

## IBU MILENIAL DAN SHARENTING LIFESTYLE DI IBU KOTA

*Rizqi Fauziah<sup>1</sup>, Allika Nur Ramdina Syahas<sup>2</sup>, Mayang Salsabila Lubis<sup>3</sup>,  
Mirdat Silitonga<sup>4</sup>*

*Email: mirdatsilitonga@unj.ac.id<sup>4</sup>*

*Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta<sup>1,2</sup>, Program Studi Pendidikan Masyarakat, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas negeri Jakarta<sup>3</sup>, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional<sup>4</sup>*

### Abstrak

Narrative review ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai ibu milenial dan sharenting lifestyle. Penulisan ini memiliki beberapa tema diantaranya Peran Ibu Muda Milenial Pada Komunitas Virtual, Pemanfaatan teknologi digital di kalangan Ibu muda milenial, Sharenting lifestyle di Ibu Kota, Aplikasi media sosial yang paling berpengaruh pada proses sharenting, Motif Ibu Pada perilaku Sharenting, Literasi digital sebagai upaya preventative, Persoalan Pengasuhan pada pertumbuhan anak. Kesimpulan dalam penulisan ini adalah Pada saat ini ibu membesarkan anak yang dalam budaya yang mengutamakan digital. Ibu muda juga memanfaatkan budaya baru ini untuk mendapatkan informasi mengenai pengasuhan. Pengetahuan Ibu muda di Ibu Kota terkait sharenting hanya mengetahui tanpa memahami bahaya dari membagikan informasi anak di media sosial Selain itu ibu memanfaatkan budaya sharenting ini untuk berbagi dalam informasi pengasuhan dan mendapatkan penegasan atau pengakuan yang dilakukan ibu dalam mengasuh anak. Ibu melakukan sharenting bukan tanpa alasan terdapat enam motif ibu melakukannya di antaranya 1) motif ingin tahu; 2) motif kompetensi; 3) motif cinta; 4) motif harga diri; 5) kebutuhan akan nilai; 6) kebutuhan pemenuhan diri. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku sharenting yang dilakukan orang tua mempunyai motif bermacam-macam.

*Kata Kunci: Sharenting, Ibu Muda, Media Sosial*

### PENDAHULUAN

Wilayah DKI Jakarta merupakan wilayah dengan sumbangsih penerasi pengguna internet dan media sosial. Media sosial menempati posisi sebagai aplikasi yang paling sering diakses khususnya pada media sosial. (APJII, 2019), Salah satu wilayah DKI Jakarta yang mengkonsumsi pengguna internet adalah wilayah Jagakarsa. Selain itu hampir 70 % warga Jagakarsa merupakan warga yang produktif. Berdasarkan data sebanyak 84% dari ibu dan 70 % dari ayah menggunakan media sosial seperti Facebook, forum online, atau blog. (C.S. Mott Children's Hospital, 2015). Konten yang digunakan

ibu di media sosial pun beragam. Berdasarkan sebanyak 74% orangtua membagikan informasi tentang anaknya, 56% orangtua memalukan anaknya melalui foto, video dalam media sosial, 51 % orangtua memberikan informasi keluarganya yang dapat mengidentifikasi lokasi anak, 27% orangtua membagikan foto anak yang tidak pantas pada sosial media. (C.S. Mott Children's Hospital, 2015).

Perkembangan teknologi informasi ini tentu menciptakan suatu budaya baru, salah satu tren yang hadir di kalangan orang tua adalah *sharenting*, yaitu perilaku

orang tua dalam mempublikasikan informasi detail anak dalam bentuk foto, video dan kiriman lainnya melalui media sosial yang merupakan suatu bentuk pelanggaran terhadap privasi anak (Brosch, 2018). Mempublikasikan atau membagikan berbagai informasi rahasia anak tidak dapat menutup kemungkinan terdapat konsekuensi yang didapatkan. Salah satu konsekuensinya adalah tidak terlindunginya identitas anak yang dapat mengekspos mereka kepada kaum pedofil, disalahgunakan untuk kepentingan pemasaran dan pengenalan wajah, sampai dengan *digital kidnapping* (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Akibat lainnya dari perilaku *sharenting* adalah mengemukanya isu pelanggaran privasi anak. Terdapat potensi bahwa anak selaku pihak yang memiliki informasi pada kemudian hari tidak berkenan atas jejak digital dirinya yang diciptakan orang tua tanpa persetujuan (Brosch, 2018 & Verswijvel et al, 2019).

