



CELEBRITY SHARENTING : PENERIMAAN ORANG TUA TERHADAP KONTEN SHARENTING DI INSTAGRAM

Fina Salsabila Latif, Syifa Syarifah Alamiyah

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UPN Veteran Jawa Timur

Abstrak

Era digital mendukung adanya fenomena baru mengenai cara orang tua mengasuh anaknya, di era ini menuntut orang tua untuk terkoneksi dengan orang tua lain, mendapatkan informasi dan berbagi. Hal tersebut menimbulkan fenomena sharenting yang merupakan sebuah kegiatan membagikan informasi parenting yang dilakukan oleh orang tua pada media sosialnya. Selain ahli parenting, Sharenting juga dilakukan oleh beberapa selebriti salah satunya Rachel Vennya, banyak pro-kontra terkait kegiatan sharenting yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara mendalam (Indepth Interview) dan juga dokumentasi. Sedangkan informan dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis resepsi Stuart Hall, yaitu menggambarkan tiga posisi khalayak dalam mengkonstruksikan pesan, yakni posisi dominan-hegemoni, negosiasi, dan oposisi. Melalui penelitian ini ditemukan pemaknaan yang dilakukan orang tua yaitu sharenting dapat menjadikan anak terkenal, sharenting sebagai supporting orang tua (ibu) lain dan sharenting sebagai galeri digital. Adapun temuan lain berupa sebuah penerimaan dari orang tua dalam penelitian ini sebagian besar menerima namun menegosiasikan karena ada sebuah batasan yang timbul dari konten yang diunggah oleh Rachel Vennya atas dasar ketidaksesuaian nilai dan pengalaman yang dimiliki oleh orang tua.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Parenting, Instagram, Sharenting, Selebriti.

PENDAHULUAN

Teknologi dalam sebuah perkembangan zaman yang juga ikut berkembang terasa juga pada ruang lingkup kecil yaitu keluarga yang berkaitan satu sama lain, adanya

perubahan aspek dalam berkehidupan menyangkut kehidupan di dalam keluarga dan termasuk pola asuh orang tua terhadap anaknya juga mengalami sebuah perubahan. (Dwiarsianti, 2022)

Kemajuan digital memberikan dampak yang besar dalam budaya kehidupan keluarga berupa adanya perubahan yang tidak terjadi pada generasi yang lalu dimana hal tersebut memunculkan sebuah permasalahan atau sebuah problem yang baru. (Nadira Dwi Yuna Amanda & Mulyana, 2022). Keluarga yang terdiri dari orang tua dan anak memiliki perbedaan zaman pada saat tumbuh kembang atas dasar itu orang tua harus senantiasa mengikuti perkembangan zaman agar bisa mengikuti tumbuh kembang anak.

Kehidupan dalam keluarga khususnya orang tua yang sekarang hidup dengan banyaknya perubahan seperti cepatnya mendapat informasi dan mudahnya segala akses internet menimbulkan adanya interaksi yang luas seperti berinteraksi pada media sosial nya. (Supratman, 2018).

Perkembangan yang ada di zaman sekarang ini memberikan kemudahan dalam berkehidupan sosial untuk berinteraksi dan kemudian perlahan menghilangkan suatu perbedaan yang menjadi sebuah batasan untuk mereka (Alamiyah & Kusuma, 2016)

Adanya sebuah tuntutan untuk selalu terkoneksi oleh orang tua kepada orang tua lain di media sosial membuat orang tua berpacu untuk terus terkoneksi untuk mendapatkan informasi dari media sosial salah satunya Instagram yang mana berdasarkan data yang diambil dari DataIndonesia.id (2023), pengguna media sosial Instagram di Indonesia berada pada urutan keempat.

Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan terlihat dari banyaknya pengguna Instagram yang ikut serta dalam fenomena baru yaitu *Share Parenting* atau *Sharenting*. Fenomena baru tersebut dilakukan oleh orang tua maupun selebriti pengguna Instagram, kegiatan *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua maupun

selebriti pada Instagram berupa membagikan konten mengenai *parenting*. Konten-konten yang diunggah cukup *variative* seperti keseharian ibu dan sang anak, kegiatan bermain anak, tumbuh kembang anak, akademi anak maupun model anak . (Dwiarsianti, 2022)

Sharenting sendiri berasal dari penggabungan dua kegiatan yaitu *Share* berarti membagikan *Parenting* sebagai pola asuh dimana dalam kedua kata tersebut menjadi *Sharenting* Kata *sharenting* pertama kali dicetuskan pada Mei 2012 oleh Steven Leckart, seorang penulis di The Wall Street Journal. (Hasanah, 2021)

Sharenting yang artinya membagikan pola asuh atau *parenting* dilakukan orang tua pada media sosialnya, informasi yang dibagikan memiliki sebuah penjelasan tersendiri yang menjadi sebuah hal baru atau kebiasaan baru dalam masyarakat pengguna instagram seperti membagikan saran, tips mendidik anak, membagikan informasi, berita serta unggahan video ataupun foto anaknya. (Hasanah, 2021)

Adanya kegiatan dan fenomena baru ini juga menciptakan sebuah permasalahan yang baru seperti munculnya pelaku kejahatan pada anak yang diawali dengan unggahan orang tua mengenai anak yang terlalu mendetail seperti unggahan informasi anak terlalu banyak, menampilkan bagian tubuh anak terlalu terbuka dan mengunggah segala bentuk kebiasaan sang anak. (Dwiarsianti, 2022).

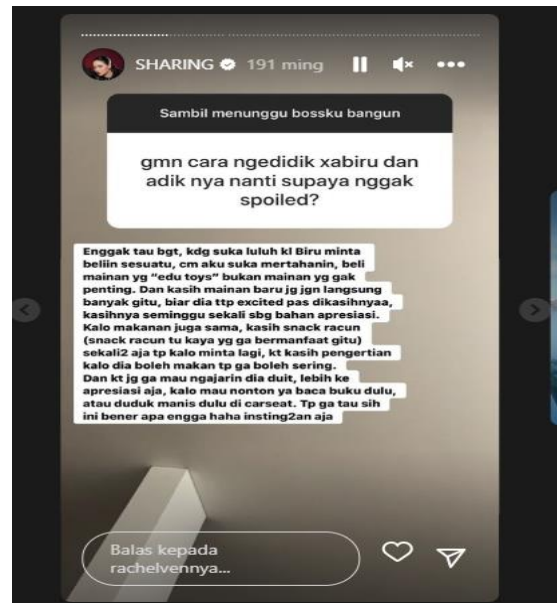
Permasalahan juga sering terjadi pada selebriti dengan banyaknya pengikut maka besar kemungkinan potensi atas kejahatan maupun hujatan terhadap apapun unggahan selebriti tersebut akan terkena imbasnya namun meskipun peluang kejahatan tinggi, selebriti juga memberikan sebuah pengaruh kepada pengikutnya untuk

melakukan *sharenting* yang dia unggah di Instagram. (Palupi & Irawan, 2020)

Adanya sebuah pengaruh dari selebriti kepada para pengikutnya di Instagram terlihat dari beberapa unggahan selebriti atas umpan balik yang diberikan oleh pengikutnya seperti pada balasan *question box* selebriti di akun instagramnya mengenai parenting dirinya dan kemudian ditanggapi oleh selebriti melalui unggahan instagram *story*. (Dwiarsianti, 2022)

Selebriti yang memiliki pengikut yang banyak pada akun instagramnya kerap menjadi sebuah *role model* oleh pengikutnya begitu juga selebriti yang menjadi orang tua dan membagikan konten mengenai *parenting* atau melakukan *sharenting*, pengikutnya yang memiliki kesamaan nilai dan pengalaman akan merasa selebriti tersebut patut dijadikan sebuah contoh.

@rachelvennya merupakan seorang selebriti Instagram sering mengunggah konten mengenai *parenting* dirinya terhadap sang anak, namun konten *parenting* yang di unggah Rachel Venya menuai banyak pro dan kontra. Rachel Venya mampu memberikan pengetahuan terhadap para pengikutnya mengenai *parenting* yang dia lakukan, banyak *followers*-nya bertanya mengenai bagaimana dirinya mendidik sang anak hingga viral dalam berbagai *platform* media sosial seperti TikTok dan juga Twitter.



