

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penelitian ini fokus pada praktik *mom shaming*, yang dipahami sebagai tindakan mengkritik para ibu oleh orang-orang yang mencoba untuk mengontrol bagaimana seorang wanita menjadi ibu (Kenney dalam Cabotaje, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai bentuk praktik *mom shaming* di media sosial Instagram. Subjek penelitian ini adalah akun Instagram seorang ibu selebritis dengan anak berusia 0 sampai dengan 3 tahun (*infants & toddler*), yang melakukan aktivitas *sharenting* atau mengunggah aktivitas *parenting*nya di media sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan karena peneliti melihat bahwa tindakan *mom shaming* pada media sosial adalah salah satu fenomena yang banyak terjadi saat ini, namun belum banyak yang melakukan penelitian mengenai *mom shaming* secara mendalam. Menurut beberapa hasil penelitian terdahulu, *mom shaming* dikatakan berpotensi untuk mempengaruhi kondisi psikologis sang ibu. Terlebih saat ini *mom shaming* dapat dilakukan secara bebas di media sosial. Dilansir dari situs parentalk.id, seorang ibu yang menerima tindakan *mom shaming* rentan untuk merasa rendah diri karena konsep tentang pengasuhan yang dilakukan menjadi negatif. Melalui hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan penjelasan dan gambaran utuh mengenai *mom shaming* dalam media sosial.

Setiap ibu memiliki caranya masing-masing dalam mengasuh anaknya. Terlebih, kini semakin banyak tren dan bentuk-bentuk *modern parenting* yang hadir dan diperkenalkan kepada para ibu masa kini. Lazarus (2015) menyebutkan bahwa gaya dan tren *parenting* ini senantiasa berevolusi seiring dengan berkembangnya gaya hidup dalam masyarakat. *Modern parenting* yang dilakukan oleh *modern parents* (orang tua modern) ini juga berkaitan dengan berperannya Internet bagi orang tua dalam mengambil keputusan *parenting*, seperti yang disebutkan oleh Klass dan Damour (2017) mengenai *modern parenting* sebagai berikut: “*modern parents have the entire internet at their disposal and don't*

follow any single authority". Klass dan Damour mendefinisikan *modern parents* sebagai orang tua yang sepenuhnya memiliki akses terhadap Internet dan tidak mengikuti otoritas tunggal. Namun, konsep *modern parenting* ini juga akan selalu berubah mengingat kehidupan masyarakat adalah dinamis dan akan selalu mengalami perubahan.

Sebagai fase utama dalam perkembangan anak, masa *infancy* dan *toddler* dalam rentang usia 0 hingga 3 tahun ini menjadi fase dimana seorang ibu harus menomor-duakan urusan dirinya. Hal tersebut tidak lain disebabkan karena kehidupan anak pada masa *infancy* sangat bergantung pada orang tuanya, terutama seorang ibu yang harus memberi ASI, dan melakukan aktivitas *nurturing* atau pengasuhan lainnya. Selain itu, Leigh dan Milgrom dalam McDaniel et al. (2011: 3) menyatakan bahwa proses transisi perempuan menuju peran sebagai seorang ibu setelah melahirkan bayi (*newborn/infant*) merupakan tahap kehidupan yang penuh tekanan karena banyaknya tuntutan substansial yang diajukan bayi tersebut kepada keluarga. Hinders (2014) juga menyebutkan bahwa keterikatan yang terjalin antara ibu dan *infants* yang terbangun melalui kontak fisik seperti sentuhan ibu, detak jantung, dan kehangatan berlanjut hingga anak berada pada usia *toddler* sehingga anak membangun rasa percaya dan rasa aman kepada seorang ibu tersebut. Maka dari itu, segala bentuk aktivitas *parenting* yang dibahas dalam penelitian ini adalah pengasuhan yang dilakukan oleh seorang ibu.

Infancy dipahami sebagai periode dalam hidup antara kelahiran dan munculnya kemampuan berbahasa yaitu sekitar 1½ hingga 2 tahun. Pengertian *infant* dari bahasa Latin berarti "*non-speaker*" atau "*babble*", dimana seorang anak disebut *infant* sampai ia bisa berbicara, dan disebut *toddler* sampai ia bisa berjalan (Bornstein, 2012: 4). Bornstein dalam bukunya, *Handbook of Parenting*, mengatakan bahwa tanggung jawab orang tua paling besar adalah dikala anak berada pada masa *infancy*, dimana anak sangat bergantung pada pengasuhan dan tidak memiliki kemampuan untuk mengatasi segala sesuatu sendiri. Anak pada rentang usia 0 sampai 2 tahun memiliki ketergantungan yang tinggi pada orang tua atau pengasuh untuk hidup. Dengan demikian, tak jarang orang tua, terutama para ibu mengikuti kelas-kelas *parenting* dan mempelajari teknik dan tren-tren

parenting melalui buku petunjuk demi keberhasilan dalam mengasuh anaknya. menyebutkan bahwa kelas *parenting* ini membantu para orang tua merasa lebih tersambung, terlibat, dan terfokus pada anak mereka. Kelas *parenting* ini juga memberikan saran, strategi, dan juga peralatan yang diperlukan orang tua untuk mengasuh anak mereka. Selain itu, Galvin dan Brommel (2012) menyatakan bahwa kelas *parenting*, *guidebook parenting*, maupun situs web *parenting* ini diminati oleh orang tua untuk memenuhi ekspektasi peran (*role expectations*).

Connell-Carrick (2006) mengatakan bahwa isu *parenting* yang paling banyak ditemui ketika mengasuh *infants* dan *toddler* (1-6 tahun) adalah isu mengenai tidur anak, makanan anak, dan *toilet training* (melatih anak untuk mulai buang air di toilet), sehingga banyak orang tua yang mempelajari hal tersebut melalui *guidebook*. Connell-Carrick juga menjelaskan bahwa dengan semakin maraknya tren *parenting* dan segala petunjuk atau pembelajaran terkait dengan *parenting* tidak bisa begitu saja diterima dan diterapkan, namun harus disaring melalui *critical thinking*, seperti yang ditulis dalam jurnalnya sebagai berikut:

“Equipping parents who consult popular books for parenting advice with critical thinking skills will enable them to identify problems if they exist, recognize the possible contradictions in solutions, clarify issues, identify their values, and use sound criteria for evaluating the information presented.” (Gambrill dalam Connell-Carrick, 2006)

Pemikiran kritis ini menekankan pada pengambilan keputusan, apakah teknik pengasuhan yang hendak diterapkan pada anaknya cocok atau tidak. Keterampilan berfikir kritis ini berarti membandingkan saran-saran yang ibu peroleh dari pembelajaran, dan standar-standar mengenai *parenting* dalam masyarakat. Seorang ibu yang menerapkan tren *parenting* diluar standar tak jarang mendapat kritik dan komentar karena dianggap tidak sesuai dengan cara asuh yang banyak diterapkan dalam masyarakat. Standar *parenting* ini disebut juga dengan IM atau *maternal ideals* (Prikhidko dan Swank, 2018: 278).

Standar *parenting* dalam masyarakat juga didasari oleh kebudayaan masing-masing tempat. Bornstein (2012: 70) menjelaskan bahwa selain situasi keluarga dan *socioeconomic status* (SES), budaya juga menjadi pendorong beragam pola persepsi dan praktik *parenting*. Dalam bukunya, Bornstein menjelaskan bahwa walaupun Jepang dan Amerika berada pada level modernitas dan standar kehidupan yang sama dan juga berorientasi pada anak (*child-centered*), namun keduanya jauh berbeda pada sejarah, kebudayaan, kepercayaan, dan tujuan pengasuhan anak. Di Jepang, pengasuhan anak lebih ditekankan pada kematangan emosi, kontrol diri, dan kesopanan sosial. Sedangkan di Amerika, anak lebih diajarkan untuk menguasai kompetensi verbal dan aktualisasi diri anak tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa setiap budaya memiliki pandangan masing-masing terhadap cara pengasuhan anak, sehingga standar *parenting* disini dipandang sebagai sesuatu yang relatif. Apa yang dianggap *parenting* sesuai dengan standar bagi ibu satu belum tentu dianggap sesuai standar pula bagi ibu yang lainnya.

Adanya standar dalam *parenting* dapat menjadi tekanan bagi seorang ibu, seperti yang dikatakan oleh Prikhidko dan Swank (2018: 278), “*the life of a new mother is exacerbated by contemporary maternal ideals, which may cause her to feel guilty for not being a perfect parent*”. Selain itu, adanya standar *parenting* atau *maternal ideals* ini erat kaitannya dengan level amarah yang lebih tinggi, peningkatan kadar stress, dan merasa bersalah serta malu (Prikhidko dan Swank, 2018 : 278). Sebaliknya, seorang ibu dalam menjalankan proses *parenting*, selalu membutuhkan dukungan sosial dari lingkungannya (Ngai et al., 2011: 189)

Cooper et al. dalam McDaniel et al. (2011: 3) menyatakan bahwa keberhasilan dalam mencapai lingkungan sosial, keluarga, dan pasangan yang baik merupakan kunci atas pengelolaan tekanan (*stress*) yang dialami seorang ibu dalam pengasuhan anak. Dukungan sosial sendiri didefinisikan sebagai berikut: “*verbal and non-verbal information or advice, tangible aid, or action that is proffered by social intimates or inferred by their presence and has beneficial emotional or behavioral effects on the recipients*” (Gottlieb dalam Armstrong et al., 2005: 271). Definisi tersebut menyebutkan bahwa dukungan sosial dapat

berupa verbal maupun non verbal, berbentuk informasi atau saran, bantuan langsung, dan tidakan maupun kehadiran orang-orang yang memiliki efek emosional atau perilaku yang bermanfaat bagi penerima. Cutrona dan Suhr dalam Armstrong (2005 : 271) juga menyebutkan beberapa tipe dukungan sosial, yaitu dukungan 1) instrumental, 2) emosional, 3) informasional, 4) bantuan nyata, 5) interaksi sosial yang positif, 6) afeksi, dan 7) penghargaan. Dukungan sosial ini kemudian dikaitkan dengan konsep *stress mediator*, dimana seorang ibu yang mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitarnya dapat membuat ibu tersebut lebih tahan terhadap efek buruk stress (Beresford dalam Armstrong et al., 2005: 271). Narvaez (2013) menyebutkan bahwa adanya dukungan dari kerabat dan keluarga membantu seorang ibu, terutama ibu baru untuk mengatasi stres dengan lebih baik, dan membantu ibu melihat anak secara lebih positif. Disamping itu, McDaniel et al. (2011: 3) menyebutkan bahwa dukungan sosial ini erat kaitannya dengan semakin baiknya kesehatan pernikahan, kepuasan dalam hubungan, *child outcomes* atau hasil *parenting* terhadap anak, dan interaksi antara ibu dan anak.

