Jurnal PG-PAUD TRUNOJOYO
Volume 13, Nomor 1, Tahun 2026, pp. 42-58
P-ISSN: 2528-3553, E-ISSN: 2613-9650
Open Access: https://doi.org/10.21107/pgpaudtrunojoyo.v13i1



Aktivitas *Sharenting* Orang Tua Milenial: Analisis Motif dan Pertimbangan

Yayu Mega Purnamasari[1]✉, Lulu Hanifa[2]
[1,2] Programstudi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received August 2, 2025
Revised February 9, 2026
Accepted March 4, 2026
Available online April 1, 2026

Kata Kunci:
Motif Sharenting, Anak Usia Dini, Orang Tua Milenial

Keywords:
Sharenting motive, Children, Milenial Parent

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Copyright © 2026 by Author. Published by Universitas Trunojoyo Madura.

ABSTRAK

Fenomena *sharenting* menjadi tren di kalangan orang tua milenial yang ditandai dengan seringnya membagikan momen anak di media sosial. Kegiatan ini telah menjadi bagian dari pola pengasuhan digital, namun menimbulkan risiko terhadap privasi anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif dan pertimbangan orang tua milenial dalam melakukan *sharenting* pada anak usia dini. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian adalah 15 orang tua dari anak usia dini, sampel dikumpulkan dengan teknik purposive sampling, dengan kriterian orang tua rentang usia 20-35 tahun (milenial). Data dianalisis model analisis miles dan huberman dengan tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan kredibilitas dan konsistensi temuan. menggunakan triangulasi data dengan penyajian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *sharenting* dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti membagikan foto anak saat kegiatan sekolah, aktivitas di rumah, pencapaian, dan rutinitas harian. Terdapat lima motif utama orang tua dalam melakukan *sharenting*: (1) motif intrinsik, berupa keinginan menyimpan kenangan dan mengekspresikan kebahagiaan; (2) motif sosial, yaitu untuk membangun koneksi sosial; (3) motif penghargaan, yakni mengharapkan pengakuan dari lingkungan sekitar; (4) motif aktualisasi diri sebagai bentuk kebanggaan; dan (5) motif teogenetis, sebagai bagian dari menanamkan nilai moral dan religius (6) motif keuntungan seperti monitesasi dalam unggahan sharenting. Meskipun terdapat kekhawatiran akan dampak negatif *sharenting*, sebagian besar orang tua masih melakukan kegiatan tersebut karena berbagai alasan personal. Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan pemahaman mendalam tentang alasan di balik praktik *sharenting* dan implikasinya terhadap pengasuhan anak usia dini di era digital.

ABSTRACT

Sharenting has become a trend among millennial parents who often share their children's moments on social media. This activity has become a part of digital parenting practices, but it also poses risks to children's privacy. This study aims to analyze the motives of millennial parents in engaging in *sharenting* for early childhood. This research used a descriptive qualitative approach with data collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The informants were 15 parents with early childhood-aged children. The results show that *sharenting* takes various forms, including uploading children's school activities, home moments, achievements, and daily routines. Five primary motives were identified: (1) intrinsic motives, such as the desire to store memories and express happiness; (2) social motives, aimed at building social connections; (3) appreciation motives, seeking recognition from the social environment; (4) self-actualization motives, as a form of pride; and (5) spiritual motives, to instill moral and religious values (6) profit motives such as monetization in sharenting activity.. Although some parents expressed concern about the negative effects of *sharenting*, most continued the practice for personal reasons. This study contributes to a deeper understanding of the motives behind *sharenting* and its implications for early childhood parenting in the digital age.

To cite: Purnamasari, Y. M., & Hanifa, L. (2026). Aktivitas *Sharenting* Orangtua Milenial: Analisis Motif dan Pertimbangan. *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Anak Usia Dini, 13*(1), 42-58. https://doi.org/10.21107/pgpaudtrunojoyo.v13i1.31324

✉Corresponding author:
E-mail addresses: yayumega@uinssc.ac.id

1. PENDAHULUAN

Era 4.0 ditandai dengan berkembangnya segala informasi ke arah transformasi digital, hal ini diperkuat dengan penggunaan sosial media yang semakin pesat. Total pengguna aktif sosial media masyarakat Indonesia yakni 191 juta pengguna atau 73,7% dari populasi dengan berbagai flatform seperti youtube, instagram, facebook, whatsapp dan tiktok. Adapun pengguna ini didominasi oleh masyarakat dengan rentang usia 18-34 tahun yang juga disebut generasi milenial dan generasi gen z (Ahmad, 2020; Hermawansyah & Pratama, 2021; Nuryadi Kadir, 2022). Fenomena penggunaan sosial media pada generasi milenial dan gen z, seringkali ditandai dengan memposting berbagai aktifitas kegiatan sehari-hari, termasuk aktivitas sharenting bagi yang sudah memiliki anak.

Sharenting adalah istilah yang menggambarkan aktivitas orang tua dalam membagikan informasi atau konten digital mengenai anak-anak mereka melalui media sosial (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Kopecky et al., 2020). Konten ini bisa berupa foto, video, cerita, hingga data pribadi anak, seperti nama lengkap, usia, atau lokasi sekolah (Latipah et al., 2020; Verswijvel et al., 2019). Perilaku ini menjadi semakin umum dilakukan seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dan media sosial, terutama di kalangan orang tua generasi milenial.

