

AKTIVITAS SHARENTING DI MEDIA SOSIAL
(STUDI NETNOGRAFI PADA AKUN TIKTOK @ABE_DAILY)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

OCI KHAIRANI SYAFARA

NIM. 12240321433

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Oci Khairani Syafara
NIM : 12240321433
Judul : Aktivitas Sharenting di Media Sosial (Studi Netnografi pada Akun Tiktok @abe_daily)

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Desember 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 7 Januari 2026



Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Penguji III,

Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Sekretaris/ Penguji II,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji IV,

Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19920512 202321 2 048

Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

AKTIVITAS SHARENTING DI MEDIA SOSIAL (STUDI NETNOGRAFI PADA AKUN TIKTOK @ABE_DAILY)

Disusun oleh :

Oci Khairani Syafara
NIM. 12240321433

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 8 November 2025

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

UIN SUSKA RIAU

1. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 12 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oci Khairani Syafara

NIM : 12240321433

Tempat/Tgl. Lahir : Tanjungpinang, 26 September 2002

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

“AKTIVITAS SHARENTING DI MEDIA SOSIAL (STUDI NETNOGRAFI PADA AKUN TIKTOK @ABE_DAILY)”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 12 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Oci Khairani Syafara

NIM. 12240321433

Hak Cipta Dan Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Oci Khairani Syafara
NIM : 12240321433
Judul : Aktivitas Sharenting Di Media Sosial (Studi Netnografi Pada Akun Tiktok @Abe_Daily)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 5 Mei 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Mei 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Penguji II,

Umar Abdur Rahim SM, S.Sos.I., MA
NIP.19850528 202321 1 013

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Stat Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Pekanbaru, 8 Desember 2025

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 di- Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Oci Khairani Syafara

NIM : 12240321433

Judul Skripsi : Aktivitas Sharenting Di Media Sosial (Studi Netnografi Pada Akun Tiktok @Abe_Daily)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
 Dosen Pembimbing,

Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
 NIP. 19861006 201903 2 010

Mengetahui
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Mustiady, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 003

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menjiplak atau menyalin dengan cara apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



ABSTRAK

Nama : Oci Khairani Syafara
NIM : 12240321433
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Aktivitas *Sharenting* Di Media Sosial
 (Studi Netnografi Pada Akun TikTok @Abe_daily)

Perkembangan media sosial membuat banyak orang tua mulai membagikan aktivitas anak sebagai bentuk dokumentasi digital. Fenomena meningkatnya praktik *sharenting*, yaitu tindakan orang tua membagikan foto atau video anak di ruang publik, khususnya pada platform TikTok yang banyak dimanfaatkan orang tua untuk mendokumentasikan aktivitas anak sehari-hari. Akun TikTok @Abe_daily menjadi salah satu akun yang menampilkan keseharian seorang anak secara konsisten dan menarik perhatian publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk konten dan bentuk komentar netizen terhadap aktivitas *sharenting* di akun TikTok @Abe_daily. Penelitian ini menggunakan metode netnografi menurut enam tahapan Kozinets, yaitu inisiasi, investigasi, interaksi, imersi, integrasi dan inkarnasi. Analisis data dilakukan dengan analisis tematik Braun dan Clarke. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *sharenting* di akun @abe_daily dilakukan secara terstruktur dan berulang melalui unggahan yang menampilkan keseharian anak, ekspresi emosional, interaksi keluarga serta konten komersial. Temuan ini menghasilkan enam tema utama, yaitu hiburan humor anak, interaksi orang tua dan anak, komersialisasi, representasi perkembangan anak, ekspresi emosi anak dan dokumentasi keseharian anak. Komentar netizen memperlihatkan keterlibatan emosional, dukungan, serta persepsi terhadap pola asuh dan perkembangan Abe. Praktik *sharenting* tersebut membentuk identitas digital Abe sehingga memperlihatkan keterlibatan netizen dalam membangun narasi tentang dirinya.

Kata Kunci: *Sharenting*, Netnografi, TikTok, Media Sosial



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Oci Khairani Syafara
NIM : 12240321433
Study Program : communication science
Title : *Sharenting Activities on Social Media*
 (A Netnographic Study of the TikTok Account @Abe_daily)

The development of social media has led many parents to share their children's activities as a form of digital documentation. The phenomenon of increasing sharenting, which is the act of parents sharing photos or videos of their children in public spaces, especially on the TikTok platform, which is widely used by parents to document their children's daily activities. The TikTok account @Abe_daily is one account that consistently displays a child's daily life and attracts public attention. This study aims to determine the form of content and comments from netizens regarding sharenting activities on the TikTok account @Abe_daily. This study uses the netnography method according to Kozinets' six stages, namely initiation, investigation, interaction, immersion, integration, and incarnation. Data analysis was conducted using Braun and Clarke's thematic analysis. The results showed that sharenting on the @abe_daily account was carried out in a structured and repetitive manner through posts that displayed the child's daily life, emotional expressions, family interactions, and commercial content. These findings produced six main themes, namely children's humorous entertainment, parent-child interactions, commercialization, representations of child development, children's emotional expressions, and documentation of children's daily lives. Netizen comments showed emotional involvement, support, and perceptions of Abe's parenting and development. This practice of sharenting shaped Abe's digital identity, revealing netizens' involvement in constructing narratives about him.

Keywords: *Sharenting, Netnography, TikTok, Social Media*



KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil'aalaamiin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang mana atas rahmat dan karunia-Nya telah memberikan kesehatan serta kemudahan jalan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir perkuliahan ini. Sholawat dan salam tak lupa selalu dihadiahkan kepada junjungan serta baginda besar umat muslim, nabi Muhammad SAW yang mana telah membawa peradaban manusia dari zaman kegelapan hingga sampai ke zaman terang benderang yang diridhoi Allah SWT.

Alhamdulillah pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi atau tugas akhir ini dengan judul "Aktivitas *Sharenting* di Media Sosial (Studi Netnografi Pada Akun TikTok @abe_daily)". Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh banyak dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa-doa baik dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis sampaikan banyak terimakasih. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan hormat ucapan terimakasih kepada **Bapak Ahmad Holidi dan Ibu Nur Cahaya**, selaku ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu mendoakan, memberi nasihat dan kasih sayang kepada penulis. Terimakasih dukungan baik secara moril dan materil serta kepercayaannya selama ini. Serta abang saya Muhammad Irfan dan adik-adik saya Alya Anjani Rahmadina dan Muhammad Ramdani yang selalu memberikan dukungan, bantuan serta semangat kepada penulis.

Selain itu, pada kesempatan ini pula penulis juga ingin menyampaikan dengan tulus ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, M.S, S.E, M.Si, AK, CA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil rektor 1 Bapak Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D, Wakil Rektor II Bapak Dr. Alex Wanda, ST., M.Eng, Wakil Rektor III Bapak Dr. Harris Simaremare, M.T.
2. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag., M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Sudianto,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

M.I.Kom, selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Dr. Musfialdy, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ibu Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing Skripsi. Terima kasih sudah membimbing penulis serta waktu yang diluangkan selama penulisan skripsi ini serta dukungan yang diberikan kepada penulis sejak awal hingga akhir proses penulisan.
6. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Penasehat Akademik. Terima kasih atas dukungan, doa dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi atas ilmu dan motivasi yang diberikan selama masa perkuliahan.
8. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membantu penulis menyelesaikan seluruh administrasi surat menyurat selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
9. Ilham Sadesra atas dukungan, perhatian, dan pengertian yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran serta dukungan moral yang senantiasa diberikan menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih telah memberikan saya semangat, menemani dalam keadaan senang maupun susah, kesabaran, masukan, waktu, tenaga serta selalu menemani peneliti sejak kenal melalui kemah *culture* hingga dalam penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir. Semoga sukses selalu Ilham.
10. Suci Febriyani dan Agfrinda nur annisa sahabat saya dari maba hingga akhir perkuliahan ini. Terimakasih telah menjadi sahabat saya disini saat suka maupun duka saya dari awal hingga akhir perkuliahan.
11. Kak dinda yaitu sebagai sahabat sekaligus sosok kakak bagi penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan penguat di saat penulis merasa lelah dan ragu. Nasihat dan doa yang diberikan menjadi sumber semangat yang berarti bagi penulis.
12. Evi Suryani selaku teman sekelas dari maba dan teman skripsi penulis yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

13. Aisya, Balqis dan Nindy selaku teman SMP saya dan Tria, Silvy dan Bismi selaku teman SMA saya yang memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
14. Ines, Dilla, Icha, Sasa, Jevika, Amel, Sabrina, Yenanta, Dinda, Yaya selaku Teman Ciwi till jannah yang menyemangati saya bisa melewati masa perkuliahan saya.
15. Bang Adjie, Arya, Oom hafis, Rizka dan aul selaku teman dekat saya yang selalu menemani dan membantu hingga akhir perkuliahan ini.
16. Teman- teman public relations D yang telah menemani saya selama di pertengahan hingga akhir perkuliahan. Semoga kalian sehat selalu.
17. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2022, KKN Pangkalan Kerinci Kota, Magang PT Transportasi Gas Indonesia RO 3 Pekanbaru, Sema FDK Periode 2025 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
18. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu serta memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
19. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini, meskipun proses yang dijalani tidak selalu mudah. Terima kasih karena mampu melewati hari-hari penuh kelelahan, kebingungan, dan rasa ingin menyerah, namun tetap memilih untuk melanjutkan langkah. Terima kasih karena telah berjuang dalam diam, memikul tanggung jawab ini dengan segala keterbatasan, serta tetap percaya bahwa proses ini akan menemukan akhirnya. Semoga segala usaha, air mata, dan doa yang telah dilalui menjadi pengingat bahwa penulis mampu menyelesaikan hal-hal sulit dalam hidup.

Atas kekurangan dan kesalahan dalam penulisan, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga allah membalas jasa-jasa dan dengan adanya skripsi ini, dapat memberikan pengetahuan serta referensi baru kepada para pembaca dan menambah keberkahan ilmu dunia maupun akhirat.

Pekanbaru, 07 Desember 2025

Penulis

Oci Khairani Svafara
NIM. 12240321433



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Sumber Data Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Validitas Data	32
3.6 Teknik Analisis data	33
BAB IV GAMBARAN UMUM	36
4.1 Akun TikTok @Abe_daily	36
4.2 Konten TikTok mengenai <i>Sharenting</i> pada akun @Abe_daily	37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Hasil Penelitian	52
5.2 Pembahasan	64



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI	PENUTUP.....	71
	6.1 Kesimpulan	71
	6.2 Saran	72
	DAFTAR PUSTAKA	73
	LAMPIRAN	79





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial.....	2
Gambar 1.2 akun TikTok @Abe_daily.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	37
Gambar 4.2 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	38
Gambar 4.3 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	38
Gambar 4.4 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	39
Gambar 4.5 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	40
Gambar 4.6 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	40
Gambar 4.7 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	41
Gambar 4.8 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	42
Gambar 4.9 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	42
Gambar 4.10 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	43
Gambar 4.11 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	44
Gambar 4.12 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	44
Gambar 4.13 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	45
Gambar 4.14 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	46
Gambar 4.15 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	46
Gambar 4.16 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	47
Gambar 4.17 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	48
Gambar 4.18 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	48
Gambar 4.19 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	49
Gambar 4.20 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	50
Gambar 4.21 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	50
Gambar 5.1 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	56
Gambar 5.2 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	57
Gambar 5.3 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	58
Gambar 5.4 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	58
Gambar 5.5 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	59
Gambar 5.6 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	60
Gambar 5.7 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	61
Gambar 5.8 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	61
Gambar 5.9 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	62
Gambar 5.10 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	63
Gambar 5.11 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	63
Gambar 5.12 Konten akun TikTok @Abe_daily.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran *platform* media sosial telah memunculkan suatu fenomena yang dikenal dengan *sharenting*, yang merujuk pada kegiatan orang tua atau keluarga dalam membagikan tentang kehidupan mereka kepada publik. Brosch (2018) menjelaskan bahwa *sharenting* bisa dibagi menjadi tiga kategori, yaitu aktivitas sehari-hari, perjalanan liburan, dan juga peristiwa khusus seperti hari pertama bersekolah (Yusriana, 2023). Fenomena ini telah menjadi suatu tren global seiring dengan bertambahnya pemanfaatan *platform* media sosial. Di Indonesia, hal ini juga sering dilakukan oleh orang tua generasi milenial sebagai usaha untuk memperoleh pengakuan sosial (Hidayanto&Athalarik, 2024). Namun, tindakan *sharenting* di media sosial menimbulkan kekhawatiran mengenai privasi anak, berpotensi adanya eksploitasi dan dampak negatif lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa berbagi konten tanpa izin dari anak dapat mengganggu privasi serta hak-hak mereka. (Lukmantoro, 2024)

Sharenting muncul sebagai salah satu fenomena sosial dalam kehidupan di era digital saat ini. Istilah yang merupakan gabungan antara kata '*share*' yang berarti berbagi dan '*parenting*' yang merujuk pada cara pengasuhan, *sharenting* menjadi tren baru dalam dunia pengasuhan anak. Konsep ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 2012 melalui sebuah artikel dari sebuah surat kabar di New York, Amerika Serikat. Secara umum, istilah ini menggambarkan tindakan orang tua yang membagikan informasi tentang anak mereka di *platform* media sosial. *Sharenting* merujuk pada aktivitas yang dilakukan orang tua terkait cara mendidik dan berbagai kegiatan anak di media sosial. (Chasanah & Alamiyah, 2024)

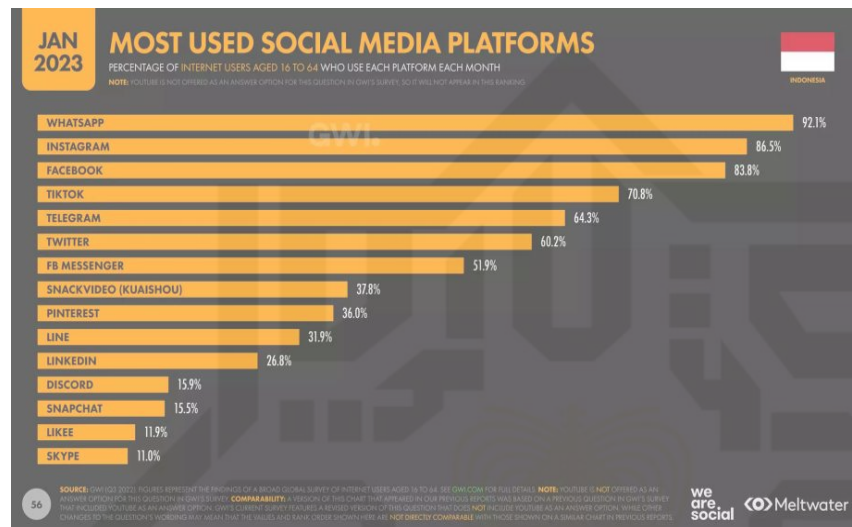
Media Sosial telah menjadi fitur yang sangat diminati oleh masyarakat. Berdasarkan data dari *wearesocial.com*, saat ini ada 167 juta pengguna yang menggunakan media sosial di Indonesia, dan TikTok menempati urutan keempat sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (Pertiwi, W. K., 2023). TikTok adalah salah satu *platform* media sosial terbaru yang telah meraih popularitas luar biasa sejak diluncurkan oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi asal Tiongkok, pada tahun 2016. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan berbagi video pendek dengan berbagai efek kreatif dan musik latar. TikTok berhasil memunculkan *influencer-influencer* baru, yang kemudian dapat memanfaatkan popularitas mereka untuk berbagai tujuan, termasuk pemasaran produk, kampanye sosial, atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membangun citra pribadi. *Influencer* ini juga bukan hanya dari kalangan remaja atau dewasa saja, tapi juga anak-anak. Konten anak-anak yang kemudian mendorong untuk menjadi *influencer* di TikTok sering kali menarik perhatian dengan konten yang lucu, menggemaskan, atau kreatif, sehingga mendapatkan banyak pengikut dan kesempatan untuk bekerja sama dengan berbagai merek. (Tanvaltin & Yuliana, 2024)

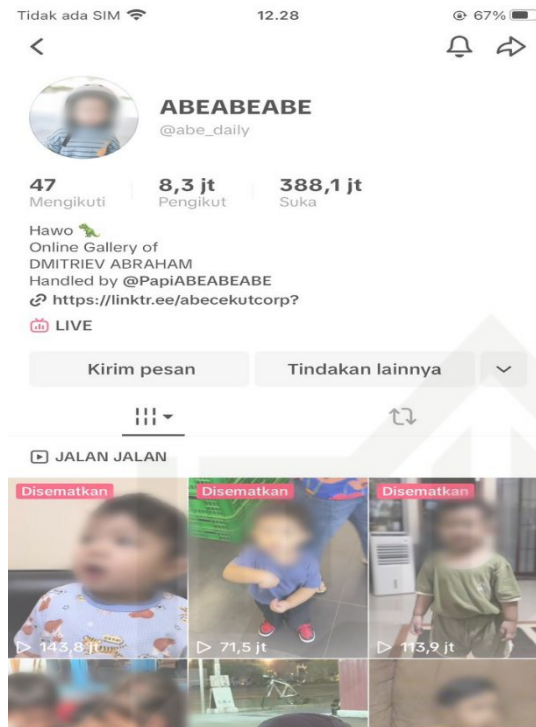


Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial
(Sumber: wearesocial.com)

Akun TikTok dengan nama pengguna @Abe_daily memiliki 8.3 juta pengikut dan telah memiliki *like* 388,1 juta. Akun TikTok @Abe_daily dikelola oleh Christian Benny Hariyanto, yang dikenal sebagai Ayah dari Dmitriev Abraham Hariyanto, atau akrab disapa Abe Cekut. Salah satu *influencer* anak-anak yang banyak disukai oleh pengguna TikTok dikenal sebagai seorang anak dengan kemampuan berkomunikasi yang luar biasa untuk usianya, Abe sering dianggap sebagai bayi yang pintar berbicara. Konten yang dibagikan di akun ini mencakup aktivitas sehari-hari, hiburan, *parenting* hingga percakapan yang sering kali menampilkan interaksi lucu dan menggemaskan antara Abe dan ayahnya. Melalui akun TikTok @Abe_daily, Benny membagikan momen-momen keseharian bersama Abe, yang sering menyapa penggemarnya dengan sebutan "aunty" dan "uncle". Kehangatan dan kedekatan keluarga ini berhasil menarik perhatian banyak pengguna media sosial, menjadikan mereka salah satu keluarga yang digemari di *platform* tersebut. Dengan cara penyampaian yang unik dan kreatif, @Abe_daily berhasil membangun komunitas pengikut yang setia dan aktif berinteraksi melalui komentar dan suka pada setiap unggahannya. Keberhasilan akun ini menunjukkan bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana dokumentasi digital sekaligus potensi untuk meraih keuntungan finansial melalui *endorsement* dan kerjasama komersial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.2 akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Media sosial membawa berbagai perubahan dibandingkan dengan era sebelumnya, termasuk perubahan pada gaya hidup, sikap, serta cara berbagi dan akses informasi (Hidayati & Zaman, 2021). Penggunaan *platform* media sosial tidak hanya merubah cara orang berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi gaya hidup, sikap, serta cara individu, termasuk para orang tua dalam mengasuh anak-anak mereka di era digital (Nasrullah, 2017). Media sosial seperti TikTok, kini telah menjadi pilihan utama bagi orang tua untuk memperlihatkan perkembangan anak-anak mereka. Perkembangan teknologi telah menggeser dokumentasi pertumbuhan anak dari media analog ke digital, memudahkan orang tua dalam menyimpan dan membagikan momen tersebut (Gunawan, 2023). Namun, kemudahan ini juga menciptakan ruang untuk komodifikasi anak, di mana konten terkait anak dimanfaatkan untuk keuntungan pribadi, seperti *endorsement* atau iklan. Penelitian menunjukkan bahwa ketenaran anak di *platform* media sosial sering kali dimanfaatkan oleh orang tua untuk meraih keuntungan finansial.