Selain dukungan sosial yang didapatkan oleh seorang ibu dalam keseharian ibu tersebut di dunia nyata, hadirnya teknologi berupa media baru juga memberikan kesempatan bagi seorang ibu untuk terhubung dengan orang lain dengan jangkauan lebih luas dan mendapatkan dukungan sosial melalui Internet, yang mungkin tidak dapat ditemui di dunia nyata (McDaniel et al., 2011: 4). Sehingga, tak jarang saat ini ditemui komunitas perkumpulan para ibu di dunia maya, baik dalam situs web, papan pesan, maupun media sosial.

McDaniel et al. (2011: 2) memaparkan hasil temuannya bahwa rata-rata ibu baru pengguna media berbasis Internet adalah berusia 27 tahun, dengan anak berusia sekitar 7 bulan. Ibu baru tersebut menggunakan rata-rata 3 jam dalam sehari untuk mengakses Internet dan melakukan aktivitas *blogging*, atau disebut dengan '*mommy blog*', dan juga beraktivitas di media sosial. Aktivitas tersebut dilakukan terkait dengan topik *parenting*, baik hanya untuk mencari informasi maupun membagikan tautan berupa pengalaman atau tips-tips dalam *parenting*. McDaniel et al. (2011: 4) dalam jurnalnya juga menjelaskan bahwa melalui aktivitas dalam jaring yang menghubungkan sang ibu dengan dunia luar tersebut,

seorang ibu merasakan koneksi dan dukungan sosial yang membuatnya merasa lebih baik. Di sisi lain, mengakses Internet berupa *blog* atau media sosial juga ditemukan dapat mempengaruhi perasaan ibu terkait dengan *parental stress* atau kondisi dimana seorang ibu merasakan adanya ketidak-seimbangan antara harapan dan kemampuan dalam pengasuhan anak (Raphael et.al dalam Hsiao, 2018), kompetisi antar ibu, serta penyesuaian ibu terhadap segala perubahan terkait dengan *parenting*. Namun disamping segala konsekuensi, para ibu masih memilih untuk mengakses Internet dalam mendapatkan dan membagikan informasi seputar *parenting*.

Drentea dan Moren-Cross dalam Porter dan Ispa (2012: 2) mengatakan bahwa para ibu mulai beralih untuk bergabung dalam komunitas *online* yang disediakan bagi para ibu untuk saling memberikan dukungan emosional, informasi-informasi, dan sumber daya material. Komunitas *online* ini memberi ruang bagi seorang ibu untuk membagikan pengalaman dan keluh kesahnya terkait dengan *parenting*. “*Such support in cyber space may increase mothers’ sense of empowerment in their parenting roles*” (Dunham dalam Proter dan Ispa, 2012: 2). Ruang tersebut membuat seorang ibu merasa memiliki sosok yang berkenan untuk mendengarkan keluh kesahnya, mendapatkan simpati, dan medapat pelajaran dari pengalaman para ibu lainnya.

Pada hasil temuan penelitian Porter dan Ispa (2012: 4) dalam jurnal berjudul *Mother’s Online Message Board Questions About Parenting Infants and Toddlers*, dipaparkan bahwa isu *parenting* yang paling banyak dibagikan dalam jaring anantara lain adalah perihal 1) makanan anak, 2) kebiasaan tidur anak, 3) disiplin anak, 4) perkembangan anak, 5) *toilet-training*, dan 6) hubungan orang tua dengan anak.

Dalam isu makanan anak, hal yang paling banyak didiskusikan adalah mengenai kadar nutrisi anak dalam asupannya, makanan pengganti ASI (MPASI), dan *independent eating* atau memulai untuk makan sendiri. Beberapa ibu mendiskusikan hal terkait dengan pemberian ASI atau susu formula, beberapa lainnya membahas tentang kapan harus berhenti menyusui dan mulai mengganti makanan anak dengan menu-menu MPASI. Dalam hasil analisis diskusi orang tua

dalam papan pesan tentang *parenting* oleh Porter dan Ispa (2012: 4), dikatakan bahwa rata-rata ibu memiliki berbagai faktor yang dipertimbangkan dalam pemberian susu formula dibanding ASI, maupun peralihan dari ASI menjadi MPASI. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah anak yang tidak bisa tidur tanpa diberi ASI terlebih dahulu, ataupun ibu yang tidak banyak memproduksi ASI. Sama halnya dengan masalah makanan anak, kebiasaan tidur anak, disiplin anak, dan lain sebagainya, segala problematika yang terjadi dalam *parenting* selalu di latar belakang oleh berbagai macam faktor penyebab lainnya. Faktor-faktor yang kemudian menjadi permasalahan dalam *parenting* ini dapat datang baik dari dalam diri ibu itu sendiri, anak, maupun faktor eksternal seperti keluarga dan kerabat.

Selain *blogging* dan papan pesan, unggahan seputar *parenting* juga banyak ditemui di berbagai bentuk media sosial, salah satunya adalah Instagram. Saat ini *parenting* menjadi ajang yang diperlombakan oleh para ibu dengan mengunggah aktivitas *parenting*nya di Instagram. Banyak akun-akun Instagram yang pada mulanya, sebelum ia memiliki anak, jarang menampilkan aktivitas sehari-harinya, namun kemudian mendadak memenuhi *feed* Instagramnya dengan aktivitas *parenting* setelah ia memiliki anak. Unggahan tersebut juga dilengkapi dengan *caption* berupa tips-tips *parenting* yang tengah ia jalankan.



Gambar 1.1 *Parenting* dalam media sosial.
(Sumber: Instagram @vendryana)

Media sosial kini membuka ruang bagi para ibu untuk terhubung melalui unggahan-unggahan mereka, mulai dari pengalaman kehamilan hingga pengalaman mengasuh dan mendidik anak tersebut seiring dengan perkembangannya. Para ibu juga dapat menanggapi, menandai, maupun membagikan unggahan satu sama lain di media sosial seperti Instagram. Aktivitas membagikan unggahan *parenting* ke media sosial ini disebut dengan *sharenting*. Verswijvel et al. (2019: 1) mendefinisikan *sharenting* sebagai tindakan membagikan informasi baik berupa foto, video, maupun status mengenai anaknya di situs jejaring sosial (*social network sites*).

Lupton et al. (2016: 734) memaparkan hasil penelitian sosial bahwa para ibu menggunakan media sosial untuk menemukan peluang bertemu para ibu lainnya yang tinggal berdekatan, untuk mengurangi perasaan terisolasi dan bosan, serta untuk berbagi dukungan dan informasi khususnya bagi ibu dengan anak berkebutuhan khusus. Beberapa ibu juga menyebutkan alasan-alasan lain dalam penggunaan media sosial. Antara lain adalah untuk mengumumkan kehamilannya, membagikan informasi akan kelahirannya, maupun untuk membagikan informasi dan gambar terbaru terkait dengan anaknya. Penelitian memaparkan hasil bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh para ibu di Amerika untuk mengunggah aktivitas *parentingnya* adalah Facebook, disusul dengan Instagram (Ammari dalam Lupton et al., 2016: 734).

Dengan semakin besarnya penggunaan media sosial di kalangan para ibu dan semakin populernya budaya *sharenting*, khususnya Instagram, kini *platform* tersebut tak hanya digunakan untuk mengunggah konten *parenting* secara personal saja, melainkan juga digunakan untuk membentuk citra sekaligus menjadikan ibu tersebut sebagai sosok *influencer* atau sosok yang memiliki pengaruh yang kuat dalam membagikan pengalaman, tips, dan cara-cara dalam *parenting*. Sebagai contoh, seorang ibu yang memiliki akun Instagram dengan banyak pengikut, seketika menerapkan cara mendidik anak dengan cara baru yang belum banyak diterapkan dalam masyarakat. Cara mendidik tersebut kemudian

diketahui dan diterapkan oleh ibu-ibu pengikut lainnya sehingga menjadi sebuah tren *parenting* baru dalam masyarakat. Selain itu, kehadiran media-media baru ini juga mengubah konsep dari *parenting* itu sendiri. Berbagai bentuk tren *modern parenting* yang hadir menjadikan *parenting* tak hanya seputar mengasuh anak saja, namun juga membentuk citra maupun identitas tertentu baik dalam dunia nyata maupun media sosial.