Gambar 1.1 Konten Sharenting Rachel Venny

Konten *sharenting* yang dibagikan Rachel Venny melalui berbagai macam fitur seperti *story* Instagram dan *feeds* Instagram. Rachel Venny menuai pro kontra atas *parenting* yang diunggah nya dimana kegiatan *sharenting* yang dilakukan bertentangan dengan kredibilitas dirinya atas gaya hidup yang dimiliki Rachel Venny.

Rachel vennyya membagikan berbagai macam konten *sharenting* diantaranya, unggahan anak bermain, pendidikan anaknya dan juga bagaimana dirinya mendidik sang anak pada Instagram pribadinya.

Selebriti yang mengunggah konten *parenting* atau melakukan *sharenting* merasa apa yang dilakukan benar dan menginspirasi banyak orang namun penerimaan yang diterima oleh setiap orang tentunya tidak sama satu dengan yang lainnya.

Dampak Negatif dari adanya kegiatan *sharenting* ini merupakan banyaknya informasi yang didapat oleh orang tua pencari informasi di media sosial memberikan suatu dampak negative yaitu *burn out* dan kebingungan berupa stress atas banyaknya informasi yang didapatkan sehingga tidak dapat memilah mana yang cocok dan sesuai

untuk diterapkan pada sang anak. ketidak sesuaian pada penerapan *parenting* untuk anaknya juga dapat terjadi jika terus menerus mendapatkan informasi yang terlalu banyak atau Tsunami Informasi.

Sharenting yang menjadi sebuah fenomena baru menimbulkan permasalahan bermata ganda karena sebuah hal negatif dapat terjadi namun hal positif juga dapat terjadi pada fenomena ini sehingga dapat membuat adanya sebuah *boomerang* dalam melakukan kegiatan *sharenting* ini maka seharusnya orang tua lebih selektif dalam melakukan kegiatan *sharenting* dan bijak dalam melakukannya.

Sebuah permasalahan yang muncul namun tidak diimbangi dengan pola pikir dan pemikiran atas masa depan dilakukan oleh orang tua dalam melakukan kegiatan *sharenting* terlalu banyak dimana hal tersebut memungkinkan permasalahan yang akan timbul di masa depan mengenai sang anak jika nanti sudah beranjak dewasa yang diawali dengan kegiatan *sharenting* yang dilakukan oleh orang tua nya tanpa ada persetujuan dari sang anak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dimana prosedur atau tata cara penelitiannya lebih memfokuskan terhadap proses menjelaskan, mengolah, penggambaran dan mengkonstruksikan hasil penelitian dengan susunan kata dan kalimat sebagai jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (dalam Sigiyono, 2016) penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan adanya fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alami ataupun adanya campur tangan dari masyarakat, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Metode

kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia. (Dwiarsianti, 2022).

Analisis resepsi digunakan sebagai desain penelitian ini. Analisis resepsi menjelaskan bahwa khalayak merupakan partisipan aktif atau orang yang ikut serta dalam mewujudkan, menginterpretasikan makna atas apa yang dibaca, didengar dan dilihat sesuai dengan konteks budaya yang dimiliki. Isi dari media dipahami khalayak sebagai bagian dari sebuah kejadian dan proses dimana akal sehat diwujudkan melalui pembacaan yang diperoleh dari teks, gambar dan bahasa. (Dwiputra, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan yang ada di penelitian ini ada tiga hal yaitu, pemaknaan orang tua pada *sharenting* di instagram, jenis kegiatan *sharenting* orang tua di instagram dan Penerimaan Orang Tua Terhadap Konten *Sharenting* Public Figure di Instagram dalam Akun @Rachelvennya. Pemaknaan orang tua pada *sharenting* di Instagram memunculkan temuan atas bagaimana orang tua memaknai sebuah kegiatan *sharenting* yaitu, orang tua memaknai *sharenting* sebagai kegiatan yang bisa menjadikan anak terkenal, sebagai *supporting* orang tua lain (ibu), dan juga sebagai galeri digital.