Fenomena ini muncul sebagai bentuk dokumentasi kehidupan anak yang dilakukan oleh orang tua, namun di sisi lain menimbulkan kekhawatiran karena dapat mengancam privasi anak (Lazard et al., 2019; Siibak & Traks, 2019). Digital *sharenting* bukan hanya soal berbagi kebahagiaan, tetapi juga bisa membuka celah bagi penyalahgunaan data anak oleh pihak lain (Choi & Lewallen, 2018). Seperti kasus-kasus penyalahgunaan yang marak terjadi belakangan ini terkait pedofilia, *cyber bulying,* penyalah gunaan konten (Darmawan et al., 2025; Mubaroq & Sumarno, 2024; Ong & Gunadi, 2023; Setyaningtias & Atika, 2022; Tjahaja et al., 2025). Hal ini memperlihatkan pentingnya kesadaran digital dan etika bermedia sosial dalam pengasuhan anak di era modern.

Fenomena *sharenting*, telah menjadi tren di kalangan orang tua milenial, dalam konteks masyarakat digital saat ini, perilaku tersebut sering dianggap sebagai bagian dari gaya pengasuhan modern yang menggabungkan fungsi dokumentasi, ekspresi emosional, hingga pencarian validasi sosial (Afrilia, 2017; Chandrika, 2020). Praktik sharenting semakin menguat dari waktu ke waktu seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial oleh orang tua. Namun, di balik praktik tersebut, muncul kekhawatiran mengenai pelanggaran privasi anak serta dampak jangka panjang terhadap perkembangan psikologis dan identitas digital mereka. Meskipun sharenting dilakukan di ruang digital, sharenting memiliki konsekuensi nyata dalam kehidupan offline anak (Cataldo et al., 2022). Anak-anak yang menjadi subjek *sharenting* belum memiliki kapasitas untuk memberikan persetujuan terhadap apa yang dibagikan, sehingga mereka berpotensi terekspos terhadap risiko seperti perundungan siber, pencurian identitas, hingga eksploitasi (Kopecky et al., 2020). Studi yang dilakukan oleh Steinberg (2017) menyatakan bahwa orang tua sering kali tidak menyadari bahwa tindakan tersebut dapat merampas hak anak untuk membentuk jejak digitalnya sendiri. Di Indonesia, kesadaran terhadap perlindungan identitas digital anak masih relatif rendah, dan regulasi yang mengatur *sharenting* secara spesifik juga belum tersedia secara menyeluruh (Ramadhanti et al., 2023; Renta Nirmala Hastutik et al., 2015; Sari, 2024). Kondisi tersebut sejalan dengan temuan awal di mana mayoritas masyarakat orang tua di Kota Cirebon yang diwawancarai, baik generasi milenial maupun generasi Z merupakan pengguna sosial media dan aktif dalam melakukan aktifitas sharenting. Artinya bahwa kegiatan sharenting marak dilakukan oleh orang tua, namun faktor resiko dan motif perlu dikaji secara mendalam, sebagai pertimbangan agar tidak menimbulkan dampak negatif dikemudian hari.

Penelitian tentang *sharenting* sudah banyak dilakukan, seperti studi oleh Blum-Ross & Livingstone (2017) yang menekankan pentingnya memahami motivasi orang tua dalam

membagikan momen anak di media sosial sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Penelitian lain oleh Putu Inten Kurniari (2021) menyoroti praktik *sharenting* di kalangan ibu tunggal melalui *platform* Instagram, sedangkan Palupi & Irawan (2020) mengkaji *sharenting* dalam perspektif eksploitasi anak oleh selebritas. Meskipun demikian, kebanyakan penelitian masih terfokus pada bentuk konten atau *platform* yang digunakan, sementara motif personal dan psikologis yang melatarbelakangi orang tua khususnya dari kalangan milenial dalam melakukan *sharenting* belum banyak dikaji secara mendalam, terutama dalam konteks lokal seperti lembaga pendidikan anak usia dini di Indonesia (Livingstone & Blum-Ross, 2020).

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis motif orang tua milenial dalam melakukan *sharenting* terhadap anak usia dini. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk *sharenting*, tetapi juga mengungkap alasan-alasan mendalam yang mendorong orang tua untuk melakukan tindakan tersebut, baik yang bersifat intrinsik, sosial, religius, maupun aktualisasi diri. Penelitian ini juga mempertimbangkan pandangan orang tua terhadap potensi risiko yang ditimbulkan dari aktivitas tersebut.

Dengan memahami motif di balik perilaku *sharenting*, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai pola pengasuhan digital di Indonesia, serta menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan atau pedoman etika bagi orang tua dan lembaga pendidikan dalam menggunakan media sosial secara bijak. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada praktisi PAUD maupun orang tua mengenai pentingnya memahami tanggung jawab digital, terutama dalam menjaga privasi dan perkembangan anak usia dini di era informasi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan penelitian untuk memahami secara mendalam motif orang tua milenial dalam melakukan kegiatan *sharenting* terhadap anak usia dini. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap makna dan pengalaman subjektif dari para partisipan secara naturalistik, serta memungkinkan eksplorasi terhadap realitas sosial yang kompleks, khususnya dalam konteks pengasuhan digital. Penelitian dilaksanakan di Kota Cirebon, dengan partisipan dalam penelitian ini adalah 15 orang tua dari anak usia dini, dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: (1) merupakan orang tua generasi milenial (lahir tahun 1980–2000), (2) aktif menggunakan media sosial, dan (3) pernah membagikan konten terkait anak mereka di media sosial. Karakteristik partisipan bervariasi dari sisi latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan intensitas penggunaan media sosial, yang memperkaya data dan perspektif dalam penelitian ini (Andriyani, 2018).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi digital, dan dokumentasi. Adapun kisi-kisi istrumen telah melalui proses valiadasi ahli, dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1
Kisi-Kisi Kegiatan *Sharenting*

No	Indikator	Teknik Pengumpulan Data
1	Durasi posting yang dilakukan	**Angket & Observasi Digital**
2	Jenis kegiatan yang di posting	
3	Jenis media sosial yang digunakan	
4	Status konsumsi publik atau private	

