Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi
Volume 6, Nomor 3, November 2026
E-ISSN : 2827-7945; P-ISSN : 2827-8127; Hal. 144-163
DOI: https://doi.org/10.55606/juitik.v6i3.2683
Tersedia: https://journal.sinov.id/index.php/juitik

Representasi Identitas Anak dalam Praktik *Sharenting*: Analisis Wacana Kritis Unggahan Akun Tiktok "Plengerfamily"

Puspitasari[1*], Masnia Ningsih[2], Ratnaningrum Zusyana Dewi[3]
[1-3] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit, Indonesia
**Penulis Korespondensi: Puspita.pipit22@gmail.com*

Abstract. *This research aims to analyze the representation of children's identity in sharenting practices, as well as the sharenting practices carried out by parents on the TikTok account "plengerfamily." This research is motivated by the widespread phenomenon of sharenting on social media, which openly displays children's activities and identities, thereby raising issues related to representation, privacy, and the commodification of children. This research uses a qualitative approach with Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis (CDA) method, which analyzes discourse through three dimensions: text, discursive practice, and social practice. The research data consists of videos, captions, comments, and visual elements from uploads on the "plengerfamily" TikTok account, analyzed without direct interviews with the research subjects. The results show that the child's identity is predominantly represented as a "young entrepreneur," which is consistently used as a branding strategy for the account to support the family's digital economic sustainability. In addition, the sharenting practices on this account reveal power relations dominated by the parents as account managers and content producers, while the child mostly serves as the represented subject. The wide distribution of content through social media reinforces the child's digital footprint. This research concludes that the sharenting practice on the "plengerfamily" account is a communication practice that constructs the representation of the child's identity while simultaneously supporting the family's digital economic interests, thereby affirming that discourse is not neutral, but rather a social practice that shapes how the public interprets children's identity in the digital space.*

Keywords*: Critical Discourse Analysis; Norman Fairclough; Representation of Children's Identity; Sharenting; TikTok.*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya fenomena sharenting di media sosial yang menampilkan aktivitas dan identitas anak secara terbuka, sehingga memunculkan persoalan terkait representasi, privasi, dan komodifikasi anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi identitas anak dalam praktik sharenting serta praktik sharenting yang dilakukan oleh orang tua pada unggahan akun TikTok "plengerfamily". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, yang menganalisis wacana melalui tiga dimensi, yaitu dimensi teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Data penelitian berupa video, caption, komentar, dan elemen visual pada unggahan akun TikTok "plengerfamily" yang dianalisis tanpa melibatkan wawancara langsung dengan subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas anak direpresentasikan secara dominan sebagai "pengusaha cilik" yang secara konsisten digunakan untuk strategi branding akun guna menunjang keberlangsungan ekonomi digital keluarga. Selain itu, praktik sharenting pada akun ini menunjukkan relasi kuasa yang didominasi oleh orang tua sebagai pengelola akun dan produsen konten, sementara anak lebih banyak berperan sebagai subjek yang direpresentasikan. Distribusi konten secara luas lewat media sosial menguatkan jejak digital anak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik sharenting pada akun "plengerfamily" merupakan praktik komunikasi yang membangun representasi identitas anak sekaligus menunjang kepentingan ekonomi digital keluarga, sehingga menegaskan bahwa wacana tidak bersifat netral, melainkan menjadi praktik sosial yang membentuk cara publik memaknai identitas anak dalam ruang digital.

Kata kunci: Analisis Wacana Kritis; Norman Fairclough; Representasi Identitas Anak; Sharenting; TikTok.

1. LATAR BELAKANG

Papacharissi (2021) menjelaskan bahwa perkembangan media sosial telah mengubah komunikasi kontemporer dari sekadar proses pertukaran pesan menjadi ruang bagi individu dan kelompok untuk membangun, menampilkan, serta menegosiasikan identitas sosial. Perubahan tersebut menjadikan ruang digital sebagai arena komunikasi yang memungkinkan identitas diproduksi melalui teks, visual, narasi, dan performansi secara berulang. Fenomena

Naskah Masuk: 05 Juni 2026; Revisi: 05 Juli 2026; Diterima: 07 Agustus 2026; Terbit: 01 November 2026

ini menjadi semakin penting ketika anak turut hadir sebagai bagian dari representasi keluarga di media sosial. Kehidupan anak yang sebelumnya lebih banyak berada dalam ranah privat keluarga kini dapat ditampilkan dan dikonsumsi secara luas oleh publik. Dalam ekonomi perhatian digital, pengalaman personal bahkan dapat dikemas menjadi sumber visibilitas dan nilai melalui mekanisme platform (Abidin, 2021b). Praktik tersebut berkembang dalam bentuk *sharenting*, yaitu aktivitas orang tua membagikan berbagai aspek kehidupan anak melalui media sosial. *Sharenting* bukan sekadar dokumentasi keluarga, tetapi juga melibatkan keputusan mengenai informasi dan representasi anak yang dipublikasikan kepada khalayak (Livingstone & Blum-Ross, 2020).

Berbagai penelitian telah membahas *sharenting* sebagai persoalan penting dalam komunikasi digital. Livingstone & Blum-Ross (2020) menunjukkan bahwa publikasi kehidupan anak sejak usia dini berkontribusi terhadap pembentukan jejak digital yang dapat memengaruhi kemampuan anak mengendalikan identitasnya pada masa mendatang. Kajian lain menempatkan literasi digital orang tua sebagai aspek penting karena keputusan mengenai informasi yang dibagikan menentukan bagaimana kehidupan dan identitas anak direpresentasikan dalam ruang daring (Barnes & Potter, 2021). Dalam praktiknya, orang tua memiliki posisi dominan dalam memilih visual, narasi, dan informasi mengenai anak, sedangkan anak sering kali memiliki keterbatasan dalam menentukan bagaimana dirinya ditampilkan. Literatur yang berkembang umumnya menitikberatkan persoalan *sharenting* pada privasi, risiko digital, motif orang tua, dan konsekuensi psikososial. Sementara itu, proses diskursif yang membentuk identitas anak melalui kombinasi teks, visual, audio, dan performansi masih memerlukan perhatian lebih mendalam. Kesenjangan tersebut penting dalam konteks TikTok karena platform ini membentuk produksi makna melalui konvergensi berbagai unsur komunikasi secara intensif (Kaye et al., 2021).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis representasi identitas anak dalam praktik *sharenting* sekaligus mengkaji praktik *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua melalui studi kasus akun TikTok "plengerfamily". Kopecky et al. (2020) menunjukkan bahwa orang tua memiliki posisi penting dalam menentukan informasi dan representasi anak yang disebarluaskan melalui media sosial, sehingga relasi antara pihak yang merepresentasikan dan pihak yang direpresentasikan perlu diperhatikan secara kritis. Penelitian ini secara khusus mengajukan dua pertanyaan: bagaimana identitas anak direpresentasikan dalam praktik *sharenting* pada akun TikTok "plengerfamily" dan bagaimana praktik *sharenting* dilakukan oleh orang tua dalam konten akun tersebut? Untuk menjawabnya, konten TikTok dipahami sebagai praktik komunikasi multimodal yang memadukan bahasa, visual

bergerak, musik, teks pada layar, dan performansi. Kompleksitas tersebut memungkinkan identitas anak dibentuk melalui berbagai sumber makna secara bersamaan (Kaye et al., 2021). Oleh karena itu, Analisis Wacana Kritis digunakan untuk menghubungkan dimensi teks dengan praktik diskursif dan praktik sosial yang melatarbelakangi produksi wacana (Fairclough, 2023).