"ya kalo aku si memaknainya sebagai hal yang penting ya mba soalnya tuh aku kan pengen anak ku terkenal ya jadi bisa dapat endorse-an dan iklan gitu itung itung nambah pemasukan kan" [informan 1]

"kalau aku sih ya jelas aku udah dapat nih endorse an ya say, ya aku pengen juga anakku juga terkenal kayak aku mumpung mama nya lagi jadi hot mom kan, orang bisnis aja aku genjot biar terkenal apalagi anak sendiri masi kecil masi bisa aku atur jadi ya jujur aja pengen anakku terkenal ya" [informan 8]

Sharenting yang dimaknai oleh informan dalam penelitian untuk menjadikan anak terkenal mencari peluang untuk mendapatkan penghasilan dimana penghasilan tersebut dirasa dapat didapat melalui hal yang berdampingan dengan dirinya sehari-hari.

Orang tua yang menjadi informan dalam penelitian ini menjadikan Instagram sebagai lahan keuntungan, dengan membagikan konten-konten mengenai anaknya kemudian adanya sebuah kerjasama dari *brand* kemudian terjadinya bisnis didalamnya dimana orang tua akan dibayar oleh *brand* tersebut disaat dirinya mempromosikan barang tersebut. Selebriti Instagram menjadi hal yang menarik untuk diikuti dan kebanyakan pengguna Instagram mencari peluang didalamnya. (Ramadhan, 2020).

Orang tua yang melakukan kegiatan *sharenting* memiliki jenis-jenis tersendiri dalam melakukan *sharenting* dimana hal tersebut menjabarkan orang tua termasuk dalam kegiatan *sharenting* yang seperti apa. Jenis-jenis yang ditulis oleh peneliti didapatkan dari wawancara mendalam (*indepth Interview*) yang dilakukan dengan informan. Adapun jenis jenis kegiatan *sharenting* yaitu mengunggah konten tentang *fashion* anak, Jenis kegiatan *sharenting* ini menjelaskan bahwa unggahan orang tua pada instagramnya berupa konten tentang *fashion* anak, dimana anak diunggah untuk menonjolkan *fashion* yang ingin di tunjukan oleh orang tua. Mengunggah konten tentang kegiatan bermain anak, berisi konten tentang anak yang sedang bermain dibagikan dengan rasa ingin mendapatkan validasi dari pengikutnya bahwa sang anak baik dalam tumbuh kembangnya. Mengunggah konten tentang tumbuh kembang anak dan kebutuhan gizi anak, dimana setiap hari anaknya bertambah besar dan perkembangan dari bayi

dirasa cepat. Mengunggah konten tentang pendidikan anak, membagikan dengan tujuan sebuah edukasi terhadap para pengikutnya untuk menjelaskan seberapa pentingnya Pendidikan anak usia dini. Mengunggah konten tentang psikologis anak, dengan tujuan kesadaran mengenai orang tua di luar sana dalam menanggapi psikologis anak dan *treatment* yang tepat jika anak sedang mengalami fase-fase berkembang yang kerap dianggap nakal atau tidak baik oleh orang tua.

"ya aku sih kalo aku ya yang aku unggah itu pas anak aku ulang tahun, keseharian anak-anakku soalnya ya kayak mereka tuh makin gede kan jadi pengennya sih aku abadiin gitu tiap hari sama makanannya itu aku unggah juga kan aku biar bisa inget andaikan aku tuh punya anak lagi gitu hehe, menurut ku unggah anak dari kecil tuh nyenengin sendiri loh kayak gak rasa loh tiba-tiba anak udah gede kok perasaan dia masi bayi kemarin" [informan 7]

Media Sosial Instagram sebagai sarana informasi *parenting* yang menjelaskan mengenai dimana orang tua mencari informasi *parenting* pada Instagram melihat konten *parenting* sekarang ini diunggah oleh banyak orang tanpa adanya sebuah latar belakang yang mendukung dan berlandung pada kata orang tua. Pada penelitian ini mendapat temuan berupa informan yang mencari informasi *parenting* mencarinya melalui dua hal yaitu Dokter Spesialis Anak atau *Public Figure*, dan ada pula yang mencari di keduanya.