Sebagai salah satu objek dari penelitian ini, Andien Aisyah merupakan salah satu ibu selebritis dengan cara mendidik anak yang berbeda dengan mayoritas ibu pada umumnya. Andien memilih untuk mengasuh dan mendidik anaknya, Kawa, dengan cara-cara alami untuk mewujudkan kecerdasan naturalis (*naturalist intelligence*). Kecerdasan naturalis atau *naturalist intelligence* merupakan salah satu dari sembilan kecerdasan ganda menurut teori Howard Gardner, dimana kecerdasan ini melibatkan seberapa sensitif seorang individu terhadap alam dan dunia (Kelly, 2018). Model *parenting* ini sudah Andien terapkan sejak ia melahirkan Kawa, yaitu dengan metode *water birth* dan *lotus birth*. Metode persalinan ini dilakukan secara mandiri di dalam air (*water birth*) dan membiarkan tali pusar untuk lepas dengan sendirinya selama 3 sampai 10 hari. Model *parenting* ini juga diterapkan Andien pada masa MPASI Kawa, yaitu metode *baby led weaning* (BLW). Metode BLW membiarkan anak untuk memilih dan memilah makanan apa yang ingin ia konsumsi. Selain itu, pada usia dini Kawa, Andien seringkali mengajak Kawa untuk berjalan di atas rumput tanpa menggunakan alas kaki untuk berinteraksi dengan alam yang disebut dengan proses *earthing* atau *grounding*.



Gambar 1.2 Kawa dalam proses *earthing*.
(Sumber: Instagram @andienaisyah)

Chevalier et al. (2012) menyebutkan bahwa *earthing* atau *grounding* merujuk pada penemuan atas beberapa keuntungan, termasuk kualitas tidur yang lebih baik dan meredakan rasa sakit, dari berjalan tanpa alas kaki di luar atau duduk, bekerja, atau tidur di dalam ruangan yang terhubung dengan sistem konduktif yang memindahkan elektron bumi dari tanah ke tubuh. Selain itu, Andien juga menganggap bahwa *earthing* atau *grounding*, dengan berjalan tanpa alas kaki di alam luar ini merupakan upaya untuk menambah perbendaharaan kata, menumbuhkan rasa cinta terhadap alam sekitar, dan menanamkan kecerdasan naturalis Kawa.

Sebagai seorang publik figur, cara *parenting* Andien yang kemudian dimunculkan di halaman media sosialnya ini kemudian menjadi sorotan publik. Jumlah komentar di setiap unggahan Andien tentang Kawa bisa mencapai ribuan komentar pro dan kontra. Beberapa dari pihak pro berpendapat bahwa Andien membawa sesuatu yang baru dalam dunia *parenting*, unggahan Andien pun dianggap bermanfaat dan edukatif. Namun pihak kontra menganggap bahwa Andien terlalu memaksakan diri dalam menerapkan cara-cara alami dalam proses *parentingnya*. Tak jarang Andien mendapatkan berbagai bentuk kritik dan komentar bahwa Kawa dianggap terlalu dini untuk *earthing*, BLW, dan sebagainya. Bahkan hal tersebut pun dianggap terlalu berbahaya untuk anak seusia Kawa. Selain itu, Andien sebagai *public figure* atau seseorang yang dikenal oleh masyarakat luas, seringkali dikritik mengenai cara *parentingnya* yang dianggap tidak semua anak bisa diperlakukan seperti Andien memperlakukan Kawa. Sehingga dari situ muncul kekhawatiran dari para komentator apabila cara *parenting* Andien ini akan ditiru dan diterapkan oleh ibu pengikut Andien lainnya, dan memungkinkan terjadinya hal-hal yang tidak diharapkan.

Sebagian besar bentuk kritik dan komentar mengandung unsur kata-kata yang terkesan menggurui dan merendahkan cara *parenting* Andien, serta mencoba untuk mengontrol bagaimana seharusnya ia mengasuh anaknya. Hal inilah yang disebut dengan *mom shaming* (Kenney dalam Cabotaje, 2018).



Gambar 1.3 Bentuk *mom shaming* dalam kolom komentar Instagram.
(Sumber: Instagram @andienaisyah)

Kritik dan komentar *mom shaming* tidak hanya dialami oleh Andien yang memang memiliki perbedaan cara asuh dengan ibu pada umumnya. *Mom shaming* dalam media sosial juga dialami oleh sosok ibu dengan cara parenting yang umum diterapkan di masyarakat, salah satunya adalah seorang *selebgram* (selebritis Instagram; sosok yang terkenal dalam media sosial Instagram), Rachel Vennya (@rachelvennya). Rachel Vennya juga beberapa kali mendapat kritik dan komentar atas hal-hal kecil yang dilakukan terhadap anaknya. Hal ini menunjukkan bahwa seorang ibu akan selalu mendapati hal untuk dikritik dalam mengasuh anaknya, terlepas dari bagaimanapun cara *parenting* yang diterapkan.



Gambar 1.4 Bentuk *mom shaming* dalam kolom komentar Instagram
(Sumber: Instagram @rachelvennya)

Mom shaming ini hadir diantaranya disebabkan oleh perbedaan cara asuh antara ibu satu dengan yang lainnya, maupun perbedaan pandangan terhadap cara asuh yang dianggap benar. Ada beberapa definisi terkait dengan *mom shaming*, salah satunya adalah definisi oleh Villines, 2017 dalam situs goodtherapy.org, yaitu:

“*Mom shaming is the practice of criticizing a woman’s parenting choices, often without considering the role of fathers, other caregivers, cultural factors, or financial constraints in these choices. Parenting decisions can carry significant emotional and cultural weight. Mom shaming can be a source of distress that labels women as bad mothers*” (Villines, 2017)

Definisi tersebut menyebutkan bahwa *mom shaming* adalah tindakan mengkritik pilihan seorang ibu dalam mengasuh anak, tanpa mempertimbangkan atau mengetahui faktor-faktor dibalik pilihan tersebut seperti peran ayah, pengasuh lain, faktor budaya, atau kondisi finansial. Definisi *mom shaming* menurut Villines ini juga menyebutkan bahwa *mom shaming* dapat menimbulkan adanya label “*bad mothers*” atau ibu yang tidak baik.

Dilansir dari rightsrain.uwmedicine.org, tindakan *mom shaming* ini hadir karena adanya pihak yang merasa bahwa mereka tau bagaimana cara yang benar dalam *parenting*, dimana pada kenyataannya, tidak ada *parenting* yang mutlak benar ataupun salah. Perbedaan dalam *parenting* ini terjadi antara lain karena adanya perbedaan latar belakang budaya dan juga filosofi pengasuhan yang dipahami secara berbeda-beda antara ibu satu dengan yang lain (Kenney dalam Cabotaje, 2018). Perbedaan-perbedaan ini kemudian mendatangkan berbagai bentuk kritik dan komentar yang *mom shaming*.

Mom shaming berpotensi untuk mempengaruhi kondisi psikologis seorang ibu. Seorang ibu yang menerima kritik dan komentar secara terus menerus akan mempertanyakan kemampuan cara asuhnya. Preidt (2017) mengatakan bahwa dampak yang dirasakan seorang ibu setelah menerima perilaku *mom shaming* adalah ibu yang merasa tidak yakin dengan kemampuan *parenting*nya. Beberapa

ibu lainnya bahkan mencoba untuk menghubungi penyedia layanan kesehatan untuk mendapatkan saran mengenai cara asuhnya. Selain itu, Richmond (2017) menyebutkan bahwa seorang ibu yang menerima tindakan *mom shaming* harus menghadapi tekanan-tekanan yang dapat menyebabkan kecemasan bahkan depresi.

Mom shaming bisa datang kapanpun dan dilakukan oleh siapapun, bahkan oleh orang asing. *Mom shaming* juga bisa dilakukan baik di publik, secara privat, maupun *online*. Faktanya, saat ini *mom shaming* kerap kali terjadi dan menjadi hal yang umum terjadi dalam dunia *parenting*, terlebih sejak munculnya Internet dan media sosial. Media sosial membuka peluang bagi siapapun untuk masuk kedalam kehidupan orang lain. Media sosial merupakan salah satu bentuk media baru, yaitu media yang hadir sejak munculnya Internet atau *cyber*.

Media baru ini diindikasikan dengan kaburnya batasan-batasan antara produsen media dengan konsumen media (Lister et al., 2009: 9). Hal ini disebabkan karena media baru tak lagi menerapkan proses penyampaian informasi satu arah, melainkan terjadi interaktivitas di dalamnya. Kehadiran media baru memberikan kebebasan bagi siapapun untuk mengakses maupun menyebarkan informasi, bahkan informasi yang bersifat pribadi sekalipun. Sehingga kehadiran media baru ini secara disadari ataupun tidak disadari, dapat menyebabkan berkurangnya privasi penggunanya. Hal tersebut dikarekankan media baru memungkinkan bagi siapapun untuk mengakses konten yang diproduksi oleh pengguna. Media sosial dikatakan sebagai salah satu bentuk media baru karena seluruh pengguna media sosial dapat melakukan produksi informasi dan memungkinkan siapapun untuk mengakses informasi tersebut.

Tindakan *mom shaming* yang dilakukan melalui Internet, baik yang terjadi di dalam blog, papan pesan, maupun media sosial, termasuk salah satu bentuk *cyberbullying* atau perundungan yang dilakukan secara *online*. Whitney dan Smith dalam Slonje dan Smith (2008: 147) mendefinisikan *bullying* atau perundungan sebagai bentuk agresi berupa tindakan atau tingkah laku yang dilakukan dengan sengaja oleh suatu kelompok atau individu kepada seorang korban yang tidak bisa membela diri mereka sendiri dengan mudah. Sedangkan *cyberbullying* dipahami

sebagai bentuk agresi yang terjadi melalui perangkat teknologi digital, khususnya *mobile phone* atau Internet. Price dan Dalglish dalam Akbar dan Utari (2015: 13) mengategorikan jenis-jenis pesan *cyberbullying* menjadi empat kategori, yaitu *called name* (pemberian nama negatif), *image of victim spread* (penyebaran foto), *threatened physical harm* (ancaman terhadap keselamatan fisik), dan *opinion slammed* (pendapat yang merendahkan).