Penelitian ini berargumen bahwa representasi identitas anak dalam praktik *sharenting* bukan merupakan proses komunikasi yang netral, melainkan konstruksi yang terbentuk melalui pemilihan narasi, visual, performansi, dan makna tertentu. Abidin (2021) menjelaskan bahwa dalam ekonomi perhatian media sosial, visibilitas menjadi sumber nilai yang mendorong kreator mengembangkan karakter dan narasi yang dapat mempertahankan perhatian audiens. Dalam konteks keluarga digital, kondisi tersebut memungkinkan anak berada pada persimpangan antara identitas personal, representasi keluarga, kepentingan visibilitas, dan logika platform. Persoalan menjadi semakin kompleks karena anak memiliki keterbatasan dalam menentukan informasi mengenai dirinya yang dipublikasikan dan dipertahankan sebagai jejak digital. Karena itu, privasi dan keamanan anak menjadi aspek penting dalam memahami konsekuensi penggunaan media digital (Kumar et al., 2023). Penelitian ini diharapkan memperluas kajian komunikasi mengenai representasi identitas, *sharenting*, dan Analisis Wacana Kritis serta memberikan pemahaman mengenai hubungan antara anak, orang tua, dan platform digital. Kajian ini sekaligus menempatkan media sosial sebagai arena konstruksi identitas dan negosiasi kepentingan keluarga (Jorge et al., 2022).

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian Terdahulu

Kajian mengenai *sharenting* dan representasi anak di media sosial menunjukkan bahwa praktik berbagi kehidupan anak tidak hanya berkaitan dengan dokumentasi keluarga, tetapi juga dengan privasi, identitas, dan relasi kuasa. Livingstone & Blum-Ross (2020) menjelaskan bahwa publikasi informasi anak sejak usia dini dapat membentuk jejak digital yang berlangsung dalam jangka panjang. Dalam konteks tersebut, orang tua memiliki posisi dominan karena menentukan informasi, gambar, dan narasi yang disebarkan kepada publik. Barnes & Potter (2021) menekankan bahwa literasi digital orang tua menjadi faktor penting karena memengaruhi kesadaran terhadap risiko berbagi informasi anak. Sementara itu, Kopecky et al. (2020) menunjukkan bahwa praktik *sharenting* dapat memunculkan risiko ketika informasi anak dipublikasikan tanpa pertimbangan terhadap kepentingan mereka di masa depan. Kondisi tersebut juga memperlihatkan adanya negosiasi antara ekspresi orang tua dan hak privasi anak (Walrave, 2023).

Perkembangan literatur juga menunjukkan bahwa *sharenting* semakin terhubung dengan praktik produksi konten dan ekonomi platform. Jorge et al. (2022) menjelaskan konsep *professional sharenting* sebagai praktik ketika kehidupan keluarga secara konsisten dikembangkan menjadi bagian dari aktivitas media yang berorientasi pada audiens. Dalam lingkungan tersebut, representasi anak dapat memperoleh nilai simbolik maupun ekonomi karena visibilitas menjadi sumber penting dalam ekosistem media sosial. Abidin (2021) menunjukkan bahwa TikTok bekerja melalui ekonomi perhatian yang mendorong kreator mempertahankan karakter dan pola narasi tertentu untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Pada konteks Indonesia, penelitian mengenai akun @Plenger telah menyoroti eksploitasi anak dan respons audiens terhadap kontennya (S et al., 2026). Namun, konstruksi identitas anak melalui hubungan antara teks, proses produksi konten, dan konteks sosial masih belum menjadi fokus utama, sehingga membuka ruang bagi pendekatan Analisis Wacana Kritis Fairclough (2023).

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu.

Penelitian	Fokus Utama	Temuan Pokok	Posisi Penelitian Ini
Livingstone & Blum-Ross (2020)	*Sharenting* dan kehidupan digital anak	Publikasi anak membentuk jejak digital dan memengaruhi otonomi identitas	Mengkaji bagaimana identitas anak dikonstruksi melalui wacana
Kopecky et al. (2020)	Risiko *sharenting*	Publikasi informasi anak menimbulkan risiko privasi dan keamanan	Menekankan relasi kuasa dalam representasi anak
Barnes & Potter (2021)	Literasi digital orang tua	Literasi memengaruhi keputusan orang tua saat membagikan informasi anak	Fokus pada praktik representasi dalam konten
Jorge et al. (2022)	*Professional sharenting*	Kehidupan keluarga dapat menjadi bagian dari produksi media profesional	Menghubungkan representasi dengan ekonomi platform
S et al. (2026)	Eksploitasi anak pada akun @Plenger	Konten anak berhubungan dengan eksploitasi dan respons audiens	Fokus pada konstruksi identitas anak melalui AWK Fairclough

Sumber: Diolah dari literatur penelitian.

Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Fairclough (2023) menjelaskan Analisis Wacana Kritis sebagai pendekatan yang memandang bahasa dan wacana sebagai praktik sosial yang berkaitan dengan kekuasaan, ideologi, serta proses pembentukan realitas. Wacana karena itu tidak hanya berfungsi untuk menggambarkan suatu peristiwa, tetapi juga membentuk bagaimana individu, kelompok, dan hubungan sosial dipahami. Dalam media digital, perspektif tersebut penting karena konten merupakan hasil pemilihan, penyuntingan, dan penyusunan makna oleh produsen media. Papacharissi (2021) menunjukkan bahwa ruang digital menjadi arena tempat identitas dan pemaknaan sosial terus dinegosiasikan. Sementara itu, Abidin (2021a) menekankan bahwa

publik digital memiliki struktur visibilitas yang dipengaruhi oleh praktik platform dan interaksi pengguna. Dengan demikian, Analisis Wacana Kritis dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana representasi anak dibentuk melalui bahasa, visual, dan praktik komunikasi yang sekaligus mereproduksi nilai serta hubungan kuasa dalam ruang digital.

Model Fairclough terdiri atas tiga dimensi analisis, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Menurut Fairclough (2023), dimensi teks mengkaji pilihan bahasa dan elemen representasional, sedangkan praktik diskursif memperhatikan proses produksi, distribusi, dan konsumsi wacana. Praktik sosial kemudian menghubungkan wacana dengan konteks budaya, ekonomi, ideologi, dan relasi kuasa yang lebih luas. Model tersebut relevan untuk TikTok karena proses pembentukan makna tidak hanya menggunakan bahasa verbal, tetapi juga mengintegrasikan video, audio, teks pada layar, musik, dan performansi. Kaye et al. (2021) menunjukkan bahwa karakter TikTok dibentuk oleh integrasi berbagai unsur tersebut dalam proses *platformization*. Dalam konteks ekonomi perhatian, representasi juga berkaitan dengan upaya memperoleh visibilitas dan keterlibatan pengguna (Abidin, 2021b). Karena itu, pendekatan Fairclough memungkinkan praktik *sharenting* dipahami sebagai teks sekaligus praktik sosial dalam lingkungan platform digital.

