

Pelanggaran Batas Privasi Anak dalam Praktik Sharenting pada Kalangan Selebriti Indonesia

Genoveva Lidwina Sari ^{1*}

^{1*} Pascasarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

Email: genoveva.lidwina@ui.ac.id ^{1*}

Histori Artikel:

Dikirim 20 November 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 5 Desember 2023; *Diterima* 20 Januari 2024; *Diterbitkan* 10 Mei 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penggunaan media sosial semakin masif, para orang tua mengunggah foto, video atau informasi lain tentang anak di media sosial semakin umum dan menjadi sumber kontroversi di Indonesia akhir-akhir ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pelanggaran batas privasi anak yang terjadi akibat praktik sharenting di kalangan selebriti Indonesia. Dengan menggunakan metodologi studi dokumen, peneliti menyusun data terkait praktik sharenting yang terjadi pada kontroversi terbaru selebriti Indonesia dan menganalisisnya sesuai dengan teori Communication Privacy Management (CPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa AdSense Youtube menjadi sebuah reward yang diharapkan dari orang tua sebagai pelaku praktik sharenting. Anak dianggap belum memiliki kesadaran tentang kepemilikan privasi sehingga dianggap belum mampu mengatur aturan privasinya. Adanya kegagalan dalam mengkoordinasikan batasan privasi antara anak dan orang tua menyebabkan batasan pemilik informasi pribadi anak menjadi kabur. Praktik sharenting oleh orang tua di kalangan selebritis Indonesia mampu menimbulkan kekhawatiran etis terkait hak privasi anak dan lemahnya kepemilikan privasi anak sesuai dengan konsep dalam teori CPM.

Kata Kunci: Sharenting; privasi; selebriti; orang tua; anak.

Abstract

The use of social media is increasingly massive, parents uploading photos, videos or other information about their children on social media has become increasingly common and has become a source of controversy in Indonesia recently. This research aims to investigate violations of children's privacy boundaries that occur due to sharenting practices among Indonesian celebrities. Using document study methodology, researchers compiled data related to sharenting practices that occurred in the latest Indonesian celebrity controversies and analyzed them in accordance with Communication Privacy Management (CPM) theory. The results of the research show that YouTube AdSense is a reward that is expected from parents who practice sharenting. Children are considered to have no awareness of their ownership of privacy so they are deemed unable to regulate their privacy rules. The failure to coordinate privacy boundaries between children and parents causes the boundaries of ownership of children's personal information to become blurred. The practice of sharenting by parents among Indonesian celebrities can raise ethical concerns regarding children's privacy rights and weak ownership of children's privacy in accordance with the concept in CPM theory.

Keyword: Sharenting; privacy; celebrities; parents; child.

1. Pendahuluan

Situs jejaring sosial merupakan bagian integral dari kehidupan manusia baik orang tua maupun remaja pada zaman sekarang. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu naik 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya [1]. Remaja dengan rentang usia 13-18 tahun menjadi pengguna internet terbanyak di Indonesia dibandingkan kelompok usia lain [2]. Walaupun demikian, merebaknya pandemi Covid-19 di Indonesia juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kebiasaan dan peningkatan para orang tua dalam menggunakan perangkat gawainya. Selain memanfaatkan gawai untuk mendukung proses belajar dan bekerja dari rumah, ternyata para orang tua juga banyak menggunakan gawainya untuk media sosial. Berdasarkan data dari *Digital Mum Survey* (DMS), sebanyak 83% ibu aktif membuat konten di aplikasi sosial media yang dimiliki [3].

Beberapa konten hasil karya para ibu atau *content creator* berbasis keluarga kerap ditemui di jagat maya antara lain konten seputar *parenting* atau kehidupan keluarga, *review* produk, berbagi resep masakan dan masih banyak lagi. Konten ini dibagikan melalui berbagai media sosial, namun Instagram menjadi media sosial nomor dua yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Whatsapp (GoodStats., 2022). Penggunaan media sosial yang kini semakin masif di lingkungan masyarakat, dimanfaatkan oleh para orang tua khususnya kaum hawa sebagai pemberdayaan ekonomi yang memungkinkan para ibu mendapatkan penghasilan tambahan dari rumah dengan cara menjadi *nano-influencer*.

Dengan zaman yang semakin berkembang, tidaklah sulit untuk mencapai posisi sebagai *influencer*, *content creator* atau bahkan selebriti di Indonesia. Keterbukaan akses dan unggah informasi yang dapat kita peroleh serta lakukan melalui sosial media, seakan membuka peluang besar bagi siapa saja yang ingin menjadikan sosial media sebagai ladang. Tak melulu harus memiliki keahlian, profesi atau menempuh jalur formal untuk menjadi seorang selebriti di jagat maya. Istilah selebriti bukan sekadar kata benda tetapi kata sifat yang menandakan bahwa seseorang memiliki kualitas untuk menarik perhatian [4]. Saat ini, banyak bermunculan artis-artis cilik yang menurunkan ketenaran orang tuanya. Beberapa di antaranya berhasil menghiasi kancah hiburan di tanah air seperti, Arsy putri Anang Hermansyah dan Ashyanti yang terkenal dengan suara merdunya hingga Rayyanza putra Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yang terkenal karena kelucuannya. Nama-nama tersebut berhasil terkenal berkat keberadaan sosial media dan keunikan yang dimiliki masing-masing personal. Penelitian menunjukkan bahwa 75% orang tua yang menggunakan media sosial setidaknya setiap bulan membagikan gambar, video, dan pembaruan status tentang anak mereka secara *online* [5]. Pembagian konten yang berpusat pada anak oleh orang tua di media sosial ini disebut *sharenting*. Aktivitas *sharenting* ini sedang menjadi tren di kalangan orang tua milenial, dimana orang tua mengunggah foto atau video anak-anaknya ke media sosial miliknya. Disadari atau tidak, aktivitas *sharenting* ini dapat meningkatkan *traffic* media sosial yang menjadi cikal bakal keviralan suatu konten. *Sharenting* menjadi praktik terkini di antara ayah dan ibu yang telah menjadi isu yang muncul dalam wacana privasi *online* anak-anak [6].