Tabel 2.
Kisi-Kisi Motif Orang Tua Milenial

No	Motif	Indikator	Teknik Pengumpulan Data
1	Motif Teogenetis	Motivasi berbagi momen anak sebagai bentuk rasa tanggung jawab atau rasa dekat dengan tuhan	**Wawancara mendalam & Observasi Digital**
2	Motif Aktualisasi Diri	Keinginan untuk menunjukkan kualitas hidup anak dan diri sendiri di media sosial	
3	Motif Memperoleh Penghargaan	Keinginan mendapatkan pujian atau perhatian dari orang lain, misalnya (like postingan atau komentar positif)	
4	Motif Sosial	Keinginan untuk berbagi kebahagiaan atau pencapaian anak dengan orang lain	
5	Motif Sosiogenetis	Pengaruh interaksi dengan teman atau keluarga dalam berbagi konten anak di media sosial	
6	Motif Memperoleh Keuntungan	Keinginan untuk mendapatkan endorsed men atau iklan, mendapatkan pengakuan atau popularitas di media sosial	
7	Motif Intrinsik dan Ekstrinsik	Keinginan untuk mendapatkan imbalan eksternal seperti pujian, komentar positif atau perhatian publik	

Tabel 3.
Kisi-Kisi Dampak *Sharenting* Anak

No	Indikator	Teknik Pengumpulan Data
1	Perasaan Orang tua Terhadap Konten	**Wawancara Mendalam**
2	Reaksi Orang tua terhadap tanggapan Orang lain	
3	Pendapat Orang tua tentang privasi dan keamanan	
4	Persetujuan Anak Untuk di Posting	

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis dari Miles & Huberman (2014), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan mentranskripsi dan menyortir hasil wawancara, mengkode data relevan serta mengelompokkan temuan kedalam motif yang relevan. Data yang telah terkumpul selanjutnya diuji keabsehannya melalui teknik triangulasi Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk naratif tematik, dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara mengidentifikasi pola-pola berulang serta temuan kunci yang menjawab rumusan masalah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bentuk dan Kegiatan *Sharenting* yang dilakukan Orang Tua Milenial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang tua milenial yang terlibat pada penelitian ini melakukan berbagai bentuk kegiatan *sharenting*, seperti mengunggah dokumentasi anak saat beraktivitas di sekolah, membagikan momen kebersamaan di rumah, menunjukkan pencapaian anak, hingga membagikan rutinitas harian anak melalui media sosial. Kegiatan ini tidak hanya dilakukan dalam bentuk foto, namun juga dalam bentuk video dan tulisan caption yang mengekspresikan kebanggaan maupun harapan terhadap anak.

Hasil temuan menunjukkan bahwa orang tua umumnya memilih untuk membagikan momen-momen anak saat sedang berada di sekolah. Aktivitas seperti belajar, bermain bersama teman, atau saat makan siang kerap dianggap layak untuk dipublikasikan karena mencerminkan interaksi sosial dan nilai edukatif. Responden mengungkapkan bahwa ia lebih sering mengambil sdokumentasi anak saat berada di sekolah dibandingkan di rumah :

> *"Saya kan emang nggak yang lama banget main media sosial jadi ya dari semenjak anak sekolah disini karena tadinya jarang main medsos, ya paling kegiatan di sekolah teh. Soalnya jarang kalo di rumah foto-foto terus diposting. Kegiatan di sekolah sih kadang kalo main sama temen, kadang ya lagi nulis terus makan, seringnya di sekolah." (CW6. NS6. 1.11)*

Dari hasil wawancara dapat terlihat bahwa beberapa orang tua lebih memilih untuk membagikan momen anak ketika sedang mengikuti aktivitas yang dianggap bermanfaat, khususnya di lingkungan sekolah. Selain aktivitas di sekolah, banyak orang tua juga terdorong untuk mempublikasikan keseharian anak saat di rumah. Momen yang bersifat spontan, seperti ketika anak tidur, bermain, atau berbicara lucu, dianggap memiliki nilai emosional yang tinggi dan layak untuk dibagikan. Momen-momen tersebut biasanya tidak direncanakan secara khusus, namun justru karena kealamian dan kejujurannya mereka memunculkan kesan yang lebih personal dan menghibur. Orang tua kerap merasa bahwa membagikan momen-momen ini adalah bentuk apresiasi terhadap tumbuh kembang anak yang menyenangkan dan tidak ingin dilewatkan begitu saja. Responden 1 menyebutkan bahwa kerap kali mengabadikan hal-hal lucu yang dilakukan anak di rumah:

> *"Kegiatan-kegiatan random sih biasanya saya posting kayak anak tidur lucu terus saya foto, ngomong aneh saya video, terus atau saat berangkat dan pulang sekolah. Konten sehari-hari yang spontan aja,kalo sore biasanya main sepeda kadang main sama temen rumahnya" (CW1. NS1. 1.12)*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu alasan utama orang tua melakukan *sharenting* adalah keinginan untuk menyimpan dan membagikan momen-momen penting serta spontan yang mereka anggap berkesan dari kehidupan anak. Responden menuturkan bahwa mereka kerap mengunggah berbagai aktivitas anak, mulai dari hal-hal sederhana seperti tingkah lucu hingga kegiatan harian seperti makan, bermain, atau tidur. Keduanya menyampaikan bahwa jika momen tersebut tidak diabadikan, mereka merasa kehilangan momen berharga.