Identitas Anak

Identitas anak dalam penelitian ini dipahami sebagai konstruksi yang bersifat dinamis dan berkembang melalui hubungan antara pengalaman personal dan lingkungan sosial. (Abele et al., 2021) menjelaskan bahwa pemahaman terhadap diri dan individu lain selalu berlangsung melalui evaluasi sosial yang dipengaruhi oleh karakteristik personal maupun kelompok. Dalam ruang digital, proses tersebut menjadi lebih kompleks ketika identitas anak tidak hanya dibentuk melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui representasi yang dibuat oleh orang tua. Kumar et al. (2023) menunjukkan bahwa publikasi informasi mengenai anak berkaitan erat dengan persoalan privasi dan keamanan karena data digital dapat bertahan dalam jangka panjang. Livingstone & Blum-Ross (2020) juga menjelaskan bahwa anak tumbuh di tengah lingkungan digital yang memungkinkan kehidupan mereka didokumentasikan sejak usia dini. Dengan demikian, identitas anak perlu dipahami sebagai konstruksi personal sekaligus sosial yang dapat dipengaruhi oleh representasi digital keluarga.

Dalam praktik *sharenting*, identitas anak dapat dibedakan antara identitas yang dialami secara personal dan identitas yang dipublikasikan kepada audiens. Barnes & Potter (2021) menunjukkan bahwa orang tua memiliki peran penting dalam menentukan informasi anak yang dianggap pantas untuk dibagikan melalui media sosial. Proses tersebut menyebabkan sebagian identitas anak dipilih, disunting, dan dikemas untuk kebutuhan komunikasi publik. Walrave

(2023) menegaskan bahwa kondisi ini menghasilkan negosiasi privasi antara kepentingan orang tua dalam membagikan pengalaman keluarga dan hak anak untuk mempertahankan kontrol atas identitas digitalnya. Ketika representasi dilakukan secara konsisten, identitas yang dipublikasikan juga dapat menjadi sumber visibilitas dalam ekonomi platform. Abidin (2021b) menunjukkan bahwa perhatian audiens memiliki nilai penting dalam budaya TikTok. Dengan demikian, representasi anak tidak hanya berkaitan dengan ekspresi keluarga, tetapi dapat berkembang menjadi aset simbolik dalam lingkungan digital.

Family Vlogging

Family vlogging merupakan bentuk produksi konten yang menjadikan kehidupan sehari-hari keluarga sebagai materi utama komunikasi publik. Livingstone & Blum-Ross (2020) menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memperluas cara orang tua mendokumentasikan sekaligus membagikan pengalaman keluarga kepada khalayak. Berbeda dengan dokumentasi personal, *family vlogging* umumnya dilakukan secara konsisten melalui proses perekaman, penyuntingan, dan penyusunan narasi yang diarahkan untuk mempertahankan perhatian audiens. Jorge et al. (2022) menjelaskan bahwa praktik tersebut dapat berkembang menjadi *professional sharenting* ketika kehidupan keluarga dikaitkan dengan aktivitas produksi media secara berkelanjutan. Dalam ekonomi kreator, konsistensi produksi juga menjadi bagian dari pekerjaan digital yang bergantung pada interaksi dan visibilitas pengguna (Duffy et al., 2021). Oleh sebab itu, *family vlogging* dapat dipahami sebagai bentuk *sharenting* yang lebih terstruktur karena pengalaman domestik keluarga secara sistematis ditransformasikan menjadi konten publik.

Keterlibatan anak dalam *family vlogging* memperlihatkan bagaimana ruang domestik dapat berubah menjadi ruang produksi media. Abidin (2021b) menjelaskan bahwa ekonomi perhatian TikTok memberikan nilai pada kemampuan kreator mempertahankan visibilitas dan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan. Hal tersebut dapat mendorong keluarga membentuk karakter, tema, dan cerita yang mudah dikenali audiens. Dalam praktik *professional sharenting*, Jorge et al. (2022) menunjukkan bahwa identitas keluarga dapat berfungsi sebagai bagian dari strategi komunikasi sekaligus aktivitas ekonomi. Kondisi tersebut membuat anak tidak hanya tampil sebagai anggota keluarga, tetapi juga menjadi bagian dari narasi yang menopang daya tarik konten. Persoalan ini perlu ditempatkan dalam konteks privasi karena publikasi kehidupan anak secara terus-menerus dapat membentuk jejak digital yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali anak (Walrave, 2023). Dengan demikian, *family vlogging* menjadi ruang pertemuan antara representasi keluarga, ekonomi digital, dan hak anak.

TikTok dan Akun "plengerfamily"

TikTok memiliki karakteristik komunikasi yang memungkinkan representasi identitas dibentuk melalui kombinasi visual, suara, teks, musik, dan performansi. Kaye et al. (2021) menjelaskan bahwa TikTok berkembang melalui proses *platformization* yang memadukan format video pendek dengan sistem rekomendasi dan budaya partisipatif. Karakter tersebut membuat konten dapat diproduksi dalam format ringkas sekaligus tersebar kepada audiens dalam skala luas. (Abidin (2021b) menunjukkan bahwa mekanisme tersebut berhubungan dengan ekonomi perhatian karena visibilitas menjadi sumber penting bagi kreator. Dalam konteks Indonesia, perkembangan TikTok juga didukung oleh tingginya penggunaan platform digital dan media sosial oleh masyarakat (DataReportal, 2026). Oleh karena itu, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan representasi sosial. Pada akun keluarga, karakter platform tersebut memungkinkan kehidupan domestik, hubungan orang tua-anak, dan identitas anak dikonstruksi sebagai bagian dari narasi publik.

Akun TikTok "plengerfamily" dalam penelitian ini diposisikan sebagai unit produksi konten sekaligus teks budaya yang menampilkan kehidupan keluarga dan anak secara berkelanjutan. Kajian S et al. (2026) menunjukkan bahwa konten akun @Plenger dapat dikaitkan dengan persoalan eksploitasi anak dan respons yang muncul dari audiens. Namun, penelitian ini menempatkan akun tersebut dalam perspektif berbeda dengan menganalisis bagaimana identitas anak dibangun melalui praktik komunikasi dan struktur wacana. Abidin (2021a) menjelaskan bahwa publik media sosial dibentuk oleh mekanisme visibilitas dan sirkulasi konten yang kompleks, sehingga representasi tidak dapat dipisahkan dari cara platform bekerja. Selain itu, produksi konten keluarga juga dapat berhubungan dengan praktik *professional sharenting* ketika kehidupan domestik menjadi bagian dari strategi komunikasi kepada audiens (Jorge et al., 2022). Oleh sebab itu, akun "plengerfamily" dipahami sebagai ruang interaksi antara keluarga, audiens, representasi anak, dan ekonomi platform.