*Sharenting* di Indonesia sering dilakukan pada kalangan ibu muda mulai dari Ibu rumah tangga sampai ibu muda yang bekerja-pun terlibat dalam hal ini. Selain itu *sharenting* juga mengakibatkan terjadi jual beli bayi online. Terdapat kasus jual beli bayi online melalui digital menurut “Mujiyono menjelaskan pelaku mengawali aksinya dengan melakukan *screenshot*

terhadap foto-foto anak para artis tersebut di internet. Setelah itu, pelaku mengunggah sejumlah foto tersebut ke akun yang telah dibuat. Berdasarkan kasus tersebut para penegak hukum pun harus membuat penegasan mengenai privasi anak.

Tujuan *narrative review* ini adalah untuk menganalisis *sharenting lifestyle* yang dilakukan oleh ibu muda di Ibu Kota, menemukan gambaran dari pengetahuan ibu muda mengenai *sharenting*, dan memperoleh informasi tentang latar belakang ibu muda melakukan *sharenting*. *Narrative review* ini diharapkan dapat menambah informasi atau pengetahuan bagi para ibu muda.

## METODE PENELITIAN

Metode penulisan yang digunakan dalam *narrative review* ini adalah analisis tematik. Tematik analisis adalah sebuah teknik analisis untuk dapat mengidentifikasi, menganalisa dan melaporkan adanya pola-pola tema yang terdapat dalam data dan menyajikannya dengan terperinci dan lengkap (Braun & Clarke, 2006). *Narrative review* ini berfokus pada analisis rinci dari aspek aspek tertentu dari data yang paling relevan, dalam *narrative review* ini juga memberikan deskripsi yang kaya terhadap data secara keseluruhan. *Narrative review*

ini juga memiliki keunggulan karena tema yang diambil masih jarang digunakan sehingga menghasilkan *novelty* atau keterbaharuan sehingga memiliki kontribusi yang baik bagi keilmuan dan kehidupan. Adapun beberapa karakteristik ibu muda di Ibu Kota yaitu:

1. Perempuan yang berusia 18-35 tahun
2. Memiliki anak usia 0-13 tahun
3. Berstatus sebagai ibu rumah tangga, atau ibu pekerja
4. Memiliki gawai dan media sosial

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Peran Ibu Muda Milenial Pada Komunitas Virtual

Orang tua saat ini membesarkan anak dalam budaya mengutamakan digital, menghadapi masalah pengasuhan yang lebih unik dari generasi sebelumnya. Tetapi seiringnya berkembangnya teknologi orang tua bergabung dalam dunia media sosial. Facebook tampaknya menjadi platform yang sangat mudah untuk orangtua untuk mencari kesenangan, solusi dari sulitnya pengasuhan yang berkaitan dengan anak. Oleh karena itu, mereka berbagi kegembiraan, mendokumentasikan kehidupan anak-anak mereka di depan umum. Akibatnya, banyak anak yang memiliki jumlah foto yang besar tentang kehidupan mereka di media. Kegiatan

semacam ini disebut *sharenting*. Orang tua menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan banyak informasi rinci tentang anak mereka. (Brosch, 2016). Komunitas virtual, seperti Facebook, biasanya sangat dipengaruhi oleh jumlah pengguna yang mereka miliki dan dapat memberikan keramahan, informasi, rasa memiliki, identitas sosial, dan dukungan komunikasi. (Well- man et al., 2002).

### Pemanfaatan Teknologi Digital Di Kalangan Ibu Muda Milenial

Penggunaan media sosial saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan menggeser pola komunikasi tatap muka menjadi menatap layar *handphone*, tidak terkecuali di kalangan Ibu Muda. Alasan utama masyarakat menggunakan internet adalah sebagai komunikasi dengan presentase 24,7%, media sosial 18,9% dan mencari informasi terkait pekerjaan dan lain-lain sebesar 11,5% (APJI, 2019).