Teori *Communication Privacy Management* (CPM) berpendapat bahwa pengungkapan tidak hanya melibatkan pengguna yang memutuskan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadinya tetapi juga individu lain yang terpengaruh oleh keputusan ini [7]. Privasi bukan hanya klaim individu tetapi juga merupakan klaim pasangan, keluarga, atau jenis kelompok lain mengenai informasi pribadi yang mereka miliki bersama dalam batas privasi bersama mereka [8].

CPM menggunakan pengidentifikasi 'pemilik informasi' untuk mewakili kontrol yang sah atas informasi pribadi seseorang. Selain itu, pemilik bersama terpilih ditetapkan sebagai 'pemilik bersama resmi' yang menunjukkan legitimasi akses [9]. Dalam praktik *sharenting*, orang tua kerap tidak mengindahkan kepemilikan privasi dari subjek yang ia unggah yang mana adalah anaknya sendiri. Hal ini terjadi karena orang tua berpikir bahwa anak kecil belum mengerti atau memedulikan permasalahan privasi. Di sisi lain, orang tua juga seringkali menganggap bahwa tidak ada batasan dalam sebuah hubungan dekat antara orang tua dan anak. Padahal, pengungkapan orang tua tentang anak mereka mungkin tidak sesuai dengan keinginan remaja untuk merepresentasikan diri mereka

secara *online* [8]. Di Indonesia sendiri, praktik *sharenting* banyak terjadi di kalangan selebriti, *influencer* maupun selebgram. Seperti kasus yang baru-baru ini hangat menjadi buah bibir warganet, dimana Rachel Vennya salah satu *influencer* tanah air merekam obrolan bersama anak sulungnya, Xabiru. Dalam video yang ia unggah melalui story Instagram, ini menampilkan Xabiru yang tengah menangis terisak sembari melontarkan pertanyaan terkait ayahnya yang tidak lagi tinggal serumah dengannya akibat perceraian (TvOnenews, 2022). Konten yang diunggah oleh Rachel Vennya ini menuai perdebatan warganet karena dianggap tidak menghargai privasi anaknya yang sedang mengajak bercerita ibunya. Sebelumnya, Raffi Ahmad juga pernah mendapat banjir teguran dari warganet akibat dirinya mengajak bicara sembari merekam anak sulungnya, Rafathar yang sedang buang air di toilet.

Dalam video terlihat bahwa ucapan Raffi langsung disambut ekspresi tak mengenakan dari Rafathar. *Sharenting* sebagai tren sosial media yang saat ini dianggap lazim dilakukan, menuai banyak pro dan kontra di tengah masyarakat. Terlebih pada kalangan anak selebritis Indonesia, yang sejak usia dini telah menerima exposure kamera secara intensif. Paparan media yang secara terus menerus diterima anak oleh karena ketenaran orang tuanya juga dapat berdampak pada psikososial anak. Dengan lemahnya kesadaran kepemilikan privasi pada anak, peneliti tertarik untuk melakukan identifikasi terkait pelanggaran batas privasi pada praktik *sharenting* sesuai dengan konsep-konsep pada teori *Communication Privacy Management* (CPM). Penelitian ini penting untuk dilakukan, mengingat saat ini banyak masyarakat yang melakukan praktik serupa tanpa menyadari konsekuensi yang dapat menghampiri di masa depan akibat *sharenting*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik *sharenting* yang banyak terjadi pada kalangan selebriti Indonesia serta mengidentifikasi bagaimana *sharenting* dapat menjadi praktik yang menuai pelanggaran batas privasi pada anak.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Strauss Corbin, kualitatif merupakan metodologi penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan pengalaman, perilaku, interaksi, dan konteks sosial seseorang tanpa menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi [10]. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan keistimewaan pada perspektif peserta penelitian dan untuk 'menerangi makna subyektif, tindakan dan konteks dari mereka yang diteliti. Dengan metode kualitatif, peneliti akan mengidentifikasi interaksi orang tua dan anak pada kalangan selebriti Indonesia terkait dengan praktik *sharenting*. Studi dokumen dipilih peneliti sebagai teknik pengumpulan data dari berbagai dokumen yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen dilakukan peneliti dengan melihat sumber dari internet selama periode pengerjaan penelitian ini yaitu 14-20 Desember 2022. Studi dokumen digunakan untuk mendapatkan data dalam menganalisis praktik *sharenting* yang terjadi pada kalangan selebriti Indonesia yang berimplikasi pada pelanggaran batas privasi anak sesuai dengan teori *Communication Privacy Management* (CPM).