Representasi

Representasi merupakan proses pembentukan makna yang membuat suatu individu atau kelompok dipahami melalui bahasa, visual, simbol, dan narasi tertentu. Fairclough (2023) menjelaskan bahwa representasi dalam wacana tidak bersifat netral karena selalu melibatkan pilihan mengenai aspek realitas yang ditampilkan, ditekankan, atau dihilangkan. Dalam media sosial, proses tersebut menjadi lebih kompleks karena representasi diproduksi melalui kombinasi teks, visual, suara, dan performansi. Papacharissi (2021) menunjukkan bahwa lingkungan digital menjadi ruang tempat identitas terus diproduksi dan dinegosiasikan melalui praktik komunikasi. Dalam konteks *sharenting*, orang tua berperan sebagai produsen utama

representasi karena menentukan bagaimana kehidupan anak ditampilkan kepada audiens. Barnes & Potter (2021) menegaskan bahwa keputusan orang tua untuk membagikan informasi anak memiliki konsekuensi terhadap privasi dan identitas digital. Dengan demikian, representasi anak perlu dipahami sebagai hasil konstruksi komunikasi, bukan sebagai gambaran objektif terhadap kehidupan anak.

Representasi anak dalam media sosial juga berkaitan dengan relasi kuasa antara pihak yang menghasilkan konten dan pihak yang direpresentasikan. Kopecky et al. (2020) menunjukkan bahwa orang tua memiliki kendali besar dalam menentukan jenis informasi anak yang dipublikasikan, sedangkan anak belum tentu memiliki posisi setara dalam pengambilan keputusan tersebut. Representasi yang diproduksi secara konsisten dapat membentuk karakter tertentu yang kemudian dikenali dan diterima audiens. Dalam ekonomi perhatian, pengulangan karakter tersebut juga dapat mendukung visibilitas konten dan keberlanjutan hubungan dengan pengikut Abidin (2021b). Pada saat yang sama, identitas digital yang terbentuk melalui publikasi tersebut dapat tersimpan sebagai jejak digital dalam jangka panjang dan menimbulkan implikasi bagi privasi anak (Kumar et al., 2023). Oleh karena itu, representasi dalam penelitian ini dipahami sebagai arena tempat identitas anak, kekuasaan orang tua, logika platform, dan pemaknaan audiens saling berinteraksi.

Sharenting

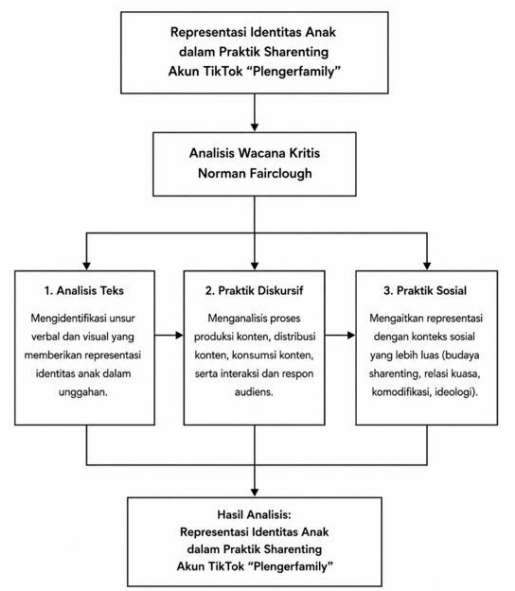
Sharenting merupakan praktik komunikasi digital ketika orang tua membagikan foto, video, informasi, maupun narasi mengenai kehidupan anak melalui media sosial. Livingstone & Blum-Ross (2020) menjelaskan bahwa praktik tersebut menjadi bagian dari kehidupan keluarga digital karena orang tua semakin sering mendokumentasikan perkembangan anak melalui platform daring. Aktivitas ini melibatkan proses seleksi dan kurasi karena orang tua menentukan bagian kehidupan anak yang layak disampaikan kepada publik. Barnes & Potter (2021) menekankan bahwa literasi digital orang tua penting untuk memahami konsekuensi dari keputusan tersebut, terutama terkait privasi dan pengelolaan informasi. Salah satu persoalan utama dalam *sharenting* adalah terbentuknya jejak digital anak bahkan sebelum mereka mampu memahami atau memberikan persetujuan terhadap publikasi tersebut. Kondisi ini menghasilkan negosiasi antara hak orang tua untuk berekspresi dan hak anak terhadap privasi serta identitas digitalnya sendiri (Walrave, 2023).

Dalam akun keluarga dengan audiens besar, *sharenting* dapat berkembang dari aktivitas berbagi personal menjadi praktik komunikasi yang terstruktur dan memiliki nilai ekonomi. Jorge et al. (2022) menunjukkan bahwa *professional sharenting* menghubungkan kehidupan keluarga dengan produksi konten profesional dan aktivitas *influencer*. Pengalaman serta

identitas anak dapat menjadi sumber daya simbolik yang mendukung keterlibatan pengguna dan citra keluarga. Abidin (2021b) menjelaskan bahwa dalam ekonomi perhatian, konten memperoleh nilai melalui visibilitas, interaksi, dan kemampuan mempertahankan audiens. Namun, penggunaan kehidupan anak sebagai bagian dari aktivitas tersebut juga meningkatkan persoalan privasi dan risiko digital. Kopecky et al. (2020) menunjukkan bahwa informasi yang dibagikan orang tua dapat menimbulkan konsekuensi yang sulit dikendalikan setelah tersebar secara daring. Karena itu, *sharenting* dipahami sebagai praktik yang mempertemukan komunikasi keluarga, representasi anak, hak privasi, dan ekonomi platform.

Kerangka Analisis Penelitian

Penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough sebagai kerangka utama untuk memahami bagaimana identitas anak dibentuk dalam konten TikTok "plengerfamily". Fairclough (2023) membagi analisis ke dalam tiga dimensi, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Dimensi teks digunakan untuk mengidentifikasi pilihan bahasa, narasi, *caption*, visual, musik, dan elemen representasional yang membentuk gambaran mengenai anak. Dimensi praktik diskursif menelaah proses produksi, distribusi, serta konsumsi konten oleh keluarga dan audiens. Sementara itu, praktik sosial digunakan untuk menghubungkan konten dengan konteks yang lebih luas seperti norma keluarga, budaya *sharenting*, dan ekonomi platform. Karakter TikTok yang mengintegrasikan berbagai bentuk komunikasi mendukung penggunaan pendekatan tersebut (Kaye et al., 2021). Analisis juga mempertimbangkan logika visibilitas media sosial yang memengaruhi proses produksi serta penyebaran representasi digital (Abidin, 2021a, 2021b).



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian.

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan Fairclough (2023).