Adapun terkait dengan item frekuensi, temuan menunjukkan bahwa setiap orang tua memiliki kebiasaan yang berbeda dalam membagikan konten tentang anak di media sosial. Ada orang tua yang hampir setiap hari mengunggah aktivitas anak mereka karena merasa bahwa momen-momen tersebut penting untuk didokumentasikan dan dibagikan. Responden mengatakan bahwa ia membagikan kegiatan anak di media sosial bisa setiap hari ia pun pernah ada keniatan untuk menjadi selebgram atau konten kreator:

> *"Gak tiap hari, tapi bisa aja tiap hari kalau lagi ada momen. Sebenernya gak yang rajin konten banget, dulu tuh emang niat mau jadi selebgram walaupun sekarang masih mau sih. Seringnya di status Whatsapp, kadang di Instagram, jarang ke Facebook kalau TikTok nggak pernah." (CW2. NS2. 1.9)*

Dari hasil wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa frekuensi orang tua dalam membagikan konten tentang anak di media sosial tergantung pada minat, kebutuhan, dan situasi masing-masing. Responden menyampaikan bahwa mereka cukup aktif dalam melakukan *sharenting*, bahkan hampir setiap hari, karena merasa senang berbagi atau memiliki ketertarikan terhadap dunia konten digital. Responden bahkan sempat memiliki keinginan untuk menjadi seorang selebgram.

Temuan selanjutnya, mengkaji mengenai bentuk *sharenting* yang banyak dilakukan oleh orang tua adalah membagikan aktivitas keseharian anak melalui fitur story yang tersedia di berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten berupa foto atau video dengan durasi tayang terbatas, umumnya hanya selama 24 jam. Responden 2 mengakui bahwa ia cukup sering menggunakan story untuk menampilkan sisi lucu dari anaknya:

> *"Ya khawatir sih tapi kan karena postingnya di pilih-pilih dan akun dijaga, jarang update ke feed juga seringnya di instastory Instagram Story. Sering juga di status Whatsapp kadang ya di Instagram" (CW2. NS2. 1.21)*

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa fitur story menjadi media yang cukup diminati oleh orang tua dalam membagikan aktivitas anak, karena dianggap lebih aman, bersifat sementara, dan hanya dapat diakses oleh kontak tertentu. Berbagai *platform* media sosial digunakan untuk melakukan *sharenting*, terutama WhatsApp, Instagram, dan Facebook. WhatsApp paling banyak digunakan oleh 10 dari 15 orang tua karena dianggap lebih aman dan terbatas pada lingkup keluarga atau teman dekat. Instagram dipilih oleh 8 orang tua karena tampilannya menarik dan cocok untuk menyimpan momen visual anak. Sementara itu, Facebook masih digunakan oleh 3 orang tua, meskipun mulai ditinggalkan karena dianggap kurang praktis. Responden menyebutkan bahwa meskipun ia memiliki berbagai aplikasi media sosial, tidak semuanya ia gunakan untuk mengunggah konten :

> *"Facebook, Instagram, terus WA, TikTok juga, kalo TikTok sih yang buat liat-liat aja biasanya. Sejak sebelum punya anak juga saya udah pake media sosial." (CW5. NS5. 1.5)*

Pada hasil wawancara ini, dapat dilihat bahwa pemilihan media sosial oleh orang tua bergantung pada kenyamanan, tujuan berbagi, serta seberapa luas mereka ingin menyebarkan konten. Orang tua yang mengutamakan privasi lebih memilih media tertutup seperti WhatsApp, sedangkan yang ingin lebih terbuka cenderung menggunakan Instagram dan Facebook. Dari temuan ini dapat dilihat bahwa preferensi orang tua dalam melakukan *sharenting* sangat bergantung pada kebutuhan individu, kemudahan akses, serta fitur yang tersedia di masing-masing media sosial.

3.2 Motif Orang Tua Milenial dalam Kegiatan *Sharenting*

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa kegiatan *sharenting* yang dilakukan oleh mereka dipengaruhi oleh sejumlah motif yang berbeda. Unggahan berupa foto maupun video anak di media sosial tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan didorong oleh tujuan tertentu yang mencerminkan aspek psikologis, sosial, dan emosional. Motif yang seringkali diungkapkan orang tua yakni *sharenting* sebagai salah satu sarana orang tua dalam memanfaatkan media dokumentasi dan penyimpanan memori

Beberapa informan menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial sebagai tempat penyimpanan dokumentasi mengenai tumbuh kembang anak. Responden 3 mengungkapkan bahwa media sosial dianggap lebih aman untuk menyimpan foto anak dibandingkan galeri ponsel karena foto yang diunggah akan tetap tersimpan dan muncul kembali sebagai "kenangan" setiap tahun.

> *"Buat kenang-kenangan aja soalnya kalo upload di sosmed pasti ada kenangannya kalo di galeri kan bisa ilang. Nggak tujuan lain sih cuman buat kenang-kenangan aja kaya*

sering nya di Facebook terus tiap tahun kan pasti muncul kenangan tahun lalu".(CW7. NS7. 2.13)

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa orang tua menggunakan media sosial sebagai media untuk mendokumentasikan perjalanan tumbuh kembang anak. Dari ketiga informan menyatakan bahwa kegiatan *sharenting* yang mereka lakukan bertujuan untuk menyimpan momen-momen penting sebagai kenangan, bukan untuk mencari pengakuan publik. Mereka menganggap bahwa media sosial, dengan fitur seperti arsip atau kenangan tahunan.