Berdasarkan data penggunaan media sosial yang dilakukan orang tua sebanyak 84% dari ibu dan 70% dari ayah menggunakan media sosial seperti facebook, forum online, atau blog (C.S. Mott Children's Hospital, 2015). Hal ini sesuai dengan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, bahwa facebook dan instagram

menjadi pilihan konten internet media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat (APJII, 2018). Hal tersebut membuktikan pada saat ini orang tua mengikuti *trend* penggunaan media sosial. Menurut (Blum-Ross & Livingstone, 2017) dalam ranah digital, di mana gambar berpotensi jauh lebih terlihat, dapat dibagikan, (Boyd, 2006; Thumim, 2012) Digital ini merupakan pertemuan orang-orang tanpa secara langsung atau tidak adanya kontak langsung dan mereka melakukan interaksi sehingga dalam hal pemanfaatan ini Ibu Milenial dapat memanfaatkan teknologi dengan caranya penggunaan mereka masing-masing.

#### ***Sharenting Lifestyle Di Ibu Kota***

Pada jaman modern sekarang ini, gaya hidup atau *lifestyle* merupakan hal yang sangat penting dan kerap menjadi ajang untuk menunjukkan identitas diri. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Pada jaman modern sekarang ini, gaya hidup atau *lifestyle* merupakan hal yang sangat penting dan kerap menjadi ajang untuk menunjukkan identitas diri. Perilaku-perilaku yang nampak di dalam gaya

hidup merupakan campuran dari kebiasaan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, dan perilaku yang berencana. Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat opini dan opini dari seseorang. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Banyak masyarakat yang ingin berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dan pertama dalam pemahaman teknologi contohnya, dalam penggunaan gadget. Gaya hidup modern erat kaitannya dengan gaya hidup digital merupakan istilah yang sering kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup modern. (Petra & Siwalankerto, 2015)

#### **Aplikasi Media Sosial Yang Paling Berpengaruh Pada Proses Sharenting**

Instagram, aplikasi media sosial yang diciptakan oleh Kevin Systorm dan Mike Krieger tahun 2012 ini bukan hanya menjadi aplikasi berbagi foto bagi penggunanya, tetapi sudah menjadi sarana memperoleh keuntungan. Hal tersebut terjadi tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini berlangsung Pesat gejala ini sebagai suatu revolusi. Aplikasi berbagi foto dan video Instagram bisa disebut sebagai media sosial favorit berikutnya bagi milenial di Indonesia. Instagram merupakan aplikasi

yang untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna instagram. Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman-teman atau kerabat mereka dan saling memberikan komentar dan like dari foto maupun video yang diunggah. Mengunggah foto anak ke media sosial mungkin telah menjadi hal yang lazim. Faktanya tak sedikit bahaya yang bisa terjadi pasca orang tua mengunggah foto anak-anak mereka ke media sosial. (Blum-Ross & Livingstone, 2017)

### **Motif Ibu Pada Perilaku *Sharenting***

Media sosial memiliki kekuatan dalam penyebaran informasi menjadi pilihan untuk memengaruhi, dan melakukan tindakan yang dikehendaki oleh penyebar pesan. Setiap orang tidak lepas dari dorongan yang berfungsi untuk menggerakkan fungsi psikis dan fisik, agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Terutama yang berkaitan dengan manusia sebagai makhluk sosial yang mau tidak mau manusia berhubungan dengan sesamanya. Implikasi dari dorongan-dorongan itu tidak ingin orang terarah kepada sesamanya. Implikasi dari motif

yang hendaknya bersinergi dan mengacu pada harmonisasi kehidupan.

Motif merupakan dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri manusia untuk melakukan sesuatu (Pribadi, Pratiwi dkk, 2011). Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif, tingkah laku tersebut dilakukan secara refleks dan berlangsung secara otomatis. Tingkah laku mempunyai tujuan tertentu walaupun tujuan tersebut tidak disadari oleh manusia. Motif-motif itu memberikan tujuan dan arah kepada tingkah laku juga kegiatan-kegiatan yang biasanya dilakukan sehari-hari.