Dalam desain penelitian kualitatif, strategi pengumpulan data biasanya melibatkan pengumpulan sejumlah besar data pada sampel yang cukup kecil dan bertujuan [6]. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan ialah kajian literatur yang berbentuk artikel, buku, berita maupun penelitian yang sudah ada sebelumnya. Sebagaimana sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai pengumpul data dan sumber data diambil dari konten pada kanal sosial media (Youtube dan Instagram) selebriti Indonesia yang melakukan praktik *sharenting*. *Sharenting* diidentifikasi sebagai kebiasaan menggunakan media sosial oleh orang tua untuk berbagi berita dan gambar anak-anak sendiri. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa indikator yang digunakan dalam pengumpulan data. Berikut ini merupakan beberapa indikator yang digunakan untuk menentukan unggahan yang mengandung praktik *sharenting*:

- 1) Unggahan yang dimuat pada akun sosial media pribadi orang tua maupun akun sosial media pribadi anak yang dikelola orang tua pada kalangan selebriti Indonesia

- 2) Unggahan yang memuat wajah, suara maupun pengungkapan mengenai anak-anak oleh orang tua pada kalangan selebriti Indonesia.

Dinilai dari seberapa sering unggahan terkait anak oleh orang tua pada kalangan selebriti Indonesia, berikut merupakan beberapa selebriti yang hingga kini masih melanggengkan praktik *sharenting* dan menuai sorotan publik atas praktik *sharenting* yang mereka lakukan, antara lain pasangan suami istri Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, Anang dan Ashanty, dan Rachel Vennya. Jajaran selebriti ini dipilih sebagai sampel penelitian berdasarkan kebaruan beberapa kasus terkait *sharenting* yang baru saja terjadi serta santer menjadi buah bibir akhir-akhir ini. Selain itu, dengan publisitasnya sebagai seorang selebriti, membuat anak-anak dari masing-masing selebriti ini juga turut mendapat sorotan publik dan disebut sebagai selebriti anak. Selanjutnya, sebagai data tambahan dan pelengkap yang sifatnya melengkapi data yang sudah ada, sumber data sekunder yang digunakan peneliti berasal dari portal berita *online* Indonesia yang secara resmi terdaftar pada Dewan Pers Indonesia. Juga berbagai foto maupun video yang dihimpun dari akun sosial media Youtube, Instagram, Tiktok dan Twitter terkait dengan praktik *sharenting* yang terjadi di kalangan selebriti Indonesia. Selanjutnya, data primer dan sekunder yang didapatkan dari studi dokumen dianalisis dengan menggunakan koding, dimana data yang dikumpulkan diorganisir kedalam kategori-kategori konseptual. Kompleksitas dokumen yang telah ditentukan peneliti, digunakan peneliti untuk melihat keabsahan (validitas) data yang diperoleh.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Selebriti Indonesia, Parenting, dan Privasi

Selebriti menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2022) adalah orang yang terkenal atau masyhur (biasanya tentang artis). Istilah selebriti bukan sekadar kata benda tetapi kata sifat yang menandakan bahwa seseorang memiliki kualitas untuk menarik perhatian [4]. Inilah yang membuat terdapat julukan-julukan seperti selebriti chef, selebriti diet, selebriti desainer, dokter selebriti, dan banyak selebriti lainnya. Sukses di hampir setiap profesi dikaitkan dengan status selebritas. Di Indonesia sendiri, terdapat banyak para profesional yang mendapat julukan-julukan seperti di atas. Salah satu contoh adalah dr. Reisa Broto Asmoro yang namanya mulai melejit akibat menjadi presenter pada salah satu program televisi mengenai edukasi kesehatan, Dr Oz. Walaupun sebelumnya ia merupakan seorang model dan finalis Puteri Indonesia, dr. Reisa mendapat julukannya sebagai 'selebriti' setelah ia menjajaki dunia *entertainment*. Selain karena modal gelar profesional atau akademik yang dipunyai, tidak sedikit pula selebriti Indonesia yang dikenal murni karena daya tariknya hingga disebut sebagai selebriti serba bisa. Raffi Ahmad, karirnya iaawali sebagai pemain sinetron, ia pun berhasil menyambangi cukup banyak sinetron di tanah air. Selanjutnya ia juga menjajaki dunia tarik suara bersama dengan grup Bukan Bintang Biasa. Kemudian karirnya semakin menanjak dengan banyaknya pekerjaan sebagai presenter acara hiburan di televisi, hingga saat ini ia mendapat julukan sebagai 'sultan Andara' karena telah menapaki pundi-pundi kesuksesan.

Selebrifikasi, merupakan perubahan pada tingkat individu, atau, lebih tepatnya, proses di mana orang biasa atau figur publik diubah menjadi selebritas [11]. Di Indonesia, menjajaki dunia *entertainment* dianggap sebagai batu loncatan untuk meraih gelar selebriti. Dengan gelar selebriti yang melekat, seluruh kemudahan termasuk kemudahan materi akan dengan sendirinya berdatangan. Sehingga tidak sedikit yang berusaha menempuh gelar selebriti melalui jalur instan, dengan menjual drama atau privasi diri. Dengan keramahan dan keterbukaan masyarakat terhadap orang baru, membuat siapapun yang hendak atau baru saja terjun ke dunia hiburan tanah air merasa perjalanannya minim hambatan. Karena dengan menjadi selebriti, berarti ia harus siap menanggung bahwa batas privasi yang ia miliki seakan luntur. Di sisi lain, seorang selebriti dituntut untuk selalu memberikan hal-hal menarik dari dirinya. Ini membuat seorang selebriti khususnya di tanah air tidak enggan untuk membuka seluruh kegiatan dapur atau rumah tanggap miliknya.