Pada penelitian ini, alasan peneliti memilih menggunakan akun TikTok @Abe_daily karena keunikan dari akun TikTok @Abe_daily menjadikannya menarik untuk diteliti lebih dalam, terutama dalam konteks aktivitas *sharenting* di media sosial. Berbeda dengan akun *sharenting* lainnya yang umumnya menonjolkan sosok ibu, akun ini menghadirkan figur seorang ayah yang aktif dan hangat dalam mendampingi anaknya. Hubungan antara Christian Benny

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hariyanto (ayah) dan Abe (anak) terasa sangat dekat dan natural, ditunjukkan melalui percakapan sehari-hari yang lucu. Akun ini juga punya banyak variasi tema konten dan rutin membagikan unggahan, sehingga mampu membangun *engagement* yang tinggi dengan para pengikutnya.

Pada penelitian sebelumnya belum banyak membahas tentang *sharenting* di TikTok, meskipun fenomena ini semakin terkenal. Sebagian besar penelitian tentang *sharenting* di Indonesia lebih fokus pada platform seperti Facebook dan Instagram, sementara TikTok belum banyak diteliti. Selain itu, banyak penelitian sebelumnya yang tidak menggali secara mendalam bagaimana bentuk konten dan komentar dari netizen mempengaruhi cara anak digambarkan di media sosial. Padahal, komentar-komentar ini sangat mempengaruhi persepsi publik terhadap anak yang tampil di konten *sharenting*. Di sisi lain, belum ada penelitian yang khusus mengkaji akun TikTok @Abe_daily, yang tidak hanya menunjukkan konten anak tetapi juga menciptakan narasi digital yang membentuk identitas anak secara unik. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan metode seperti survei atau wawancara, sementara penelitian ini menggunakan metode netnografi yang lebih cocok untuk melihat interaksi dan perilaku di media sosial secara langsung dan mendalam.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian netnografi. Alasan peneliti memilih metode netnografi adalah untuk memahami bagaimana interaksi yang terjadi secara virtual oleh pengikut @Abe_daily dalam menanggapi konten yang diposting oleh akun @Abe_daily yang berisi kegiatan *sharenting* seperti yang diungkapkan oleh Kozinets, Netnografi merupakan aplikasi atau penerapan metode etnografi untuk mengkaji kehidupan dunia virtual (*online*). Netnografi adalah suatu bentuk riset etnografi yang khusus atau spesial yang dirancang untuk mengungkapkan kebiasaan unik berbagai jenis interaksi sosial yang dimediasi oleh teknologi komputer, yakni internet. (Waruwu & Vera, 2020)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam mengenai bagaimana bentuk konten dan komentar netizen terhadap aktivitas *sharenting* di akun TikTok @Abe_daily. Penelitian ini akan memfokuskan perhatian pada cara orang tua membagikan momen hidup anak mereka melalui konten yang diunggah serta respon dari netizen terhadap aktivitas *sharenting* khususnya pada akun TikTok @Abe_daily. Oleh karena itu, penulis memilih judul penelitian ini sebagai “AKTIVITAS *SHARENTING* DI MEDIA SOSIAL (STUDI NETNOGRAFI PADA AKUN TIKTOK @ABE_DAILY)”

1.2 Penegasan Istilah

1. *Sharenting*

Sharenting adalah Istilah baru yang muncul dalam masyarakat dari pengasuhan baru orang tua dalam penggunaan media sosial. Istilah ini muncul dari kata *share* dan *parenting*, sehingga gabungan keduanya membentuk kata baru yaitu *sharenting*. *Sharenting* merupakan tindakan membagikan informasi seputar anak mereka yang dilakukan oleh orang tua dalam *platform* digital baik dalam bentuk tulisan, foto, maupun video. (Hastutik, 2024)

2. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah aplikasi interaktif atau sarana berbasis internet web yang dilakukan secara online dan digunakan untuk berkomunikasi, bersosialisasi, juga untuk menyampaikan pesan antar pengguna media, baik individu atau kelompok yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi, berbagi, bertukar informasi, ide, bentuk ekspresi, bermain dan kegiatan lainnya tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu melalui komunitas dan jaringan virtual. (Dwistia dkk., 2022)

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana bentuk konten dan komentar netizen terhadap aktivitas *sharenting* pada akun TikTok @Abe_daily?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk konten dan komentar netizen terhadap aktivitas *sharenting* pada akun TikTok @Abe_daily

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat teoritis, praktis dan akademik.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pada masyarakat umum dan terkhusus mahasiswa Ilmu Komunikasi terkait aktivitas *sharenting* di media sosial. Selain itu, hasil penelitian diharapkan bisa memberikan masukan untuk kajian-kajian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi ilmu tambahan bagi masyarakat untuk memahami budaya pengguna internet, selain itu penelitian ini juga pengalaman bagi peneliti.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, gambaran yang jelas mengenai netnografi media sosial sebagai aktivitas *sharenting* dan memberi masukan yang bermanfaat bagi studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*.



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian sebelumnya, sebagai acuan serta perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zaneti Sugiharti dalam jurnal berjudul “*Sharenting* Oleh Pasangan Selebritis di Indonesia: Studi Netnografi Pada Akun Instagram @ameenaatta” membahas tentang fenomena *sharenting* yang dilakukan oleh pasangan selebritis terhadap anak mereka di media sosial. Metode yang digunakan metode netnografi, penelitian ini menyoroti bagaimana aktivitas *sharenting* digunakan sebagai strategi untuk membentuk identitas anak serta meningkatkan *celebrity capital* orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *sharenting* yang diunggah oleh pasangan selebriti memiliki beberapa kategori, seperti aktivitas sehari-hari, pameran kemampuan anak, aktivitas komersial, dan kebersamaan dengan keluarga. *Sharenting* dalam konteks ini tidak hanya menjadi ajang berbagi kehidupan anak tetapi juga alat untuk memperkuat kehidupan digital orang tua sebagai figur publik. Selain itu, penelitian ini mengungkap bagaimana interaksi netizen dalam memberikan tanggapan terhadap konten *sharenting*, yang mayoritas berbentuk pujian, doa, serta dukungan terhadap narasi yang dibangun oleh orang tua selebriti. (Sugiharti, 2024)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi dalam menganalisis aktivitas *sharenting* di media sosial. Selain itu, kedua penelitian juga mengkaji bagaimana interaksi audiens dalam merespons konten yang dibagikan oleh orang tua mengenai anak mereka. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan platform media sosial yang digunakan. Jika penelitian ini berfokus pada akun Instagram anak selebriti, penelitian yang sedang dilakukan peneliti adalah aktivitas *sharenting* di TikTok.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Noviani dan Sri Wijayanti dalam jurnal berjudul “Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia: Studi Netnografi di Akun Instagram @singlemomsindonesia” menyoroti bagaimana komunitas ibu tunggal di Indonesia memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dan dukungan sosial. Metode yang digunakan metode netnografi, penelitian ini mengamati interaksi yang terjadi dalam komunitas *virtual Single Moms*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia (SMI) melalui unggahan Instagram dari periode November 2019 hingga Juni 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @singlemomsindonesia berfungsi sebagai wadah berbagi informasi, motivasi, dan dukungan emosional bagi para ibu tunggal. Tema unggahan yang sering muncul meliputi cerita pengalaman ibu tunggal, promosi komunitas, informasi acara, serta edukasi terkait pemberdayaan perempuan. Selain itu, studi ini menemukan bahwa penggunaan media sosial dapat memperkuat rasa kebersamaan di antara para anggotanya, terutama dalam menghadapi stigma sosial dan tantangan sebagai ibu tunggal. (Ade Noviani & Sri Wijayanti, 2022)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi untuk memahami pola interaksi dan komunikasi di media sosial. Keduanya juga menyoroti bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai ruang berbagi pengalaman dan membangun komunitas digital yang memiliki nilai tertentu. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Amanda Dwiarsianti dalam jurnal berjudul “*Sharenting* dan Privasi Anak: Studi Netnografi pada Unggahan Instagram dengan Tagar #Anakku” menyoroti bagaimana praktik *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua dari kalangan biasa di Indonesia berkaitan dengan permasalahan privasi anak. Metode yang digunakan metode netnografi, penelitian ini menganalisis jejak digital yang ditinggalkan di Instagram melalui penggunaan tagar #anakku. Hasil penelitian menemukan lima kategori utama unggahan *sharenting* di Instagram, yaitu keseharian anak di rumah, anak berkegiatan di luar rumah, kehamilan dan tumbuh kembang anak, kegiatan akademis anak, serta *endorsement* atau model anak. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa banyak orang tua belum sepenuhnya menyadari pentingnya menjaga privasi anak, seperti menampilkan nama lengkap, lokasi, hingga bagian tubuh privat anak dalam unggahan mereka. Praktik ini menunjukkan kurangnya literasi digital dan kesadaran akan risiko keamanan yang mengancam anak di dunia maya. (Dwiarsianti, 2022)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi untuk mengkaji fenomena *sharenting* di media sosial. Keduanya juga menyoroti dampak dari praktik *sharenting* terhadap anak, khususnya terkait dengan eksposur digital dan interaksi audiens. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada platform yang digunakan dan fokus penelitian. Jika penelitian ini menfokuskan pada Instagram dan analisis unggahan dengan tagar tertentu, penelitian yang sedang dilakukan akan meneliti aktivitas *sharenting* di TikTok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Belinda Bunga Nagari dan Totok Wahyu Abadi dalam jurnal berjudul “Ujaran Kebencian Terhadap Presiden Jokowi: Studi Netnografi Twitter” menyoroti fenomena ujaran kebencian yang berkembang di media sosial, khususnya pada platform Twitter. Metode yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi untuk menelusuri fenomena ujaran kebencian yang berkembang di media sosial, khususnya pada platform Twitter. Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada akun @Bams2773559 yang secara aktif mengunggah konten berisi teks, gambar, dan video yang bersifat ofensif dan provokatif terhadap Presiden Joko Widodo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk ujaran kebencian yang ditemukan meliputi penghinaan, pencemaran nama baik, hingga provokasi yang secara sadar diarahkan kepada individu atau kelompok tertentu. Ujaran kebencian ini kemudian memicu interaksi digital lanjutan yang memperluas penyebarannya melalui retweet dan komentar dari pengguna lain. Penelitian ini juga menyoroti sejumlah faktor penyebab terjadinya ujaran kebencian, seperti pelampiasan emosi, kurangnya literasi digital, tekanan ekonomi, serta pengaruh lingkungan dan anonimitas media sosial yang mempermudah individu mengekspresikan kebencian tanpa konsekuensi langsung. (Nagari & Abadi, 2024)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi untuk menelaah interaksi digital di media sosial. Keduanya juga mengamati bagaimana audiens merespons suatu konten dan bagaimana respons tersebut berdampak pada dinamika komunikasi digital yang berkembang. Namun, perbedaannya terletak pada fokus fenomena dan platform yang dikaji. Penelitian ini berfokus pada ujaran kebencian dalam ranah politik yang muncul di Twitter, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan akan meneliti aktivitas *sharenting* di TikTok.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Yenny dan Sri Wahyuning Astuti dalam jurnal berjudul “*Body Shaming* di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun YouTube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika” menyoroti fenomena *body shaming* yang terjadi di media sosial, khususnya di platform YouTube. Metode yang digunakan metode netnografi, penelitian ini menganalisis berbagai bentuk komentar negatif yang diterima oleh Rahmawati Kekeyi, seorang *beauty vlogger* yang dikenal karena kontennya yang unik dan berbeda dari standar kecantikan yang umumnya dikonstruksi oleh media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *body shaming* di dunia maya dapat berbentuk komentar langsung tentang fisik, generalisasi standar kecantikan berdasarkan media, pujian yang bernada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sarkastik, serta pemberian saran yang merendahkan terkait penampilan seseorang. Selain itu, penelitian ini menyoroti bagaimana anonimitas di media sosial mendorong pengguna untuk memberikan komentar negatif tanpa konsekuensi yang jelas, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada psikologis individu yang menjadi sasaran. (Astuti, 2019)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi untuk mengkaji interaksi yang terjadi di media sosial. Selain itu, keduanya juga menyoroti bagaimana reaksi audiens dapat membentuk pengalaman digital seseorang, baik dalam bentuk *body shaming* maupun *sharenting*. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, Penelitian ini menyoroti dampak negatif interaksi audiens dalam konteks *body shaming* di YouTube sedangkan peneliti ingin meneliti tentang aktivitas *sharenting* di TikTok.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ida Bagus Ketut Soma Antara dan Michaela Chandra dalam jurnal berjudul “Studi Netnografi: Pengalaman Pengunjung dan Analisis SWOT di Bali Nusa Dua Convention Center” menggunakan metode netnografi untuk mengkaji pengalaman wisatawan yang berkunjung ke Bali Nusa Dua Convention Center (BNDCC). Penelitian ini menganalisis komentar-komentar pengguna di Google Maps untuk memahami persepsi pengunjung terhadap fasilitas dan layanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memberikan ulasan positif dan rating maksimal, menandakan kepuasan tinggi terhadap aspek *tangible* seperti fasilitas ruang pertemuan, ballroom, hingga hotel berbintang lima yang terintegrasi, maupun aspek *intangible* seperti pelayanan staf yang sopan dan efisien. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi BNDCC dalam industri MICE. Temuan ini menekankan pentingnya inovasi, pemanfaatan teknologi informasi, serta penguatan citra digital sebagai strategi untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan kepuasan pengunjung. (Soma & Chandra, 2024)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi untuk menganalisis interaksi dan persepsi yang muncul dalam ruang digital. Meskipun fokusnya bukan pada *sharenting*, pendekatan yang digunakan memberikan gambaran tentang bagaimana pengalaman pengguna dalam platform digital dapat dikaji secara mendalam melalui jejak digital. Namun, perbedaan terletak pada objek dan konteks penelitian. Jika penelitian ini berfokus pada pengalaman konsumen terhadap layanan konvensi di industri pariwisata,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian yang sedang dilakukan akan mengkaji aktivitas *sharenting* di TikTok.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Afrina Nabila Azhari, Rifana Aufa Hapsari, Dalfa Amalia, dan Nuri Setia Nurhawa dalam jurnal berjudul “Komodifikasi Anak Usia Dini pada Konten YouTube Ria Ricis” menyoroti bagaimana fenomena *sharenting* yang dilakukan oleh YouTuber Ria Ricis terhadap anaknya dapat mengarah pada eksploitasi anak dalam media digital. Metode yang digunakan metode analisis wacana Van Dijk, penelitian ini mengkaji dua video yang menampilkan aktivitas anaknya dalam situasi ekstrem, seperti naik jet ski dan ATV pada usia lima bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan tersebut berpotensi membahayakan perkembangan fisik dan psikologis anak, serta menunjukkan adanya eksploitasi dalam bentuk privasi dan ekonomi. Anak diposisikan sebagai objek utama konten untuk meningkatkan daya tarik dan monetisasi video. Praktik *sharenting* yang dilakukan oleh Ria Ricis tidak hanya berdampak pada eksposur anak di ruang digital, tetapi juga memperlihatkan bagaimana orang tua, secara sadar maupun tidak, memanfaatkan popularitas anak untuk keuntungan finansial. (Afrina Nabila Azhari dkk., 2025)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama mengkaji fenomena *sharenting* di media sosial dengan pendekatan kualitatif. Keduanya juga menyoroti bagaimana konten *sharenting* dapat memengaruhi eksposur dan privasi anak di ranah digital. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada platform yang digunakan serta fokus penelitian. Jika penelitian ini memfokuskan pada eksploitasi anak dalam *sharenting* berbasis video di youtube, penelitian yang sedang dilakukan akan meneliti aktivitas *sharenting* di TikTok.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Fitria Fauziah Hasanah dalam jurnal berjudul “Analisis *Sharenting* dengan Konten Islami yang Dilakukan oleh Ayah Milenial” menyoroti bagaimana fenomena *sharenting* tidak hanya dilakukan oleh ibu tetapi juga oleh ayah, khususnya dalam membagikan konten Islami di media sosial. Metode yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini menganalisis konten yang dibagikan oleh ayah milenial, yang meliputi doa-doa untuk anak, pesan moral berdasarkan ajaran Islam, serta kutipan ayat-ayat Al-Qur'an. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sharenting* dalam bentuk konten Islami sering kali mencerminkan harapan dan nilai-nilai yang ingin ditanamkan orang tua pada anak mereka, seperti ketakwaan, kecerdasan, dan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, penelitian ini menyoroti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagaimana *sharenting* dapat digunakan sebagai sarana dakwah dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui media sosial.(F. F. Hasanah, 2024)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama mengkaji aktivitas *sharenting* di media sosial menggunakan metode kualitatif. Selain itu, kedua penelitian juga menyoroti bagaimana orang tua membangun identitas anak mereka di dunia digital melalui unggahan yang memiliki nilai tertentu. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Jika penelitian ini mengkaji *sharenting* dari perspektif konten Islami yang dilakukan oleh ayah milenial di Instagram, penelitian yang sedang dilakukan akan meneliti aktivitas *sharenting* di TikTok.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Hanny Oktavianti dan Almira Shabrina dalam jurnal berjudul “Persepsi Audiens Perempuan Terhadap Fenomena *Sharenting* Pada Selebgram Anak Shabira Alula Adnan @Shabiraalula” mengkaji bagaimana audiens perempuan, khususnya ibu rumah tangga dan mahasiswa, merespons praktik *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua selebgram anak di Instagram. Metode yang digunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme, penelitian ini berupaya memahami bagaimana *sharenting* tidak hanya menjadi alat berbagi pengalaman parenting tetapi juga berkontribusi dalam membangun hubungan emosional antara selebgram dan pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sharenting* yang dilakukan di akun @shabiraalula mendapat respons positif dari audiens. Konten yang dibagikan dianggap inspiratif, edukatif, dan menghibur, bahkan beberapa pengikut merasa terdorong untuk menerapkan metode parenting yang sama. Selain itu, penelitian ini menyoroti bagaimana *sharenting* dapat membangun *personal branding* anak sejak dini dan berpotensi memberikan dampak terhadap perkembangan anak dalam jangka panjang.(Oktavianti & Shabrina, 2024)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama mengkaji fenomena *sharenting* di media sosial dengan pendekatan kualitatif. Selain itu, kedua penelitian juga menyoroti bagaimana audiens merespons konten *sharenting* yang dibagikan oleh orang tua. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada platform dan subjek penelitian. Jika penelitian ini berfokus pada Instagram dan selebgram anak, penelitian yang sedang dilakukan akan menganalisis aktivitas *sharenting* di TikTok.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Renta Nirmala Hastutik, Muhammad Bayu Widagdo, dan Triyono Lukmantoro dalam jurnal berjudul “Aktivitas *Sharenting* dan Praktik Komodifikasi Anak (Studi Netnografi pada Akun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok @ndhiraa07)” menyoroti bagaimana *sharenting* di media sosial TikTok dapat mengarah pada komodifikasi anak. Metode yang digunakan metode netnografi, penelitian ini menganalisis bagaimana aktivitas *sharenting* yang dilakukan oleh seorang ibu muda di akun TikTok @ndhiraa07 membentuk citra pengasuhan yang menarik bagi netizen, serta bagaimana eksposur terhadap anak menjadi bagian dari strategi komersialisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang diunggah tidak hanya menampilkan kehidupan sehari-hari anak tetapi juga mengarah pada komodifikasi di mana popularitas anak dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan finansial melalui *endorsement* dan peningkatan *engagement* seperti *views*, *likes*, dan komentar. Selain itu, penelitian ini menyoroti bagaimana privasi anak semakin kabur karena pengaburan antara ruang privat dan publik yang terjadi dalam praktik *sharenting* di TikTok. (Lukmantoro, 2024)