Pada Penjelasan Gambar 1, penelitian menempatkan konten "plengerfamily" bukan sekadar sebagai video hiburan, tetapi sebagai praktik komunikasi yang membentuk pemaknaan tertentu mengenai identitas anak. Fairclough (2023) menegaskan bahwa hubungan antara teks dan praktik sosial memungkinkan peneliti mengidentifikasi bagaimana suatu representasi diproduksi sekaligus dinormalisasi dalam kehidupan masyarakat. Representasi anak dalam konten juga dipengaruhi oleh keputusan orang tua sebagai produsen serta oleh mekanisme platform yang menentukan visibilitas konten. Livingstone & Blum-Ross (2020) menunjukkan bahwa praktik keluarga digital membentuk cara pengalaman anak dipublikasikan dan dimaknai oleh khalayak. Dalam ekonomi perhatian, mekanisme tersebut semakin kompleks karena nilai konten bergantung pada keterlibatan dan keberlanjutan perhatian audiens (Abidin, 2021b). Oleh karena itu, kerangka penelitian diarahkan untuk menjelaskan bagaimana identitas anak dikonstruksi melalui hubungan antara wacana keluarga, praktik *sharenting*, audiens, dan struktur sosial digital.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) untuk mengkaji representasi identitas anak dalam praktik *sharenting* pada unggahan akun TikTok "plengerfamily". Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada proses pemaknaan terhadap berbagai bentuk komunikasi yang muncul dalam konten digital, termasuk teks, visual, audio, *caption*, serta konteks sosial yang melingkupinya. Melalui pendekatan ini, konten TikTok tidak hanya dipahami sebagai materi audiovisual, tetapi juga sebagai praktik komunikasi yang membentuk, mereproduksi, dan menyebarkan makna tertentu mengenai identitas anak dalam ruang digital.

Penelitian ini tidak melibatkan wawancara maupun interaksi langsung dengan subjek penelitian. Seluruh data diperoleh dari konten yang telah dipublikasikan secara terbuka pada akun TikTok "plengerfamily". Analisis difokuskan pada unsur verbal, visual, audio, narasi, *caption*, simbol, serta konteks sosial yang berkaitan dengan representasi anak. Pendekatan ini memungkinkan peneliti melakukan pembacaan secara kritis terhadap konten digital sebagai bentuk praktik komunikasi dan praktik sosial dalam media baru. Dengan demikian, penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana identitas anak dikonstruksi melalui proses produksi dan penyajian konten, serta bagaimana representasi tersebut berkaitan dengan praktik *sharenting* dalam lingkungan media sosial.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough. Metode ini digunakan untuk mengkaji bagaimana bahasa, visual, narasi, dan berbagai elemen komunikasi digital membentuk makna serta merepresentasikan identitas anak dalam praktik *sharenting*. Analisis tidak hanya berfokus pada isi konten yang terlihat secara langsung, tetapi juga memperhatikan proses pembentukan dan penyebaran wacana serta konteks sosial yang melatarbelakanginya. Pendekatan ini memungkinkan penelitian mengidentifikasi bagaimana anak ditampilkan melalui pilihan *caption*, tagar, dialog, ekspresi, aktivitas, dan komposisi visual dalam setiap unggahan. Selain itu, analisis diarahkan untuk memahami posisi orang tua sebagai produsen konten dan anak sebagai subjek yang direpresentasikan. Dengan demikian, metode ini sesuai untuk mengungkap konstruksi identitas anak serta relasi kuasa yang muncul dalam praktik *sharenting* pada akun TikTok "plengerfamily".

Model Analisis Wacana Kritis Fairclough memandang wacana sebagai praktik sosial yang dianalisis melalui tiga dimensi yang saling berkaitan, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Dimensi teks digunakan untuk menganalisis bahasa, *caption*, tagar, narasi, visual, simbol, ekspresi, dan elemen komunikasi lain yang membentuk representasi anak. Dimensi praktik diskursif digunakan untuk menelaah proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten, termasuk cara orang tua mengonstruksi unggahan serta bagaimana audiens memberikan respons melalui komentar dan bentuk interaksi digital lainnya. Selanjutnya, dimensi praktik sosial digunakan untuk menghubungkan temuan dengan konteks yang lebih luas, terutama budaya *sharenting*, privasi dan jejak digital anak, persetujuan anak (*consent*), relasi kuasa antara orang tua dan anak, serta ekonomi platform digital. Ketiga dimensi tersebut dianalisis secara terpadu untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai konstruksi identitas anak pada akun TikTok "plengerfamily".

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konten video pada akun TikTok "plengerfamily" yang menampilkan anak dalam berbagai aktivitas keluarga. Akun tersebut dipilih secara *purposive* karena secara konsisten memproduksi dan mempublikasikan konten yang menempatkan anak sebagai salah satu figur utama dalam narasi keluarga. Konten yang ditampilkan mencakup aktivitas keseharian, pendidikan alternatif, kegiatan usaha keluarga, kemandirian anak, serta interaksi antara anak dan orang tua. Karakteristik tersebut relevan dengan fokus penelitian karena memperlihatkan praktik *sharenting* sekaligus proses pembentukan representasi identitas anak melalui unsur verbal, visual, dan naratif. Dalam penelitian ini, akun TikTok

"plengerfamily" diposisikan sebagai sumber produksi wacana, sedangkan konten yang merepresentasikan anak menjadi objek utama yang dianalisis.

Penelitian dilakukan secara daring (*online*) melalui observasi nonpartisipan terhadap konten yang telah dipublikasikan secara terbuka pada akun TikTok "plengerfamily". Peneliti tidak terlibat dalam proses produksi konten maupun melakukan interaksi langsung dengan pemilik akun atau anak yang ditampilkan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak melibatkan narasumber, informan, maupun proses wawancara. Data penelitian sepenuhnya bersumber dari dokumen digital yang tersedia pada akun tersebut, meliputi video, dialog, *caption*, teks pada layar, komentar audiens, ekspresi, gestur, serta elemen visual dan audio yang relevan. Data tersebut selanjutnya dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian untuk mengidentifikasi bagaimana identitas anak dikonstruksi dan direpresentasikan melalui praktik *sharenting* dalam ruang publik digital.

Gambaran Umum Objek Penelitian

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang mengandalkan sistem rekomendasi algoritmik, format mikro-video, penyuntingan multimodal, serta partisipasi pengguna dalam produksi dan distribusi konten. Melalui fitur *For You Page*, suatu konten dapat menjangkau audiens yang luas berdasarkan pola interaksi dan tingkat keterlibatan pengguna. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai ruang komunikasi digital yang memadukan unsur visual, audio, teks, musik, dan performansi dalam membentuk serta menyampaikan makna. Dalam konteks Indonesia, perkembangan penggunaan TikTok juga berlangsung seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menjadikan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan dan penyebaran berbagai wacana sosial, termasuk mengenai kehidupan keluarga, pola pengasuhan, pendidikan, aktivitas anak, serta representasi identitas anak di ruang publik digital.

Perkembangan TikTok turut mendorong munculnya konten keluarga atau *family vlogging* yang menjadikan aktivitas keseharian keluarga sebagai bagian dari konten publik. Konten tersebut umumnya menampilkan interaksi antaranggota keluarga, kegiatan domestik, pendidikan, pekerjaan, hiburan, serta berbagai pengalaman personal yang dikemas dalam bentuk audiovisual. Ketika anak menjadi figur utama dalam konten, aktivitas tersebut berkaitan dengan praktik *sharenting*, yaitu tindakan orang tua dalam membagikan informasi, pengalaman, maupun kehidupan anak melalui media sosial. Akun TikTok "plengerfamily" merupakan salah satu akun keluarga yang secara konsisten menampilkan anak dalam berbagai aktivitas keseharian, seperti kegiatan belajar, aktivitas rumah tangga, produksi *cookies*,

pengembangan keterampilan, dan interaksi sosial. Atas dasar karakteristik tersebut, akun "plengerfamily" dipilih sebagai objek penelitian untuk memahami bagaimana identitas anak dikonstruksi dan direpresentasikan melalui teks, visual, narasi, serta praktik komunikasi keluarga dalam ruang digital.