Seperti yang kita ketahui sekarang, tidak sedikit para selebriti Indonesia yang memiliki kanal Youtube keluarga. Diantaranya seperti keluarga Anang dan Ashanty, Baim dan Paula, Atta Halilintar dan Aurel, dan masih banyak lagi. Konten yang diunggahpun beranekaragam mulai dari kehidupan sehari-hari, jalan-jalan/liburan, masakan, juga pola asuh anak. Pola asuh anak atau *parenting* menjadi salah satu konten yang diperhatikan oleh warganet. Karena melalui konten ini, masyarakat dapat melihat bagaimana seorang selebriti dapat melahirkan calon selebriti di kemudian hari dengan pembentukan bakat yang dilakukan sejak kecil. Dengan melihat fenomena ini, praktik selebrifikasi kini menjadi praktik yang telah dipersiapkan oleh orang tua kepada anaknya. Melalui *daily vlogging* yang dilakukan oleh keluarga selebriti Indonesia, sejak kecil anak terbiasa menjalani hari dengan diikuti oleh kamera. Ini merupakan sebuah pembiasaan yang dilakukan oleh orang tua selebriti agar anaknya kelak menjadi orang yang luwes berlaga di depan kamera. Dengan *parenting* yang ditampilkan para selebriti di depan kamera, serta perilaku anak yang telah mendapat pembiasaan *exposure* dari kedua orang tuanya. Membuat *parenting* ala selebriti di elu-elukan oleh banyak masyarakat. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh Nikita Willy melalui kanal Youtubenya, ia membagikan *parenting* ala dirinya yang membiasakan anaknya untuk tidur sendiri sejak bayi (Sari, 2022).

Dengan demikian, selebriti sering kali dipromosikan sebagai panutan yang dapat melibatkan jutaan orang yang tidak terlibat dalam kehidupan public [4]. Selebriti sebagai panutan, melalui konten-konten keluarga pada kanal Youtube yang mereka buat, seakan mengaburkan batas privasi dengan menormalisasi *exposure* berlebih pada kehidupan sehari-hari keluarganya. Ini tentu tidak menjadi masalah bagi anggota keluarga yang menyetujui kegiatan tersebut, namun bagi anggota keluarga di bawah umur yang belum memiliki suara, ini seringkali menjadi poin yang tidak diperhitungkan. Privasi dianggap sebagai sesuatu yang hanya dimiliki oleh orang dewasa. Terlebih ciri khas keluarga Indonesia yang cenderung orang tua sentris, membuat anak terkesan tidak memiliki kendali atas dirinya sendiri.

3.2 Kasus Pelanggaran Batas Privasi Anak di Kalangan Selebriti Indonesia

Seorang anak yang baru lahir dalam sebuah keluarga adalah sumber kebahagiaan yang terbesar. Saat anak itu tumbuh, orang tua memberikan pembaruan tentang perkembangan anaknya melalui unggahan foto, video, dan informasi pribadi lainnya tentang anak tersebut hingga telah “hampir menjadi norma sosial”. Hal itu menempatkan keselamatan privasi secara *online* anak tersebut menjadi berisiko [12]. Setelah mengetahui budaya selebriti Indonesia beserta pola asuh anak dan pemahaman privasinya, peneliti dapat mengidentifikasi kasus pelanggaran batas privasi yang terjadi pada anak di kalangan selebriti Indonesia. Menilik kasus terhangat yang baru saja terjadi pada selebriti Instagram (selebgram) Rachel Vennya. Rachel dikaruniai dua orang anak bernama Xabiru dan Chava, keduanya kerap terlihat pada story Instagram dan juga konten-konten Tiktok serta Youtube Rachel Vennya. Pada kasus ini, Xabiru sang anak sulungnya terekam kamera ibunya sedang curhat perihal harapannya agar ayahnya dapat tinggal serumah dengannya. Dalam video, Xabiru menangis karena mengaku sering rindu dengan ayahnya dan mengungkapkan bahwa dirinya tidak suka melihat ayahnya bekerja hingga harus bolak-balik ke rumahnya (Saragih, 2022).

Selanjutnya, dilansir dari ungkapan Ashanty kepada Luna Maya dan Marianne dalam tayangan di kanal Youtube TS Media. Ashanty mengungkapkan bahwa ia pernah bertengkar dengan anaknya, Arsy, saat ia berumur tiga tahun karena Ashanty memakaikan celana pendek kepadanya saat mereka pergi ke Amerika Serikat. Arsy mengungkapkan kekesalannya dan melakukan komplain kepada ibunya karena membelikan baju yang terbuka untuk dirinya. Dalam wawancaranya, Ashanty menuturkan,

“Kalau anak kecil kan dulu Aurel mau pake (baju terbuka), aku kayak 'Kak jangan kayak gitu', kalau Arsy kan belum, karena bagi aku masih lucu kecil-kecil didandanin. Dia malah yang kayak 'masa dipakein yang kayak gini sih anaknya' gitu. Aku kan syok, ini diajarin siapa ya, tapi kayaknya mbak-mbaknya gak ada yang ngajarin gitu” (Setyowati, 2022).