Ada tiga kategori perihal latar belakang dan kredibilitas Rachel Vennya sebagai seorang selebriti yang pertama Rachel Vennya dianggap kredibel, Rachel Vennya dianggap kredibel namun ada beberapa nilai yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dipunya kemudian Rachel Vennya dianggap tidak kredibel melihat gaya hidup dirinya.

Pengikut di Instagram Rachel Vennya kerap mengomentari bahwa

Rachel Vennya merupakan selebriti yang patut di tiru untuk segi *parenting*-nya karena anaknya yang sabar dan dianggap berhasil mendidik sang anak jika melihat dalam kolom komentar instagramnya.

Dalam penelitian ini juga beberapa informan menyampaikan setuju perihal @rachelvennya yang berhasil mendidik sang anak. Dominant-Hegemonic yang ada pada penelitian ini merupakan informan yang merasa bahwa @rachelvennya berhasil mendidik anak.

Menurut salah satu informan yang juga menjadi orang tua, menjadi seorang ibu bukan pekerjaan mudah dan merupakan sebuah pekerjaan yang mulia karena mengerjakannya tanpa pamrih, menurutnya mengurus dua orang anak dan hidup sebagai *single mother* merupakan hal yang sangat patut untuk di apresiasi oleh semua orang, hal tersebut dilandasi adanya sebuah rasa kesamaan sebagai ibu,.

Informan yang menjadi ibu di usia muda dan secara penuh menjadi ibu rumah tangga mengatakan bahwa seorang ibu juga membutuhkan sebuah hiburan untuk dirinya sendiri karena membutuhkan sesuatu yang menghibur karena setiap hari harus mengurus rumah dan anak dimana hal tersebut menjawab hal tentang latar belakang dan kredibilitas @rachelvennya .

Penerimaan oleh informan berdasar pengalamannya mempengaruhi apa yang dipandang oleh informan dimana penerimaannya juga berbeda karena ada nilai-nilai yang diterima oleh informan tersebut dan kemudian dicocokkan dengan apa yang diterima dengan nilai dan pengalaman yang dimiliki sehingga muncul sebuah penerimaan yang berbeda-beda.

Orang tua dalam penelitian ini sebagai informan yang tergolong dalam kategori Dominant-Hegemonic merasa Instagram adalah sebuah tempat untuk menyuarakan apa yang ingin diungkapkan tentang dirinya seperti

sebuah kesukaan, kesenangan dan pendapat dirinya. Orang tua dalam generasi Z yang sekarang sudah menjadi orang tua dan memiliki anak bermain Instagram sejak lama Ketika dirinya masih remaja sehingga cara memaklumi dan cara memandang dalam sosial media nya lebih luas sehingga informan juga memiliki alasan mengenai dirinya menjadi informan yang Dominant-Hegemonic dikarenakan informan memiliki latar belakang pendidikan sebatas Sekolah Menengah Pertama SMA kemudian memutuskan untuk menikah sehingga pola pikir dan pandangan mengenai informasi yang valid atau kredibel tidak dipertimbangkan atau tidak di olah dan dipahami secara kritis atau dapat dikatakan pemikiran yang dimiliki oleh informan tidak berkembang dan terbentuk karena lingkungan yang dia miliki pada kehidupannya tidak mendukung untuk berpikir kritis.

Negosiasi dalam posisi ini menjelaskan tentang pendapat mengenai @rachelvennya adalah orang tua yang baik dan bagus dalam *parenting* yang dilakukan namun ada beberapa hal yang membuat orang tua tidak setuju atas konten *sharenting* @rachelvennya. Menurut (Savira & Zuhri, 2022) dalam jurnalnya menyampaikan bahwa pada posisi negosiasi munculnya sebuah batasan yang linear dengan pesan yang sudah diterima namun saat menerima pesan si penerima pesan dapat mengubah ataupun memodifikasi sehingga menimbulkan sebuah posisi dan minat yang berbeda satu sama lainnya. orang tua yang menyampaikan bahwa @rachelvennya merupakan ibu yang baik dalam *parenting* namun memiliki beberapa pesan yang ditolak oleh orang tua atas konten *sharenting* yang dilakukan @rachelvennya. Adanya hal tersebut yang timbul didukung dengan setiap individu menkonstruksikan pesan-pesan yang diterima dari sosial media berdasarkan pengalaman yang dimiliki.