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode netnografi untuk meneliti aktivitas *sharenting* di media sosial TikTok. Selain itu, kedua penelitian juga membahas bagaimana interaksi audiens dan eksposur digital anak dapat berkontribusi terhadap popularitas serta nilai komersial suatu akun. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini menyoroti akun @ndhiraa07 dengan fokus pada aspek komodifikasi anak, sementara penelitian yang sedang dilakukan akan mengkaji aktivitas *sharenting* di akun @ayahAbeAbeAbe untuk memahami bagaimana *sharenting* digunakan sebagai bagian dari identitas digital keluarga di TikTok.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori New media

Teori *New media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang membahas pada pengaruh media yang baru terhadap masyarakat serta aspek budaya. Menurut (Littlejohn & Foss, 2009) dalam *Encyclopedia of Communication Theory*, *New media* atau media baru adalah bentuk media yang menggunakan teknologi digital untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada publik. Teori *New media* mengkaji cara media baru ini memengaruhi cara berkomunikasi kita, berinteraksi, dan cara kita mendapatkan informasi. Teori ini juga membahas dampak media baru ini terhadap budaya serta masyarakat kita. (Ananda Maharani dkk., 2024)

Terdapat dua sudut pandang dalam teori media baru. Pertama adalah sudut pandangan mengenai interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seberapa dekatnya dengan komunikasi tatap muka. Menurut Pierre Levy, *World Wide Web (WWW)* merupakan sebuah ruang informasi yang fleksibel dan dinamis, terbuka, serta memberikan kesempatan bagi individu untuk memperluas pengetahuan baru dan berpartisipasi dalam dunia demokratis yang berkaitan dengan pemberdayaan serta hubungan timbal balik dalam masyarakat yang lebih interaktif. Pendekatan yang kedua adalah sudut pandang mengenai integrasi sosial, di mana media menjadi ritual karena telah menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki makna yang lebih dalam dibandingkan sekadar penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia memanfaatkan media untuk cara menciptakan masyarakat. Media bukan sekadar alat untuk informasi atau cara untuk mengejar kepentingan pribadi, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk komunitas dan memberikan rasa saling memiliki. (Feroza & Misnawati, 2020).

Adapun beberapa manfaat *new media* yaitu:

- a. Mempercepat proses pertukaran dan penyebaran informasi.
- b. Memudahkan akses ke berbagai jenis informasi, baik yang lama maupun yang terkini.
- c. Menyediakan kemudahan untuk melakukan transaksi di dunia digital.
- d. Memungkinkan pengembangan hiburan yang berbasis teknologi digital.
- e. Mengurangi biaya yang diperlukan untuk berkomunikasi.
- f. Mempercepat dan memudahkan proses berkomunikasi.
- g. Menggunakan penerapan model pendidikan baru yang memanfaatkan teknologi digital.

Selain mempunyai manfaat yang tidak tersedia pada media tradisional, *new media* juga memiliki ciri-ciri menurut McQuail yang dapat digunakan sebagai panduan untuk membedakannya dari media tradisional, yaitu:

- a. *Interactivity*
New media memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan frekuensi tinggi antara pengirim dan penerima pesan.
- b. *Social presence*
New media memfasilitasi interaksi sosial pada level yang sangat berbeda dibandingkan dengan media lama. Dengan memanfaatkan *new media*, pengguna dapat terhubung dengan orang lain dengan cara yang lebih efisien, lebih murah, dan lebih cepat, sehingga dapat dikatakan bahwa media baru menciptakan interaksi sosial yang lebih tinggi dibandingkan media lama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Autonomy*

Pengguna *new media* dapat terlibat secara aktif dalam dinamika interaksi sosial yang berlangsung di dalam *platform*. Ini berbeda dengan media lama yang hanya menjadikan pengguna sebagai konsumen yang pasif.

d. *Playfulness*

Media baru menyediakan berbagai fitur permainan yang inovatif dan menarik, yang tidak dapat ditemukan pada media tradisional.

e. *Privacy*

Pengguna memiliki lebih banyak kebebasan dalam mengatur pilihan keamanan di *new media* karena adanya fitur privasi yang dapat dikelola secara mandiri oleh mereka.

f. *Personalization*

Media baru dilengkapi dengan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan akun dengan karakteristik khusus sesuai keinginan. Selain menggambarkan jati diri atau pemikiran pengguna, personalisasi akun menjadi ciri khas dari media baru yang tidak dimiliki oleh media tradisional. (ayesha, 2022)

2.2.2 Sharenting

Sharenting merupakan salah satu fenomena modern yang muncul sebagai akibat meningkatnya penggunaan media sosial. Aktivitas ini dilakukan oleh para orang tua untuk membagikan mengenai kehidupan anak-anak mereka secara online. Para orang tua yang membagikan informasi yang detail mengenai anak mereka melalui foto, video, atau update di media sosial disebut dengan *sharenting*. (Hidayati dkk., 2023)

Sharenting berarti berbagi pola asuh atau *parenting* yang diterapkan oleh orang tua di platform media sosial. Informasi yang mereka unggah mengandung penjelasan khusus yang menciptakan sesuatu yang baru atau kebiasaan yang baru dalam komunitas pengguna media sosial. Ini termasuk berbagi rekomendasi, tips dalam mendidik anak, membagikan informasi, berita, serta mengunggah video atau foto anak mereka.

Sharenting yang merupakan fenomena baru, menciptakan masalah yang bersifat ganda karena dampak negatif dan positif bisa muncul dari fenomena ini. Hal ini bisa jadi menciptakan efek boomerang dalam praktik *sharenting*, sehingga orang tua seharusnya lebih cermat dan bijaksana saat melakukan kegiatan ini. Masalah yang muncul tanpa disertai dengan pemikiran mendalam tentang masa depan sering kali dilakukan oleh orang tua yang terlibat dalam *sharenting* secara berlebihan, berpotensi menciptakan permasalahan di kemudian hari bagi anak-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anak mereka ketika mereka tumbuh dewasa, terutama jika aktivitas *sharenting* dilakukan tanpa persetujuan dari anak tersebut.(Latif & Alamiyah, 2023)

Jadi dapat disimpulkan *sharenting* merupakan fenomena baru yang timbul akibat meningkatnya penggunaan media sosial, di mana orang tua membagikan secara online di media sosial kehidupan anak-anak mereka lewat foto, video, atau data lainnya. Aktivitas ini bukan sekadar metode untuk membagikan cara pola asuh, tetapi juga menciptakan kebiasaan baru dalam komunitas digital.

Berbagai penelitian telah berhasil merumuskan berbagai aspek dan karakteristik orang tua dalam melakukan *sharenting*. Menurut Romero-Rodríguez, Kopecký, García-González, dan Gómez-García (2022) mengungkapkan bahwa *sharenting* merupakan sebuah konstruk yang memiliki tiga dimensi (Romero-Rodríguez dkk., 2022), yaitu:

a. Pengendalian diri

Aspek ini menunjukkan hubungan antara kurangnya pengendalian diri pada orang tua dan ketergantungan pada ponsel. Ini menegaskan bahwa pengendalian diri memiliki peran yang penting dalam seberapa sering orang tua memposting foto atau video anak-anak mereka.(Klucarova & Hasford, 2023)

b. Implikasi

Aspek ini mengungkapkan mengenai *sharenting* yang dapat berdampak pada pelanggaran privasi anak, kurangnya pemahaman terhadap UU Perlindungan Anak, pembentukan jejak digital sejak dini, pencurian identitas, dan dampak negatif yang bisa terjadi di masa depan bagi anak.

c. Perilaku Sosial

Membagikan foto anak-anak bisa dilihat sebagai indikator hubungan dengan orang lain, di mana orang tua mendapatkan reaksi emosional, seperti pengakuan terhadap cara mendidik yang diterima lewat jumlah "suka," yang mungkin mendorong orangtua untuk mengunggah lebih banyak foto.(Cino dkk., 2020)

Menurut Brosch (2018), dalam mengukur tingkat seseorang melakukan *sharenting*, terdapat empat dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu jumlah, frekuensi, konten, dan audiens yang menerima informasi yang dibagikan. Berikut adalah penjelasan mendetail mengenai aspek-aspek *sharenting*:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Konten

Konten yang dibagikan oleh orang tua bisa dievaluasi untuk menentukan sejauh mana keintiman informasi yang diungkapkan. Marasli, Suhendan, Yilmazturk, dan Cok (2016) mengungkapkan bahwa tindakan *sharenting* yang dilakukan orang tua menunjukkan beragam tipe konten. Informasi yang diunggah dapat meliputi pengalaman pribadi anak-anak yang dinilai dengan mempertimbangkan aspek keamanan dan potensi mempermalukan anak.

b. Jumlah dan frekuensi

Aspek ini menunjukkan betapa pentingnya jumlah dan seberapa sering orang tua memposting informasi mengenai anak mereka serta dampaknya terhadap potensi mempermalukan anak. Faktor utama yang memprediksi *sharenting* dari orang tua adalah seberapa sering mereka membagikan konten di media sosial secara umum. Hasil ini menandakan bahwa orang cenderung tidak dapat secara jelas membedakan antara mengunggah foto biasa dengan membagikan konten terkait anak mereka di *platform* media sosial. (Amon dkk., 2022)

c. Audiens

Aspek ini berkaitan dengan seberapa banyak teman yang dimiliki orang tua di *platform* media sosial dan pengaturan privasi yang mereka terapkan. Terlalu banyak teman atau tidak terfilter dapat meningkatkan resiko penyebaran data sensitif atau pribadi terkait anak-anak. Di sisi lain, pengaturan privasi yang sesuai dapat membantu mempertahankan kendali atas siapa yang bisa melihat dan mengakses informasi mengenai anak-anak.

Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada studi oleh Romero-Rodríguez dkk (2022) yang telah mengidentifikasi tiga dimensi dari konstruk *sharenting*, yakni pengendalian diri, implikasi dan interaksi sosial. Dengan merujuk pada penelitian tersebut, peneliti bisa menganalisis lebih jauh mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan praktik *sharenting* dan mempertimbangkan dampak yang mungkin muncul terhadap privasi anak, interaksi sosial, serta berbagai faktor lain yang memengaruhi pilihan orang tua dalam membagikan informasi mengenai anak mereka di *platform* media sosial.

Menurut pada hasil penelitian oleh Lazard (2022) yang menemukan tiga faktor dasar ibu membagikan foto anak mereka di *platform* media sosial, penulis berpendapat bahwa keputusan orang tua untuk menerapkan praktik *sharenting* dipengaruhi oleh hubungan emosional yang terjalin antara orang tua dan anak,

relasi digital yang dimiliki oleh orang tua, serta rasa bangga yang dirasakan orang tua.

Praktik *sharenting* yang dilakukan orang tua dipengaruhi oleh rasa keterhubungan emosional orangtua dengan anak. Lazard (2022) menemukan bahwa foto anak yang dibagikan oleh orang tua tidak hanya mencerminkan kedekatan antara orang tua dan anak-anak mereka, tetapi juga berfungsi sebagai praktik digital yang mencerminkan hubungan kekeluargaan dan rasa keterhubungan emosional(Lazard, 2022).

Hubungan sosial yang dimiliki orang tua di *platform* media sosial berperan dalam faktor orang tua untuk melakukan *sharenting*. Kierzkowska (2022) berpendapat bahwa *sharenting* bisa menjadi sumber utama bagi orang-orang untuk bertukar pengalaman, pandangan, dan pengetahuan baru, khususnya bagi orang tua yang memiliki anak-anak seusia dan menghadapi tantangan yang sama. Siibak dan Traks (2019) juga menyebutkan bahwa kegiatan *sharenting* telah menjadi tren yang umum dalam mengabadikan momen berharga, memperoleh dukungan sosial, serta berbagi permasalahan dalam pengasuhan. Dukungan yang paling banyak diterima dalam konteks pengasuhan berhubungan dengan kesehatan anak, diikuti oleh dukungan dalam hal pengasuhan umum dan sekolah.(Cargill, C., & Hedquist, A., 2021)

Orang tua yang merasa bangga terhadap anak-anak mereka juga merupakan salah satu penyebab di balik praktik *sharenting*. Walrave, Verswijvel, Ouvrein, Staes, Hallam, dan Hardies (2022) menemukan bahwa orang tua sering membagikan informasi tentang anak remaja mereka karena rasa bangga terhadap anak tersebut atau sekadar untuk memberi kabar kepada kerabat dan teman-teman. Lazard, Capdevila, Dann, Locke, dan Roper (2019) berpendapat bahwa *sharenting* digunakan sebagai cara untuk memamerkan citra keberhasilan sebagai orang tua yang baik. Orang tua dengan aktif memposting foto anak mereka di media sosial untuk menunjukkan pencapaian mereka dalam pengasuhan.(Lazard dkk., 2019)

2.2.3 Media sosial

Media sosial adalah suatu bentuk interaksi antara pengguna satu dengan pengguna lainnya, di mana mereka saling bertukar ide dan pendapat satu sama lain. (Patzer dkk., 2019) Media sosial berfungsi sebagai platform yang memudahkan individu dalam mengakses dan berbagi informasi dengan lebih mudah. Melalui media sosial, pengguna memperoleh kemudahan untuk mendapatkan informasi kapan saja dan di mana saja, karena selain dapat diakses melalui komputer, media sosial ini juga dapat digunakan lewat handphone.(Herdiyani dkk., 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Van Dijk menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana komunikasi yang memfokuskan pada eksistensi pengguna, yang membantu mereka dalam berkegiatan serta bekerjasama. Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai sebuah medium (fasilitator) online yang memperkuat interaksi antara pengguna serta sekaligus menjadi suatu ikatan sosial.

Pada intinya, media sosial bisa melakukan berbagai aktivitas dua arah dalam bentuk pertukaran, kerja sama, dan berkenalan melalui tulisan, gambar, maupun video. Media sosial dimulai dari tiga hal utama, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting*. (Cahyono, 2016).