Kasus berikut terjadi pada selebriti ternama Indonesia, Raffi Ahmad beserta istrinya Nagita Slavina. Kedua pasangan ini telah menuai sorotan media sejak awal pernikahannya, hingga acara

pernikahan serta kehidupan sehari-harinya ditayangkan secara eksklusif pada program televisi dengan judul 'Janji Suci Raffi Gigi'. Kasus pelanggaran batas privasi ini beberapa kali terjadi pada anak sulung Raffi dan Nagita yang kerap disapa Rafathar. Berikut merupakan kasus yang dapat peneliti rekap. Rafathar mengungkapkan dirinya merasa kesal dan marah ketika di-*prank* atau dikerjai. Diketahui Rafathar memang beberapa kali menjadi sasaran *prank* untuk pembuatan konten YouTube orangtuanya dan juga Baim Wong. Ungkapan ini direkam oleh Nagita yang tengah menghabiskan waktu berdua dengan Rafathar. Nagita tampak merekam video dan bertanya tentang perasaan Rafathar ketika di-*prank*.

"Ya marah. Enggak tahu, dijahilin ya marah. Lihat, lihat videonya, lihat. Enggak lihat emang hah, vlog-nya hah? Kan divideoin. (Di-prank) pup, jin," jawab Rafathar (Paramitha & Budhi, 2020).

Raffi juga mengungkapkan bahwa Rafathar tidak menyukai jika disuruh *shooting*, dalam wawancaranya saat menjadi tamu pada *podcast* Deddy Corbuzier. Menurut Raffi, Rafathar menjelaskan bahwa ia tidak suka jika disuruh-suruh. Raffi juga mengungkapkan bahwa putranya itu sempat meminta agar ia tidak membawa kamera saat bertemu Rafathar. "Dia udah ngomong sama gue 'bisa enggak sih Pa enggak usah syuting,'" imbuah Raffi. Ketidaksukaan Rafathar setiap ada kamera juga beberapa kali terlihat di YouTube RANS Entertainment milik Raffi Ahmad. Dalam sebuah video yang diunggah pada kanal YouTube Rans Entertainment, setelah menyatakan ketidaksukaannya terhadap sorotan kamera, Raffi dan Nagita pun menceritakan terkait anaknya yang bercita-cita sebagai orang biasa. Raffi menjelaskan, terkadang anaknya memang tak suka dengan kerumunan *fans* yang memaksa untuk berfoto atau mengambil video dirinya. Hal itulah yang menjadi salah satu penyebab ketidaksukaan Rafathar dengan sorotan kamera. "Mungkin dalam hati kecilnya, 'Apaan sih divideoin, orang aku lagi enggak mau divideoin.' Gitu kali ya," ucap Raffi.

Rafathar juga mengungkapkan kekesalannya melalui *podcast* bersama dengan sang nenek, Rieta Amalia. Rafathar bercerita bahwa ia pernah dicakar oleh fansnya saat tengah meminta foto bersama. Hingga pengalaman tersebut membuat Rafathar menjadi trauma (Ericha, 2022). Terakhir, diketahui dari video yang beredar di media sosial, saat Rans Nusantara FC kalah melawan Persija, nama Rafathar digunakan oleh supporter Persija sebagai yel-yel untuk mengejek kekalahan Rans Nusantara FC lantaran Raffi Ahmad menjabat sebagai Chairman Rans Nusantara FC. Mengetahui hal tersebut, Rafathar sedih dan juga marah karena menurutnya yang seharusnya diejek adalah sang ayah, bukan dirinya (Rosary, 2022).

3.3 Pembahasan

Berdasar hasil penelitian yang telah didapatkan melalui studi dokumen, pada bagian ini peneliti akan menganalisa praktik *sharenting* yang terjadi pada kalangan selebriti Indonesia terkait dengan pelanggaran batas privasi sesuai teori *Communication Privacy Management* (CPM). Teori CPM memiliki asumsi bahwa komunikasi berlangsung dengan adanya pertimbangan *cost and rewards* dengan menekankan bahwa aspek privasi merupakan hal yang digunakan dalam berkomunikasi untuk mencapai *rewards* atau keuntungan sebagai tujuan akhirnya. Dalam hal ini, pengungkapan privasi keluarga secara sadar dilakukan oleh para selebriti Indonesia melalui tayangan *daily vlog* pada Youtube. Salah satunya pada keluarga Raffi Ahmad dengan kanal Youtubanya yang bernama Rans Entertainment. Raffi dalam *podcast*nya pada kanal YouTube Dunia Manji mengungkapkan,

"Awalnya sebenarnya gue ke YouTube itu cuman pengen mengabadikan momen sama anak gue, keluarga gitu aja. Tapi kesini-sini gua lihat semua orang kayaknya lari ke YouTube, dan YouTube ini salah satu yang punya prospek cukup baik di masa 2,3,4 tahun mendatang."

Raffi mengaku kaget, kanal Youtube yang mulanya digunakan untuk mengabadikan momen bersama keluarga justru mendatangkan rejeki dari *AdSense* yang ia terima. "Dan gue tuh nggak sengaja. Jadi gini, tiba-tiba gue dapet duit jatuh dari langit waktu itu. Dari *AdSense*, tiba-tiba "Ting! hah? kok gede?" lanjut Raffi Ahmad (Akmala, 2019).

Melalui pernyataannya tersebut, dapat diidentifikasi bahwa pengungkapan privasi yang dilakukan melalui kanal Youtube Rans Entertainment merupakan sebuah bentuk usaha Raffi untuk mencapai pundi-pundi rupiah sebagai keuntungan atau *rewards*. Karena apabila ia benar-benar hanya ingin mengabadikan momen bersama keluarga, Raffi dapat mematikan fitur *AdSense* pada kanal Youtubenya. Terkait dengan salah satu prinsip pada teori CPM, kepemilikan privasi. Petronio berpendapat bahwa individu merasa bahwa mereka adalah satu-satunya pemilik informasi pribadi tentang diri mereka sendiri [13]. Seorang individu dengan informasi pribadi membuat keputusan tentang dengan siapa, apa, kapan, dan di mana mereka membagikan informasi [14].