Penolakan dan menentang pesan yang diberikan oleh media dan tidak menerima pesan di maksudkan untuk posisi oposisi. Hal tersebut dikarenakan pada posisi oposisi merupakan sebuah posisi dimana khalayak yang memiliki pemikiran yang kritis mengalihkan atau mengganti sebuah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode yang lain. (Pawaka & Choiriyati, 2020).

“*parenting* dan *clubbing* harus *balance*” sebuah sindiran yang kerap diucapkan jika melihat kegiatan Rachel Vennya yang aktif dalam membagikan konten *sharenting* namun juga sering membagikan gaya hidupnya seperti berada di diskotik dengan pakaian terbuka sehingga muncul sebuah pemikiran bahwa Rachel Vennya dirasa tidak kredibel atas konten *parenting* yang dia bagikan melihat latar belakang dan juga gaya hidupnya.

Rachel Vennya yang memiliki gaya hidup yang bebas menjadi hal yang diingat oleh orang tua yang menjadi pengikut maupun bukan pengikutnya, pasalnya Rachel Vennya sempat terkena sebuah masalah dan kemudian di hujat habis-habisan mengenai melepas hijab yang kontroversial di kalangan ibu muda, gaya berpakaian yang terlalu terbuka dan juga gaya hidupnya yang terlalu bebas dirasa beberapa informan pada penelitian ini tidak sesuai jika seorang yang memiliki latar belakang dan gaya hidup seperti itu menjadi sebuah contoh figur ibu yang baik dan kemudian dicontoh *parenting* nya.

Orang tua yang berada pada posisi oposisi ini adalah orang tua yang pada saat melihat Rachel Vennya dirinya menolak semua pesan yang disampaikan oleh Rachel Vennya. Adanya sebuah dugaan sebuah kesalahpahaman yang ditemukan pada penelitian ini terletak pada sebuah tanggapan atas pesan yang disampaikan memiliki makna lain dan diterima namun terdapat *noise* dalam penerimaan pesan tersebut sehingga

tidak sampai nya maksud atas pesan yang diberikan oleh si pemberi pesan diterjemahkan menjadi hal lain oleh si penerima pesan.

Beberapa informan memiliki sebuah kemakluman atas Rachel Vennya karena Rachel Vennya yang berasal dari Jakarta sebagai kota besar dan metropolitan dimana memiliki perbedaan budaya dan kultur dalam berkehidupan sosial sehingga beberapa informan memaklumi karena merasa bahwa Jakarta memang kota besar dan mungkin saja disana menjadi hal yang lumrah dan Kembali lagi bahwa setiap daerah berbeda dengan kultur dan budaya kota lainnya.

Sebuah kesadaran atas kebebasan berekspresi dan sebuah kemakluman atas konten yang dibagikan Rachel Vennya tidak dilakukan oleh semua orang sehingga penerimaan atas konten yang dibagikan Rachel Vennya berbeda-beda, namun Rachel Vennya sebagai pembuat pesan tidak menyadari bahwa pesan yang memiliki maksud sebagai kebebasan berekspresi tidak ditangkap dan diterjemahkan sesuai apa yang Rachel Vennya maksud dan Rachel Vennya yang pada akun Instagram nya sekarang menginjak 7.3 Juta pengikut dirasa oleh beberapa informan dalam penelitian ini kurang bijak dalam memilah konten mana yang akan dia bagikan di Instagram nya. Sehingga pada penelitian ini orang tua mengkonstruksikan pesan dari konten *sharenting* Rachel Vennya di Instagram mayoritas mendukung namun memiliki beberapa penolakan atas ketidaksamaan nilai-nilai kehidupan oleh orang tua sehingga orang tua mendukung konten *sharenting* yang diunggah Rachel Vennya namun menolak beberapa bagian dalam semua unggahannya atau dapat dikatakan mayoritas orang tua dalam penelitian ini tergolong dalam posisi negosiasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan data dan pembahasan pada penelitian ini *sharenting* dimaknai oleh orang tua dalam penelitian ini menjadi tiga hal yaitu, *sharenting* menjadikan anak terkenal, *sharenting* sebagai supporting orang tua lain dan *sharenting* sebagai galeri digital, kategori *sharenting* yang di dapatkan dari penelitian ini didapatkan melalui wawancara secara mendalam kepada delapan informan yang memiliki latar belakang sebagai orang tua dengan kegiatan berbeda-beda satu sama lainnya untuk mendapatkan data yang lebih bervariasi.

