoding/ Decoding Approach". *The Qualitative Report*, 25(8), 2044-2066. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4457

Beltrán, M. (2020). "Representation". In M. Kackman & M. C. Kearney (Eds.), *The Craft of Criticism: Critical Media Studies in Parctice*. Issue March, pp. 97–108). Routledge.

Berg, V,. dkk,. (2024). Young Children and the Creation of a Digital Identity on Social Networking Sites: Scoping Review.J MIR Pediatr Parent, Vol. 7 Hal. 1-20. Dapat diakses: https://pediatrics.jmir.org/2024/1/e54414

Cooper, A. E. (2013). The Stuart Hall Project: Review and Reflections.Puspanegara, L, J M Munandar, and B Sartono. “A Study of Determining Factors Influencing the Intention of Cryptocurrency Investors Using UTAUT 2 Approach.” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics* 7, no. 3 (2025). https://doi.org/10.31538/iijse.v7i3.5416.

Fridha, M., & Irawan, R. E. (2020). "Eksploitasi Anak Melalui Akun Instagram: Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya". *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(1), 68–80. https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10703

Gatto, A., Corsello, G. & Ferrara., P. (2024). Sharenting: Hidden Pitfalls of A New Increasing Trend– Suggestions on An Appropriate Use of Social Media". *Italian Journal of Pediatrics*, 50(15). https://doi.org/10.1186/s13052-024-01584-2

Hall, Stuart (Ed.). 1997. *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*, London: Sage Publications.

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

Sarkadi, A., Kristiansson, R., Oberklaid, F., &Bremberg, S., (2008). "Father's Involvement and Children'sDevelopment Outcomes: a Systematic Review of Longitudinal Studies". *Acta Paediatrica*, 97(2), 153-158. Doi: 10.1111/j.1651-2227/2007.00572.x

Steinberg, S. B. (2016). "Sharenting: Children's Privacy in The Age of Social Media". *Emory Law Journal*, 66(4), 2016

Tait, A. (2016). "Why Youtube Moms Are Taking Their Kids Offline". *The New Statesman*. https://www.newstatesman.com/science-tech/2016/04/why-youtube-mums-are-taking-their-kids-offline, diakses 1 Oktober 2023

Udenze, S., & Bode, O. S. (2020). Sharenting in Digital Age: A Netnographic Investigation. International Journal of Darshan Institute on Engineering Research & Emerging Technology, 9(1). https://doi.org/10.32692/ijdieret/9.1.2020.2005

Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. Media, Culture and Society, 31(1), 41–58. https://doi.org/10.1177/0163443708098245

Van Dijk, T. A. (1993). "Principles of Critical Discourse Analysis". *Discourse and Society*, 4(2), 249283. https://doi.org/10.1177/0957926593004002006

**Sumber berita online:**

BPK Penabur Jakarta (2024). "Sharenting dan Apa Saja yang Perlu Dipertimbangkan? Dapat diakses pada: https://konseling.bpkpenaburjakarta.or.id/2020/11/13/sharenting-dan-apa-saja-yang-perlu-dipertimbangkan/. Diakses pada 18 Juni 2024.

Narasi, (2024). "Hati-Hati, Orang Tua Sharenting Bisa Mengganggu Privasi Anak. Apa Itu Sharenting?", Dapat diakses pada: *https://narasi.tv/read/narasi-daily/sharenting-adalah*. Diakses pada 20 Juni 2024.

Parentalk, (2024). "Yuk, Belajar Sharenting yang Positif dan Bermanfaat." Dapat diakses pada: https://parentalk.id/yuk-belajar-sharenting-yang-positif-dan-bermanfaat/. Diakses pada 18 Juni 2024.

Tempo, (2024). "Bahaya Sharenting Bagi Anak". Dapat diakses pada: https://koran.tempo.co/read/pendidikan/487448/apa-bahaya-sharenting-bagi-anak. Diakses pada 20 Juni 2024.