Saat ini, platform media sosial telah menjadi kekuatan yang besar dalam membentuk pola perilaku masyarakat, yang memberikan dampak semua aspek kehidupan. Hal ini terjadi karena media sosial telah menjalankan fungsinya dengan baik. Adapun fungsi dari media sosial yaitu:

- a. Memperluas interaksi sosial antar individu dengan memanfaatkan internet dan teknologi web.
- b. Mengubah cara komunikasi dari mode satu arah yang dilakukan oleh sebuah media kepada banyak audiens (*one-to-many*) menjadi interaksi yang bersifat dialogis antara banyak audiens (*many-to-many*).
- c. Mendukung demokratisasi informasi dan pengetahuan, yaitu mengalihkan individu dari sekadar pengguna berita menjadi pencipta berita itu sendiri
- d. Membangun personal branding, meningkatkan popularitas atau menunjukkan eksistensi diri

Karakteristik dari media sosial tidak terlalu berbeda dengan media siber (*cyber media*), karena media sosial termasuk dalam salah satu jenis *platform media cyber*. Karakteristik media sosial dijelaskan berbagai teori namun peneliti mengambil menurut Nasrullah (2015) sebagai berikut:

a. Jaringan

Jaringan (*network*) merupakan pada infrastruktur komputer (*hardware*) yang saling menghubungkan satu komputer dengan komputer lainnya. Media sosial mempunyai karakter jaringan sosial, menciptakan hubungan antara penggunanya, baik yang saling mengenal maupun yang tidak. Media sosial dibangun di atas struktur sosial yang ada di dalam jaringan atau internet. Dari sisi lain, jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui teknologi, di mana internet bukanlah sekadar alat (*tool*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Informasi

Informasi menjadi entitas yang sangat penting dalam media sosial karena mereka berbagi informasi dari konten yang mereka berikan melalui jaringan yang tersedia. Mereka saling berinteraksi melalui konten informasi.

c. Arsip

Arsip berfungsi sebagai informasi bahwa data yang telah diunggah akan tersimpan dan dapat diakses kapan saja. Bahkan, saat proses penyimpanan berlangsung, terjadi kapitalisasi penyimpanan yang tidak hanya bergantung pada waktu informasi dibuat, tetapi juga dapat disimpan oleh individu yang pernah mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan.

d. Interaksi

Terbentuknya jaringan komunikasi di antara pengguna menunjukkan bahwa interaksi antara pengguna tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di dunia digital, tetapi juga bisa menyampaikan tanda emosi (*emoticon icon*), mengomentari, mendesain ulang informasi, serta membagikan media lain melalui aplikasi yang berbeda. Selain itu, interaksi ini berbeda dari media tradisional, di mana penerima hanya bisa menerima informasi tanpa kemampuan untuk merespons secara langsung atau mengemas kembali informasi tersebut untuk dibagikan.

e. Simulasi sosial

Simulasi terjadi sebagaimana dengan cara interaksi dalam kehidupan nyata, namun meskipun bukanlah kenyataan, inilah yang terjadi sebagai realitas itu sendiri di platform media sosial. Simulasi berlangsung ketika komunikasi melalui antarmuka perlu dilakukan dengan masuk terlebih dahulu. Setelah itu, pengguna harus mengungkapkan identitasnya yang tidak hanya dapat dilihat oleh pengguna yang sedang berakses tetapi juga dapat diakses oleh siapa saja.

f. Konten oleh pengguna

Konten adalah ciri bagi pemilik akun media sosial. Konten juga bisa diproduksi oleh pengguna lainnya. Di satu sisi, pengguna berperan sebagai pencipta konten, namun di sisi lain juga bertindak sebagai konsumen konten tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Penyebaran (*share/sharing*)

Medium ini tidak sekadar menciptakan konten yang dihasilkan dan dinikmati oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan dan dirancang oleh penggunanya. Penyebaran dapat dilakukan baik melalui konten itu sendiri maupun melalui perangkatnya yang dapat memperluas jangkauan konten tersebut. Pada umumnya, platform media sosial menyediakan fitur tombol share bagi pengguna untuk membagikan kontennya. (Widada, 2018)

Media sosial mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein, terdapat enam jenis media sosial yaitu:

a. Website

Memberi kesempatan bagi penggunanya untuk mengedit, menambah, atau menghapus konten yang ada di dalam website tersebut. Contohnya, Wikipedia.

b. Blog dan microblog

Memberikan kebebasan lebih kepada pengguna untuk mengekspresikan sesuatu, seperti curhat pengalaman pribadi atau mengkritik terhadap kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter,

c. Konten

Pengguna pada website ini dapat saling berbagi konten media, seperti video, ebook, gambar, dan lainnya. Contohnya, YouTube, flickr, slideshare, instagram dan TikTok.

d. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain melalui membuat informasi pribadi, seperti foto-foto. Contohnya, Facebook.

e. Virtual game world

Dunia permainan virtual adalah lingkungan yang mereplikasi ruang 3D, di mana pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar-avatars yang mereka inginkan dan berinteraksi dengan orang lain seolah-olah di dunia nyata. Contohnya adalah game online seperti Resident evil 7.

f. Virtual social world

Dunia sosial virtual adalah lingkungan di mana pengguna merasakan kehidupan dalam dunia virtual, mirip dengan virtual game world, tetapi Virtual Social World lebih bebas dan mendekati ke arah kehidupan nyata. Sebagai contoh, Second Life, ebay, alibaba. (Cahyono, 2016).

2.2.4 TikTok

TikTok adalah sebuah platform khusus yang dimana penggunanya untuk mengedit, menyebarkan, dan membuat konten dalam bentuk foto dan video. Pengguna dapat membagikan video singkat yang dilengkapi dengan berbagai fitur seperti filter dan musik sebagai pendukung. Di dalam aplikasi TikTok, hanya diperbolehkan mengunggah format video dengan durasi yang terbatas, berkisar antara lima belas detik sampai sepuluh menit. Hal ini menjadi suatu tantangan bagi para pembuat konten untuk memaksimalkan kreativitas mereka menggunakan fitur-fitur yang disediakan di TikTok ketika membagikan konten dalam waktu yang singkat. (Ananda Maharani dkk., 2024)

TikTok adalah platform media sosial yang berfokus pada konten audio dan video, yang kini banyak diminati oleh generasi Z. Aplikasi TikTok ini adalah jaringan sosial yang berbasis pada video musik yang berasal dari Tiongkok, diperkenalkan pada awal bulan September 2016. TikTok memberikan penggunanya untuk membuat video musik dengan durasi pendek. Selanjutnya, sepanjang tahun 2018 sampai 2019, TikTok menjadikannya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh, dengan total mencapai 45,8 juta kali, sekaligus mengalahkan aplikasi terkenal lainnya seperti Instagram dan Whatsapp.

Aplikasi TikTok ini merupakan platform yang memungkinkan penggunanya untuk menonton video pendek yang menampilkan berbagai reaksi dari setiap kreator. Selain itu, pengguna aplikasi ini dapat menirukan video dari kreator lain, seperti menciptakan video dengan musik modern yang juga bisa dibuat oleh siapa saja. Tak hanya itu, terdapat juga video yang diproduksi oleh pembisnis yang mempromosikan produk mereka agar lebih dikenal oleh publik secara luas. (Hasiholan dkk., 2020)

Kehadiran TikTok adalah salah satu tanda kemajuan dalam teknologi masa kini di mana berita atau informasi dapat saling dibagi di seluruh dunia tanpa perlu bertemu secara langsung dan dengan dukungan internet yang meningkatkan kecepatan informasi yang diterima, sehingga membuat dunia lebih mudah dipahami dan dicapai. Meskipun ada manfaat positif, TikTok juga membawa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

banyak efek negatif pada konten yang disajikan. Adapun sisi yang positifnya, TikTok memiliki beberapa manfaat, yaitu:

a. Kreativitas dan Ekspresi Diri

Mayoritas responden mengungkapkan bahwa TikTok memberikan ruang bagi mereka untuk menyalurkan kreativitas dan mengekspresikan diri melalui klip video singkat.

b. Hiburan dan Relaksasi

Banyak responden memanfaatkan TikTok sebagai sarana hiburan dan cara untuk melepas stres setelah aktivitas kerja atau belajar.

c. Pembelajaran dan Keterampilan Baru

Beberapa responden melaporkan bahwa mereka mendapatkan wawasan baru dan bahkan mengembangkan keterampilan dalam editing video serta konten kreatif.

d. Jaringan Sosial

TikTok juga memfasilitasi pengguna untuk memperluas jaringan sosial mereka dengan berinteraksi dengan orang lain dan mengikuti para konten kreator yang sesuai dengan minat mereka. (Ramzi dkk., 2023)

Meskipun terdapat banyak hal positif yang bisa dilakukan dan diperoleh dari TikTok, jelas bahwa ada dampak negatif dari pemakaian platform ini, khususnya bagi para remaja. Adapun dampak negatif dari aplikasi TikTok ini yaitu:

a. Menyia-nyiakan Waktu

Berbagai jenis konten yang ada di TikTok membuat para pengguna mengabaikan waktu yang seharusnya digunakan untuk belajar dan melakukan aktivitas positif lainnya. Dalam penelitian ini, banyak mahasiswa yang menghabiskan waktu produktif mereka hanya untuk menonton konten-konten yang ada di TikTok.

b. Tidak dibatasi Umur

Akses yang mudah terhadap konten-konten di TikTok membuatnya tersedia untuk semua kalangan usia, sehingga konten yang tidak pantas untuk anak-anak pun dapat diakses secara bebas oleh siapa saja. Aplikasi TikTok ini adalah platform yang dapat diunduh oleh siapapun, termasuk anak-anak di bawah umur, yang tidak seharusnya melihat atau mengunduh video yang terdapat di aplikasi tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Ujaran Kebencian

Selain manfaat dari konten di TikTok, terdapat banyak materi yang tidak bermanfaat dan cenderung bersifat negatif, yang sering ditonton dan ditiru oleh remaja dan anak-anak. Aplikasi TikTok juga sering disalahgunakan oleh kreator konten yang ingin mencari ketenaran dengan melakukan hujatan antar satu sama lain. (Madhani dkk., 2021)

2.2.5 Netnografi

Penelitian Netnografi ini diperkenalkan oleh Robert Kozinets, seorang Peneliti Marketing Re-researcher serta Profesor di bidang Ilmu Pemasaran di Universitas California Selatan, pada tahun 1995. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penggemar online yang berhubungan dengan brand Star Trek. Sejak itu, metode penelitian ini telah diterapkan dalam berbagai jenis studi hingga kini. Pada dasarnya, Netnografi adalah salah satu cabang dari etnografi digital.

Metode penelitian netnografi dirancang untuk mempunyai pemahaman yang mendalam mengenai kehidupan dalam komunitas virtual dari perspektif peneliti. Dalam konteks netnografi, komunitas digital yang sedang diteliti biasanya disebut sebagai netizen atau warga-net di lingkungan media sosial. Netnografi berfokus pada pengguna internet dalam komunitas online yang memiliki kehidupan sehari-hari yang penting. (Purnama Sari, 2022)

Netnografi memungkinkan pengumpulan data dari beragam platform, semua bergantung pada jenis informasi yang dibutuhkan dan cara penggunaan data tersebut. Data bisa diambil dari blog, akun serta grup di platform social, status, unggahan, sampai komentar di TikTok yang semuanya dapat difungsikan sebagai sumber penelitian. Meskipun netnografi mungkin tidak secara langsung memberi informasi yang tepat mengenai profil informan, tetapi data tersebut dapat diperoleh melalui berbagai situs yang terpercaya. Selain itu, catatan lapangan yang bersifat reflektif juga bisa dikumpulkan melalui diskusi di dunia digital. Seperti yang telah diungkapkan, jenis platform dan media apapun dapat dimanfaatkan dalam praktik netnografi. (Hidayatullah, 2022) Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian netnografi dapat dilakukan melalui pengumpulan data kualitatif yang diperoleh dari arsip, data elisitasi, dan catatan lapangan. Tujuan dari metode penelitian netnografi adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kehidupan komunitas virtual dari perspektif peneliti. Netnografi berfokus pada pengguna internet di dalam komunitas online yang memiliki kehidupan sehari-hari yang signifikan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Netnografi merupakan penggunaan metode etnografi untuk memahami budaya yang ada dalam kehidupan internet, khususnya yaitu media sosial. Berikut ini adalah elemen-elemen penting dari netnografi (Eriyanto, 2021):

a. Budaya

Fokus netnografi menggambarkan budaya dari sudut pandang individu atau kelompok yang menjadi subjek penelitian. Dalam konteks netnografi, budaya dipahami sebagai pengetahuan yang dimiliki dan digunakan oleh orang untuk memahami pengalaman serta menciptakan perilaku sosial. Netnografi bertujuan untuk menemukan berbagai pola, seperti ritual, kebiasaan, dan perilaku yang terjadi secara berulang dari aktivitas mental yang ditunjukkan melalui bahasa atau tindakan.

b. Jejak Online

Ini adalah tindakan seseorang yang terekam dalam ranah digital. Bentuk jejak digital ini sangat bervariasi, termasuk pada unggahan di platform media sosial, komentar di forum belanja, tanggapan di forum online, dan lainnya. Jejak digital pada intinya memperlihatkan kebiasaan, ritual, serta perilaku baik individu maupun kelompok di dunia digital. Inilah yang membedakannya dari studi etnografi, di mana peneliti diharuskan untuk melakukan pengamatan langsung, sementara pada penelitian online, kehadiran fisik peneliti tidak diperlukan untuk mengamati perilaku tersebut sebaliknya, peneliti menggunakan jejak digital yang sudah ada untuk menganalisis dan memahami perilaku pengguna internet.

c. Partisipasi / interaksi

Menurut pandangan Kozinets (2020), dalam metode penelitian netnografi, ia lebih memilih penggunaan istilah keterlibatan (engagement) dibandingkan partisipasi. Hal ini dikarenakan, pada prinsipnya, penelitian netnografi tidak mewajibkan berpartisipasi dalam kelompok online yang sedang dianalisis, baik melalui komentar, like, atau memberikan pertanyaan, dan yang lainnya. Data yang dibutuhkan adalah jejak digital yang asli, sehingga tidak seharusnya ada penambahan atau pengurangan, melainkan menggunakan data yang nyata.

d. Immersive engagement

Ciri khas lain yang menjadikan metode netnografi ini berbeda dibandingkan metode lainnya adalah adanya keterlibatan mendalam (immersion), di mana peneliti terjun langsung ke dalam lingkungan

individu atau kelompok yang sedang diteliti. Imersi ini penting agar peneliti dapat mengalami secara langsung, sehingga mampu menjelaskan budaya yang sedang diteliti dari sudut pandang orang atau kelompok tersebut. Karena metode netnografi adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan makna dari perilaku berdasarkan sudut pandang individu atau kelompok. (Eriyanto, 2021)

Kozinets (2009) mengemukakan bahwa jenis penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami dan memberikan makna pada pengalaman budaya di dunia maya, yang tercermin melalui jejak digital, praktik jaringan, serta sistem pelacakan online. Jejak yang dimaksud mencakup elemen-elemen seperti grafik, teks, gambar, musik, iklan komersial, dan media audiovisual. Selanjutnya, Eriyanto (2021) menjelaskan bahwa proses penelitian netnografi terbagi menjadi enam fase, yaitu inisiasi, penyelidikan, interaksi, imersi, integrasi, dan inkarnasi atau penyampaian hasil penelitian.

a. Inisiasi

Merupakan tahap awal dalam penelitian, yaitu menentukan tujuan dan fokus penelitian. Tujuan penelitian akan menentukan data yang akan diambil, bentuk interaksi, dan tahapan selanjutnya yang dibutuhkan dalam penelitian. Merupakan langkah pertama dalam proses penelitian, yaitu menentukan tujuan dan fokus penelitian. Tujuan penelitian akan menentukan informasi yang akan dikumpulkan, jenis interaksi, serta langkah-langkah berikutnya yang diperlukan dalam penelitian.

b. Investigasi

Netnografi merupakan metode penelitian yang memanfaatkan informasi dari situs, dengan fokus pada interaksi dalam media sosial. Pada fase ini, peneliti memilih situs mana yang akan dianalisis, seperti unggahan di media sosial, bagian komentar produk di platform online, dan lain sebagainya. Pengumpulan data dapat mencakup foto, video, meme, dan variasi lainnya. Setelah mengumpulkan data dalam jumlah yang sangat besar, peneliti kemudian akan membaca, menonton, mengklik, atau mendengarkan semua informasi tersebut. Data yang telah dipilih selanjutnya disimpan untuk tahap koding dan analisis yang lebih mendalam. (Eriyanto, 2021)

c. Interaksi

Pada penelitian netnografi, bentuk interaksi berupa engagement atau keterlibatan peneliti dengan data. Peneliti tidak perlu terlibat dalam aktivitas informan yang diteliti, seperti memberikan komentar,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan tanda like, dan lain-lain, tetapi hanya perlu melibatkan diri dalam data yang menjadi fokus penelitian. Keterlibatan ini bertujuan untuk memahami perspektif individu atau objek yang sedang diteliti.

d. Imersi

Imersi sebagai salah satu ciri penting dalam netnografi, di mana peneliti menceburkan diri dengan orang atau komunitas yang diteliti. Karena penelitian netnografi berdasarkan data site, di mana jejak digital telah ada sebelumnya di internet dan media sosial, serta penelitian netnografi tidak memiliki field site atau komunitas unik yang diteliti seperti pada etnografi, praktik imersi pada netnografi dilakukan menggunakan bentuk catatan imersi (immersion journal). Peneliti melakukan pencatatan data digital yang beragam, seperti teks, foto, video, gambar, audio, dan sebagainya. Peneliti kemudian melibatkan diri secara personal, intelektual, dan emosional untuk memaknai jejak digital tersebut.

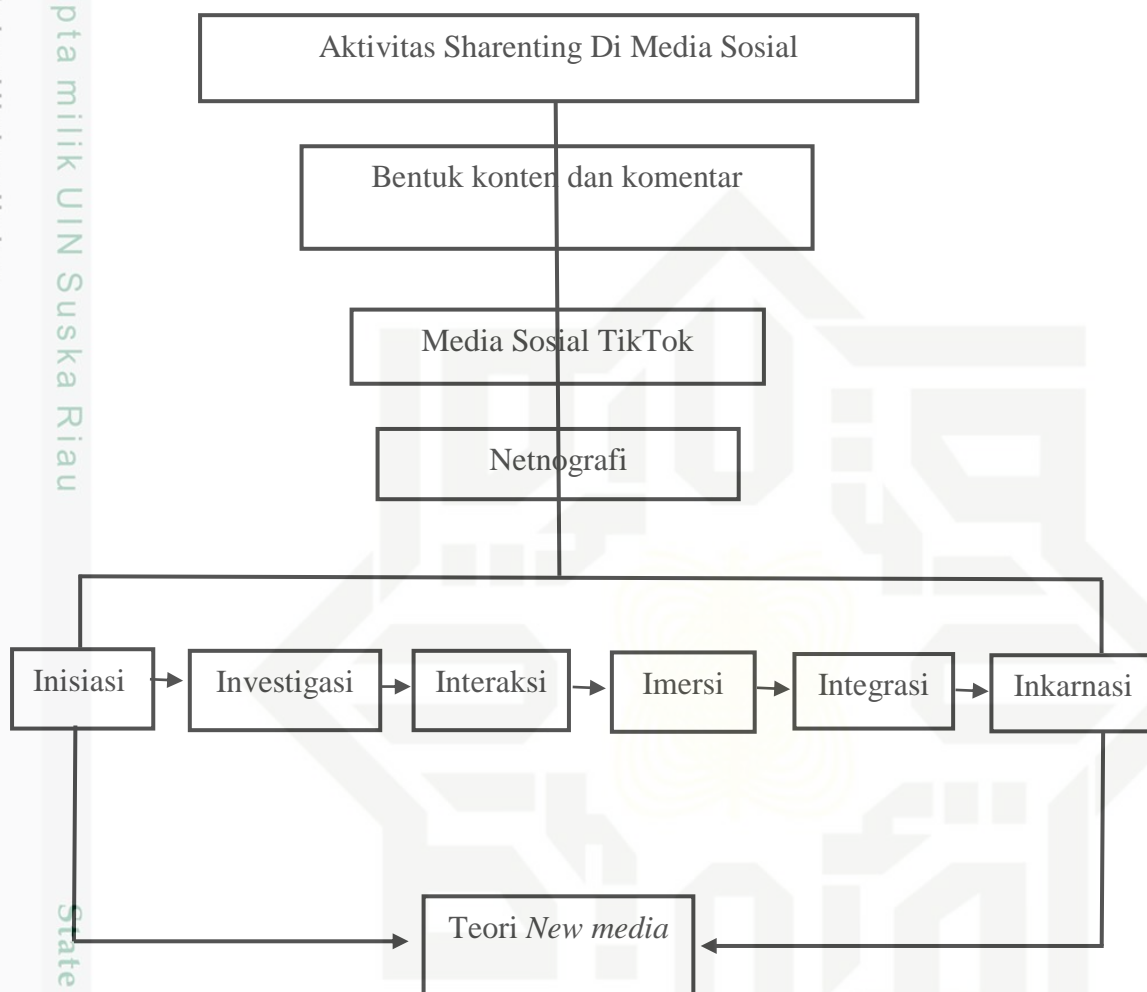
e. Integrasi

Merupakan tahapan di mana peneliti menganalisis dan menginterpretasikan data. Peneliti mengintegrasikan seluruh data yang diperoleh saat pengumpulan data, seperti hasil observasi, wawancara, dan sebagainya, dengan hasil investigasi, keterlibatan peneliti atau interaksi, dan hasil imersi. Penelitian netnografi membutuhkan proses analisis dan interpretasi yang dilakukan terus menerus selama penelitian dilakukan.