Pada kasus ini, privasi yang diungkapkan melalui kanal Youtube para selebriti Indonesia dapat dipahami dan secara tidak langsung disetujui oleh orang-orang dewasa yang terlibat di dalamnya. Melalui *daily vlog* para selebriti Indonesia ini, dapat ditemukan orang-orang yang biasa bekerja pada rumah selebriti tersebut, mencakup ART, suster, supir, asisten, manager, karyawan, kru dan lain-lain. Diketahui bahwa orang-orang tersebut sudah cukup dewasa dan dinilai memiliki kendali atas dirinya sendiri. Mereka dapat menghindar ketika terdapat kamera mendekat atau dengan memunculkan gestur menutup muka. Ini menunjukkan bahwa orang-orang yang terlibat di dalam *daily vlog* selebriti Indonesia sadar akan kepemilikan privasinya. Di sisi lain, mereka juga memiliki aturan untuk mengelola informasi pribadi mereka [15]. Lain halnya ketika hal-hal serupa terjadi pada anak kecil yang berada pada rumah selebriti atau bahkan anak dari selebriti itu sendiri. *Sharenting* dapat menimbulkan kekhawatiran etis yang lebih luas mengenai otonomi dan hak privasi anak. Materi yang dibagikan secara *online* mungkin tetap tersedia untuk umum tanpa batas waktu, meskipun kiriman aslinya kemudian dihapus. Seperti yang kerap terjadi di masa sekarang, banyak potongan-potongan video dari Youtube yang kemudian dibagikan ulang melalui *platform* sosial media lain seperti Tiktok, Instagram maupun Twitter.

Seringkali, anak yang foto atau informasinya dibagikan belum cukup umur untuk menyetujui atau memahami sifat media sosial dan potensi risikonya [16]. Dengan kendali akan diri sendiri yang sangat terbatas, seorang anak dari selebriti seperti Rafathar, Arsy dan Xabiru yang menjadi inti pembahasan pada penelitian ini seakan tidak mampu menggapai kepemilikan privasi serta aturan pengelolaannya. Ini menyebabkan pelanggaran batasan privasi anak dalam fenomena *sharenting* pada selebriti Indonesia terus terjadi dan menuai risiko di belakangnya. *Sharenting* yang dilakukan orang tuanya sedari ia lahir hingga membudaya sampai sekarang sangat jelas menunjukkan bagaimana risiko demi risiko terus menghampirinya. Mulai dari perlakuan penggemar yang berkomentar buruk di internet, terlebih melakukan penyerangan fisik secara langsung. Juga tindakan perundungan melalui *yel-yel* hingga menyebabkan sang anak trauma. Dengan berbagai permasalahan yang telah terjadi, praktik *sharenting* ini tidak kunjung dihentikan. Bahkan setiap permasalahan yang muncul akibat *sharenting*, dibahas dan dibicarakan bersama dengan sang anak melalui praktik *sharenting* di kemudian hari secara berulang melalui *podcast*, *daily vlog* maupun *story* Instagram orang tuanya. Ini merupakan sebuah kriteria risiko-manfaat dalam sebuah aturan privasi, di mana orang tua Rafathar menilai potensi imbalan dan biaya pengungkapan informasi pribadi Rafathar sebagai bentuk empati dan *parenting* yang baik kepada anaknya [14].

Batasan pada privasi dimaksudkan untuk memberikan representasi visual dari dua sisi; di satu sisi orang menyimpan informasi untuk diri mereka sendiri, dan di sisi lain orang berbagi informasi pribadi. Pelanggaran batas privasi anak juga terjadi pada Arsy, buah hati Anang dan Ashanty. Ini terjadi ketika Ashanty menceritakan kala anaknya marah saat dipakaikan baju terbuka, Ashanty menceritakan perihal ini saat ia diundang pada sebuah *podcast*. Sebuah penelitian mengatakan, jika kita benar-benar ingin mendengar suara anak-anak, maka perlu mempertimbangkan posisi relatif mereka dalam rumah tangga, di mana mereka seringkali sangat bergantung pada orang tua atau wali mereka yang sah. Analisis semacam itu dapat menginformasikan tentang posisi relatif anak-anak tidak hanya dalam rumah tangga, tetapi juga dalam masyarakat umum, dan bagaimana posisi itu membentuk makna yang diberikan pada privasi dan data pribadi, di atas dan di luar kemampuan kognitif anak-anak dan rangkaian keterampilan individu [17].

Adanya relasi kuasa di antara orang tua dan anak, menyebabkan Arsy harus mengikuti kemauan orang tuanya dalam pemilihan pakaian. Ungkapan marah yang dilakukan Arsy kepada ibunya telah mengubah kepemilikan informasi. Yang tadinya Ashanty tidak mengetahui menjadi mengetahui. Ini juga diikuti dengan aturan keputusan tentang privasi yang berubah. Arsy bisa jadi hanya ingin mengungkapkan kekesalannya itu kepada ibunya sendiri agar di kemudian hari dapat dipakaikan pakaian seperti yang ia harapkan. Namun sang ibu justru membuka informasi tersebut di depan muka umum melalui *podcast* yang ia sambangi. Ini menunjukkan keprihatinan bahwa berbagi seperti itu dapat menyebabkan anak, tanpa sadar dan tanpa masukan dari pihak mereka, untuk mengembangkan identitas *online*, yang mungkin permanen dan bertentangan dengan identitas dan nilai mereka di kemudian hari sebagai orang dewasa [18].