Kehadiran media sosial membuat kepentingan seseorang kini menjadi kepentingan publik. Instagram adalah salah satu media sosial dimana banyak ditemui tindakan *mom shaming* berupa komentar dalam unggahan seorang ibu. Lane (2017) berpendapat bahwa saat ini, melakukan tindakan *mom shaming* adalah semudah mengetuk tombol ‘komentar’ dalam media sosial Instagram. Hal ini tentu berlaku pula bagi para ibu selebritis yang mengunggah gambar-gambar seputar kehidupannya, termasuk aktivitas *parenting*, ke dalam Instagram.

Penelitian mengenai fenomena *mom shaming* ini dilakukan dengan mengamati konten-konten yang berkaitan dengan aktivitas *parenting* pada dua akun Instagram ibu selebritis (*celebrity mom*) yang melakukan aktivitas *sharenting*, yaitu Andien Aisyah dan Rachel Vennya. Dirujuk dari jurnal Hallstein (2011: 112), ibu selebritis atau *celebrity mom* dipahami sebagai sosok ibu yang menjadi sorotan banyak orang dan membawa pengaruh besar bagi pengikutnya. Douglas dan Michaels dalam Hallstein (2011: 112) mengatakan “*the celebrity mom profile was probably the most influential media form to sell the new momism, and where its key features were refined, reinforced and romanticized*”. Pernyataan tersebut menyatakan bahwa ibu selebritis sebagai *public figure*, tak hanya menjadi sorotan atas bagaimana cara mereka mengasuh anak mereka, namun mereka juga menjadi sosok yang memiliki *pengaruh* yang besar atas penyebaran konsep *new momism*.

Konsep *new momism* menurut Douglas dan Michaels dalam Hallstein (2011: 112) membawakan ideologi terhadap apa yang disebut dengan ‘*good mothering*’ atau pengasuhan yang baik, meliputi tiga keyakinan atau nilai-nilai inti, antara lain adalah desakan bahwa 1) perempuan tersebut belum lengkap apabila belum memiliki anak, 2) perempuan adalah pengasuh terbaik bagi anak-

anak, dan 3) seorang ibu yang ‘baik’ harus mencurahkan seluruh kondisi fisik, emosi, dan psikologisnya untuk anaknya setiap hari dan setiap saat. Douglas dan Michaels dalam Prihidko dan Swank (2018: 279) menjelaskan *new momism* sebagai seperangkat standar, norma, dan praktik yang menilai *motherhood*, namun di sisi lain menciptakan standar *parenting* yang tidak realistis. Maka dari itu, ketika konsep ini dirasa tidak sejalan dengan apa yang dilakukan oleh ibu selebritis di media sosial, maka mereka akan mendapatkan tekanan berupa komentar dan kritik mengenai hal-hal yang ‘seharusnya’ mereka lakukan sebagai seorang ibu.

Menjadi seorang selebritis ataupun seorang publik figur memang harus bersedia membuka celah kehidupannya untuk diketahui oleh publik, seperti yang dikatakan Lane (2017) sebagai berikut: “*indeed, being a celebrity comes with many, many ups and downs. The fame and the fortune might seem desirable, but there's also a lack of privacy and the fact that your life is constantly being dissected by people who don't even know you*”. Dengan keputusan menjadi selebritis yang menjadi sorotan publik, maka kurangnya privasi menjadi sebuah konsekuensi, termasuk segala bentuk kritik dan komentar *mom shaming* pada unggahan foto seorang ibu selebritis tentang aktivitas *parentingnya*.

Dalam penelitian ini, komentar-komentar *mom shaming* yang dianalisis pada unggahan ibu selebritis disampaikan oleh netizen Indonesia atau pengguna internet asal Indonesia, sehingga pada penelitian ini akan dideskripsikan pula pola *mom shaming* yang dilakukan oleh netizen Indonesia terhadap unggahan ibu selebritis terkait *parenting* pada akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

Bagaimana praktik *mom shaming* yang dilakukan oleh netizen Indonesia terhadap ibu selebritis yang melakukan *sharenting* di halaman media sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan mengeksplorasi bagaimana praktik *mom shaming* yang dilakukan oleh netizen Indonesia pada akun media sosial ibu selebritis yang melakukan *sharenting*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat:

1. Menambah pemahaman dan pengetahuan peneliti mengenai praktik *mom shaming* di media sosial Instagram.
2. Memberikan wawasan dan pemahaman kepada pembaca mengenai praktik *mom shaming* yang terjadi di media sosial Instagram.
3. Menjadi referensi atau rujukan untuk menambah ragam kajian tentang teori yang berhubungan dengan praktik *mom shaming*, khususnya yang terjadi di media sosial.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1 Potensi Media Sosial sebagai Media Baru untuk Menjadi Ruang Diskusi Publik dan Tindakan *Cyberbullying*

Media baru telah menghasilkan perubahan-perubahan dalam perilaku dan pola penggunaannya. Selain itu, hadirnya media baru juga membentuk budaya modern dengan mempengaruhi cara pengguna berperilaku, berkomunikasi, belajar, dan memahami diri sendiri serta dunia mereka (Nicoleta, 2008: 2). Hal-hal tersebut dikarenakan perkembangan teknologi memiliki peran yang besar dalam menyempitkan waktu, ruang, dan jarak sehingga pengguna dapat terhubung satu dengan yang lainnya dalam ruang siber atau *cyberspace* (Jati, 2016: 26). Media baru sendiri dipahami sebagai media yang hadir di era *cyber* atau Internet. Manovich (2001) mendefinisikan media baru sebagai bentuk konvergensi dari komputasi dan teknologi media. Kehadiran media baru dapat diindikasikan dengan kaburnya batasan-batasan antara produsen media dengan konsumen media atau audiens (Liestner et al., 2009). Hal ini terjadi karena media baru membuka

celah bagi penggunaanya untuk menjadi konsumen maupun produsen dalam sebuah media. Dengan hadirnya media baru, manusia dapat lebih mudah terhubung tanpa mengenal jarak satu dan lainnya.

Flew dalam Situmorang (2012: 74) mengatakan bahwa gagasan dalam media baru adalah mengembangkan bentuk media digital yang unik, ataupun pembuatan kembali bentuk media yang lebih tradisional untuk mengadopsi dan beradaptasi dengan teknologi media baru. Perkembangan media dapat dibagi menjadi dua era, yaitu era penyiaran (media tradisional) dan era interaktif (media baru) (Manning, 2014: 1158). Media baru merupakan hasil transisi dari media tradisional dimana pola komunikasi yang terjadi adalah satu arah. Dalam media tradisional, produsen media menyediakan informasi dan audiens menerima informasi tersebut secara pasif. Pola komunikasi ini dapat ditemui pada media konvensional seperti surat kabar, majalah, televisi, dan radio. Sedangkan media baru memungkinkan terjadinya interaktivitas antara produsen media dengan audies. Kehadiran media baru membuka peluang bagi audiens untuk turut berpartisipasi dalam proses produksi informasi.

Liester et al. (2009) menyebutkan beberapa karakteristik media baru yang dianggap dapat mewakili sifat media baru, yaitu 1) digital, 2) interaktif, 3) hipertekstual, 4) virtual, 5) jaringan, dan 6) disimulasikan. Selain itu, McQuail (2011) mengatakan bahwa ciri utama yang membedakan media baru dengan media lama adalah adanya 1) keterhubungan, 2) akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, 3) interaktivitas, 4) kegunaan yang beragam, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Karakteristik-karakteristik inilah yang membedakan media baru dengan media tradisional.

Beberapa karakteristik atau ciri-ciri media baru tersebut seperti interaktivitas, keterhubungan, dan akses bagi siapapun untuk menjadi penerima maupun pengirim pesan ini tercermin pada beberapa situs dan portal *online* yang menyediakan wadah bagi siapapun untuk berdiskusi di dalamnya. Menurut data APJII dalam Jati (2016 : 28), disebutkan bahwa beberapa motif penggunaan Internet di Indonesia antara lain adalah untuk kebutuhan *leisure and pleasure* seperti sosialisasi, informasi, mengikuti perkembangan zaman, dan bersenang-

senang. Dalam motif-motif tersebut, disebutkan bahwa sosialisasi dan informasi merupakan motif seseorang dalam menggunakan Internet. Motif ini menuntun hadirnya ruang publik atau ruang diskusi publik dalam Internet pada masa kini, hal ini dikarenakan pengguna melakukan proses interaksi sosial melalui sosialisasi dan memenuhi kebutuhannya akan mendapat dan membagikan informasi. Selain itu, disebutkan pula bahwa intensitas penggunaan media sosial sebagai alat utama media baru di Indonesia ini juga menuntun munculnya ruang publik dalam Internet. Ruang-ruang inilah yang kemudian mempertemukan satu pengguna dengan yang lainnya untuk saling berinteraksi. Adanya komunikasi melalui sosial media yang saling berjejaring ini kemudian menghasilkan masyarakat berjejaring (*network society*) (Jati, 2016 : 29).

Kehadiran media baru ini tidak hanya membawa efek positif seperti kemudahan untuk mengakses informasi, menyampaikan pesan secara *real time*, serta kemudahan-kemudahan lainnya, namun juga memiliki beberapa tantangan dari munculnya media baru ini. McQuail (1987) berpendapat bahwa tantangan dari kehadiran media baru diantaranya adalah media baru memungkinkan terjadinya pergeseran keseimbangan kekuasaan dari pengirim ke penerima, sehingga pengguna media baru dapat memperoleh beraneka ragam pilihan isi tanpa harus tergantung pada sistem mediasi dan pengendalian komunikasi massa. Dengan bebasnya ruang untuk membagikan pesan dalam media baru, maka siapapun bisa melakukan penyalahgunaan dalam media baru ini. Salah satunya adalah munculnya berbagai bentuk *hoax* atau informasi palsu, serta bentuk-bentuk ancaman secara *online* seperti *cyberbullying*, dan lain sebagainya.