f. Inkarnasi

Ini merupakan tahap terakhir dalam penelitian netnografi, yaitu mengomunikasikan hasil penelitian. Hasil dapat ditulis dalam bentuk laporan penelitian seperti skripsi atau thesis dan disertasi, buku, jurnal, artikel ilmiah, blog, dan sebagainya. (Eriyanto, 2021)

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
(Sumber: Peneliti)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu suatu metode yang ditujukan untuk mengerti fenomena tertentu. Fenomena yang dimaksud bisa berupa pengalaman yang dialami oleh subjek yang diteliti, seperti perilaku, pandangan, motivasi, atau tindakan, yang diuraikan secara mendetail dengan kata-kata yang mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara kualitatif, yakni dengan pendekatan yang lebih mengarah pada pengambilan kesimpulan dari elemen-elemen spesifik yang ditemukan. Hasil dari penelitian ini lebih menekankan pada pemahaman makna dibandingkan menjelaskan kesimpulan yang bersifat umum. (Eriyanto, 2021)

Netnografi adalah sebuah metode penelitian kualitatif yang merupakan versi terbaru dari etnografi, yang berfokus pada pengamatan perilaku khas dari berbagai tipe komunitas dan budaya yang muncul dalam interaksi yang dimediasi oleh komputer atau secara daring. Komunitas online didefinisikan sebagai sekumpulan orang yang terlibat dalam interaksi sosial serta hubungan sosial yang terjalin melalui komunikasi berbasis komputer atau dalam ruang virtual. Netnografi diterapkan untuk menyelidiki dan mendapatkan pemahaman mengenai dunia siber dan perilaku komunitas daring, serta menggali kehidupan komunitas virtual itu dari sudut pandang para anggotanya. Sasaran penelitian netnografi adalah para pengguna internet beserta kegiatan dan kehidupan mereka di ranah virtual. (Damayanti, 2020)

Netnografi bisa diartikan sebagai pendekatan penelitian kualitatif yang mengambil inspirasi dari metode etnografi untuk mempelajari budaya serta komunitas yang muncul dalam *computer-mediated communications*, dan kemudian berkembang menjadi teknik penelitian untuk bidang media sosial. (Annisa, 2019). Netnografi yang merupakan salah satu variasi dari etnografi, adalah suatu metode penelitian yang menggabungkan dokumen dan interaksi internet, serta pengamatan dalam bentuk digital. (Kozinets, 2009).

Kozinets (2009) mengemukakan bahwa jenis penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami dan memberikan makna pada pengalaman budaya di dunia maya, yang tercermin melalui jejak digital, praktik jaringan, serta sistem pelacakan online. Jejak yang dimaksud mencakup elemen-elemen seperti grafik, teks, gambar, musik, iklan komersial, dan media audiovisual. Selanjutnya, Eriyanto (2021) menjelaskan bahwa proses penelitian netnografi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terbagi menjadi enam fase, yaitu inisiasi, penyelidikan, interaksi, imersi, integrasi, dan inkarnasi atau penyampaian hasil penelitian.

- a. Inisiasi

Merupakan tahap awal dalam penelitian, yaitu menentukan tujuan dan fokus penelitian. Tujuan penelitian akan menentukan data yang akan diambil, bentuk interaksi, dan tahapan selanjutnya yang dibutuhkan dalam penelitian.

- b. Investigasi

Netnografi merupakan metode penelitian yang memanfaatkan informasi dari situs, dengan fokus pada interaksi dalam media sosial. Pada fase ini, peneliti memilih situs mana yang akan dianalisis, seperti unggahan di media sosial, bagian komentar produk di platform online, dan lain sebagainya. Pengumpulan data dapat mencakup foto, video, meme, dan variasi lainnya. Setelah mengumpulkan data dalam jumlah yang sangat besar, peneliti kemudian akan membaca, menonton, mengklik, atau mendengarkan semua informasi tersebut. Data yang telah dipilih selanjutnya disimpan untuk tahap koding dan analisis yang lebih mendalam.(Eriyanto, 2021)

- c. Interaksi

Pada penelitian netnografi, bentuk interaksi berupa engagement atau keterlibatan peneliti dengan data. Peneliti tidak perlu terlibat dalam aktivitas informan yang diteliti, seperti memberikan komentar, memberikan tanda like, dan lain-lain, tetapi hanya perlu melibatkan diri dalam data yang menjadi fokus penelitian.

- d. Imersi

Imersi sebagai salah satu ciri penting dalam netnografi, di mana peneliti menceburkan diri dengan orang atau komunitas yang diteliti. Karena penelitian netnografi berdasarkan data site, di mana jejak digital telah ada sebelumnya di internet dan media sosial, serta penelitian netnografi tidak memiliki field site atau komunitas unik yang diteliti seperti pada etnografi, praktik imersi pada netnografi dilakukan menggunakan bentuk catatan imersi (*immersion journal*). Peneliti melakukan pencatatan data digital yang beragam, seperti teks, foto, video, gambar, audio, dan sebagainya. Peneliti kemudian melibatkan diri secara personal, intelektual, dan emosional untuk memaknai jejak digital tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Integrasi

Merupakan tahapan di mana peneliti menganalisis dan menginterpretasikan data. Peneliti mengintegrasikan seluruh data yang diperoleh saat pengumpulan data, seperti hasil observasi, wawancara, dan sebagainya, dengan hasil investigasi, keterlibatan peneliti atau interaksi, dan hasil imersi. Penelitian netnografi membutuhkan proses analisis dan interpretasi yang dilakukan terus menerus selama penelitian dilakukan.

f. Inkarnasi

Ini merupakan tahap terakhir dalam penelitian netnografi, yaitu mengomunikasikan hasil penelitian. Hasil dapat ditulis dalam bentuk laporan penelitian seperti skripsi atau thesis dan disertasi, buku, jurnal, artikel ilmiah, blog, dan sebagainya. (Eriyanto, 2021)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun media sosial yaitu platform TikTok yaitu akun @Abe_daily dengan menganalisis data melalui konten digital yang bisa diakses secara global menggunakan platform TikTok. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari 2025 hingga november 2025.

3.3 Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data Primer adalah yang diperoleh dari sumber data pertama di lapangan dengan melakukan pengamatan (observasi). (Kriyantono, 2008). Pertama, data primer adalah data mentah yang belum diolah, sehingga memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan data secara lebih akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Kedua, data primer memberikan informasi yang langsung dari sumber pertama, sehingga mengurangi kemungkinan kesalahan interpretasi atau distorsi informasi. (Undari Sulung, 2024). Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah akun TikTok dari @Abe_daily yang diamati langsung dari TikTok. Akun TikTok ini telah mencapai 8,1 juta *followers* dan terdapat 337,2 juta *like* pada video yang telah di upload, peneliti memilih 20 video dengan *viewers* terbanyak di tahun 2024 dan bentuk komentar netizen pada akun @Abe_daily.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung melalui sebuah perantara. Data sekunder dapat didapatkan melalui bukti,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

catatan, buku, jurnal, atau laporan historis yang sudah tersusun dalam arsip atau data dokumenter. data sekunder adalah data informasi yang tidak didapatkan langsung dari sumber atau responden. (Arvyanda dkk., 2023). Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapat dari buku, jurnal serta referensi untuk melengkapi kajian mengenai netnografi serta media sosial TikTok.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu peneliti melakukan observasi (pengamatan) dan dokumentasi.

a. Observasi *Virtual*

Werner & Schoepfle mendefinisikan Observasi juga dipahami sebagai “andalan perusahaan etnografi”. Maksudnya adalah observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari fokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta. Oleh karena itu observasi merupakan bagian integral dari cakupan penelitian lapangan etnografi. (H. Hasanah, 2017)

Jadi dapat disimpulkan bahwa Observasi dalam etnografi merupakan metode utama yang digunakan untuk memahami perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dengan melakukan pengamatan secara langsung dan berkelanjutan, peneliti dapat menyaksikan interaksi dan perilaku individu di lingkungan alami mereka. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang akurat tanpa mengganggu kondisi asli subjek yang diteliti. Observasi menjadi bagian penting dalam penelitian lapangan etnografi karena memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial secara mendalam.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Dokumentasi yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengambil gambar atau dokumen-dokumen untuk memperoleh data. (Apriyanti dkk., 2019)

3.5 Validitas Data

Validitas merupakan merujuk pada sejauh mana data yang dihasilkan oleh objek yang tengah diteliti sejalan dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang menunjukkan kesesuaian antara temuan dan laporan dianggap sebagai data yang valid. Berdasarkan penelitian kualitatif,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

keaslian data tidak bersifat tunggal, melainkan bergantung pada penafsiran manusia, sehingga sifatnya adalah jamak. Dalam hasil atau data dianggap valid jika tidak terdapat perbedaan antara apa yang dicatat oleh peneliti dengan kondisi sebenarnya pada objek yang diteliti (Octaviani & Sutriani, 2019). Data terbentuk dalam diri individu sebagai hasil dari proses pemikiran masing-masing individu dengan berbagai latar belakang yang berbeda. Metode ini secara umum bersifat interpretatif, sehingga peneliti perlu melakukan refleksi tentang perannya dalam penelitian dan cara interpretasi hasilnya. Oleh karena itu, semua elemen yang termasuk dalam ruang lingkup penelitian perlu diperhatikan, mulai dari sumber, lokasi, waktu, hingga aspek-aspek penting lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menerapkan metode triangulasi dengan sumber data. Dalam dokumentasi, peneliti menggunakan data yang berasal dari website analisis media, catatan, dan dokumentasi, yang diperoleh melalui dokumen, yang dalam konteks ini didapat dari berbagai dokumentasi dalam bentuk screenshot dan video.

3.6 Teknik Analisis data

Analisis Data Kualitatif merupakan proses yang melibatkan pengolahan, pengorganisasian, dan pemilahan data menjadi satuan-satuan yang lebih mudah dikelola. Dalam proses ini, peneliti menggabungkan informasi yang ada, serta mencari dan menemukan hal-hal penting yang dapat dipelajari. Selanjutnya, peneliti juga menentukan elemen-elemen mana yang dapat disampaikan kepada orang lain. (Jailani & Saksitha, 2024)

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik. Berdasarkan menurut Braun dan Clarke, analisis tematik merupakan metode yang diterapkan secara sistematis untuk mengidentifikasi pola makna (tema) yang terdapat dalam kumpulan data. (Eriyanto, 2021) Melalui analisis tematik, peneliti dapat mengidentifikasi pola makna dari kumpulan data yang besar, sehingga mereka dapat memahami pengalaman kolektif individu atau kelompok yang diteliti. Untuk menemukan makna atau budaya, peneliti perlu melihat pola dan keteraturan yang ada. Analisis tematik berfokus pada penggambaran pola umum dari data, bukan pada makna atau pengalaman unik yang mungkin muncul. Sebaliknya, tujuan utama analisis tematik adalah mengidentifikasi tema-tema umum, seperti topik yang sering dibicarakan dan kesamaan pandangan. Dengan mengidentifikasi pola-pola umum ini, peneliti dapat mengaitkannya dengan pertanyaan penelitian yang sedang dieksplorasi. (Eriyanto, 2021)

Tujuan dari analisis tematik adalah untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam percakapan dari data yang ada. Melalui teknik ini, percakapan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai isu-isu di media sosial yang berjumlah ribuan dapat dipetakan dan dikelompokkan ke dalam beberapa tema utama. Tema-tema ini mencerminkan budaya yang ingin dieksplorasi oleh peneliti netnografi. (Mutia dkk., 2024). Proses analisis tematik dilakukan melalui enam tahapan. Berikut adalah enam tahapan analisis tematik yang telah disusun oleh Braun dan Clarke.

Tahap 1: Membiasakan Diri dengan Data

Langkah pertama dalam analisis tematik adalah membiasakan diri dengan data yang telah diperoleh selama penelitian. Selama proses penelitian, peneliti mengumpulkan berbagai macam data. Sebelum melakukan analisis, penting untuk membaca data-data tersebut beberapa kali agar dapat memahami dan mengenalinya dengan baik. Pada tahap ini, peneliti melakukan pembacaan berulang kali terhadap data yang berupa transkrip atau tulisan. Dalam penelitian ini, peneliti secara khusus membaca komentar-komenar yang telah dikumpulkan dari konten tersebut.

Tahap 2: Membuat Koding Awal

Selanjutnya dalam analisis tematik adalah melakukan analisis data secara sistematis melalui koding. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi dan memberikan label pada setiap data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Kode ini berfungsi sebagai ringkasan dari data yang telah diperoleh. Budaya yang ingin diungkap dalam penelitian netnografi dibangun berdasarkan koding yang dilakukan secara sistematis.

Tahap 3: Mencari Tema

Langkah berikutnya adalah menemukan tema dari proses koding data yang telah dilakukan. Pada dasarnya, tahap ini merupakan upaya untuk menangkap elemen-elemen penting dari data yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian, serta menggambarkan pola atau makna yang terkandung di dalamnya. Pencarian tema adalah proses aktif di mana peneliti tidak sekadar menemukan, tetapi juga membangun tema itu sendiri. Tema yang dihasilkan mencerminkan pola yang ada dalam kumpulan data. Proses ini dilakukan dengan cara membaca data yang telah dikode secara berulang-ulang, kemudian mengamati keterkaitan antara kode-kode tersebut. Peneliti juga perlu mengeksplorasi hubungan di antara kode-kode itu, serta memahami bagaimana mereka menceritakan suatu cerita tentang data yang ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tahap 4: Meninjau Potensial Tema

Pada tahap ini, peneliti telah mengidentifikasi beberapa tema yang mencerminkan pola-pola dalam data yang diperoleh. Sebelum tema-tema ini digunakan lebih lanjut, penting bagi peneliti untuk melakukan evaluasi terhadapnya. Proses ini bersifat rekursif, di mana peneliti akan meninjau kembali tema dan koding yang telah dilakukan sebelumnya. Langkah pertama dalam proses ini adalah memeriksa apakah tema yang telah ditemukan sesuai dengan data yang ada. Evaluasi dilakukan dengan mengajukan berbagai pertanyaan yang relevan.

Tahap 5: Mendefinisikan dan Memberi Nama Tema

Pada tahap ini, peneliti memberi label (nama) dari tema dan mendefinisikan masing-masing tema sehingga terlihat perbedaan antara satu tema dengan tema yang lain. Tahap ini pada dasarnya adalah proses di mana peneliti membuat cerita tentang masing-masing tema. Agar peneliti fokus dalam beberapa subtema di dalam tema. Peneliti juga memilih beberapa kutipan seperti postingan media sosial, catatan imersi atau transkrip wawancara yang sesuai dengan masing-masing tema.

Tahap 6: Menyusun Laporan

Tahap terakhir dalam analisis tematik adalah menyusun laporan penelitian, seperti untuk tugas akhir kuliah (skripsi, tesis, disertasi), jurnal ilmiah hingga prosiding konferensi. Tujuan dari penulisan laporan adalah memberikan “kisah” yang menarik tentang data, berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Cerita harus menyakinkan, menarik dan jelas, tetap berdasar prosedur penulisan ilmiah. (Eriyanto, 2021).



BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Akun TikTok @Abe_daily

Akun @Abe_daily merupakan akun dari Dmitriev Abraham Hariyanto atau yang biasa dikenal dengan Abe cekut merupakan seorang anak imut dan menggemaskan yang belakangan ini ramai di media sosial TikTok. Nama cekut berasal dari salah satu kontennya. Ketika ekspresi dan ucapan lucu saat makan strawberry. Sebenarnya, ia ingin mengatakan kata kecut, tetapi secara terbalik ia malah menyebut cekut. Sejak saat itu, banyak netizen yang memanggilnya dengan nama " Abe Cekut". Hal yang menarik dari Abe cekut yaitu adanya peran penting ayahnya pada pembentukan karakter anaknya si Abe.

Abe merupakan anak dari Christian Benny Hariyanto, yang menjabat sebagai Direktur Utama PT Indo Jaya Translog, sebuah perusahaan logistik di Jawa Timur, dan Regina Bellanandra Prabowo yang bekerja di bidang perhotelan. Abe benar-benar dikenal luas berkat konten TikTok yang menampilkan tingkah lakunya yang random dan menggemaskan, dikelola oleh kedua orang tuanya dengan akun TikTok bernama @Abe_daily dan Instagram @Abe.daily. Salah satu video yang membuatnya semakin populer adalah saat ia mengatakan "wii gantengnya oii" ketika naik wahana fun ride di mall, serta video di mana ia salah menyanyikan lirik lagu "Sesaat Kau Hadir" menjadi sangat populer hingga dikenal oleh selebritas seperti Rayyanza putra Raffi Ahmad.

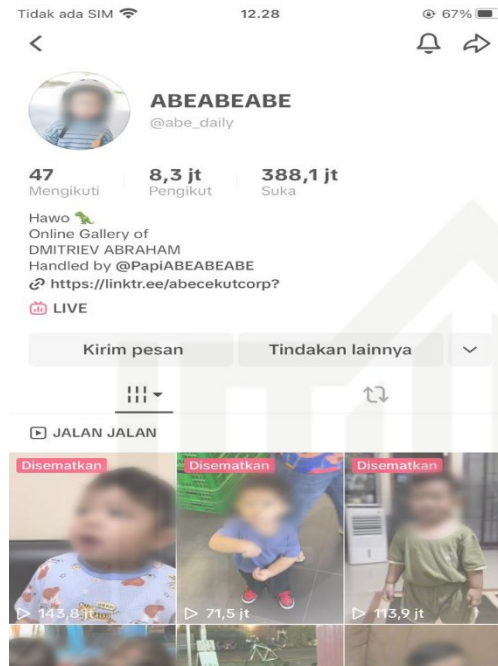
Di dalam siaran langsungnya, Abe kerap berinteraksi dengan ayahnya, yang akrab dipanggil Papi Beni, dengan gaya yang sangat casual dan lucu. Istilah "Onty dan Angkel" digunakan untuk menyebut para fans Abe yang suka berinteraksi saat siaran langsung. Orang tua Abe juga menjadi terkenal dengan julukan papi Beni dan mami Stego, panggilan yang muncul dari salah ucap Abe yang lucu. Abe selain dikenal karena kelucuan dan kesukaannya terhadap dinosaurus serta kereta api, juga sudah menjadi brand ambassador untuk susu Ultra Mimi Kids, sering mempromosikan produk tersebut dengan cara uniknya. Keluarga Abe juga pernah mendapat kritik terkait eksploitasi anak, tapi sang ayah menegaskan bahwa tujuan awal mereka mengunggah video adalah untuk mengabadikan momen lucu Abe karena keterbatasan penyimpanan ponsel.