Profil dan Karakteristik Akun TikTok "plengerfamily"

Akun TikTok "plengerfamily" menggunakan nama tampilan "Plenger = Pursue LovE Not anGER" dan secara konsisten menampilkan kehidupan keluarga dengan anak sebagai figur sentral dalam berbagai unggahan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Juni 2026, akun tersebut memiliki sekitar 81,5 ribu pengikut, mengikuti 60 akun, serta telah memperoleh sekitar 20,8 juta tanda suka secara kumulatif. Pada bagian profil, akun ini membangun narasi mengenai pengalaman keluarga dalam menghadapi perundungan yang kemudian dikonstruksi menjadi pesan positif melalui slogan "dari *bully* menjadi rejeki" dan *tagline* "Pursue LovE Not anGER". Secara tematik, konten yang dipublikasikan berfokus pada aktivitas keseharian keluarga, pendidikan alternatif, kegiatan usaha *cookies*, pembentukan kemandirian, serta penanaman etos kerja pada anak. Tema-tema tersebut ditampilkan secara berulang melalui narasi audiovisual dan penggunaan tagar tertentu, sehingga membentuk karakter dan identitas akun yang relatif konsisten di ruang digital.



Gambar 2. Profil Akun TikTok "plengerfamily".

Sumber: Dokumentasi peneliti dari akun TikTok "plengerfamily", Juni 2026.

Selain berfungsi sebagai media dokumentasi kehidupan keluarga, akun TikTok "plengerfamily" berkembang menjadi ruang produksi konten yang terintegrasi dengan aktivitas ekonomi digital. Keterlibatan anak dalam berbagai kegiatan keluarga, proses produksi *cookies*, hingga promosi produk menunjukkan adanya hubungan antara praktik *sharenting*, pembentukan citra keluarga, dan kepentingan komersial. Kehadiran fitur TikTok Shop semakin memperkuat fungsi akun sebagai media pemasaran, karena perhatian dan keterlibatan audiens dapat mendukung aktivitas usaha keluarga. Akun ini mulai mengunggah konten sejak Februari 2020 dan memperoleh perhatian yang semakin luas pada awal 2026, terutama melalui konten yang menampilkan keseharian, pendidikan alternatif, kemandirian, dan aktivitas produktif anak. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa "plengerfamily" tidak hanya menjadi ruang

untuk membagikan kehidupan keluarga, tetapi juga berkembang sebagai unit produksi konten, pembentukan identitas keluarga, serta aktivitas ekonomi digital yang melibatkan anak sebagai salah satu figur utama.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini mencakup unsur verbal, visual, dan interaksi simbolik yang terdapat dalam unggahan akun TikTok "plengerfamily". Unsur verbal meliputi *caption*, dialog, narasi, serta teks pada layar yang digunakan untuk membangun makna dan menggambarkan identitas anak. Unsur visual mencakup ekspresi, gestur, pakaian, aktivitas, latar, serta bentuk penampilan anak dalam setiap konten. Sementara itu, interaksi simbolik dianalisis melalui peran anak dalam video, pola hubungan antara anak dan orang tua, serta cara karakter tertentu dilekatkan pada anak secara berulang. Ketiga unsur tersebut dianalisis secara terpadu karena representasi identitas dalam konten TikTok tidak hanya dibentuk melalui bahasa, tetapi juga melalui kombinasi visual, tindakan, dan hubungan antarpelaku yang membangun makna tertentu mengenai identitas anak dalam praktik *sharenting*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi nonpartisipan, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan mengamati unggahan pada akun TikTok "plengerfamily" tanpa terlibat dalam proses produksi konten maupun berinteraksi langsung dengan pemilik akun. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data digital yang relevan berupa video, tangkapan layar (*screenshot*), *caption*, teks pada layar, komentar audiens, serta elemen visual dan audio yang berkaitan dengan representasi identitas anak. Selanjutnya, studi pustaka dilakukan dengan menelaah literatur yang berkaitan dengan *sharenting*, representasi identitas anak, media sosial, TikTok, dan Analisis Wacana Kritis sebagai landasan konseptual dalam proses interpretasi data. Penelitian ini tidak melibatkan wawancara atau informan secara langsung karena seluruh data penelitian bersumber dari konten digital yang telah dipublikasikan secara terbuka dan dianalisis sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough yang mencakup tiga dimensi analisis, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Analisis teks dilakukan dengan mengidentifikasi unsur bahasa, *caption*, dialog, narasi, visual, simbol, ekspresi, gestur, serta elemen lain yang membentuk representasi identitas anak dalam konten. Analisis praktik diskursif diarahkan pada proses produksi, konstruksi, distribusi, dan konsumsi konten, termasuk respons audiens melalui komentar, tanda

suka (*likes*), serta pola penyebaran unggahan. Selanjutnya, analisis praktik sosial dilakukan dengan menghubungkan temuan pada kedua dimensi sebelumnya dengan konteks sosial yang lebih luas, seperti budaya *sharenting*, ekonomi platform, komodifikasi pengalaman anak, serta relasi kuasa antara orang tua sebagai produsen konten dan anak sebagai pihak yang direpresentasikan. Ketiga dimensi tersebut dianalisis secara terpadu untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konstruksi identitas anak dalam akun TikTok "plengerfamily".

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan observasi nonpartisipan terhadap unggahan akun TikTok "plengerfamily" selama periode 5 Januari hingga 25 Juni 2026, diperoleh 36 video yang memenuhi kriteria sebagai unit analisis penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa identitas anak secara dominan direpresentasikan melalui tiga pola utama, yaitu sebagai "pengusaha cilik", anak yang mandiri, dan pembelajar dalam sistem pendidikan alternatif. Representasi tersebut dibangun secara berulang melalui penggunaan tagar seperti *#pengusahacilik*, *#bakercilik*, *#plengercookies*, *#jane11yo,* dan *#praktisihomeschooling*. Secara visual, anak juga konsisten ditampilkan dalam berbagai aktivitas, seperti produksi dan pengemasan *cookies*, pengelolaan hasil penjualan, kegiatan belajar, pekerjaan rumah, pengembangan keterampilan, hingga kelas *modeling*. Pengulangan bahasa, tagar, aktivitas, dan pola visual tersebut menunjukkan bahwa representasi anak tidak muncul secara acak, tetapi membentuk citra yang relatif konsisten sebagai anak yang produktif, mandiri, terampil, dan aktif dalam berbagai kegiatan keluarga.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa praktik *sharenting* pada akun "plengerfamily" memperlihatkan dominasi peran orang tua dalam proses produksi, pengelolaan, dan publikasi konten. Orang tua berperan sebagai produsen sekaligus kurator yang menentukan tema, narasi, serta konten yang dipublikasikan, sedangkan anak menjadi figur utama yang direpresentasikan kepada audiens. Temuan yang menonjol terlihat pada unggahan tanggal 18 Mei 2026 ketika anak mengalami kegagalan dalam membuat *cookies*, menunjukkan respons emosional, dan meminta agar momen tersebut tidak dipublikasikan, tetapi video tetap ditayangkan. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya ketegangan antara keputusan orang tua sebagai pengelola akun dan persetujuan anak (*consent*) sebagai subjek yang direpresentasikan. Selain itu, publikasi mengenai usia, rutinitas, aktivitas belajar, kegiatan ekonomi, dan kehidupan sosial secara berulang membentuk jejak digital anak serta

memperlihatkan semakin kaburnya batas antara kehidupan privat keluarga dan ruang publik digital. Contoh temuan tersebut disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Contoh Representasi Anak dalam Praktik *Sharenting* pada Akun TikTok "plengerfamily".