Motif lainnya yakni mencari dukungan emosional dan pengakuan sosial, dalam hal ini Sebagian orang tua juga mengunggah konten anak dengan tujuan untuk mendapat tanggapan positif dari lingkungan sekitar. Responden 3 menyampaikan bahwa ia membagikan konten anak untuk berbagi kebahagiaan dan memberi tahu perkembangan anak kepada keluarga yang tidak tinggal serumah :

"Karena lucu aja pengen bagi-bagi kebahagiaan aja sih, kadang-kadang kan kalo kita posting anak lucu gitu kan yang liatnya juga ikutan senyum apa gimana biar keluarga tahu juga perkembangan anak. "(CW2. NS2. 2.13)

Berdasarkan dari hasil wawancara ini bahwa sebagian orang tua melakukan *sharenting* bukan hanya untuk kebutuhan pribadi, tetapi juga karena ingin mendapat pengakuan dan membangun kedekatan sosial. Unggahan tentang anak menjadi sarana untuk menjalin hubungan emosional dan menjaga komunikasi dengan lingkungan sekitar melalui respon sosial yang mereka terima. Motif ini mencerminkan dorongan untuk memperoleh penghargaan dan sosial, di mana kegiatan *sharenting* dilakukan demi memperoleh validasi sosial dan mendapatkan pujian dan apresiasi dari orang lain. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian (Rahmi, 2022) bahwa motivasi orang tua dalam melakukan aktivitas *sharenting* banyak didominasi oleh faktor intrinsik oranf tua dalam membangun kepercayaan diri dan penghargaan orang lain.

Orang tua juga mengungkapkan bahwa *sharenting* sebagai salah satu ungkapan rasa bangga terhadap anak. Kegiatan *sharenting* juga dilakukan sebagai bentuk ekspresi rasa bangga terhadap pencapaian anak. Motif lainnya yang ditemukan adalah sebagai bentuk ekspresi rasa bangga terhadap anak. Responden 4 menyampaikan bahwa ia merasa senang membagikan momen ketika anaknya meraih prestasi, karena hal tersebut menjadi kebanggaan tersendiri.

"Ini aja sih mbak, kadang kalo postingannya berupa prestasi kan kadang bangga juga sama anak, kalau lagi jalan-jalan biar nanti ada kenang-kenangan nya juga. Paling buat kenangan, kalau di Facebook kan ada yang satu tahun yang lalu muncul postingannya jadi kan biar kita ngerasain kangen juga dan tau gitu."(CW8. NS8. 2.13)

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu alasan orang tua melakukan *sharenting* adalah untuk mengekspresikan rasa bangga terhadap anak. Mereka merasa senang saat dapat membagikan momen-momen penting atau pencapaian anak melalui media sosial, baik sebagai bentuk apresiasi maupun kenang-kenangan yang dapat dilihat kembali di masa mendatang.

Motif lainnya, yakni menjalin hubungan keluarga yang berjauhan. Beberapa informan menggunakan media sosial sebagai jembatan komunikasi dengan keluarga atau kerabat yang tidak tinggal bersama. bahwa dengan mengunggah konten anak di status, keluarga yang berada jauh dapat tetap mengikuti perkembangan anak tanpa harus dijelaskan secara langsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Cataldo et al., 2022) bahwa motif sharenting tidak selalu berorientasi negatif, namun seringkali berakar pada kebutuhan sosial emosional orang tua. Responden 5 menyampaikan bahwa walaupun unggahan dilakukan untuk kesenangan pribadi, ia berharap apa yang dibagikan dapat memberi manfaat atau inspirasi bagi orang lain :

"Untuk menyimpan kenangan kesenangan pribadi aja sih, kadang sih saya upload juga biar bisa jadi pelajaran buat orang lain, siapa tau bermanfaat. Soalnya ya biasa aja sih, banyak ssjuga kok orang tua lain yang ngelakuin hal yang sama."(CW4. NS4. 2.13)

Motif ini mengarah pada Motif Intrinsik dan Motif Sosial. Responden 5 menunjukkan motivasi dari dalam diri sendiri untuk dokumentasi pribadi, namun juga menyebutkan bahwa unggahannya bisa menjadi pelajaran bagi orang lain, yang menandakan dorongan sosial meskipun tidak dominan. Motif-motif ini muncul dalam narasi dan ekspresi para orang tua ketika menjelaskan alasan mereka membagikan konten terkait anak (Fitriyani & Susanto, 2021).

Selanjutnya, peneliti menemukan motif lainnya dalam hasil observasi digital seperti motif dalam memperoleh keuntungan, beberapa kategori hastag ditemukan dalam postingan responden penelitian, adapun hastag dengan indikasi monetisasi seperti #berbagipraktikpemula #pejuangfbpro #bonusmonetizaton #fyp #sorotan beberapa kali dijumpai pada sebagian responden. Temuan ini mengindikasi bahwa aktivitas sharenting bukan hanya sekedar arsip pasif melainkan data yang dapat diindeks, dimonetisasi dan diperkuat secara algoritmik oleh platform digital (Tosuntaş & Griffiths, 2024).



Gambar 1. Penyertaan hastag dalam aktivitas sharenting
Sumber: study observasi digital peneliti

Hal ini memperlihatkan adanya keragaman motivasi yang kompleks dalam praktik *sharenting.*

Tabel 4. Motif Orang Tua dalam Melakukan *Sharenting*

Jenis Motif	**Deskripsi**	**Kode Temuan**
Intrinsik	Dorongan pribadi untuk menyimpan kenangan	Mengabadikan momen ulang tahun anak
Sosial	Membangun koneksi dengan orang lain	Membagikan kegiatan anak di grup parenting
Penghargaan	Mencari pengakuan atau validasi sosial	Mengunggah prestasi anak dan menunggu komentar
Aktualisasi Diri	Menunjukkan kebanggaan sebagai orang tua	Menulis refleksi atas proses pengasuhan
Teogenetis	Menyisipkan nilai keagamaan dan moral	Membagikan doa atau nasihat islami untuk anak
Keuntungan	Memperoleh keuntungan berkaitan dengan dorongan individu untuk mendapat manfaat	Hastag pada postingan *sharenting*

3.3 Dampak *Sharenting* Menurut Pandangan Orang Tua Milenial terhadap Anak

Sebagian orang tua mengakui bahwa ketika membagikan foto atau video anak ke media sosial, mereka tidak mempertimbangkan aspek privasi anak secara mendalam. Responden 4,

menyatakan bahwa ia langsung mengunggah konten anak tanpa meminta persetujuan terlebih dahulu, karena tidak melihat adanya persoalan dengan tindakan tersebut :

> *"Nggak pernah minta izin, saya langsung upload aja gak pernah nanya ke anak dulu, karna menurut saya gak ada salahnya soalnya anaknya happy happy aja."(CW4. NS4. 3.19)*

Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan untuk membagikan konten lebih dipengaruhi oleh dorongan pribadi motif intrinsik daripada kesadaran akan hak-hak anak di ranah digital.