Dengan nihilnya kesadaran atas kepemilikan kendali atas dirinya sendiri oleh anak-anak, menyebabkan sulit tercapainya koordinasi batas privasi antara anak dan orang tua. Orang tua sendiri sebagai pemilik kendali terbesar, merasa bahwa praktik *sharenting* yang dilakukannya merupakan wujud kebanggaannya terhadap sang buah hati. Orang tua mungkin sadar bahwa praktik berbagi foto atau video tentang anak yang dilakukannya mungkin tidak sesuai dengan keinginan anak di kemudian hari. Namun dengan dalih pengurangan intensitas unggahan seiring dengan pertumbuhan anak membuat koordinasi batas ini seakan sudah tersepakati. Selanjutnya, ini juga dapat menyebabkan kaburnya batas pemilik informasi pribadi. Atas kepercayaan anak terhadap orang tuanya, anak menempatkan tanggung jawab pada orang tuanya, sehingga batas-batas hanya berupa gagasan samar dan sekedar menggunakan aturan privasi orang tua sendiri untuk memandu apa yang mereka katakan [15].

Pelanggaran batas privasi yang juga melanda Xabiru, anak dari Rachel Vennya. Ketika Rachel Vennya mengunggah video anaknya pada story Instagram saat sedang curhat dengan dirinya sampai menangis tersedu-sedu. Bermula saat Rachel tak bisa merayakan ulang tahun Xabiru tepat di hari ulang tahunnya, Rachel berusaha menjelaskan kepada publik apa yang menjadi alasannya. Kemudian, ia mengunggah video saat Xabiru menangis curhat mengenai ayahnya dan menjelaskan kepada publik sulitnya menjalani *co-parenting* bersama dengan sang mantan suami (Sulaiman, 2022). Video tersebut menunjukkan Xabiru meminta agar ayahnya bisa tinggal bersama di rumahnya. Ia juga mengungkapkan kalau dirinya sedih karena harus bolak balik ke rumah ayahnya ketika hendak bertemu dengan ayahnya. Namun setelah mengunggah story tersebut, bukannya mendapat simpati dari warganet, Rachel justru dihujat karena tidak mau disalahkan akan ketidakhadiran dirinya saat ulang tahun anaknya. Terlebih tindakan Rachel yang mengunggah anaknya saat sedang curhat serius dinilai warganet tidak menghargai perasaan anaknya. Beberapa tanggapan warganet yang berhasil dikumpulkan peneliti terkait dengan konten tersebut antara lain: “Poinnya si Rachel ini ngepost beginian di sosmed apa si? Kagak sadar apa anaknya juga punya privasi, bayangin nanti udah gede hal personal gini anaknya liat sliweran di internet.

Nanti anaknya setres dikontenin juga ke psikolog”, “Bisa gak sih jadi orang tua gausah eksploitasi emosi anak demi dapet iba orang2? Deket sama orang tua itu bagus tapi kalau gini gausah dishare lah kocak. Kaya gini cukup buat ortu aja, gak jadi konsumsi publik”, dan terakhir “Resiko apa2 dipost sampai ga ada privasi sama sekali, sekalinya semua2 dipantau dan dibahas sama netizen ga bisa ngamuk”. Pada kasus ini, turbulensi batas terjadi antara Xabiru dan Rachel Vennya, ibunya. Petronio mengungkapkan turbulensi batas merujuk pada gangguan dalam cara pemilik informasi bersama mengendalikan dan mengatur aliran informasi pribadi ke pihak ketiga. Yang mana pemilik informasi bersama adalah Rachel Vennya dan pihak ketiga adalah audiens pada Instagram miliknya. Turbulensi batas terjadi karena Rachel Vennya sebagai rekan, terlebih ibu dari pemilik informasi pribadi tidak bernegosiasi secara efektif dengan anaknya. Sehingga tidak ada konsensus terkait aturan privasi yang dipegang bersama. Warganet sebagai orang awam menyangkan keputusan yang diambil Rachel Vennya sebagai orang tua dalam membagikan video anaknya yang sedang curhat hingga menangis. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa anak-anak mungkin menunjukkan minat, tetapi belum tentu sadar tentang privasi komersial. Artinya, orang tua memiliki peran penting dalam mendidik anak dan menegosiasikan norma-norma privasi. Praktik *sharenting* yang dilakukan orang tua dapat menimbulkan risiko bagi privasi anak-anak [17].