Lister et al. (2009: 12) berpendapat bahwa istilah ‘media baru’ tidak hanya mengacu pada satu definisi tertentu seperti media digital atau media elektronik, media interaktif, maupun media untuk berkomunikasi melalui komputer. Melainkan, media baru dipahami secara meluas sebagai perubahan dalam produksi, distribusi, dan penggunaan media. Maka dari itu, berbagai definisi dan pemahaman mengenai istilah ‘media baru’ ini bukanlah sesuatu yang konkrit mengingat teknologi terus berkembang dan mengalami pembaruan seiring dengan

berjalannya waktu. Apa yang kita katakan sebagai ‘media baru’ saat ini belum tentu akan disebut pula sebagai ‘media baru’ di masa yang akan datang.

Media sosial merupakan salah satu bentuk media baru dimana didalamnya terdapat potensi untuk menjadi medium diskusi publik dan juga *cyberbullying*. Media sosial menurut Cahyono (2016: 142) didefinisikan sebagai media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Beberapa media sosial yang populer digunakan di seluruh dunia antara lain adalah blog, jejaring sosial (*social networking service*), dan wiki (Cahyono, 2016: 142). Bentuk media sosial yang dibahas pada penelitian ini adalah media sosial berupa jejaring sosial yaitu Instagram. Situs jejaring sosial membuka peluang bagi para penggunanya untuk terhubung dengan satu sama lain melalui pembuatan informasi pribadi berupa konten foto, video, status, dan lain sebagainya sehingga dapat terhubung dengan orang lain (Cahyono, 2016: 144).

Potensi media sosial seperti Instagram untuk menjadi medium terjadinya diskusi publik dan *cyberbullying* ini disebutkan pada Jati (2016: 32) dimana dikatakan bahwa “*cyberspace* yang berbasis media sosial mampu melakukan transformasi masalah privat menjadi ruang publik yang kemudian untuk dikritisi satu sama lainnya tergantung pada isu yang diangkat”. Kemudahan untuk mengakses informasi satu sama lain pada media sosial ini membuka peluang bagi informasi yang diunggah di media sosial untuk didiskusikan dan juga dikritisi secara publik. Selain itu, hal tersebut juga mendatangkan potensi terjadinya *cyberbullying* atau perundungan/penyerangan yang dilakukan melalui media online (*cyberspace*).

1.5.2 Parenting Infancy dan Toddler dan Implementasinya di Media Baru sebagai Bentuk Sharenting

Parenting secara umum dipahami sebagai suatu proses maupun keadaan selama menjadi orang tua. Ketika seseorang memiliki anak, maka orang tersebut terlibat dalam proses *parenting*. Dikutip dari Cambridge Dictionary, *parenting* didefinisikan sebagai “*the raising of children and the responsibilities and*

activities that are involved in it". Definisi tersebut menunjukkan bahwa tak hanya sekedar membesarkan seorang anak, *parenting* juga melibatkan segala bentuk tanggung jawab serta kegiatan-kegiatan di dalamnya. Bornstein (2002) memaparkan pemahaman *parenting* dengan membandingkan istilah '*parenting*' dengan '*parenthood*', dimana *parenting* sendiri dimaknai lebih mendalam dibandingkan *parenthood*. Bentuk aktivitas dan kegiatan dengan memusatkan perhatian kepada seorang anak disebut dengan *parenthood*, sedangkan *parenting* melibatkan kondisi psikologis dan emosional orang tua.

Eastin et al. (2006: 487) menyebutkan bahwa komponen utama dalam tipe *parenting* adalah *responsiveness* (responsif) dan *demandingness* (tuntutan). Tipe *parenting* ini ditentukan dari menilai seberapa tinggi atau rendah tingkat 'suportif' dan 'tuntutan' dari orang tua terhadap anak. Tipe-tipe *parenting* yang banyak diterapkan oleh orang tua sampai saat ini adalah klasifikasi *parenting* Baumrind (1991), dimana tipe *parenting* disini dibagi menjadi tiga, antara lain adalah: 1) *authoritarian* (level tuntutan tinggi dan level responsif rendah), 2) *authoritative* (level tuntutan dan responsif tinggi), and 3) *permissive* (level tuntutan rendah dan level responsif tinggi). Setiap tipe *parenting* tersebut mencerminkan pola nilai, praktik, dan perilaku orang tua yang berbeda (Eastin et al., 2006: 487).

Konsep *parenting* dibedakan sesuai dengan tahap tumbuh kembang seorang anak. Proses *parenting* paling awal adalah *parenting infancy*, yang mana *infancy* dipahami sebagai tahap '*non-speaker*' atau tahap dimana seorang anak masih belum bisa berbicara dengan jelas. Bornstein (2002: 4) mendefinisikan *infancy* sebagai periode kehidupan diantara kelahiran dan munculnya bahasa. Seorang anak dikatakan *infant* ketika ia belum bisa berbicara, dan dikatakan *toddler* ketika ia belajar berjalan. Rentang usia anak dalam tahap *infancy* dan *toddler* umumnya adalah 0 hingga 3 tahun. Tahap ini kemudian disusul dengan tahap *middle childhood*, *adolescents*, dan *adulthood*.

Dibandingkan dengan tahap parenting lainnya, tahap *infancy* dan *toddler* adalah fase dimana pengasuhan orang tua memiliki pengaruh paling signifikan terhadap anak. Hal ini disebabkan karena interaksi yang terjadi pada orang tua dan anak pada tahap *infancy* dan *toddler* sangatlah intens. Orang tua memiliki

keterlibatan yang tinggi dalam pengalaman-pengalaman pertama seorang anak, dimana pengalaman-pengalaman ini juga berpengaruh dalam pembentukan diri anak tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh Bradley dan Caldwell dalam Waylen dan Stewart-Brown (2010: 198), dimana dinyatakan bahwa cara *parenting* orang tua memegang peran penting dalam menentukan hasil dari seorang anak (*child outcomes*). *Parenting* yang hangat dan suportif selalu dikaitkan dengan hasil kognitif, behavioral, emosi, serta kesehatan fisik anak yang positif. Sedangkan *parenting* yang kasar, *abusive*, dan lalai secara emosional selalu dikaitkan dengan masalah emosional, behavioral, mental dan kesehatan fisik anak.

Dikutip dari jurnal Waylen dan Stewart-Brown (2010: 198), beberapa faktor yang mempengaruhi tindakan dan keputusan yang diambil orang tua dalam *parenting* antara lain adalah faktor 1) kondisi sosial dan ekonomi, 2) sejarah kehidupan orang tua, 3) budaya, 4) lingkungan sekitar, 5) konflik dalam pernikahan, 6) kesehatan orang tua, serta 7) karakteristik anak. Segala faktor yang melatar belakangi keputusan orang tua dalam mendidik anak inilah yang menyebabkan perbedaan-perbedaan standar dalam *parenting* serta apa yang dianggap benar. Orang tua dengan latar belakang kondisi ekonomi yang berbeda pasti memiliki perbedaan cara dalam mengasuh anak, sama halnya dengan kondisi budaya dan kondisi-kondisi lainnya. Hal inilah yang menyebabkan perbedaan standar mengenai apa yang dianggap benar dan salah dalam *parenting*.

Selain itu, kehadiran media baru seperti media sosial juga memiliki peran dalam memunculkan cara-cara *parenting* yang baru. Hal ini berkaitan pula dengan konsep *modern parenting*, dimana orang tua sepenuhnya memiliki akses terhadap Internet, sehingga Internet disini memiliki peran dalam membentuk keputusan *parenting* orang tua (Klass dan Damour, 2017). Selain itu, McDaniel (2011: 3) mengatakan bahwa dalam proses *parenting* terutama pada masa *infancy*, membutuhkan berbagai bentuk dukungan sosial, dimana salah satu cara orang tua menerima dukungan sosial adalah melalui koneksi sosial dalam Internet. Koneksi sosial ini dapat ditemui dalam blog dan jejaring sosial. Blog seperti '*mommy blog*' merupakan media yang populer dalam kalangan orang tua terutama ibu, dimana

partisipasi seorang ibu dalam blog dikatakan dapat meningkatkan koneksi dengan ibu-ibu di seluruh dunia dan meyakinkan bahwa ia tidak sendiri. Selain itu, media sosial juga memiliki efek yang sama dengan blog, yaitu meningkatkan koneksi dengan ibu-ibu lainnya. Media sosial atau jejaring sosial juga memberikan kesempatan bagi seorang ibu untuk menjalin pertemanan baru dengan orang-orang yang ia temui di dalamnya (McDaniel, 2011: 3).

Aktivitas membagikan hal-hal atau konten terkait *parenting* ini disebut dengan *sharenting*. Verswijvel (2019 : 1) mendefinisikan *sharenting* sebagai aktivitas orang tua dalam membagikan informasi berupa foto, video, maupun status tentang anak mereka pada media jejaring sosial (*social networking service*). Verswijvel (2019 : 1) juga mengatakan bahwa motif *sharenting* atau mengapa orang tua mengunggah konten seputar *parenting* atau anaknya di media sosial adalah untuk bertukar informasi terkait pantangan-pantangan dalam mengasuh dan juga untuk mendapatkan afirmasi dan dukungan. Selain itu, *sharenting* ini juga dilakukan dengan tujuan untuk menjaga hubungan teman dan keluarga dengan anak-anak mereka, untuk menunjukkan bahwa mereka bangga dengan anak mereka, untuk mengumpulkan kenangan, dan untuk menggambarkan diri mereka sebagai orang tua yang baik.