Beberapa informan menunjukkan sikap lebih berhati-hati terhadap kemungkinan risiko yang bisa muncul akibat *sharenting*. Responden 6 menyatakan bahwa ia secara aktif menjaga keamanan digital anak dengan memprivat akun media sosial, membatasi siapa saja yang dapat melihat unggahan, serta memilih konten yang layak untuk dibagikan :

> *"Iya, makanya akun IG saya private, begitu juga dengan akun IG anak. Di WA juga status saya batasi hanya untuk kontak tertentu. Jadi mengurangi resiko itu sih sebenernya."(CW1. NS1. 3.20)*

Berdasarkan hasil wawancara ini terlihat bahwa sejumlah orang tua memiliki perhatian terhadap aspek keamanan digital saat membagikan konten anak di media sosial. Responden 6, secara sadar mengambil langkah preventif dengan mengatur akun Instagram miliknya dan anaknya menjadi privat, membatasi siapa saja yang bisa melihat status WhatsApp, serta hanya membagikan konten yang dianggap layak. Ini menunjukkan bahwa ia cukup waspada terhadap potensi risiko di dunia digital.

Orang tua memiliki pandangan yang beragam terhadap dampak *sharenting*. Sebagian menilai ada sisi positif dan negatif, tergantung pada pengalaman serta nilai-nilai yang mereka pegang. Responden 7 menunjukkan adanya pertimbangan religius motif teogenetis, yang menyoroti potensi pelanggaran nilai spiritual jika privasi anak tidak dijaga, seperti yang dikatakan oleh Responden 5 dalam wawancara berikut :

> *"Lebih banyak dampak negatif nya soalnya ya karena bisa mengurangi privasi dan dikhawatirkan terkena ain kalo menurut agama. Terus saya pernah pengen berhenti aja posting anak karena sadar terlalu sering membagikan." (CW3. NS3. 3.24)*

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa orang tua memiliki pandangan yang berbeda terkait dampak dari kegiatan *sharenting*. Responden 5 berpendapat bahwa meskipun kegiatan ini memiliki sisi positif dan negatif, ia merasa efek baiknya lebih dominan selama privasi tetap dijaga. Ia mengatur batasan pada akun media sosial dan memilih konten yang layak untuk dibagikan.

Beberapa orang tua menyadari bahwa aktivitas *sharenting* dapat berdampak pada kualitas hubungan dalam keluarga. Responden 10 menyatakan bahwa meskipun konten yang dibagikan bermanfaat bagi keluarga yang tinggal jauh, terkadang ia merasa terlalu fokus pada proses mendokumentasikan sehingga momen kebersamaan secara langsung menjadi terganggu. Berikut yang dikatakan oleh Responden 10 dalam wawancara tersebut :

> *"Ada positif negatif nya sih, positifnya keluarga jauh jadi bisa ngikutin perkembangan anak. Tapi kadang juga saya tuh ngerasa terlalu fokus ngerekam, jadi kurang nikmatin moment langsung bareng anak itu paling negatifnya ya."(CW7. NS7. 3.24)*

Berdasarkan dari beberapa orang tua menyadari bahwa membagikan aktivitas anak di media sosial memiliki sisi positif dan negatif. Responden 10 mengungkapkan bahwa salah satu manfaatnya adalah keluarga yang berada jauh tetap dapat mengikuti perkembangan anak. Namun, ia juga menyadari bahwa terlalu fokus pada pengambilan dokumentasi bisa mengurangi kualitas kebersamaan secara langsung dengan anak.

Pandangan orang tua terhadap dampak *sharenting* terbagi dua, sebagian melihat sisi positifnya sebagai bentuk dokumentasi dan penguat hubungan keluarga. Namun, di sisi negatif orang tua juga memiliki kekhawatiran terhadap risiko pelanggaran privasi anak dan penyalahgunaan data digital. Sebagian orang tua belum sepenuhnya memahami risiko

sharenting terhadap keamanan data, eksploitasi digital serta kesejahteraan psikologis anak di masa depan (Tosuntaş & Griffiths, 2024). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa orang tua sudah mulai menyadari pentingnya membatasi konten yang dibagikan, terutama karena anak belum bisa menentukan sendiri apa yang ingin dipublikasikan. Oleh karena itu, penting bagi orang tua untuk bijak dalam bermedia sosial, dengan mempertimbangkan hak anak serta aspek keamanan dan etika digital. Sejalan dengan temuan tersebut, (Cataldo et al., 2022) menegaskan bahwa praktik sharenting tidak dapat dipandang sebagai aktivitas personal semata, melainkan dari pola pengasuhan modern yang berdampak langsung pada hak dan perlindungan anak usia dini

Selanjutnya kegiatan *sharenting* di kalangan orang tua milenial bukan sekadar aktivitas berbagi, tetapi juga terkait erat dengan motif orang tua. Hasil temuan mengindikasi beberapa motif yang peneliti temukan, antara lain motif intrinsik yang muncul dari dorangan orang tua dalam membagikan momen kebersamaan anak secara spontan. Melalui telaah sistematis (Tosuntaş & Griffiths, 2024) menemukan bahwa aktifitas ini berkaitan erat dengan dinamika relasi keluarga termasuk orang tua dan anak. Temuan selanjutnya yakni motif akan dorongan sosial serta berkaitan dengan motif penghargaan, di mana kegiatan ini menindikasikan orangtya untuk menampilkan keterlibatan anak dalam aktivitas sosial. Sejalan dengan hal tersebut, bahwa praktik sharenting berkolerasi positif dengan kebutuhan ibu untuk memperoleh pengakuan di media sosial (Psychiatric & Congress, 2025).