4. Kesimpulan

Memperluas kajian literatur kualitatif terutama mengenai praktik *sharenting* bagi orang tua, penelitian ini mengambil populasi orang tua pada kalangan selebriti di Indonesia dan secara khusus mengambil *purposive sampling* pada tiga selebriti tanah air yang diidentifikasi melakukan praktik *sharenting* juga memiliki permasalahan yang muncul akibat *sharenting*, yaitu pasangan suami istri Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, Anang dan Ashanty, dan Rachel Vennya. Membandingkan penelitian sebelumnya yang menekankan implikasi *sharenting* bagi keamanan privasi anak, penelitian ini mengungkapkan secara mendalam bagaimana praktik *sharenting* terjadi di tanah air yang secara khusus diwakilkan oleh selebriti Indonesia sebagai sampel. Kemudian, setelah mengetahui praktik serta kasus yang terjadi, pembaca diajak untuk memahami bagaimana pelanggaran batas privasi pada anak terjadi dalam praktik *sharenting* ini sesuai dengan teori dan konsep yang disediakan oleh teori *Communication Privacy Management (CPM)* yang digagas oleh Petronio, seorang profesor di bidang komunikasi. Ditemukan bahwa terdapat *rewards* yang diharapkan dari selebriti Indonesia sebagai orang tua yang melangsungkan *sharenting* pada anaknya, yaitu materi yang didapatkan dari *Adsense* Youtube. Kepemilikan privasi anak tidak diindahkan oleh orang tua dan anak dianggap belum memiliki kesadaran mengenai kepemilikan privasinya. Dengan demikian, para anak dari selebriti Indonesia ini belum memiliki kemampuan untuk mengelola aturan privasinya. Praktik *sharenting* yang dilakukan orang tua pada kalangan selebriti Indonesia ini juga menyebabkan sulit tercapainya koordinasi batas privasi antara anak dengan orang tua. Anak sebagai subjek dalam *sharenting* memiliki wewenang yang minim terhadap apa yang menjadi kehendaknya sehingga menyebabkan batas pemilik informasi pribadi anak menjadi kabur. Untuk mengurangi turbulensi batas privasi yang terjadi pada praktik *sharenting* ini, orang tua diharapkan dapat bernegosiasi mengenai aturan batas privasi secara efektif dengan anaknya. Praktik *sharenting* pada orang tua di kalangan selebriti Indonesia secara jelas menimbulkan pelanggaran batas privasi serta memunculkan berbagai konsekuensinya sesuai dengan konsep-konsep yang tertuang pada teori CPM.

Penelitian ini menarik untuk dikaji secara lebih lanjut. Terlebih di era serba digital ini, sosial media menjadi ruang utama bagi publik untuk berkumpul, melepas penat, mencari informasi dan bahkan sumber mata pencaharian. Konsekuensi dan risiko menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dengan isu privasi di era digital. Sebagai rekomendasi, untuk meminimalisir kekhawatiran etis terhadap privasi anak yang dapat terjadi atas praktik *sharenting* ini, diperlukannya kebijakan mengikat terhadap batas usia anak untuk kegiatan digital yang bersifat komersial dan non-edukatif. Kebijakan ini akan sepenuhnya mendukung atas terpenuhinya keamanan dan kesadaran privasi pada anak. Lemahnya batas privasi anak akibat *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua pada kalangan selebritis Indonesia menggunakan teknik studi dokumen sebagai batasan penelitian, penelitian ini dapat dikembangkan secara lebih mendalam dengan teknik pengumpulan data yang secara langsung dapat merepresentasikan makna secara khusus bagi individu menggunakan teknik wawancara mendalam. *Sharenting* dan privasi menjadi sebuah konsep yang saling beririsan, dan memiliki potensi untuk pengembangan penelitian ke arah kritis dengan konsep komodifikasi.

5. Daftar Pustaka

- [1] Mahdi, M. I. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. *DataIndonesia. id*.
- [2] Iskandar, D., & Isnaeni, M. (2019). Penggunaan internet di kalangan remaja di Jakarta. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 6(1), 57-72. DOI: <https://doi.org/10.37535/101006120194>.
- [3] MediaIndonesia.com. (2022, June 9). *Digital Mum Survey 2022 Ungkap 83% Ibu Aktif Buat Konten di Medsos*. <https://mediaIndonesia.com/teknologi/498047/digital-mum-survey-2022-ungkap-83-ibu-aktif-buat-konten-di-medsos>.

- [4] Furedi, F. (2010). Celebrity culture. *Society*, 47, 493-497. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12115-010-9367-6>.
- [5] Livingstone, S., Blum-Ross, A., & Zhang, D. (2018). What do parents think, and do, about their children's online privacy?.
- [6] Hox, J. J., & Boeije, H. R. (2005). Data collection, primary versus secondary.
- [7] Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. Suny Press.
- [8] Walrave, M., Verswijvel, K., Ouvrein, G., Staes, L., Hallam, L., & Hardies, K. (2022, March). The limits of sharenting: Exploring parents' and adolescents' sharenting boundaries through the lens of communication privacy management theory. In *Frontiers in Education* (Vol. 7, p. 803393). Frontiers Media SA.
- [9] Petronio, S., & Child, J. T. (2020). Conceptualization and operationalization: Utility of communication privacy management theory. *Current opinion in psychology*, 31, 76-82. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.009>.
- [10] Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research grounded theory procedures and techniques.
- [11] Driessens, O. (2013). The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International journal of cultural studies*, 16(6), 641-657. <https://doi.org/10.1177/1367877912459140>.
- [12] Fox, A. K., & Hoy, M. G. (2019). Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 414-432. <https://doi.org/10.1177/0743915619858290>.
- [13] Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland press.
- [14] Dainton, M., & Zelle, E. D. (2022). *Applying communication theory for professional life: A practical introduction*. Sage publications.
- [15] Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). A first look at communication theory (tenth edit).
- [16] 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). <https://doi.org/10.1145/3512963>.
- [17] De Wolf, R., & Abeele, M. M. V. (2020). Children's voices on privacy management and data responsabilization. *Media and Communication*, 8(4), 158-162. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3722>.
- [18] Keith, B. E., & Steinberg, S. (2017). Parental sharing on the internet: Child privacy in the age of social media and the pediatrician's role. *JAMA pediatrics*, 171(5), 413-414. DOI: [10.1001/jamapediatrics.2016.5059](https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2016.5059).