Motif didapatkan dari sebuah hasil kegiatan yang dilakukan dan semua motif didasarkan oleh emosi, dan kebutuhan individu. Motif merupakan dorongan yang terjadi pada individu yang dapat memengaruhi pikiran dan tindakannya. Manusia yang memiliki komitmen untuk mencapai tujuan dalam kehidupannya berhubungan dengan motif yang akan dibentuknya.

Hal ini dapat dikatakan bahwa motif merupakan suatu dorongan yang membuat orang bertindak atau berperilaku dengan cara yang mengacu pada sebab munculnya sebuah perilaku, seperti faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan,

tidak terkecuali ibu. Berdasarkan hasil penelitian Martini et al. (2012) menemukan ketika orang tua berbagi foto anak-anak, sebesar 93% orang tua mengharapkan foto-foto ini diakui, dengan cara ibu dan ayah melaporkan tingkat pengasuhan yang lebih tinggi saat teman mereka memberikan respon tentang foto-foto yang dibagikan. Beberapa orang tua juga melaporkan bahwa mereka menerima jauh lebih banyak suka pada foto bayi yang biasanya mereka dapatkan (Kumar & Schoenebeck, 2015). Dengan menerapkan penghitungan jumlah suka dan komentar yang diterima, Morris (2014) menemukan bahwa postingan yang berisi nama anak-anak akan lebih diperhatikan oleh penontonnya. Hal ini membuktikan bahwa Ibu mengunggah foto anak dalam media sosial terdapat sesuatu yang diharapkan atau memiliki motif.

Orang tua mengunggah foto anaknya juga didasari karena adanya (*because motives*) atau motif masa lalu yang digerakkan oleh dua hal yaitu pengalaman tentang album foto di masa lalu dan gangguan serta keterbatasan teknologi yang dimiliki oleh para orang tua. Pengalaman mereka dengan keterbatasan dari *memory card* handphone bahkan ketika handphone mereka hilang, membuat para orang tua mencari solusi

agar tetap bisa melihat dan menyimpan foto anak. Selain motif masa lalu, *in order to motives* juga menjadi alasan orang tua mengunggah foto anaknya di Media sosial. Terdapat tiga keterkaitan dalam *in order to motive* pertama Orang tua berupaya untuk membuat anaknya dikenal banyak orang dengan mengikuti berbagai lomba dan mulai menjajaki dunia selebgram. Kedua orang tua membagikan moment perkembangan anak kepada orang lain terutama kepada keluarga yang jauh ataupun teman-teman yang sudah tidak lama di temui. Ketiga, sebagai upaya untuk mewujudkan rasa bangga dan bersyukurnya para orang tua atas apa yang mereka miliki saat ini dengan timbulnya rasa ingin menunjukkan ke orang-orang tentang seberapa bangganya ia memiliki seorang anak (Febrina, 2019).

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Nilasari (2017) menunjukkan bahwa orang tua telah menggunakan enam motif dalam mengunggah foto dan video. Enam motif tersebut di antaranya 1) motif ingin tahu; 2) motif kompetensi; 3) motif cinta; 4) motif harga diri; 5) kebutuhan akan nilai; 6) kebutuhan pemenuhan diri. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan Verswijvel dkk menunjukkan terdapat empat faktor motif yang dapat dianalisis dari perilaku *sharenting* orang tua yang memiliki anak

remaja di antaranya motif nasihat orang tua, motif sosial, motif manajemen kesan, dan motif pengarsipan informatif (Verswijvel et al, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *sharenting* yang dilakukan orang tua mempunyai motif bermacam-macam.

### **Persoalan Pengasuhan Pada Pertumbuhan Anak**

Persoalan pengasuhan pada pertumbuhan anak saat ini bukanlah menjadi hal yang tabu, tetapi pengasuhan yang dilakukan oleh orangtua terhadap anak ini sangat menentukan bagaimana anak akan tumbuh. Dalam Pengasuhan pertumbuhan anak ini juga terdapat partisipasi anak yang merupakan keterlibatan berdasarkan pemahaman atas informasi dan bersifat sukarela, termasuk anak-anak yang tersisihkan dari berbagai usia dan kemampuan dalam hal apapun yang berkaitan dengan mereka baik langsung maupun tidak langsung. Secara rinci pasal-pasal tentang hak partisipasi anak ada dalam pasal 12, 13, 14, 15, 16 dan 17 yang membahas tentang pendapat anak, kebebasan berekspresi, kebebasan berkumpul/ berteman, dan akses terhadap informasi dan perlindungan terhadap privasi anak. Sehingga dalam pengasuhan ini orangtua berhak menjaga privasi anak dan hak anak. Selain itu orangtua perlu mengetahui juga bahwa Konvensi Hak