Selanjutnya motif aktualisasi diri dalam kegiatan sharenting yang ditemukan, merajuk pada kegiatan orang tua dalam membentuk citra diri sebagai pribadi yang modern, inspiratif dan berhasil sebagai orang tua. Tekanan sosial seringkali menjadikan orang tua memiliki motivasi dalam mempentuk identitas sebagai orang tua yang sempurna bagi anak (Lazard et al., 2019). Selian itu motivasi orang tua dalam memperoleh keuntungan juga ditemukan ditandai dengan banyaknya hastag monetisasi, temuan ini sejalan dengan (Siddiqui, 2026) bahwa sharenting telah mengalami normalisasi soial meskipun berpotensi menempatkan anak sebagai subjek eksploitasi digital dan berdampak pada bentuk modern dari pekerja anak digital. Namun demikian, kehadiran motif teogenetis dalam temuan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai religius masih menjadi bagian penting dalam praktik pengasuhan di era digital khususnya di Indonesia (Akbar & Ismail, 2016; Ali & Purwandi, 2017).

Penelitian (Sholichah & Mutmainnah, 2025) menyoroti bahwa aktivitas sharenting menjadi tantangan baru dalam perlindungan anak, terlepas dari berbagai motif orang tua, bahwa anak tidak memiliki kendali terhadap konten yang dibagikan, dalam hal ini konten yang dibagikan orang tua dapat disalahgunakan oleh pihak lainnya tanpa disadari, utamanya pada platform media sosial terbuka. Kendati demikian, sharenting menjadi salah satu aktivitas yang dinormalisasi di era digital ini, pengaruh norma sosial budaya berbagi serta tekanan di media digital dapat mendorong motif orang tua dalam menampilkan kehidupan keluarga secara terbuka (Sabbar, 2026). Orang tua perlu meninjau kembali isu keamanan privasi dalam akitivitas ini, mengingat bahwa anak usia dini merupakan kelompok paling rentan dalam aktivitas sharenting karna belum memahami konsekuensi eksposur digital terhadap identitas dan privasi mereka sendiri (Berk, 2013; Brosch, 2016; Matang et al., 2025). Penelitian berkontribusi dalam memperkaya kajian parenting digital dengan mengambarkan perspektif motivasional, serta kekhawatiran yang dihadapi dari perspektif orang tua. Penelitian selanjutnya dapat menggali informasi lebih mendalam terkait dengan motif sharenting dengan isu perlindungan anak, selanjutnya pertimbangan isu latar belakang budaya dan spiritual orang tua dapat dikaji lebih luas, selain itu, sorotan terkait panduan dan pelatihan bagi orang tua dalam aktivitas sharenting yang lebih bijak dapat dikembangkan secara lebih mendalam.

4. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa motif orang tua milenial dalam melakukan *sharenting* terhadap anak usia dini sangat beragam, mencakup motif intrinsik, sosial, penghargaan, aktualisasi diri, dan teogenetis. *Sharenting* menjadi bagian dari pola pengasuhan digital yang memiliki sisi positif dan negatif. Dengan pemahaman yang lebih dalam terhadap motivasi ini, diharapkan orang tua lebih bijak dalam membagikan konten anak demi menjaga privasi dan perkembangan psikologis anak di masa depan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orang tua milenial melakukan *sharenting* dengan berbagai bentuk, seperti mengunggah foto, video, dan narasi tentang anak melalui media sosial, khususnya WhatsApp dan Instagram. Kegiatan ini tidak hanya dimaknai sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai ungkapan kasih sayang dan cara menjalin komunikasi sosial.

Motif mereka dalam melakukan *sharenting* beragam, mencakup faktor internal seperti keinginan mengabadikan momen dan mengekspresikan kebahagiaan, serta faktor eksternal seperti mencari pengakuan sosial, dukungan lingkungan, hingga peluang ekonomi. Nilai budaya digital dan keyakinan agama turut membentuk pola berpikir orang tua dalam membagikan konten anak. Selain manfaat seperti kenangan digital dan hubungan sosial yang lebih erat, para orang tua juga mulai menyadari potensi risiko dari *sharenting*, termasuk ancaman terhadap privasi anak dan penyalahgunaan data. Hal ini menegaskan pentingnya literasi digital agar orang tua mampu berbagi secara cerdas dan tetap melindungi hak anak dalam ruang digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial [Social Media And Millennial Generation Future Challenges]. *Avant Garde*, *8*(2), 134–148. https://doi.org/https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158

Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Generasi milenial Indonesia*. Jakarta: Alvara Research Center.

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

Berk, L. E. (2013). *Child development* (9th ed.). London: Pearson Education.

Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). Sharenting, parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, *15*(2), 110–125. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300

Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *New Educational Review*, *43*(1), 225–235. https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19

Cataldo, I., Lieu, A. A., Carollo, A., Bornstein, M. H., Gabrieli, G., Lee, A., & Esposito, G. (2022). From the Cradle to the Web: The Growth of "Sharenting"—A Scientometric Perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *2022*, 1–12. https://doi.org/10.1155/2022/5607422

Choi, G. Y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!": Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, *29*(2), 140–160. https://doi.org/10.1080/10646175.2017.1327380

Darmawan, M. T., Junaidi, A., & Khaerudin, A. (2025). Penegakan Hukum Terhadap Penyalahgunaan Deepfake Pada Pornografi Anak Di Era Artifical Intelegence di Indonesia. *Jurnal Serambi Hukum*, *18*(01), 42–54. https://doi.org/https://doi.org/10.59582/sh.v18i01.1257

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

Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia Dengan Metode EFA dan MCA. *Techno.Com*, *20*(1), 69–82. https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4289

Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, *110*(September 2019), 104812. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812

Latipah, E., Adi Kistoro, H. C., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research*, *8*(10), 4807–4817. https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052

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), 1–10. https://doi.org/10.1111/spc3.12443

Livingstone, S., & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a digital future: How hopes and fears about technology shape children's lives*. Oford: Oxford University Press.

Matang, M., Rahmad, A., Murthada, M., Raya, A. A., & Astina, S. P. (2025). Parenting Practices on Social Media in The Digital Era: A Systematic Literature Review. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, *13*(2), 215–236. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/thufula.v13i2.34470

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Los Angeles: Sage Publications.

Mubaroq, H., & Sumarno, E. (2024). Pengaruh Cyberbullying Pada Anak di Bawah Umur (Studi Kasus Siswa-Siswi SD Negeri Gending II Kabupaten Probolinggo). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5*(4), 4338–4342. https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4159

Nuryadi Kadir. (2022). Social Media and Participatory Politics: A Public Sphere Study, Democracy for Millennials and Gen Z. *Resiprokal*, *4*(2), 198–211. https://doi.org/10.29303/resiprokal.v4i2.225

Ong, P. V., & Gunadi, A. (2023). Pelaku Pedofilia: Hukum Positif Atas Kasus Kekerasan Seksual. *Widya Yuridika*, *6*(2), 311. https://doi.org/10.31328/wy.v6i2.4268

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. https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10703

Pangudi, D. M. F. P., Lukmantoro, T., & Yusriana, A. (2023). Pengalaman Sharenting Di Instagram Sebagai Upaya Presentasi Diri Pada Ibu Milenial. *Interaksi Online*, *11*(4), 295–309. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/41300

Rachmawati, D. N., Pinilih, S., & Imamah. (2025). *Hak Atas Privasi Anak : Isu Sepele Yang Mengancam Martabat Anak Usia Dini*. *03*(01), 1–7. https://doi.org/https://doi.org/10.62330/ecej.v3i01.396

Rahmi, N. (2022). Praktek Sharenting Di Media Sosial Dalam Hubungannya Dengan Self Esteem Needs Dan Self Actualization Needs (Kebutuhan Harga Diri dan Kebutuhan Aktualisasi Diri Maslow). *SEIKO : Journal of Management & Business*, *5*(2), 659–669. https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2869

Ramadhanti, G. A., Hidayat, D. R., & Yudhapramesti, P. (2023). Analisis Wacana Kritis Objektivikasi Anak Perilaku Sharenting di Instagram Risa Saraswati. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *7*(2), 150. https://doi.org/10.30829/komunikologi.v7i2.16982

Renta Nirmala, H., Widagdo, M. B., & Lukmantoro, T. (2015). Aktivitas Sharenting dan Praktik Komodifikasi Anak (Study Netnografi Pada Akun Tik Tok @ndhiraa07). *Jurnal Interaksi Online*, *30*, 6.

Sari, G. L. (2024). Pelanggaran Batas Privasi Anak dalam Praktik Sharenting pada Kalangan Selebriti Indonesia. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, *5*(2), 1121–1130. https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.598

Sarikakis, K., Winter, L., & Chatziefraimidou, A. (2025). Children's legal consciousness: the thorny right to privacy in social media. *Information Communication and Society*, *29*(3), 812–827. https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2531132

Sholichah, R., & Mutmainnah, M. (2025). Utilizing Information Services to Educate Millennial Parents on Sharenting Trends in Indonesia: A Wise Parenting Alternative. *The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences*, *47*, 306–317. https://doi.org/10.55549/epess.990

Siddiqui, M. (2026). Sharenting and the Quiet Normalisation of Digital Child Labour. *Child Abuse Review*, *35*(1), 2025–2026. https://doi.org/10.1002/car.70104

Siibak, A., & Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, *11*(1), 115–121. https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.115_1

Suprayitno, A., & Wahyudi, W. (2020). *Pendidikan Karakter di Era Milenial*. Yogyakarta: Deepublish.

Tjahaja, B. D. O., Dirgantara, B. R., Tarigan, G. A., Andrila, M. D. P., & Fathiyah, N. P. Al. (2025). Dampak Penyalahgunaan Media Sosial Terhadap Kriminalitas Anak Dibawah Umur Dalam Kasus CyberBullying. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, *2*(2), 288–299. https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jmia.v2i2.4314

Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2024). Sharenting: A systematic review of the empirical literature. *Journal of Family Theory and Review*, *16*(3), 525–562. https://doi.org/10.1111/jftr.12566

Unal, E., Erdem, O., & Uyaroglu, A. K. (2025). The Relationship Between Mothers ' Sharenting and Their Need for Social Approval Annelerin Paylaşan Ebeveynlik ile Sosyal Onay İhtiyaçları Arasındaki İlişki. *Fenerbahçe University Journal of Health Sciences*, *5*(1), 11–23. https://izlik.org/JA63AR43EZ

Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, *104*, 104401. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104401

Zuhurul, M. A. Z. F. (2021). Konflik Sosial Kegamaan di Pati: dari Motif Teogenetis ke Sosiogenetis atas al Quran dan Hadis. *Fikrah*, *9*(1), 133. https://doi.org/10.21043/fikrah.v9i1.7883