Selain hiburan, Abe sudah meraih beberapa penghargaan bergengsi seperti TikTok Award Indonesia 2024 untuk kategori Popular Video of the Year dan Rising Creator of the Year. Dengan jumlah pengikut yang mencapai jutaan di berbagai platform media sosial, Abe Cekut menjadi salah satu bayi selebritas paling terkenal dan berpengaruh di Indonesia saat ini. Abe merupakan seorang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

influencer anak-anak yang memiliki 8,3 juta pengikut dan telah memiliki jumlah like sebanyak 388,1 juta yang dikelola ayahnya.



Gambar 4.1 Konten akun TikTok @Abe_daily

(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

4.2 Konten TikTok mengenai *Sharenting* pada akun @Abe_daily

Konten yang diupload oleh akun @Abe_daily memang bermacam-macam mengenai tentang aktivitas *sharenting* di media sosial. Dalam penelitian ini, disini peneliti memfokuskan konten yang akan diteliti adalah konten yang memiliki unsur *sharenting* yaitu praktik berbagi aktivitas anak di media sosial didalamnya. Setelah melakukan riset terhadap konten-konten @Abe_daily, peneliti mengambil 20 konten @Abe_daily yang diupload pada tahun 2024 dan memiliki jumlah *viewers* terbanyak, karena pada dasarnya studi netnografi mengamati jejak digital manusia di dalamnya, jejak digital ini bentuknya bermacam-macam, mulai dari *posting* di media sosial, komentar dan apa yang dicari di mesin pencarian.

Konten mengenai *sharenting* yang dibuat oleh @Abe_daily sendiri menampilkan aktivitas anak dalam keseharian, seperti momen bermain, belajar, hiburan, atau momen kebersamaan keluarga untuk memberikan kesan santai dan membangun interaksi dengan netizen melalui kolom komentar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Konten hiburan Abe bersama ayahnya menyanyikan lagu *spongebob squarepants*

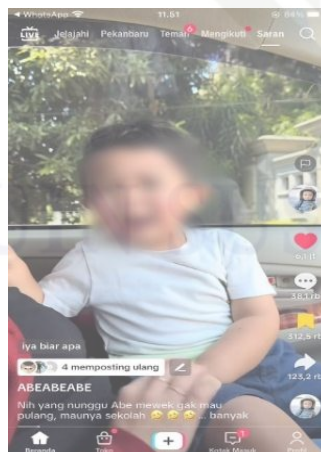


Gambar 4.2 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSkdLRP7q/>
Keterangan Konten : *Hahahaha SALTO

Konten ini menampilkan Abe bersama ayahnya yang sedang bernyanyi lagu dari Spongebob Squarepants, diiringi tawa mereka. Konten ini dibuat pada 13 Mei 2024 dan berdurasi selama 24 detik. Dalam video singkat ini, Abe menunjukkan aksi salah tingkah yang menarik banyak perhatian netizen. Konten ini berhasil meraih 14,7 juta *like*, 65,5 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 143,7 juta kali, menandakan tingginya tingkat popularitasnya.

2. Konten Abe sedang menangis karena mau sekolah ingin bertemu teman-temannya



Gambar 4.3 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islam University of Sultan Syarif Kasim Riau

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7UTvR6/>
 Keterangan Konten : Nih yang nunggu Abe mewek gak mau pulang, maunya sekolah sudah pengen 24 sks kah be?

Konten ini tentang Abe yang menangis karena ingin tetap di sekolah dan tidak ingin pulang bersama ayah dan ibunya. Video ini diposting pada 13 Agustus 2024 dan berdurasi 57 detik. Dalam video singkat ini, Abe terlihat bersedih karena tidak mau pulang dan lebih memilih untuk tinggal di sekolah. Video ini mendapatkan 6,1 juta *like*, 38,1 ribu komentar, serta 88,2 juta tayangan.

3. Konten Abe menunggu hadiah dino besar dan menangis di *prank* ayah Abe dikasih dino yang kecil.



Gambar 4.4 Konten akun TikTok @Abe_daily
 (Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7yuecw/>
 Keterangan Konten : Di prank dulu onty angkel☹️ Abe naik OPET nih, baruuuu ini☹️☹️☹️☹️

Konten ini tentang Abe yang di *prank* oleh ayahnya dan menangis karena isi dari kotak besar tersebut tidak sesuai harapannya, di mana dia hanya mendapati dinosaurus kecil. Konten ini diposting pada 20 Februari 2024 dan berdurasi 3 menit 57 detik. Reaksi Abe yang tampak polos dan menggemaskan menjadi daya tarik paling menarik dalam video ini. Video ini berhasil memperoleh 6 juta *like*, 33,9 ribu komentar, dan mencapai 77,9 juta tayangan.

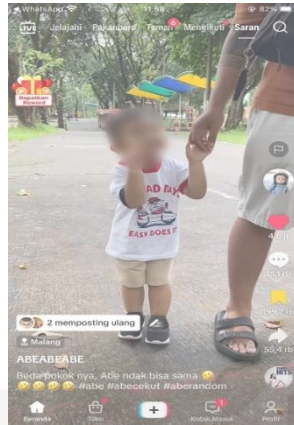
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Konten Abe sedang joget di jalanan



Gambar 4.5 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7ygRR1/>

Keterangan Konten : Beda pokok nya, Abe ndak bisa sama #Abe
#Abecekut #Aberandom

Konten ini menampilkan Abe yang sedang joget di jalan dengan ayahnya. Video ini diposting pada 24 Maret 2024 dan berdurasi 15 detik. Momen singkat ini menampilkan perilaku lucu dan menggemaskan dari Abe. Abe terlihat menolak untuk meniru gerakan tarian yang dicontohkan oleh ayahnya, sambil menunjukkan ekspresi wajah yang polos dan spontan. Video ini mendapatkan 4,6 juta *like*, 15,1 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 57,9 juta kali.

5. Konten Abe dikasih cemilan lemonilo brownies crispy



Gambar 4.6 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7y49tf/>
Keterangan Konten : Sarapan sebelum sekolah ya, dino

Konten ini tentang Abe yang setelah menikmati sarapan, menerima camilan dari ayahnya berupa lemonilo brownies crispy sekaligus promosi produk lemonilo yaitu camilan brownies crispy. Video ini diposting pada 24 Februari 2024 dengan durasi 46 detik. video singkat ini menunjukkan Abe setelah makan pagi sebelum pergi ke sekolah ayahnya memberinya camilan. Video ini berhasil meraih 722,8 ribu *like*, 1.911 komentar, dan telah ditonton sebanyak 41,1 juta kali.

6. Konten ayah dan Abe sedang makan lemonilo chimi



Gambar 4.7 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7yQAWJ/>
Keterangan Konten : Anak batu dan bapack tantrum , lagi rebutan cemilan #random #Aberandom #Abedaily

Konten ini tentang ayah dan Abe nya berebut jajanan lemonilo chimi yang sekaligus mempromosikan prosuk chimi dari lemonilo. video ini diposting pada 9 Januari 2024 dan berdurasi selama 57 detik. Video ini menampilkan momen lucu antara seorang Abe dan ayahnya. Mereka pun terlihat berebut makanan ringan. Video ini berhasil memperoleh 402,2 ribu *like*, mendapatkan 1.024 komentar, dan telah ditonton sebanyak 41,1 juta kali.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

7. Konten Abe sedang bernyanyi lagu ampar-ampar pisang



Gambar 4.8 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7y9ECK/>

Keterangan Konten : Ampar-ampar pisang, pisang ku P duet @cipung abubu. Awalnya sih yes, belakangnya kok jadi dino

Konten ini tentang Abe yang bernyanyi dengan mikrofon lagu "Ampar-ampar Pisang" bersama ayahnya. Video ini diupload pada 13 Februari 2024 dan berdurasi 45 detik. Video singkat ini menampilkan Abe menyanyikan lagu tradisional sambil berinteraksi lucu dengan gaya anak-anak. Di awal rekaman, Abe terlihat sangat antusias, tetapi di akhir video, ekspresinya berubah lucu, ketika Abe mengucapkan dino, yang menghibur para penonton. Video ini mendapatkan 2,9 juta *like*, 12,8 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 34,7 juta kali.

8. Konten Abe diajak ayahnya war takjil berakhir promosi lemonilo yaitu brownies crispy



Gambar 4.6 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

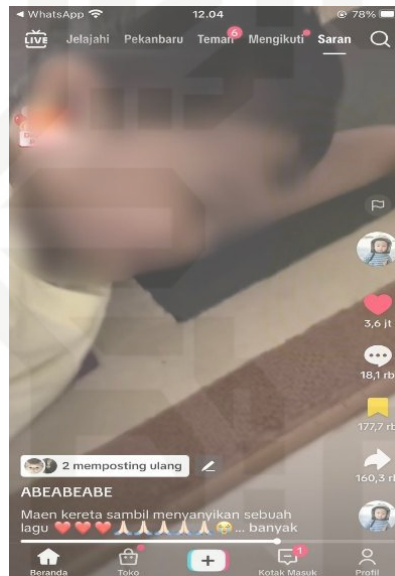
State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7yHbc8/>
 Keterangan Konten : mau war takjil, tapi baru inget gak musim takut juga nantik onty angel gak kebagian, soalnya rencana mau bawa truk

Konten ini tentang Abe yang diajak ayahnya untuk pergi mencari takjil, tetapi karena khawatir akan dimarahi oleh onty Angel di TikTok, ayahnya memberikan camilan kepada Abe, yaitu brownies crispy dari Lemonilo, sekaligus mempromosikan produk dari Lemonilo. Video ini diposting pada tanggal 1 April 2024 dengan durasi 49 detik. Video ini berhasil mendapatkan 1,5 juta like, 4.416 komentar, dan telah ditonton sebanyak 32,3 juta kali.

9. Konten Abe sedang bernyanyi



Gambar 4.7 Konten akun TikTok @Abe_daily
 (Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7ysuyh/>
 Keterangan Konten : Maen kereta sambil menyanyikan sebuah lagu ❤️👍👍👍

Konten ini menampilkan Abe yang dengan polosnya bernyanyi lagu “Sekop Sekop”, sementara ayahnya merekam dari samping. Di akhir rekaman ayahnya langsung tertawa karena kelucuan cara Abe menyanyikan lagu tersebut. Video ini diposting pada 16 Juli 2024 dengan durasi 6 detik, namun berhasil menarik perhatian netizen. Video tersebut telah mendapatkan 3,6 juta like, 18,1 ribu komentar, dan ditonton lebih dari 29,3 juta kali.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Abe sedang makan strawberry disuapi ayahnya



Gambar 4.8 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7fdEmB/>

Keterangan Konten : Kwowlkwowlkwowl kecut sampe ke kuping kuping

Konten ini tentang Abe yang sedang makan strawberry disuapi oleh ayahnya. Begitu menggigit buahnya, ekspresi Abe langsung berubah karena rasa asam yang mengejutkan. Ia lalu mencoba berkata “kecut”, tetapi malah salah mengucapkan menjadi “cecut”, membuat momen tersebut semakin lucu. Ayahnya pun langsung tertawa melihat reaksi spontan dan ucapan Abe yang keliru. Video ini diposting pada tanggal 26 Desember 2024 dengan durasi 28 detik. Video ini berhasil mendapatkan 2,5 juta *like*, 6.240 komentar, dan telah ditonton sebanyak 29,2 juta kali.

11. Abe mengucapkan mohon maaf lahir dan batin



Gambar 4.9 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7f866r/>
 Keterangan Konten : Selamat hari raya idul fitri onty angel, mohon maaf lahir dan batin. Semoga onty angel sehat selalu ya, selamat liburan, selamat berkumpul keluarga. wapyuuuuuuuuu♥️❏♥️❏♥️❏♥️❏

Konten ini tentang Abe yang mengucapkan “mohon maaf lahir dan batin” pada saat Hari Raya Idulfitri dengan wajahnya yang lucu dan polos. Video singkat ini menampilkan momen sederhana namun menggemaskan, saat Abe menyampaikan salam lebaran dengan cara yang natural dan penuh kelucuan khas dirinya. Video ini diposting pada tanggal 10 April 2024 dengan durasi 5 detik. Video ini berhasil mendapatkan 3,4 juta *like*, 14 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 28,4 juta kali.

12. Abe sedang memperagakan barongsai lalu promosi produk chimi ubi



Gambar 4.10 Konten akun TikTok @Abe_daily
 (Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7ytrB/>
 Keterangan Konten : Berkarir Barongsai juga butuh istirahat ya be istirahat dulu, ngemil dulu, ngopi lah minimal

Konten ini tentang Abe yang sedang memperagakan barongsai dengan tingkahnya yang lucu dan penuh semangat. Setelah itu, Abe kemudian memakan keripik ubi dari produk Chimi, sementara ayah dan ibunya ikut mempromosikan produk tersebut dengan cara yang ringan dan menghibur. Video ini diposting pada tanggal 18 Februari 2024 dengan durasi 45 detik. Video ini berhasil mendapatkan 482,7 ribu *like*, 836 komentar, dan telah ditonton sebanyak 27,1 juta kali.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Abe sedang bernyanyi



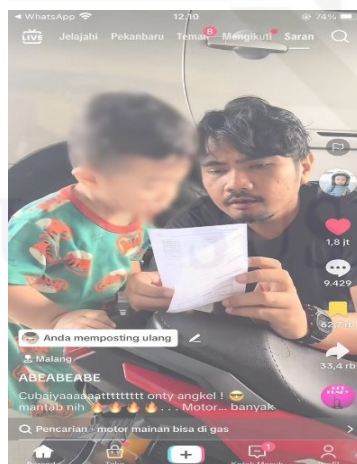
Gambar 4.11 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7yvKA9/>

Keterangan Konten : Penyinyaaaaa #Abe #Abececut

Konten ini tentang Abe yang sedang bernyanyi dengan wajahnya yang lucu dan ekspresi polos yang membuat siapa saja yang menontonnya ikut terhibur. Video ini memadukan suara Abe yang menggemaskan dengan tingkahnya yang natural, menciptakan momen singkat yang menyenangkan. Video ini diposting pada tanggal 11 Mei 2024 dengan durasi 15 detik. Video ini berhasil mendapatkan 3,4 juta like, 13,5 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 25,9 juta kali.

14. Abe membuka mainan baru bersama ayahnya



Gambar 4.12 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7faJ6H/>
Keterangan Konten : Cubaiyaaaaattttttt onty angel! Mantab nih
Motornya ADV 160 M29, bisa di cek ke @pmb toys
official yaaaaa

Konten ini tentang Abe yang sedang membuka mainan barunya, yaitu motor-motoran. Dengan antusias, Abe mulai merakit mainan tersebut bersama ayahnya. Selama prosesnya, mereka terlihat kompak dan seru, sementara di *caption* video ayah turut mempromosikan tempat pembelian mainan tersebut dengan men tag akun penjualnya. Video ini diposting pada tanggal 30 Maret 2024 dengan durasi 1 menit 1 detik. Video ini berhasil mendapatkan 1,8 juta *like*, 9.440 komentar, dan telah ditonton sebanyak 24,3 juta kali.

15. Abe bersama ayahnya melihat burung



Gambar 4.136 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7fAYLa/>
Keterangan Konten : Abe 1 tahun, burung= wawa mana kagetan lagi

Konten ini tentang Abe yang melihat burung peliharaannya bersama ayah ketika usianya masih 1 tahun. Dalam video ini, Abe memanggil burung tersebut dengan sebutan “wawa”, dan ekspresinya langsung berubah kaget saat burung itu tiba-tiba berkicau. Reaksi polos Abe membuat momen ini terasa lucu dan menggemaskan. Video ini diposting pada tanggal 21 Juni 2024 dengan durasi 14 detik. Video ini berhasil mendapatkan 3 juta *like*, 8.169 komentar, dan telah ditonton sebanyak 23,8 juta kali.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

16. Abe sedang bermain bersama ayahnya



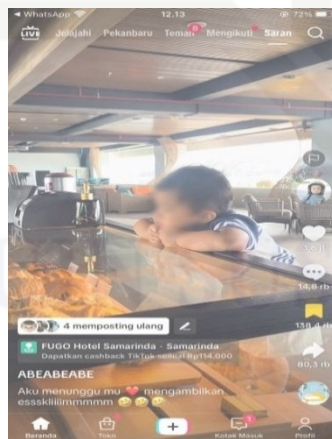
Gambar 4.147 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7fucCj/>

Keterangan Konten : Yang lain acara keluarga kita acara berdua

Konten ini tentang Abe yang sedang bermain bersama ayahnya. Dalam video tersebut, Abe diletakkan di sebuah permainan berbentuk bulatan yang bisa berputar, membuat suasana terlihat seru dan menyenangkan. Namun, momen makin lucu ketika tiba-tiba Abe kentut saat sedang berputar, membuat ayahnya langsung tertawa karena tidak menyangka. Video ini diposting pada tanggal 7 Desember 2024 dengan durasi 31 detik. Video ini berhasil mendapatkan 2,8 juta *like*, 11,7 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 23,4 juta kali.

17. Abe sedang bersantai menunggu di etalase roti



Gambar 4.1815 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7fCmQd/>
Keterangan Konten : Aku menunggu mu♥□ mengambilkan essskliimmm

Konten ini tentang Abe yang sedang bersantai sambil menunggu es krim di etalase roti dengan ekspresi wajahnya yang lucu dan menggemaskan. Video ini menangkap momen sabar sekaligus polos Abe membuat suasana terasa hangat dan menghibur. Video ini diposting pada tanggal 30 Juli 2024 dengan durasi 22 detik. Video ini berhasil mendapatkan 3,6 juta *like*, 14,8 ribu komentar, dan telah ditonton sebanyak 23,4 juta kali.