Anak adalah perjanjian yang mengikat secara yuridis dan politis di antara berbagai negara yang mengatur hal-hal yang berhubungan dengan hak anak.

### **Literasi Digital Sebagai Upaya Preventative**

Literasi digital bertujuan untuk meningkatkan pemahaman individu dalam mengelola privasinya di jaringan dan dinilai. (Bartsch & Dienlin, 2016). Beragam jenis literasi digital pun kini telah dikembangkan. Christofides, Muise dan Desmarais (2012) menjelaskan bahwa kelompok usia dewasa justru memiliki kesadaran lebih rendah terhadap risiko yang dapat diperoleh ketika menyingkap informasi privat dalam jaringan.

Terminologi literasi digital digunakan oleh Gilster (1997) sebagai kemampuan individu dalam memahami, maupun menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Penjelasan literasi digital terhadap perkembangan praktik komunikasi media sosial dapat dipahami sebagai suatu kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk secara tepat menggunakan alat dan fasilitas digital dalam mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, membuat ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain (Martin, 2005).

Studi Park (2013) memberikan bukti empiris bahwa literasi digital merupakan perilaku perlindungan privasi individu dalam jaringan meliputi peningkatan pengetahuan terkait kemampuan teknis individu dalam menggunakan internet, peningkatan kesadaran atas terdapatnya praktik penyalahgunaan data dalam jaringan dan pemahaman terhadap kebijakan privasi.

Evaluasi efektivitas dari literasi digital yang mengangkat perilaku menyingkap informasi privat dalam jaringan sendiri telah dikembangkan pada beberapa studi sebelumnya. (Fernández-Montalvo, Peñalva, Irazabal & López-Goñi, 2017; Rodríguez-de-Dios, 2018; Sideri, Kitsiou, Tzortzaki, Kalloniatis & Gritzalis, 2017; Vanderhoven, Schellens & Valcke, 2016; Zhang-Kennedy, Abdelaziz dan Chiasson, 2017).

Zhang-Kennedy, Abdelaziz dan Chiasson (2017) menunjukkan bahwa metode edukasi interaktif melalui buku elektronik meningkatkan pengetahuan dan perilaku aman dalam jaringan terhadap partisipan yang terdiri dari anak dan orang tua.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan Dan Saran**

Pada saat ini ibu membesarkan anak yang dalam budaya yang mengutamakan

digital, menghadapi masalah pengasuhan yang lebih unik daripada generasi sebelumnya. Ibu muda juga memanfaatkan budaya baru ini untuk mendapatkan informasi mengenai pengasuhan. Selain itu ibu memanfaatkan budaya *sharenting* ini untuk berbagi dalam informasi pengasuhan dan mendapatkan penegasan atau pengakuan yang dilakukan ibu dalam mengasuh anak.

Akan tetapi dalam budaya *sharenting* ini terdapat dampak yang diberikan ibu kepada anaknya tidak terlindunginya identitas anak yang dapat mengekspos mereka kepada kaum pedofil, disalahgunakan untuk kepentingan pemasaran dan pengenalan wajah, sampai dengan *digital kidnapping*. Akibat lainnya dari perilaku *sharenting* adalah mengemukanya isu pelanggaran privasi anak. Terdapat potensi bahwa anak selaku pihak yang memiliki informasi pada kemudian hari tidak berkenan atas jejak digital dirinya yang diciptakan orang tua tanpa persetujuan. Ibu melakukan *sharenting* bukan tanpa alasan terdapat enam motif ibu melakukannya di antaranya 1) motif ingin tahu; 2) motif kompetensi; 3) motif cinta; 4) motif harga diri; 5) kebutuhan akan nilai; 6) kebutuhan pemenuhan diri. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *sharenting* yang dilakukan



orang tua mempunyai motif bermacam-macam.