Sumber: Dokumentasi peneliti dari akun TikTok "plengerfamily", 18 Mei 2026.

Gambar 3 memperlihatkan salah satu temuan penting terkait persoalan persetujuan anak (*consent*) dalam praktik *sharenting* pada akun TikTok "plengerfamily". Pada unggahan tersebut, anak menunjukkan respons emosional ketika hasil pembuatan *cookies* tidak sesuai dengan harapan dan menyampaikan keinginan agar momen tersebut tidak dipublikasikan. Namun, rekaman tersebut tetap diunggah dan dapat diakses oleh audiens. Kondisi ini menunjukkan adanya ketegangan antara keinginan anak untuk menjaga pengalaman personalnya dengan keputusan orang tua sebagai pengelola dan produsen konten. Publikasi momen tersebut juga memperlihatkan semakin kaburnya batas antara pengalaman privat anak dan kebutuhan produksi konten keluarga di ruang digital. Dalam penelitian ini, Gambar 3 tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai bukti empiris mengenai relasi kuasa dalam proses publikasi konten. Dengan demikian, persetujuan anak menjadi aspek penting dalam memahami bagaimana identitas, pengalaman personal, dan kehidupan emosional anak dikonstruksi serta dipublikasikan melalui praktik *sharenting*.

Tabel 2. Sintesis Temuan Utama Penelitian.

Dimensi Analisis	Temuan Utama	Makna Representasi
Teks	Pengulangan *#pengusahacilik*, *#bakercilik*, *#jane11yo*, dan *#plengercookies*	Anak dikonstruksi sebagai figur produktif dan pelaku usaha
Visual	Aktivitas produksi, pengemasan, belajar, pekerjaan rumah, dan *modeling*	Produktivitas dan kemandirian menjadi citra dominan anak
Praktik Diskursif	Orang tua mengendalikan tema, narasi, publikasi, dan respons terhadap audiens	Otoritas representasi lebih dominan berada pada orang tua
Praktik Sosial	Konten keluarga terhubung dengan TikTok Shop dan promosi usaha	Kehidupan anak beririsan dengan ekonomi digital keluarga
Privasi dan *Consent*	Informasi usia, rutinitas, ekonomi, serta keberatan anak tetap dipublikasikan	Muncul persoalan jejak digital dan keterbatasan persetujuan anak

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan 36 unit analisis.

Pembahasan

Temuan mengenai dominasi identitas "pengusaha cilik" menunjukkan bahwa representasi anak pada akun TikTok "plengerfamily" dibangun melalui hubungan yang kuat antara wacana pendidikan dan produktivitas ekonomi. Aktivitas produksi *cookies*, pengemasan produk, pengelolaan hasil penjualan, pekerjaan rumah, serta berbagai bentuk kemandirian secara konsisten ditempatkan sebagai bagian dari proses pembelajaran anak. Penyandingan tagar bertema pendidikan dengan tagar perdagangan membentuk hubungan diskursif antara aktivitas "belajar" dan "bekerja", sehingga keterlibatan anak dalam usaha keluarga direpresentasikan sebagai bagian yang wajar dari pendidikan dan pembentukan karakter. Pola tersebut menunjukkan bahwa identitas anak yang ditampilkan bukan gambaran yang sepenuhnya menyeluruh, melainkan hasil seleksi terhadap karakter tertentu yang sesuai dengan narasi keluarga. Pengulangan aktivitas produktif, kemandirian, dan kewirausahaan kemudian membentuk citra yang mudah dikenali oleh audiens. Dengan demikian, representasi anak sebagai "pengusaha cilik" menjadi identitas dominan yang terus dipertahankan melalui bahasa, visual, tagar, dan pola produksi konten.

Pada dimensi praktik diskursif, hubungan antara orang tua dan anak memperlihatkan adanya ketimpangan dalam pengendalian representasi. Orang tua memiliki posisi dominan karena menentukan tema konten, *caption*, tagar, waktu publikasi, pemilihan aktivitas, serta arah narasi yang disampaikan kepada audiens. Sementara itu, anak menjadi figur utama yang tampil di depan kamera dan menjalankan berbagai aktivitas yang kemudian dikonstruksi menjadi bagian dari identitas digitalnya. Pada beberapa unggahan, anak memang menunjukkan bentuk agensi, misalnya ketika menjelaskan materi pembelajaran, membuat produk, atau melakukan kegiatan secara mandiri. Namun, keterlibatan tersebut tidak selalu menunjukkan bahwa anak memiliki kewenangan yang sama dalam menentukan publikasi konten. Temuan pada Gambar 3 memperkuat kondisi tersebut karena keberatan anak terhadap publikasi pengalaman emosionalnya tidak diikuti dalam keputusan akhir untuk menayangkan video. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterlibatan anak secara aktif di dalam konten belum tentu sejalan dengan keterlibatannya dalam pengambilan keputusan mengenai bagaimana dirinya direpresentasikan di ruang publik digital.

Pada dimensi praktik sosial, *sharenting* dalam akun "plengerfamily" memperlihatkan keterkaitan antara kehidupan keluarga, aktivitas ekonomi digital, pembentukan citra, dan persoalan privasi anak. Integrasi TikTok Shop, promosi *cookies*, penggunaan identitas keluarga sebagai merek, serta keterlibatan anak secara konsisten menunjukkan bahwa aktivitas keluarga tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kehidupan sehari-hari, tetapi juga menjadi bagian