18. Abe sedang makan keripik ubi produk Chimi sekaligus mempromosikan



Gambar 4.16 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7foLaa/>
Keterangan Konten : Ada yang mau disuapin snack sehat kesukaan Abe gak?
Sini aku suapin

Konten ini tentang Abe yang sedang makan keripik ubi dari produk Chimi sambil ngobrol dengan ayahnya. Dalam video ini, ayah juga secara natural mempromosikan produk tersebut melalui momen santainya, membuat suasana terasa hangat dan menghibur. Video ini diposting pada tanggal 15 Mei 2024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan durasi 48 detik. Video ini berhasil mendapatkan 1,6 juta *like*, 5.074 komentar, dan telah ditonton sebanyak 23,1 juta kali.

19. Abe sedang bernyanyi salah lirik lagu



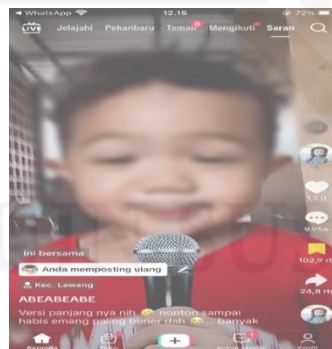
Gambar 4.170 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7fspUS/>

Keterangan Konten : Baru tau kalo bisnis ban tubeless #Abe
#Abecekut #Aberandom

Konten ini tentang Abe yang sedang bernyanyi namun salah mengucapkan lirik, sehingga membuat ayahnya tertawa melihat kelucuan dan ekspresi polos Abe. Video singkat ini menangkap momen menghibur antara Abe dan ayahnya, memadukan kesalahan lucu Abe dengan reaksi natural sang ayah. Video ini diposting pada tanggal 25 Februari 2024 dengan durasi 11 detik. Video ini berhasil mendapatkan 2,2 juta like, 5.834 komentar, dan telah ditonton sebanyak 22,2 juta kali.

20. Abe sedang bernyanyi



Gambar 4.18 Konten akun TikTok @Abe_daily
(Sumber: akun TikTok @Abe_daily)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Link Konten : <https://vt.TikTok.com/ZSh7PLGUT/>

Keterangan Konten : Versi panjang nya nih nonton sampai habis emang paling bener dah #random #Aberandom #Abedaily

Konten ini tentang Abe yang sedang bernyanyi dibimbing oleh ayahnya. Saat sedang asyik bernyanyi, Abe mundur dan tak sengaja kejedot tembok di belakangnya, membuatnya menangis di akhir video. Momen ini menangkap reaksi polos Abe dan interaksi hangat dengan ayahnya. Video ini diposting pada tanggal 1 Januari 2024 dengan durasi 19 detik. Video ini berhasil mendapatkan 1,7 juta like, 9.611 komentar, dan telah ditonton sebanyak 21,6 juta kali.





BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Pada bagian akhir ini, peneliti telah melakukan enam tahapan proses netnografi menurut Kozinets yaitu insisiasi, interaksi, investigasi, imersi, integrasi dan inkarnasi mengenai aktivitas *sharenting* pada akun TikTok @Abe_daily. Penelitian ini mengungkapkan bahwa *sharenting* di akun @Abe_daily dilakukan secara terstruktur dan berulang, dimana orang tua yaitu ayah Abe aktif mengelola identitas digital anak. Melalui metode netnografi, peneliti mengamati postingan dengan fokus pada konten yang memiliki jumlah *viewers* tertinggi. Temuan utama menunjukkan enam tema yang muncul dari konten dan interaksi komentar dari netizen yaitu: hiburan dan humor anak, yang menjadi daya tarik utama dengan respons komentar positif tinggi, interaksi orang tua dan anak yang menampilkan kedekatan keluarga, komersialisasi melalui promosi produk seperti camilan, representasi perkembangan anak sebagai dokumentasi sosial dan emosional, ekspresi emosi anak yang menghibur, dan dokumentasi keseharian anak yang mengubah momen pribadi menjadi konsumsi publik.

Dalam pembahasan, temuan ini dikaitkan dengan teori *sharenting* yang menjelaskan media sosial sebagai ruang pertunjukan keluarga, serta konsep *performative parenting* di mana tingkah anak dijadikan hiburan. Secara keseluruhan, citra Abe sebagai anak lucu, polos, dan ekspresif dibentuk dominan melalui tema hiburan dan komersialisasi, yang diperkuat oleh interaksi komentar netizen. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa aktivitas *sharenting* pada akun TikTok @Abe_daily sejalan dengan Teori *new media* oleh Pierre Levy, di mana media digital bisa menciptakan ruang interaktif yang terbuka, kolaboratif dan partisipatif. Melalui fitur komentar, *like*, postingan ulang, netizen turut berperan dalam membentuk makna dan citra Abe sebagai figur digital. Interaksi intens antara orang tua, anak dan netizen mencerminkan karakteristik *new media*.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa *sharenting* pada akun @Abe_daily berpotensi menghadirkan risiko etis, terutama terkait privasi anak, jejak digital permanen dan komodifikasi anak dalam konten komersial. Anak ditempatkan sebagai pusat perhatian publik tanpa memiliki kemampuan untuk memberikan persetujuan sehingga penting bagi orang tua untuk mempertimbangkan aspek keamanan digital dan dampak jangka panjang terhadap kehidupan anak.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi penelitian netnografi di bidang komunikasi digital, serta memberikan wawasan bagi orang

tua selaku pengelola akun @Abe_daily untuk lebih memahami mengenai *sharenting* secara mendalam.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran diberikan untuk pengembangan penelitian dan pengelola akun *sharenting* di TikTok, khususnya @Abe_daily:

1. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini berfokus pada analisis konten dengan jumlah *viewers* tertinggi sehingga temuan yang diperoleh masih terbatas pada unggahan tertentu. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menganalisis lebih banyak konten agar gambaran mengenai pola *sharenting* dapat lebih komprehensif.

2. Untuk pengelola akun @Abe_daily

Pengelola akun diharapkan dapat lebih mempertimbangkan aspek etika dalam praktik *sharenting*, terutama terkait privasi anak dan jejak digital jangka panjang. Penyertaan batasan konten, pengaburan informasi sensitif, serta pengelolaan komentar yang lebih selektif dapat membantu melindungi identitas anak. Pengelola juga perlu lebih transparan dalam konten komersial agar tidak terjadi komodifikasi dan eksploitasi berlebihan terhadap anak.

3. Untuk Praktisi Komunikasi Digital

Praktisi komunikasi digital perlu memahami bahwa aktivitas *sharenting* tidak hanya terkait dokumentasi, tetapi juga memiliki dampak terhadap pembentukan citra dan persepsi publik terhadap anak. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan pendekatan komunikasi yang etis, termasuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan tidak mengeksploitasi ekspresi maupun momen pribadi anak. Praktisi juga disarankan menyusun narasi yang lebih empatik serta mempertimbangkan keamanan digital dalam setiap produksi konten.

Dengan adanya saran ini, diharapkan penelitian mengenai aktivitas *sharenting* di media sosial dapat terus berkembang dan memberikan manfaat baik bagi pihak-pihak yang terlibat, baik dari segi akademik maupun praktis.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Noviani & Sri Wijayanti. (2022). Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram @singlemomssindonesia). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i1.1>
- Afrina Nabila Azhari, Rifana Aufa Hapsari, Dalfa Amalia, & Nuri Setia Nurhawa. (2025). KOMODIFIKASI ANAK USIA DINI PADA KONTEN YOUTUBE RIA RICIS. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(2), 104–125. <https://doi.org/10.59408/jnk.v3i2.24>
- AKTIVITAS SHARENTING DAN PRAKTIK KOMODIFIKASI ANAK (Studi Netnografi pada Akun TikTok @ndhiraa07). (t.t.).
- Amon, M. J., Kartvelishvili, N., Bertenthal, B. I., Hugenberg, K., & Kapadia, A. (2022). Sharenting and Children's Privacy in the United States: Parenting Style, Practices, and Perspectives on Sharing Young Children's Photos on Social Media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW1), 1–30. <https://doi.org/10.1145/3512963>
- Ananda Maharani, Asep Suryana, & Teddy Kurnia Wirakusumah. (2024). Strategi Pengelolaan Akun Tiktok Edukatif: Studi Kasus Pada Akun Tiktok @Buiramira. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(2), 107–124. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.924>
- Annisa, S. (2019). *STUDI NETNOGRAFI AKSI BEAT PLASTIC POLLUTION OLEH UNITED NATIONS ENVIRONMENT DI INSTAGRAM*.
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT KEMBANG SERI KECAMATAN TALANG EMPAT KABUPATEN BENGKULU TENGAH. *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.839>
- Arvyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). *Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa*. 1.
- Astuti, S. W. (2019). *Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika*. 5.
- ayasha, ivonne. (2022). *DIGITAL MARKETING (Tinjauan Konseptual)*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika*. (t.t.).
- Cahyono, A. S. (2016). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*.
- Cargill, C., & Hedquist, A., D., V. ., Jung. D. (2021). SOCIAL MEDIA AND PARENTING SUPPORT: A SYSTEMATIC SCOPING REVIEW (2010-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2019). *IADIS INTERNATIONAL JOURNAL ON WWW/INTERNET*, 19(2). https://doi.org/10.33965/ijwi_202119201
- Chasanah, N. F., & Alamiyah, S. S. (2024). *Kemampuan Literasi Digital Orang Tua Milenial pada Aktivitas Sharenting di Instagram*. 6(2).
- Cino, D., Demozzi, S., & Subrahmanyam, K. (2020). "Why post more pictures if no one is looking at them?" Parents' perception of the Facebook Like in sharenting. *The Communication Review*, 23(2), 122–144. <https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1797434>
- Damayanti, A. (2020). Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi COVID-19: Studi Netnografi terhadap Komunitas Online KawalCOVID19.id. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 176–193. <https://doi.org/10.46937/18202032355>
- Dwiarsianti, A. (2022). Sharenting dan Privasi Anak: Studi Netnografi pada Unggahan Instagram dengan Tagar #Anakku. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24803>
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 81–99. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>
- Eriani, E., Novianti, R., Amanda, R. S., & Anggia, D. (2023). Analisis Praktik Sharenting Orang Tua Milenial di Provinsi Riau, Indonesia. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 6(2), 146–151. <https://doi.org/10.31004/aulad.v6i2.467>
- Eriyanto. (2021a). *Metode Netnografi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, E. (2021b). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial* (PT Remaja Rosdakarya).
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. 14(1).
- Frasetya, V. (2024). Sharenting Ethics in Indonesian Family Communication Through Cultural Values of Digital Parenting. *Al Huwiyah: Journal of Woman and Children Studies*, 4(1), 79. <https://doi.org/10.24042/jwcs.v4i1.24335>
- Gunawan, M. G. (2023). Implementasi Sharenting Di Media Sosial Sebagai Penggeser Dokumentasi Tumbuh Kembang Anak Dari Analog Ke Digital. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 8(2), 455–473. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v8i2.1832>
- Hapsari, A. N., Yani, D. S., Azzahra, D. S., Putri, M. K. U., & Purwanto, E. (2025). Podcasting sebagai Perlawanan Budaya: Suara dari Marjin.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- CONVERSE *Journal Communication Science*, 2(1), 18.
<https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4322>
- Hapsari, Y. D., & Reftantia, G. (2025). *Dramaturgy in Sharenting Practices: The Role of Parents in Constructing the Ideal Family Identity on Social Media*. 09, 454. <https://doi.org/10.22437/titian.v9i2.48438>
- Hasanah, F. F. (t.t.). *Analisis Sharenting dengan Konten Islami yang Dilakukan oleh Ayah Milenial*.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK MENCEGAH COVID-19. *Commiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hidayanto, S., & Athalarik, F. M. (2024). *Sharenting Practices by Millennial Parents as an Effort to Gain Social Recognition*.
- Hidayati, N., Meliani, F., & Yuliyanto, A. (2023). SHARENTING DAN PERLINDUNGAN HAK PRIVASI ANAK DI MEDIA SOSIAL. *Research in Early Childhood Education and Parenting*, 4(1). <https://doi.org/10.17509/recep.v4i1.58181>
- Hidayati, N., & Zaman, B. (2021). *Is it Necessary to Ban Gadget in Early Childhood?: 5th International Conference on Early Childhood Education (ICECE 2020)*, Bandung, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210322.057>
- Hidayatullah, R. (2022). Merefleksikan Netnografi untuk Penelitian Seni (Resensi Buku). *Pelataran Seni*, 7(1), 61. <https://doi.org/10.20527/jps.v7i1.13394>
- Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (t.t.). *TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMIAH*.
- Klucarova, S., & Hasford, J. (2023). The oversharenting paradox: When frequent parental sharing negatively affects observers' desire to affiliate with parents. *Current Psychology*, 42(8), 6419–6428. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01986-z>
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The Essentials Guide to Qualitative Social Media Research. Third Edition*. SAGE Publications.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenada Media Group.
- Latif, F. S., & Alamiyah, S. S. (2023). *CELEBRITY SHARENTING : PENERIMAAN ORANG TUA TERHADAP KONTEN SHARENTING DI INSTAGRAM*.
- Lazard, L. (2022). Digital mothering: Sharenting, family selfies and online affective-discursive practices. *Feminism & Psychology*, 32(4), 540–558. <https://doi.org/10.1177/09593535221083840>
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day- to- day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), e12443. <https://doi.org/10.1111/spc3.12443>
- Lukmantoro, R. N. H., Muhammad Bayu Widagdo Triyono. (2024). *AKTIVITAS SHARENTING DAN PRAKTIK KOMODIFIKASI ANAK (Studi Netnografi pada Akun TikTok @ndhiraa07)*. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/45708?utm_source=chatgpt.com
- Madhani, L. M., Bella Sari, I. N., & Shaleh, M. N. I. (2021). DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU ISLAMI MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Metodologi-Penelitian-Kualitatif*. (t.t.).
- Mohamad Muspawi, U. S. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER*. 5.
- Mutia, T., Suminar, J. R., Dida, S., & Agustin, H. (2024). *BIG DATA AND NETNOGRAPHY ANALYSIS OF MENTAL HEALTH ON X: EVIDENCE FROM INDONESIA*. 6.
- Mutia, T., Taufiqurrahman, M. I., & Handoko, T. (2022). Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Konten Ruqyah Syar'iyah pada Akun Tiktok Ustadz @eriabdulrohim). *Idarotuna*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i1.13515>
- Nagari, B. B., & Abadi, T. W. (2024). Ujaran Kebencian Terhadap Presiden Jokowi Studi Netnografi Twitter. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 14–26. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2874>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). *ANALISIS DATA DAN PENGECEKAN KEABSAHAN DATA*. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Oktavianti, H., & Shabrina, A. (t.t.). *Persepsi Audiens Perempuan Terhadap Fenomena Sharenting Pada Selebgram Anak Shabira Alula Adnan @Shabiraalula (Studi Deskriptif Pada Instagram @Shabiraalula)*.
- Patzer, R. E., McPherson, L., Redmond, N., DuBay, D., Zayas, C., Hartmann, E., Mulloy, L., Perryman, J., Pastan, S., & Arriola, K. J. (2019). A Culturally Sensitive Web-based Intervention to Improve Living Donor Kidney Transplant Among African Americans. *Kidney International Reports*, 4(9), 1285–1295. <https://doi.org/10.1016/j.ekir.2019.05.771>
- Permanasari, A., & Sirait, Y. H. (2021). *Perlindungan Hak Privasi Anak Atas Pelanggaran Sharenting Oleh Orang Tua Di Indonesia*. 7, 1024.1040.
- Pertiwi, W. K., C., B. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023. *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023>
- Purnama Sari, D. (2022). PENGEMBANGAN NETNOGRAFI PADA ERA METAVERSE. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 7(3), 12. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i3.1862>
- Ramzi, M., Auliarahman, T., Andi, M., & Salat, J. (2023). *DAMPAK POSITIF & NEGATIF DALAM PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DIKALANGAN MASYARAKAT*. 2(3).
- Rinaldi, Moch. Z. A., & Subur Drajat, M. (2023). Aktivitas Komunikasi Digital Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melalui Instagram: Studi Kasus Mengenai Pemanfaatan Media Sosial pada Akun Instagram @disbudpar.bdg dalam Menjalankan Aktivitas Komunikasi Digital Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung oleh Stakeholdernya. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 508–515. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.7949>
- Romero-Rodríguez, J.-M., Kopecký, K., García-González, A., & Gómez-García, G. (2022). Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). *Children and Youth Services Review*, 136, 106396. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2022.106396>
- Saputri, N. A. (2023). *Literasi Sharenting & Privasi Anak di Media Jejaring Sosial*. 4. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i2.4468>
- Sespiani, K. A. (2022). Eksistensialisme Rafathar dalam Praktik Sharenting pada Media Sosial Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 6(1), 50–60. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i1.2315>
- Sianturi, E., & Marli, S. (t.t.). *PENINGKATAN AKTIVITAS BELAJAR SISWA DALAM PEMBELAJARAN ILMU PENGETAHUAN ALAM MENGGUNAKAN METODE DEMONSTRASI*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Soma, oleh I. B. K., & Chandra, M. (2024). *Studi Netnografi: Pengalaman Pengunjung Dan Analisis Swot Di Bali Nusa Dua Convention Center*.
- Sugiharti, Z. (2024). Sharenting Oleh Pasangan Selebritis di Indonesia: Studi Netnografi Pada Akun Instagram @ameenaatta. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 5(2), 106–113. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1848>
- Tanvaltin, V., & Yuliana, N. (2024). Preferensi Pengguna Media Sosial TikTok dalam Menonton Konten TikTok Abe. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 8–17. <https://doi.org/10.31294/jkom.v15i1.22719>
- Utomo, A. (2022). *Komodifikasi Sharenting Sebagai Dampak Perkembangan Teknologi: Studi Akun YouTube Chelzea Nail*. 6(1). <https://doi.org/10.31334/lugas.v6i1.2157>
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1.
- Widada, C. K. (2018). MENGAMBIL MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Yemima, D., Palupi, M. F. T., & Kusumaningrum, H. (2023). Representation of Parenting Based on Sharenting (Semiotic Analysis of Roland Barthes on the TikTok Account @IDAWIDA). *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 11(2), 282–301. <https://doi.org/10.46806/jkb.v11i2.1045>
- Yusriana, D. M. F. P. P., Triyono Lukmantoro, Amida. (2023). *Pengalaman Sharenting di Instagram Sebagai Upaya Presentasi Diri Pada Ibu Milenial*. 15.