Pengetahuan Ibu muda di Ibu Kota terkait *sharenting* hanya mengetahui tanpa memahami bahaya dari membagikan informasi anak di media sosial. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya ibu muda yang tetap mengunggah foto anaknya di media sosial untuk mendapat pengakuan dari pertemanan dunia maya. Selain mengunggah foto, ibu muda ini juga

membagikan aktivitas dan perkembangan anaknya di media sosial.

*Sharenting* ini dapat diminimalisir dengan *literasi digital*. Model program pendidikan literasi *digital* ini diterapkan agar orang tua tidak membagikan foto ketelanjangan anak (baik keseluruhan, maupun sebagian) karena selain dapat berisiko disalahgunakan oleh pihak lain, seperti kaum pedofilia, juga melanggar Panduan Komunitas Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information. *Science*, 347(6221), 509-514
- APJII. (2019). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018*. Jakarta: Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bartsch, M., & Dienlin, T. (2016). Control your Facebook: An analysis of online privacy literacy. *Computers in Human Behavior*, 56, 147-154
- 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/10.1080/15405702.2016.1223300>
- Braun, V. dan Clarke, V. 2006. "Using Thematic Analysis in Psychology". *Qualitative Research in Psychology*. Vol. 3 No. 2. pp. 77-10
- 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>
- Brosch, A. (2018). Sharenting – Why do parents violate their children's privacy? *New Educational Review*, 54(4): 75-85.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2012). Hey mom, what's on your Facebook? Comparing Facebook disclosure and privacy in adolescents and adults. *Social Psychological and Personality Science*, 3(1), 48-54
- C.S. Mott Children's Hospital. (2015). Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting. *National Poll on Children's Health*, 23(2).
- Febrina, Annisa. (2019). Motif Orang tua Mengunggah Foto Anak di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang tua di Jabodetabek). *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(1): 55-65.
- Fernández-Montalvo, J., Peñalva, A., Irazabal, I., & López-Goñi, J. J. (2017). Effectiveness of a digital literacy programme for primary

- education students/Efectividad de un programa de alfabetización digital para estudiantes de educación primaria. *Cultura y Educación*, 29(1), 1-30
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York, NY: Wiley.
- Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: Enacting Good mothering and stewarding privacy on Facebook. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, pp.1302-1312, Vancouver, Canada
- Martini, F.H., Nath, J.L., Bartholomew, E.F. 2012. *Fundamentals of Anatomy & Physiology*. San Fransisco: Pearson Education, Inc.
- Morris, M. R. (2014). Social networking site use by mothers of young children. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing - CSCW '14* (pp. 1272–1282)
- Mowen John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Park, Y. J. (2013). Digital literacy and privacy behavior online. *Communication Research*, 40(2), 215-236
- Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). Financial Stressors , Financial Behavior , Risk Tolerance , Financial Solvency , Financial Knowledge , dan Kepuasan Finansial, 3(1), 19–23.
- Pribadi, A. S., Pratiwi, M. M. S., & Brotowidagdo, R. (2011). Motif Afiliasi Pengguna Aktif Facebook. *Proyeksi Jurnal Psikologi*, 6(2): 50–57.
- Rodríguez de Dios, I. (2018). Risks of interactive communication in adolescents. *Digital literacy diagnosis and intervention* (Doctoral dissertation, University of Salamanca).
- Sideri, M., Kitsiou, A., Tzortzaki, E., Kalloniatis, C., & Gritzalis, S. (2017, December). “I Have Learned that I Must Think Twice Before...”. An Educational Intervention for Enhancing Students’ Privacy Awareness in Facebook. In *International Conference on e-Democracy* (pp. 79-94). Springer, Cham
- Verswijvel, K & Ouvrein, G. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents’ experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99: 319–327.
- Wellman, B., Quan-Haase A., Boase J. and Chen W. 2003. The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. *Journal of Computer-Mediated Communication* 8(3)
- Zhang-Kennedy, L., Abdelaziz, Y., & Chiasson, S. (2017). Cyberheroes: The design and evaluation of an interactive ebook to educate children about online privacy. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 13, 10-18.