1.5.3 Budaya *Parenting* di Indonesia

Budaya merupakan salah satu hal yang terikat dengan *parenting*. Bornstein (2012: 213) menyebutkan bahwa *parenting* merupakan medium untuk mensosialisasikan norma dan nilai dari budaya, dan budaya memiliki keterlibatan atau implikasi dalam keputusan *parenting*. Dwairy et al. dalam Riany et al. (2016: 4) juga mengatakan bahwa pedoman untuk mengasuh anak ditransmisikan dalam budaya, sehingga budaya lokal membawa implikasi yang kuat untuk mengatur praktik *parenting* atau pengasuhan.

Selain dipahami sebagai suatu proses maupun keadaan selama menjadi orang tua, *parenting* juga berperan sebagai medium dimana orang tua memperkenalkan lingkungan, termasuk aspek fisik dan sosialnya kepada anak-anak mereka. Keputusan *parenting* orang tua ini dilatar-belakangi oleh beberapa

faktor, baik langsung maupun tidak langsung. Belsky's dalam Riany (2016: 3) menyebutkan bahwa karakteristik anak dan kepribadian orang tua merupakan bentuk pengaruh pengambilan keputusan *parenting* secara langsung, sedangkan sejarah perkembangan, konteks sosial, seperti hubungan perkawinan, jejaring sosial, dan pengalaman pekerjaan orang tua mempengaruhi pengambilan keputusan *parenting* secara tidak langsung. Disamping itu, Bornstein (2012: 213) juga menyebutkan bahwa budaya dimana orang tua dibesarkan dan dimana keluarga tinggal juga memiliki implikasi atau pengaruh yang kuat dalam pengambilan keputusan *parenting*.

Budaya sendiri merupakan sistem informasi yang memberi kode cara dimana orang-orang dalam suatu kelompok, masyarakat, atau bangsa berinteraksi dengan lingkungan mereka (Zahran dalam Riany, 2016: 4). Bornstein (2012: 212) menyebutkan bahwa budaya merupakan seperangkat pola yang khas dari keyakinan dan perilaku yang bermanfaat yang dimiliki oleh sekelompok orang untuk mengatur dan mengendalikan kehidupan sehari-hari mereka.

Budaya dalam konteks *parenting* bekerja untuk mengkonstruksi *parenting* dengan memelihara dan mentransmisikan kepercayaan budaya dan perilaku tentang praktik pengasuhan anak. Akibatnya, latar belakang pengalaman budaya yang berbeda membentuk praktik *parenting* yang berbeda pula satu dengan yang lainnya (Bornstein, 2012: 213). Riany et al. (2012: 4) dalam jurnalnya, meneliti *parenting* tradisional di Indonesia menurut klasifikasi gaya *parenting* Baumrind; *authoritative* (tuntutan dan resposif tinggi), *authoritarian* (tuntutan tinggi, resposif rendah), dan *permissive* (tuntutan rendah dan responsive tinggi) dimana *parenting* diklasifikasikan berdasarkan perbandingan tuntutan dan level responsif orang tua terhadap anak.

Hasil penelitian terhadap *parenting* tradisional di Indonesia tersebut menjelaskan bahwa terdapat perbedaan *parenting* yang diterapkan oleh seorang ayah dan ibu di Indonesia. Seorang ayah lebih memiliki karakteristik *authoritarian* dimana tuntutan lebih tinggi dibandingkan tingkat resposif. Namun hal tersebut hanya berlaku pada anak ketika berada di usia enam tahun keatas. Seorang ayah dengan anak yang berada pada usia enam tahun kebawah lebih

memiliki karakteristik *permissive* dimana tingkat tuntutan rendah dan responsif tinggi. Hal tersebut dilakukan karena ada pemakluman dan pengecualian bagi anak pada usia tersebut karena belum memahami aturan dalam berperilaku. Sedangkan seorang ibu lebih memiliki kecenderungan untuk bersifat *permissive* kepada anaknya (Riana, 2016: 10).

Perbedaan karakteristik tersebut tidak lain dilatar belakangi oleh budaya *parenting* Indonesia yang cenderung patriarkis dimana seorang ayah lebih dominan dalam urusan keluarga. Pendekatan *authoritarian* ayah memiliki peran penting dalam mengendalikan perilaku anak-anak, dan sebagai cara yang efektif untuk membangun kedisiplinan, kesopanan, dan perilaku sosial. Di sisi lain, pengasuhan *permissive* seorang ibu memberikan dasar dukungan emosional serta sumber kehangatan dan kasih sayang bagi seorang anak.

Keputusan *parenting* setiap orang tua memang berbeda-beda yang diakibatkan karena perbedaan faktor-faktor yang melatar belakangi keputusan *parenting* orang tua. Namun, budaya memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pola asuh orang tua terhadap anaknya sehingga faktor budaya disini melekat pada pilihan *parenting* orang tua. Di lain sisi, hal ini memunculkan peluang terjadinya kritik apabila seorang orang tua menerapkan *parenting* yang secara budaya tidak disepakati sebagai hal yang seharusnya dilakukan atau mengaplikasikan *parenting* dari budaya lain.

1.5.4 Peran Ibu dalam Parenting

Dalam keluarga inti (*nuclear family*), anggota keluarga terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Dalam keluarga inti, seorang ibu memiliki peran yang paling penting bagi seorang anak. Cloud et al. (1998) mengatakan ada lima hal esensial yang dibutuhkan seorang anak dari ibunya, yaitu 1) *safety* (rasa aman), 2) *nurture* (pengasuhan), 3) *basic trust* (kepercayaan), 4) *belonging and invitation* (rasa kepemilikan), dan 5) *someone to love* (seseorang untuk dicintai). Kelima hal esensial inilah yang membuat seorang anak terikat dengan ibunya.

Seorang ibu memegang peran penting dalam tahap awal kehidupan seorang anak (*infancy* dan *toddlerhood*). Hinders (2004) menyebutkan bahwa keterikatan

yang terjalin antara ibu dan anak pada tahap *infants* terbangun melalui kontak fisik seperti sentuhan, detak jantung, dan kehangatan, yang kemudian berlanjut hingga anak berada pada tahap *toddler* sehingga anak membangun rasa percaya dan rasa aman kepada seorang ibu tersebut.

Keterikatan ibu dan anak ini juga dijelaskan dalam *attachment theory* (teori kelekatan) oleh John Bowlby. Dalam teori tersebut, dijelaskan bahwa keterikatan atau *attachment* ini terjadi ketika seseorang terikat dengan orang lain secara emosional. Selain keterikatan secara emosional, *attachment* ini juga mengacu pada keterkaitan psikologis yang terjadi di antara manusia dalam jangka waktu yang panjang. Keterikatan yang dijelaskan dalam teori Bowlby adalah keterikatan yang terjadi pada ikatan emosional antara ibu dan anak. Keterikatan ini ditandai dengan adanya tingkah laku yang spesifik dari seorang anak, seperti mencari kedekatan dengan sosok terdekatnya (*attachment figure*) ketika marah atau merasa terancam (Bowlby dalam McLeod, 2017). Roberston dalam McLeod (2017) juga menyatakan hasil penelitiannya bahwa seorang anak cenderung merasa terterkan apabila jauh dari ibunya. Meskipun ada sosok pengganti seorang ibu pun, anak tersebut akan tetap merasa cemas dengan ketidak hadirannya.

Sebagai *attachment figure* bagi seorang anak, ibu memegang peran penting dalam tumbuh kembang seorang anak. Dilansir dari beingtheparent.com, beberapa peran penting seorang ibu bagi anak yang sedang berkembang adalah peran ibu sebagai 1) *first teacher of a child* (pengajar pertama bagi seorang anak), 2) *nurturer* (pengasuh), 3) *secure anchor* (pemberi rasa aman), 4) *confidant* (pemberi rasa percaya diri), 5) *emotional anchor* (penyalur emosi seorang anak), 6) *educator* (pendidik), dan 6) *disciplinarian* (pengajar kedisiplinan). Disamping itu, Henricson dan Roker dalam Eastin et al. (2006: 488) menyatakan bahwa seorang ibu umumnya lebih komunikatif dalam berbagai masalah yang lebih luas dan melakukan peran pengasuhan yang lebih suportif dibandingkan dengan seorang ayah. Peran dan segala aktivitas ibu dalam membesarkan seorang anak ini disebut dengan *mothering*.

Poire (2006) mengatakan bahwa seorang ibu memegang peran yang dominan dalam pengasuhan atau *nurturing*. Peran *nurturing* ini meliputi antara

lain menyediakan kepedulian (*providing care*), menyediakan dukungan (*providing support*), menyediakan kehangatan (*providing warmth*). Peran *nurturing* ini tidak hanya terbatas pada peran seorang ibu yang tinggal dirumah maupun ibu yang berkeja dari rumah (*work from home*). Seorang ibu karir yang bekerja di luar rumah dengan pasangan yang bekerja diluar rumah pula (*dual-career*) dikatakan memiliki peran *nurturing* yang lebih dibandingkan pasangannya. Hal ini berujung pada pernyataan bahwa peran *nurturing* ini terbagi dalam garis gender, dimana ibu dominan pada peran *nurturing*, dan ayah dominan pada peran *providing* atau menyediakan sumber daya bagi keluarga (Poire, 2006).