Konten *Sharenting* yang dibagikan oleh Rachel Vennya dirasa oleh Orang tua membantu dalam hal *parenting* dan menyampaikan bahwa Rachel Vennya berhasil mendidik anaknya berdasar konten *sharenting* yang dibagikan. Adapun orang tua dalam penelitian ini menyampaikan setuju namun memiliki beberapa hal yang tidak sesuai dengan dirinya dimana pengalaman dan latar belakang yang mempengaruhi orang tua memiliki pemikiran tersebut. Namun penolakan juga dilakukan oleh beberapa orang tua dalam penelitian ini yaitu menyampaikan sebuah penolakan sepenuhnya atas konten *sharenting* Rachel Vennya yang dirasa tidak sesuai atau bahkan tidak cocok dengan figure ibu melihat latar belakang Rachel Vennya.

Fenomena *sharenting* ini menuai banyak pendapat yang berbeda-beda berdasarkan pengalaman yang telah dilalui oleh setiap orangnya. Penerimaan orang tua ini sangat beragam ada yang setuju dan ada pendapat yang lain kemudian hal ini digolongkan kedalam tiga bagian sesuai dengan Teori Encoding – Decoding Stuart Hall.

Melalui penelitian ini sebagian besar informan berada dalam posisi negosiasi yang berarti setuju dengan

konten *sharenting* Rachel Venya namun memiliki beberapa penolakan atas konten yang diunggah dengan jenis konten bukan *parenting* melainkan konten tentang gaya hidupnya dan juga gaya berpakaian dirinya ataupun kebiasaan yang dia lakukan.

Ditemukan juga sebuah temuan bahwa informan yang memiliki latar belakang pendidikan yang kurang baik dan kondisi finansial yang tidak stabil menyuarakan sikap setuju atas konten *sharenting* Rachel Vennya kemudian orang tua dalam penelitian ini yang memiliki latar belakang yang sama dengan gaya hidup Rachel Vennya yang sama dengan dirinya menerima pesan yang dimaksudkan Rachel Vennya selaras dengan apa yang dipikirkannya. Penerimaan yang berbeda-beda yang memiliki sudut pandang dan terjemahannya sendiri juga dipengaruhi dengan adanya Teori Perbedaan Individual yang dimana orang tua menangkap dan menerima sebuah pesan dari latar belakang dan pengalaman yang dia punya sendiri dan dipengaruhi adanya struktur kejiwaan dan psikologis dari si penerima pesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamiyah, S. & Kusuma, A. (2016). Globalisasi Sebagai Tantangan Identitas Nasional bagi Mahasiswa Surabaya. *Global & Policy*, 4(2), 78-91.
- 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>
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26-37. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Hasanah, F. F. (2021). *Sharenting Anak Difabel di Instagram*. *Itibar: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(2), 16-35. <https://ejournal.iaiqi.ac.id/index.php/itibar/arti>

cle/view/32

Nadira Dwi Yuna Amanda, & Mulyana, D. (2022). Pola Komunikasi Keluarga Anggota TNI-AD. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 142–147. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.499>

Palupi, M. F. T., & Irawan, R. E. (2020). Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting Oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 68–80.

Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial@indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>

Ramadhan, A., Naswandi, C. N., & Herman, C. M. (2020). Fenomena Endorsement Di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram. *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 316–329.

Savira, R., & Zuhri, S. (2022). Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok@ drrichardlee. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 106–113. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4461>

Sigiyono, A. (2016). *Dampak Keberadaan IT di Kantor Badan Pertanahan Nasional Kab. Sleman*. 32–41.

Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh *Digital Native*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>