LAMPIRAN

Bentuk Konten

No.	Tema	Definisi Tema	Koding	Nomor Koding
1.	Hiburan dan humor anak	Tema yang berisi tingkah lucu dan momen menghibur yang ditampilkan oleh anak.	interaksi lucu, humor anak, kegembiraan dan kelucuan Anak	7, 9, 10, 13, 19
2.	Interaksi orang tua dan anak	Tema yang menggambarkan aktivitas sehari-hari anak bersama orang tua.	Bermain bersama keluarga, interaksi keluarga, suara orang tua, respon anak terhadap orang tua	4, 14, 16
3.	Komersialisasi	Tema yang berkaitan dengan konten promosi atau kerja sama brand yang melibatkan anak.	Konten promosi, mention produk, aktivitas endorse	5, 6, 8, 12, 18
4.	Representasi perkembangan anak	Tema yang menunjukkan proses tumbuh kembang anak baik secara fisik, emosional, maupun sosial.	perkembangan bahasa, perkembangan sosial, perkembangan fisik, kemampuan baru	11, 17
5.	Ekspresi emosi anak	Tema yang menyoroti ekspresi emosi anak dalam berbagai situasi, seperti senang, sedih, atau terkejut.	Ekspresi wajah, reaksi emosional, menunjukkan perasaan	2, 3, 20
6.	Dokumentasi keseharian anak	Tema yang menggambarkan rutinitas dan aktivitas sehari-hari anak	aktivitas harian, kebiasaan, momen keseharian	1, 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bentuk Komentar

No.	Komentar	Tema
1.	Fatim : AHAHA NGELAG DULU 1 DETIK	Hiburan humor anak
2.	b☆ : PLIS AYAH ABE DAN MAMI STEGO JANGAN DULU KASIH ABE MAM BIAR JGN CEPET BESARRR	Dokumentasi keseharian anak
3.	cees•333 : 10jt? waww	Komersialisasi
4.	Lacoco En Nature : aye aye captain Abeee	Hiburan humor anak
5.	wonwoo gf ♡ : ABE LUCU NYAAAAA, ONTY CULIK BOLEH GA??????	Hiburan humor anak
6.	ᵝ : suara bapak nya mirip , smpe gw kira , pake sound	Interaksi orang tua dan anak
7.	Clarissa Ca : demi apa pun ini baru ya	Dokumentasi keseharian anak
8.	Nnda08 : gara2 Abe gw jdi smngt hidup	Hiburan humor anak
9.	irgi : suara nya mirip bet tuan krep bapak nya si Abe	Interaksi orang tua dan anak
10.	Fistira : HEY EMANG BOLEH LUCU BANGET	Hiburan humor anak
11.	lunaa : ABEEEE SAYANGGG, AYAH SUARANYA MENDALAMI PERAN	Interaksi orang tua dan anak
12.	tika : lucu amay bayii	Hiburan humor anak
13.	حَمِيرَة : COMEL EHHHH	Hiburan humor anak
14.	mikamika : LUCU BGTT CII	Hiburan humor anak
15.	BINTANG : njir yg like 10M	Komersialisasi
16.	lalali : AYA CAPTAIN!!!	Dokumentasi keseharian anak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

17.	awaa : udh 2,7M	Komersialisasi
18.	w l y : suara ayah Abe mirip bgt	Interaksi orang tua dan anak
19.	^z z : kayanya dia udah gumoh ketemu onty angkel jadi pas ketemu yg seukuran seneng	Dokumentasi keseharian anak
20.	diansmjntk : aku di sekolah pengen pulang terus Bee	Dokumentasi keseharian anak
21.	bell : “biar bertemu teman-teman”	Dokumentasi keseharian anak
22.	WawWaA : “buku buku babi” lucu banget beeee	Hiburan humor anak
23.	Joo : dia sudah menemukan dunianya, teman seumuran	Dokumentasi keseharian anak
24.	sugarr : jarang lihat Abe nangis, sekali nangis gak mau pulang sekolah	Ekspresi emosi anak
25.	aliby : social energy Abe 100%	Dokumentasi keseharian anak
26.	ngelllll\ : baru ini ada anak kecil yang betah sekolah	Dokumentasi keseharian anak
27.	ZD < : orang tua yang tau menenangkan anaknya, salut	Interaksi orang tua dan anak
28.	raaa ㄇ : lucu banget Abe plis jangan sekolah dulu	Hiburan humor anak
29.	MantanMu : meski kesal gak bisa masuk tetap mau komunikasi, good job Abe	Representasi perkembangan anak
30.	Who’s ivy : anak extrovert banget	Representasi perkembangan anak
31.	M tk α : Abe kayaknya sedih banget	Ekspresi emosi anak
32.	R : Abe bisa tantrum juga ya	Representasi perkembangan anak
33.	iaa semangat diet : sekarang dia udah punya teman-teman	Representasi Perkembangan anak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

34.	^z z : kayanya dia udah gumoh ketemu onty angkel jadi pas ketemu yg seukuran seneng	Dokumentasi keseharian anak
35.	diansmjntk : aku di sekolah pengen pulang terus Bee	Dokumentasi keseharian anak
36.	bell : “biar bertemu teman-teman”	Dokumentasi keseharian anak
37.	WawWaA : “buku buku babi” lucu banget beeee	Hiburan humor anak
38.	Joo : dia sudah menemukan dunianya, teman seumuran	Dokumentasi keseharian anak
39.	sugarr : jarang lihat Abe nangis, sekali nangis gak mau pulang sekolah	Ekspresi emosi anak
40.	aliby : social energy Abe 100%	Dokumentasi keseharian anak
41.	ngelllll\ : baru ini ada anak kecil yang betah sekolah	Dokumentasi keseharian anak
42.	ZD < : orang tua yang tau menenangkan anaknya, salut	Interaksi orang tua dan anak
43.	raaa 𐄂 : lucu banget Abe plis jangan sekolah dulu	Hiburan humor anak
44.	MantanMu : meski kesal gak bisa masuk tetap mau komunikasi, good job Abe	Representasi perkembangan anak
45.	Who’s ivy : anak extrovert banget	Representasi perkembangan anak
46.	M tk al α : Abe kayaknya sedih banget	Ekspresi emosi anak
47.	R : Abe bisa tantrum juga ya	Representasi perkembangan anak
48.	iaa semangat diet : sekarang dia udah punya teman-teman	Representasi Perkembangan anak
49.	^z z : kayanya dia udah gumoh ketemu onty angkel jadi pas ketemu yg seukuran seneng	Dokumentasi keseharian anak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

50.	diansmjntk : aku di sekolah pengen pulang terus Bee	Dokumentasi keseharian anak
51.	bell : “biar bertemu teman-teman”	Dokumentasi keseharian anak
52.	WawWaA : “buku buku babi” lucu banget beeee	Hiburan humor anak
53.	Joo : dia sudah menemukan dunianya, teman seumuran	Dokumentasi keseharian anak
54.	sugarr : jarang lihat Abe nangis, sekali nangis gak mau pulang sekolah	Ekspresi emosi anak
55.	aliby : social energy Abe 100%	Dokumentasi keseharian anak
56.	ngelllll\ : baru ini ada anak kecil yang betah sekolah	Dokumentasi keseharian anak
57.	ZD ˆ : orang tua yang tau menenangkan anaknya, salut	Interaksi orang tua dan anak
58.	raaa 𐄂 : lucu banget Abe plis jangan sekolah dulu	Hiburan humor anak
59.	MantanMu : meski kesal gak bisa masuk tetap mau komunikasi, good job Abe	Representasi perkembangan anak
60.	Who’s ivy : anak extrovert banget	Representasi perkembangan anak
61.	M 𐄂 𐄂 𐄂 : Abe kayaknya sedih banget	Ekspresi emosi anak
62.	R : Abe bisa tantrum juga ya	Representasi perkembangan anak
63.	iaa semangat diet : sekarang dia udah punya teman-teman	Representasi Perkembangan anak
64.	ˆ ˆ : kayanya dia udah gumoh ketemu onty angkel jadi pas ketemu yg seukuran seneng	Dokumentasi keseharian anak
65.	diansmjntk : aku di sekolah pengen pulang terus Bee	Dokumentasi keseharian anak
66.	bell : “biar bertemu teman-teman”	Dokumentasi keseharian anak
67.	WawWaA : “buku buku babi” lucu banget beeee	Hiburan humor anak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

68.	Joo : dia sudah menemukan dunianya, teman seumuran	Dokumentasi keseharian anak
69.	sugarr : jarang lihat Abe nangis, sekali nangis gak mau pulang sekolah	Ekspresi emosi anak
70.	aliby : social energy Abe 100%	Dokumentasi keseharian anak
71.	ngelllll\ : baru ini ada anak kecil yang betah sekolah	Dokumentasi keseharian anak
72.	ZD ♡ : orang tua yang tau menenangkan anaknya, salut	Interaksi orang tua dan anak
73.	raaa ㄣ : lucu banget Abe plis jangan sekolah dulu	Hiburan humor anak
74.	MantanMu : meski kesal gak bisa masuk tetap mau komunikasi, good job Abe	Representasi perkembangan anak
75.	Who's ivy : anak extrovert banget	Representasi perkembangan anak
76.	M tk α : Abe kayaknya sedih banget	Ekspresi emosi anak
77.	R : Abe bisa tantrum juga ya	Representasi perkembangan anak
78.	iaa semangat diet : sekarang dia udah punya teman-teman	Representasi Perkembangan anak
79.	<i>nu k o</i> ☺ : Bisa2 nya bayi ngomong "DEMI APAH"	Dokumentasi Keseharian anak
80.	imelll : anak sekecil itu di prank bapaknya~	Interaksi orang tua & anak
81.	cookies : Pinter banget hapus air matanya dulu	Ekspresi emosi anak
82.	sssilverrr : mukanya kecewa bgt jir	Ekspresi emosi anak
83.	Ara sfr : mood Abe cepet banget berubah	Ekspresi emosi anak
84.	Tamagothci : matanya berkunang2 , harusnya berkaca2	Dokumentasi keseharian anak
85.	jel : Abe kamu tantrumnyaa kok anteng banget nangisnya cuma "hehhehheh"	Representasi perkembangan anak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

86.	rara : si cekut kena prank bapaknya mulu	Interaksi orang tua & anak
87.	bimaa : baru tau ternyata panggilan Abe itu singkatan dari anak benny wkwkwk	Interaksi orang tua dan anak
88.	kytchop : Abeee terlalu uculll	Hiburan humor anak
89.	cleorAbeauty.id : Abeee kenapa kamu lucu banget	Hiburan humor anak
90.	Mirnakianti : kenapa ga ngeliatin bapaknya juga	Interaksi orang tua dan anak
91.	pinnaa : Abe makin tinggi aja	Representasi perkembangan anak
92.	_ : joged Abe pas lututnya neku swag banget	Dokumentasi keseharian anak
93.	: tinggi banget kamu beeee	Representasi perkembangan anak
94.	adinda f : Abe tetaplah menjadi kecil	Representasi perkembangan anak
95.	sya : kecil2 udh jago endors ni Abe	Komersialisasi
96.	yourmyth : makan chimi, minum ultramimi, anaknya mami-ayah.	Komersialisasi
97.	rizkanuranAbella : lucu bngettttt	Hiburan humor anak
98.	dyshAa:b : beli chimi ko ga gratis Abe ?	Komersialisasi
99.	chenle gf : makannya chimi minumnya ultamimi	Komersialisasi
100.	Only Zyaa : chimi ku habis yg rasa jagung bakar huhu	Komersialisasi
101.	nanauwna : kakak istrinya ngidam apa sih kok anaknya lucu bnget	Interaksi orang tua dan anak
102.	brina : "ngga boong" lucu banget sih beeeee	Hiburan humor anak
103.	rmaa : klo yg ngasih reteng Abe trs aku bkl beli nih meskipun g borong tpi ttp beli	Komersialisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

104.	b b y m o c h i i y : kenapa bentukan Abe lucu bgtt	Hiburan humor anak
105.	NK ❀ : aaaa gakuat lucu bgtt dinonya dikasih makan daun	Hiburan humor anak
106.	ayyyiaiaiaia_ : Abe walaupun sakit tetep batrainya full ya ❤️👉 tetep ceriaa cepet sembuhyaaaa Abeee	Ekspresi emosi anak
107.	dikadiko : ikut beli lemonilo brownis, snack alamii, milna cookies, sama ultra mimi gara2 Abe. tapi ga ketemu Abee	Komersialisasi
108.	call me? Nazz~ : gara gra Abe gue ketagihan brownis crispy	Komersialisasi
109.	Nadyaaprl : Rajin banget Abe pagi pagi udah ngarit	Dokumentasi keseharian anak
110.	matchalattee : endorse Abe doang yang aku liat dari awal sampe akhir dan aku liat berkali kali ❤️	Komersialisasi
111.	BayBeeBlue : Abe tiap endors langsung kalem kek beda orang	Komersialisasi
112.	nuyy *👉 : BAYII LUCU AMAT NYANYI	Hiburan humor anak
113.	Ning syah : pinterr lucuuu	Hiburan humor anak
114.	👉 : ekspresinya dapet banget	Ekspresi emosi anak
115.	أفريل: yaAmpunnn lucunyaaaa	Hiburan humor anak
116.	sahira : YAALLAH ABEE LUCU BGTSIII	Hiburan humor anak
117.	adekbungsuariana: baruuuu bangun udh disuruh endors ya be	Komersialisasi
118.	—chuwchyss: "itu kesukaan aku" brownies Crspiy	Komersialisasi
119.	amaa: bayi full endors yg gbkl gua skipp	Komersialisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

120.	rara ayu: onty abis beli lemonilo brownies crispy gegara inget Abe ♥	Komersialisasi
121.	uwong: senyumnya langsung ilang	Ekspresi humor anak
122.	shelll ♀□: kalo Abe yg war takjil gpp be	Dokumentasi keseharian anak
123.	linaaa•: senyum nya pas nungguin ayah ngomong	Interaksi anak dan orang tua
124.	kelitik info : gue ngakak sm suara ketawanya	Hiburan humor anak
125.	ulpp4youuuu : gawat dia sudah lancar ngomongnya	Representasi perkembangan anak
126.	AD3 : abis lihat video sedih, nabung ketawa karena Abe	Dokumentasi keseharian anak
127.	Ir ٧٥ : dua kata lucu kata ayah "ABE SEKOP"	Interaksi orang tua dan anak
128.	juleeaa : lucu banget " kini ku sadar sekop sekop "	Hiburan humor anak
129.	okeoke : gawat Abe dh bisa bilang kecut	Representasi perkembangan anak
130.	Kirby : sampai keluar air mata berarti betulan	Ekspresi emosi anak
131.	MCEE : cekut cekut tp ttp dimakan	Dokumentasi keseharian anak
132.	chicchoc: TANGANNYA GITU LAGI GEMESNYA	Hiburan humor anak
133.	tinypnkyra: GEMOIII SKALI	Hiburan humor anak
134.	abcdefg: bilangin papa mu angkel mau thr	Interaksi orang tua dan anak
135.	rin: ganteng pas pake baju koko	Dokumentasi keseharian anak
136.	Morreclies with her own world: iklan yang aku rela tonton berjam' cuma buat liat Abe jadi barongsai	Komersialisasi
137.	the duff: w beli chimi krn liat Abe	Komersialisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

138.	ANGELA 084: Hhhmmm..enaakk yaa ,Abee sm Mommy jd iklan Cimmy	Komersialisasi
139.	Lyaapriliani: Abee lucu bgt wkwk waktu jadi barongsai nya	Hiburan humor anak
140.	scrunchie: Abe udh tau d ajak syuting iklan	Komersialisasi
141.	T y x x : lucu bgt si bocil	Hiburan humor anak
142.	opx • lyLyaa~: Bee aku udh prnh nyoba chimi	Komersialisasi
143.	eugeey ☹️ : LUCuu KALI NGOMONGNYA DAH LANCARRR	Representasi perkembangan anak
144.	sisi : Abee lebih pinter hafal daripada aku	Representasi perkembangan anak
145.	RyzzWkwkwk : Semangat Kontennya Bee!!	Dokumentasi keseharian anak
146.	: lucu banget oeyyy si cekuttt	Hiburan humor anak
147.	: lucu nya pengen di cupit deh pipinya ngak Deng bercanda gemas sekali Abee	Hiburan humor anak
148.	unknown : cara ambil hak asuh Abe dari ayah	Interaksi orang tua dan anak
149.	sukidess: Super excited ya be	Hiburan humor anak
150.	Elmaa: besok gedanya koleksi motor sekecil gini aja udh kek dealer	Representasi perkembangan anak
151.	lisaaddict: motornya Abe banyak banget	Dokumentasi keseharian anak
152.	goodday: bener kata ayah duit hasil gift akun ayah buat beliin maenan Abe... luvvvv ayah	Komersialisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Tema	Nomor koding	Subtema
Hiburan humor anak	1, 4, 5, 8, 10, 12, 13, 14, 22, 28, 37, 43, 52, 58, 67, 73, 79, 88, 89, 97, 102, 104, 105, 112, 113, 115, 116, 121, 124, 128, 132, 133, 139, 141, 146, 147, 149	Komentar netizen yang menyoroti kelucuan, tingkah spontan, dan momen humor anak yang menghibur penonton.
Interaksi orang tua dan anak	6, 9, 11, 18, 27, 42, 57, 80, 86, 87, 90, 101, 123, 127, 134, 148	Komentar netizen yang menanggapi kedekatan, komunikasi, serta pola interaksi antara orang tua dan anak dalam konten.
Komersialisasi	3, 15, 17, 95, 96, 98, 99, 100, 103, 107, 108, 110, 111, 117, 118, 119, 120, 136, 137, 138, 140, 142, 152	Komentar netizen yang menyinggung kerja sama promosi, endorsement, atau pemanfaatan anak dalam kegiatan komersial.
Representasi perkembangan anak	29, 30, 32, 33, 44, 45, 47, 48, 59, 60, 62, 63, 71, 85, 91, 93, 94, 125, 129, 150, 143, 144	Komentar netizen yang mengamati perkembangan usia, kemampuan motorik, bahasa, dan milestone tumbuh kembang anak.
Ekspresi emosi anak	24, 31, 39, 54, 69, 81, 82, 83, 106, 114, 130	Komentar netizen yang memperlihatkan perhatian pada ekspresi emosional anak seperti bahagia, terkejut, marah, takut, atau sedih.
Dokumentasi keseharian anak	2, 7, 16, 19, 20, 21, 23, 25, 26, 34, 35, 36, 38, 40, 41, 49, 50, 51, 53, 55, 56, 64, 65, 66, 68, 70, 71, 84, 92, 109, 122, 126, 131, 135, 145, 151	Komentar netizen yang merespons aktivitas harian anak yang didokumentasikan, seperti bermain, makan, belajar, dan rutinitas lainnya.