Mothering selalu berkaitan dengan segala aktivitas yang dilakukan seorang ibu dalam upaya tumbuh kembang seorang anak. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan Internet, makna *mothering* ini terus bergeser. Terutama dalam era dimana media sosial menjadi hal yang turut berperan dalam pengambilan keputusan *parenting* seorang ibu. Gaya *parenting* ini biasa disebut dengan *modern parenting*. (Klass & Damour, 2017)

Klass dan Damour (2017) mengatakan bahwa orang tua yang berada pada era *modern parenting* (*modern parent*) memiliki seluruh akses terhadap Internet yang bisa mereka gunakan dan tidak mengikuti pada satu otoritas tertentu dalam penerapan cara *parenting*. *Modern parenting* adalah era dimana Internet juga turut serta dalam pengambilan keputusan *parenting* orang tua. Dengan segala akses terhadap informasi, seorang ibu dapat dengan mudah mencari dan membagikan informasi seputar *parenting* didalamnya. Media sosial juga mengambil peran dalam proses *parenting* seorang ibu. Kehadiran media sosial membuat ibu merasa terhubung dengan kehadiran ibu lain yang bisa memberikan informasi dan dukungan antara ibu satu dengan yang lain. Namun, media sosial tidak menutup kemungkinan hadirnya respon atau tanggapan yang negatif mengingat media sosial membuka peluang bagi siapapun untuk mengakses konten dan informasi yang dibagikan, termasuk tindakan *mom shaming*.

1.5.5 *Mom Shaming* dalam Media Sosial sebagai Bentuk *Cyberbullying*

Mom shaming adalah sebuah istilah yang merujuk pada tindakan mengkritik para ibu oleh orang-orang yang mencoba untuk mengontrol bagaimana seorang wanita menjadi ibu (Kenney dalam Cabotaje, 2018). *Mom shaming* ini rentan dialami oleh seorang ibu baru, dimana ibu tersebut belum memiliki banyak pengalaman dalam hal mengasuh anak.

Tindakan *mom shaming* dapat dikatakan sebagai suatu bentuk *bullying* atau perundungan. Beran dalam Beran dan Li (2007: 17) menyebutkan bahwa *bullying* mencakup berbagai bentuk termasuk memukul, mendorong, memegang, memberi isyarat permusuhan, mengancam, mempermalukan, merendahkan, menggoda, menyebut nama (*name-calling*), sarkasme, mengejek, menatap, menjulurkan lidah, memutar mata, mendiamkan (*silent treatment*), memanipulasi pertemanan dan mengucilkan. Tindakan *mom shaming* umumnya berupa tindakan verbal, sehingga dapat menjadi bentuk *bullying* berupa mempermalukan, merendahkan, maupun sarkasme. Namun, *mom shaming* kini banyak terjadi di dalam Internet seperti media sosial, sehingga *mom shaming* tergolong dalam bentuk *cyberbullying* atau perundungan *online*. *Cyberbullying* melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi seperti ponsel, kamera video, email, dan halaman web untuk mengunggah atau mengirimkan pesan yang melecehkan atau memalukan kepada orang lain (Ybarra dan Mitchell dalam Beran dan Li, 2007: 17).

Akbar dan Utari (2015: 9) membagi karakteristik pelaku *cyberbullying* menjadi dua karakter, yaitu agresif dan intimidatif. Pelaku *cyberbullying* dengan karakter agresif melakukan penyerangan dengan menggunakan kekuatan dengan tujuan untuk menyakiti orang lain dan untuk menunjukkan dominasi terhadap orang lain. Selain itu, dilansir dari KBBI, perilaku agresif didefinisikan sebagai keinginan untuk menyerang sesuatu yang dipandang sebagai hal atau situasi yang mengecewakan, menghalangi, atau menghambat. Sedangkan pelaku *cyberbullying* dengan karakteristik intimidatif melakukan penyerangan dengan menakut-nakuti dan memaksa orang lain untuk berbuat sesuatu.

Price dan Dalgleish dalam Akbar dan Utari (2015: 9) mengategorikan jenis-jenis pesan *cyberbullying* menjadi empat kategori, yaitu *called name* (pemberian nama negatif), *image of victim spread* (penyebaran foto), *threatened physical harm* (ancaman terhadap keselamatan fisik), dan *opinion slammed* (pendapat yang merendahkan), dengan penjelasan sebagai berikut:

1) *Called name* atau pemberian nama negatif merupakan bentuk serangan dengan memberikan label buruk kepada korban. Tindakan penyerangan dengan memberikan nama negatif juga dikatakan sebagai salah satu bentuk *bullying* yang paling membahayakan karena melabeli seseorang dengan sesuatu yang bukan dirinya (Gordon dalam Akbar dan Utari, 2015: 14). 2) *Image of victim spread* atau penyebaran foto merupakan tindakan *cyberbullying* dengan mengunggah foto pribadi korban ke media sosial untuk dijadikan hinaan. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memermalukan korban secara publik. 3) *Threatened physical harm* atau ancaman terhadap keselamatan fisik dalam konteks *cyberbullying* merupakan penyerangan yang dilakukan dengan menuliskan kata-kata yang mengancam eksistensi atau keselamatan korban seperti penggunaan kata “mati” atau “bunuh”. 4) *Opinion slammed* atau pendapat yang merendahkan merupakan tindakan perundungan dengan menuliskan pendapat yang ditujukan untuk merendahkan atau menghina korban.

Selain itu, disebutkan pula karakteristik dari korban *cyberbullying* yaitu pasif dan defensif. Korban *cyberbullying* dengan karakteristik pasif merupakan situasi dimana korban lebih memilih untuk diam dan tidak memberikan reaksi berupa balasan kepada pelaku *cyberbullying*. Akbar dan Utari (2015: 12) mengatakan bahwa perilaku pasif ini merupakan gaya komunikasi yang menempatkan hak orang lain sebelum menempatkan hak pribadi serta menekan harga diri atau kelayakan dirinya. Sedangkan korban dengan karakteristik defensif lebih memilih untuk memberikan reaksi terhadap tindakan *cyberbullying* yang ia terima, baik dengan membalas pesan pelaku maupun mengunggah unggahan sebagai bentuk pembelaan diri.

Tindakan *mom shaming* dalam Internet umumnya bersifat mengkritik atau merendahkan dalam bentuk komentar mengenai keputusan *parenting* yang

diambil oleh seorang ibu. Umumnya, *mom shaming* dilakukan dengan untuk membuat seorang ibu merasa bersalah dan merasa cara yang ia terapkan terhadap anaknya tidak benar. Rezkisari (2018) menyatakan bahwa ada dua macam pelaku *mom shaming*, yaitu seseorang yang dengan sengaja merendahkan ibu tersebut, dan seseorang yang berniat untuk memberi masukan, namun ternyata melukai perasaan sang ibu. *Mom shaming* ini umumnya terjadi dikarenakan perbedaan cara asuh ibu satu dengan ibu yang lainnya, ataupun perbedaan pendapat tentang cara mengasuh anak yang dianggap benar.

Mom shaming sebenarnya bukanlah hal baru. Sejak dahulu bahkan sebelum munculnya Internet, seorang ibu seringkali menerima bentuk kritik dan komentar mengenai cara mengasuh anaknya. Namun istilah *mom shaming* muncul seiring dengan perkembangan media dan tren-tren baru dalam *parenting*. Terlebih dengan munculnya media-media sosial yang memungkinkan sang ibu untuk membagikan unggahan terkait dengan cara *parenting*nya, serta kebebasan bagi siapapun untuk merespon, menanggapi, ataupun mengomentari unggahan tersebut. Maka dari itu, istilah '*mom shaming*' tidak hanya merujuk pada tindakan mengkritik cara asuh ibu dalam ranah media sosial saja, namun juga kritik dan komentar yang diterima seorang ibu di kesehariannya dalam realita. Nyatanya, *mom shaming* dapat dilakukan oleh siapa saja, dimana saja, dan mengenai apa saja.

Berdasarkan survey C.S. Mott Children's Hospital dalam situs mottpoll.org terhadap ibu dengan anak berusia 0-5 tahun mengenai *mom shaming*, ditemukan hasil bahwa 61% ibu mendapat kritik mengenai pilihan cara asuhnya. Pelaku *mom shaming* ini antara lain berasal dari keluarga, termasuk pasangan (36%), saudara ipar (31%), orang tua (37%), teman (14%), ibu lain yang ditemui di publik (12%), dan komentar dalam media sosial (7%). Hasil tersebut membuktikan bahwa siapapun bisa menjadi pelaku *mom shaming*, bahkan orang yang tidak dikenal sekalipun yang melontarkan berbagai macam bentuk kritik dan komentar melalui media sosial.

Tindakan *mom shaming* dapat berangkat dari manapun, termasuk anggapan-anggapan bahwa apa yang dilakukan seorang ibu terhadap anaknya adalah tidak benar. Dalam poling C.S. Mott Children's Hospital dipaparkan pula

hasil penelitian mengenai topik yang menjadi objek *mom shaming*, antara lain adalah perihal disiplin (70%), makanan dan nutrisi (52%), kebiasaan tidur (46%), menyusui ASI vs. botol (39%), kemanan (20%), dan perawatan anak (16%).

Seorang pelaku *mom shaming* seringkali tidak menyadari bahwa seorang ibu memiliki caranya masing-masing dalam merawat dan membesarkan anaknya. Standar terhadap apa yang dianggap benar dan salah juga berbeda antara ibu satu dengan yang lainnya. Dikutip dari id.asianparent.com, Saskhya sebagai psikolog anak menyatakan bahwa *mom shaming* sebagai tindakan mengkritik cara asuh tersebut tidak membuat seorang ibu lantas menerima dan berkembang, melainkan membuat ibu tersebut merasa disalahkan.