dari produksi konten yang memiliki nilai ekonomi. Dalam proses tersebut, berbagai informasi mengenai anak, seperti usia, rutinitas, kegiatan belajar, aktivitas ekonomi, keterampilan, kehidupan sosial, hingga pengalaman emosional, secara bertahap membentuk jejak digital yang dapat terus tersimpan dan diakses oleh publik. Kondisi ini menunjukkan adanya pertemuan antara manfaat yang ditampilkan melalui narasi pendidikan, kemandirian, kreativitas, dan kewirausahaan dengan berbagai risiko yang berkaitan dengan privasi, persetujuan (*consent*), dan kontrol anak terhadap identitas digitalnya. Dengan demikian, praktik *sharenting* pada akun tersebut perlu dipahami sebagai praktik sosial yang melibatkan kepentingan keluarga, ekonomi platform, serta hak anak atas representasi dirinya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, dapat disimpulkan bahwa identitas anak dalam praktik *sharenting* pada akun TikTok "plengerfamily" secara dominan direpresentasikan sebagai "pengusaha cilik", anak yang mandiri, produktif, terampil, dan pembelajar dalam sistem pendidikan alternatif. Representasi tersebut dikonstruksi secara konsisten melalui penggunaan bahasa, tagar, narasi, dan visual yang menghubungkan aktivitas pendidikan dengan kegiatan produktif dan ekonomi keluarga. Aktivitas produksi *cookies*, pengelolaan hasil penjualan, pekerjaan rumah, kegiatan belajar, serta pengembangan keterampilan ditampilkan secara berulang sehingga membentuk identitas digital anak yang relatif konsisten. Melalui dimensi teks, praktik diskursif, dan praktik sosial, ditemukan bahwa batas antara kegiatan belajar, kehidupan keluarga, dan aktivitas ekonomi menjadi semakin kabur. Dengan demikian, identitas anak yang tampil di ruang digital bukan sekadar dokumentasi kehidupan sehari-hari, melainkan hasil konstruksi melalui proses pemilihan dan pengemasan konten oleh pengelola akun.

Praktik *sharenting* pada akun TikTok "plengerfamily" juga menunjukkan adanya relasi kuasa yang cenderung didominasi oleh orang tua sebagai produsen, kurator, dan pengelola konten, sementara anak menjadi figur utama yang direpresentasikan kepada publik. Kondisi tersebut terlihat dari pengendalian orang tua terhadap tema, narasi, tagar, waktu publikasi, serta keputusan akhir mengenai konten yang ditayangkan. Meskipun anak pada beberapa unggahan menunjukkan kemandirian dan agensi, keterlibatan tersebut belum selalu diikuti dengan posisi yang setara dalam menentukan representasi digital dirinya, terutama ketika terdapat keberatan terhadap publikasi pengalaman personal. Publikasi berulang mengenai usia, rutinitas, aktivitas pendidikan, kegiatan ekonomi, kehidupan sosial, dan pengalaman emosional juga membentuk

jejak digital anak secara kumulatif. Secara keseluruhan, praktik *sharenting* pada akun tersebut memperlihatkan pertemuan antara manfaat pendidikan, kemandirian, dan ekonomi keluarga dengan persoalan privasi, persetujuan (*consent*), serta kontrol anak terhadap identitas digitalnya.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, orang tua atau pengelola akun keluarga disarankan untuk lebih memperhatikan kepentingan dan hak anak sebelum memproduksi serta mempublikasikan konten yang melibatkan kehidupan mereka. Persetujuan (*consent*) anak perlu ditempatkan sebagai pertimbangan penting, terutama ketika konten menampilkan pengalaman emosional, aktivitas personal, rutinitas, informasi usia, kegiatan ekonomi, maupun aspek kehidupan lain yang dapat membentuk jejak digital dalam jangka panjang. Ketika anak menyampaikan keberatan terhadap perekaman atau publikasi suatu konten, keputusan tersebut sebaiknya dihormati sebagai bagian dari perlindungan terhadap privasi dan otonomi anak. Selain itu, masyarakat dan pendidik perlu meningkatkan literasi digital mengenai praktik *sharenting* agar tidak hanya melihat konten keluarga berdasarkan nilai hiburan, pendidikan, atau produktivitasnya, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana publikasi yang dilakukan secara terus-menerus dapat memengaruhi privasi, identitas digital, dan kesejahteraan anak di masa mendatang.

Bagi pengembangan penelitian selanjutnya, kajian mengenai representasi identitas anak dalam praktik *sharenting* dapat diperluas dengan melibatkan lebih dari satu akun *family vlogging* agar diperoleh pemahaman yang lebih beragam mengenai pola representasi anak pada media sosial. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk mengidentifikasi perbedaan konstruksi identitas anak berdasarkan karakteristik masing-masing media. Selain analisis terhadap konten yang telah dipublikasikan, pendekatan wawancara mendalam dengan orang tua, audiens, praktisi komunikasi, atau pihak lain yang relevan dapat digunakan untuk memperkaya pemahaman mengenai proses produksi dan penerimaan wacana *sharenting*. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk mengamati perubahan representasi identitas anak dalam periode yang lebih panjang. Selain itu, perspektif komunikasi dapat dipadukan dengan kajian hukum, etika media, dan perlindungan anak untuk memperdalam pembahasan mengenai privasi, persetujuan, komersialisasi, dan hak anak atas identitas digitalnya.

DAFTAR REFERENSI

Abele, A. E., Ellemers, N., Fiske, S. T., Koch, A., & Yzerbyt, V. (2021). Navigating the Social World: Shared Horizontal and Vertical Dimensions for Evaluating Self, Individuals, and Groups. *Psychological Review, 128*, 290–314.

Abidin, C. (2021a). From ``Networked Publics'' to ``Refracted Publics'': A Companion Framework for Researching ``Below the Radar'' Studies. *Social Media + Society*, *7*(1), 2056305120984458.

Abidin, C. (2021b). Mapping Internet Celebrity on {TikTok}: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science*, *12*(1), 77–104.

Barnes, R., & Potter, A. (2021). Sharenting and Parents' Digital Literacy: An Agenda for Future Research. *Communication Research and Practice*, *7*(1), 6–20.

DataReportal. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia

Duffy, B. E., Pinch, A., Sannon, S., & Sawey, M. (2021). The Nested Precarities of Creative Labor on Social Media. *Social Media + Society*, *7*(2), 20563051211021370.

Fairclough, N. (2023). Critical Discourse Analysis. In *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (pp. 11–22). Routledge.

Jorge, A., Marôpo, L., Coelho, A. M., & Novello, L. (2022). Mummy Influencers and Professional Sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, *25*(1), 166–182.

Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The Co-Evolution of Two Chinese Mobile Short Video Apps: Parallel Platformization of {Douyin} and {TikTok}. *Mobile Media \& Communication*, *9*(2), 229–253.

Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The Phenomenon of Sharenting and Its Risks in the Online Environment: Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, *110*, 104812.

Kumar, P. C., O'Connell, F., Li, L., Byrne, V. L., Chetty, M., Clegg, T. L., & Vitak, J. (2023). Understanding Research Related to Designing for Children's Privacy and Security: A Document Analysis. *Proceedings of the 22nd Annual ACM Interaction Design and Children Conference*, 335–354.

Livingstone, S. M., & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives*. Oxford University Press.

Papacharissi, Z. (2021). *After Democracy: Imagining Our Political Future*. Yale University Press.

S, M. D. K., Auliya, M., Aurelia, D., Dewi, Z. K., Natalia, R. R. B., & Pujiastuti, S. (2026). *Analisis Terhadap Eksploitasi Anak dan Respon Audiens pada Akun {TikTok} {@Plenger = Pursue Love Not Anger}*. *3*(4), 591–596.

Walrave, M. (2023). The Translucent Family: Sharenting and Privacy Negotiations between Children and Parents. In *The Routledge Handbook of Privacy and Social Media* (pp. 165–174). Routledge.