Tindakan *mom shaming*, baik dilakukan secara langsung maupun melalui perantara seperti media sosial, tetap akan memberikan dampak pada ibu penerima kritik tersebut. Menurut hasil polling nasional kesehatan anak oleh C.S. Mott Children's Hospital, sebesar 42% dampak *mom shaming* adalah ibu yang merasa tidak yakin dengan pilihannya dalam mengasuh anak, dan sebanyak 60% lainnya mencari lebih banyak informasi tentang suatu topik setelah menerima kritik atau komentar mengenai cara asuhnya. Selain itu, *mom shaming* berpotensi untuk berdampak pada kondisi psikologis sang ibu. Rodriguez dalam LaPorte (2018), menyatakan bahwa tindakan *mom shaming* dapat membuat seorang ibu merasa tidak cukup dan selalu merasa ada yang kurang dari cara ia mengasuh anak, serta merasa bahwa ia tidak bisa menjadi ibu yang terbaik bagi anaknya. Seorang ibu yang menerima tindakan *mom shaming* juga cenderung lebih berekspektasi lebih terhadap kemampuan *parentingnya*. Apabila ekspektasi tersebut tidak terpenuhi, sang ibu berpotensi untuk mengalami kecemasan (*anxiety*), bahkan depresi.

Tindakan *mom shaming* saat ini banyak ditemui di berbagai macam media sosial, diantaranya adalah Instagram dan Facebook. Instagram menjadi salah satu media sosial dimana perilaku *mom shaming* seringkali ditemukan dalam bentuk komentar. Sebagai seorang *public figure* yang disorot oleh masyarakat banyak, seorang ibu selebritis yang mengunggah aktivitas *parentingnya* di Instagram kerap kali mendapat komentar-komentar *mom shaming* (Lane, 2017; Preidt, 2017). Komentar-komentar *mom shaming* tersebut seolah-olah mengkritik apapun

yang menurut mereka tidak sesuai dengan standar pengasuhan. Dengan adanya media sosial, apa yang mulanya menjadi persoalan tunggal menjadi persoalan kolektif, sebab media sosial memungkinkan semua orang untuk mengakses dan memberikan umpan balik mengenai informasi tersebut.

1.5.6 Teori Logika Desain Pesan O’Keefe sebagai Teori Analisis Produksi Teks *Mom Shaming*

Untuk menganalisis produksi teks *mom shaming* pada kolom komentar Instagram akun korban, salah satu teori yang digunakan adalah teori produksi pesan O’Keefe. Dalam proses produksi pesan, O’Keefe memandang adanya variasi dalam tujuan individu yang diwujudkan melalui pesan yang disampaikan dalam komunikasi. Untuk itu, O’Keefe mengemukakan premis mendasar dari tujuan diproduksinya pesan dalam komunikasi yang disebut dengan *message design logic* atau logika dasar pesan, yang terdiri dari tiga kategori, yaitu ekspresif (*expressive design logic*), konvensional (*conventional design logic*), dan retorik (*rethorical design logic*) (O’Keefe dan McCornack, 1987: 71).

Komunikator selaku pengirim pesan menggunakan premis ini untuk bernalar dari tujuan ke pesan, yaitu untuk mempertimbangkan apa yang ingin dicapai dari komunikasi tersebut dan untuk membentuk pesan yang cocok (O’Neill et al., 2016: 32). Tiap-tiap kategori dari logika desain pesan ini juga secara langsung dikaitkan dengan setiap jenis efektivitas yang dinilai (O’Keefe dan McCornack, 1987: 75).

Logika desain pesan ekspresif (*expressive message design logic*) memandang bahwa bahasa merupakan medium untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Pesan yang disampaikan dengan cara ekspresif ini pada dasarnya mengungkapkan pikiran dan perasaan yang diprovokasi oleh situasi, dan sedikit memperhatikan keinginan orang lain. Produksi pesan dengan logika desain ekspresif tidak difokuskan untuk mencapai efek dari produksi pesan tersebut. Penafsir atau penerima pesan dengan logika desain ekspresif jarang menemukan apapun selain makna literal dan langsung dalam pesan yang masuk (O’Keefe dan McCornack, 1987: 71).

Logika desain pesan konvensional (*conventional message design logic*) memandang bahwa komunikasi merupakan permainan yang dapat dimainkan secara kooperatif, sesuai dengan aturan dan prosedur konvensional sosial. Logika desain pesan ini memandang bahwa bahasa merupakan sarana untuk mengekspresikan proposisi yang ditentukan oleh efek sosial yang ingin dicapai. Pesan yang disampaikan dirancang dengan memilih kata-kata yang sesuai untuk disampaikan sesuai dengan konteks (O’Keefe dan McCornack, 1987: 71). Komunikasi yang berlangsung dari logika konvensional dilakukan sebagai proses ekspresi berdasarkan aturan dan norma yang diterima bersama, sehingga komunikasi berlangsung dengan sopan dan tertib (Akbar dan Utari, 2015: 16).

Logika desain pesan retorik (*rethorical message design logic*) memandang komunikasi sebagai kreasi dan negosiasi dari situasi sosial. Komunikator yang menyampaikan pesan dengan logika retorik menganggap semua makna sebagai masalah negosiasi sosial dibandingkan memandang individu dan situasi sebagai hal yang dikotak-kotakkan oleh sistem aturan konvensional atau memandang makna dalam pesan sebagai hal yang tetap. Logika desain pesan ini memandang bahwa proses komunikasi terdiri dari koordinasi dan negosiasi, sehingga komunikator retorik menempatkan kepentingan utama pada konsensus dan keharmonisan hubungan antarpribadi (O’Keefe dan McCornack, 1987: 72).

1.5.7 Ibu Selebritis dan Netizen Indonesia dalam Praktik *Mom Shaming*

Penelitian ini melakukan analisis terhadap praktik *mom shaming* pada akun Instagram ibu selebritis (*celebrity mom*) yang melakukan aktivitas *sharenting* atau membagikan unggahan terkait aktivitas *parenting*nya. Selebritis sendiri merupakan sosok yang terkenal atau dikenal banyak orang, sedangkan seorang ibu selebritis atau *celebrity mom* dipahami sebagai sosok ibu yang menjadi sorotan banyak orang dan membawa pengaruh besar bagi pengikutnya (Hallstein, 2011: 112). Douglas dan Michales dalam Hallstein (2011: 112) mengatakan bahwa ibu selebritis adalah “*the heart of new momism*” atau bisa disebut sebagai sosok utama dalam penyebaran *new momism*. *New momism*

adalah bentuk kontemporer dari *mothering* intensif yang muncul pada tahun 1980-an dan berlaku penuh saat ini.

New momism disini membawakan ideologi terhadap apa yang disebut dengan ‘*good mothering*’ atau pengasuhan yang baik, meliputi tiga keyakinan atau nilai-nilai inti, antara lain adalah desakan bahwa 1) perempuan tersebut belum lengkap apabila belum memiliki anak, 2) perempuan adalah pengasuh terbaik bagi anak-anak, dan 3) seorang ibu yang ‘baik’ harus mencurahkan seluruh kondisi fisik, emosi, dan psikologisnya untuk anaknya setiap hari dan setiap saat. Penerapan *new momism* ini menuntut para ibu untuk mengembangkan keterampilan tingkat profesional, seperti terapis, dokter anak, instruktur keselamatan, dan guru untuk memenuhi dan merawat kebutuhan anak-anaknya (Douglas dan Michael dalam Hallstein, 2011: 112). Profil ibu selebritis disini menjadi medium yang paling berpengaruh untuk menjual konsep *new momism* dimana peran seorang ibu disempurnakan, diperkuat, dan diromantisasikan. Douglas dan Michaels dalam Prihidko dan Swank (2018: 279) menjelaskan bahwa *new momism* ini menjadi seperangkat standar, norma, dan praktik yang menilai *motherhood* atau bagaimana menjadi “ibu yang baik”, namun di sisi lain menciptakan standar *parenting* yang tidak realistis.

Menjadi selebritis tentu tidak terlepas dari *celebrity culture* atau budaya selebritas. Penfold dalam Driessens (2014: 109) mendefinisikan *celebrity culture* sebagai budaya dimana gambar orang-orang terkenal diedarkan dan dikonsumsi setiap hari di seluruh dunia. Marshall dalam Driessens (2014: 109) mengartikan *celebrity culture* sebagai fenomena dimana selebritis bersinggungan dengan serangkaian kegiatan politik, budaya, dan ekonomi yang luar biasa ke titik ambang batas sehingga layak untuk mengidentifikasi operasi tersebut dari budaya selebritis yang tertanam dalam budaya nasional dan transnasional.

Secara singkat, Marshall dalam Driessens (2014: 110) memaparkan *celebrity culture* sebagai berikut “*celebrity culture is a culture that is permeated by celebrity, where social life and many social spheres and activities outside entertainment, media, and sports are “celebritized”*” dimana budaya selebritas dipahami sebagai budaya yang diserap oleh para selebritis dimana kehidupan

sosial dan bidang-bidang sosial “diselebritaskan”. Selebritis dalam hal ini menekankan bahwa selebritis sekarang sangat sentral dalam kehidupan sehari-hari sehingga ia menuntut penempatan dalam bidang referensi yang mengekspresikan sentralitas dalam hal budaya ketenaran (*fame culture*) (Redmon dalam Driessens, 2014 : 112). Yang menjadi khas dari budaya selebritas ini adalah sifatnya yang meluas (*pervasiveness*) dan integrasinya dalam kehidupan kita sehari-hari.

Seorang selebritis dalam konteks *celebrity culture* akan selalu menjadikan dirinya sebagai *spotlight* atau pusat perhatian untuk mendapatkan ketenaran. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara apapun untuk menjadikan dirinya sebagai sensasi. Dalam konteks ibu selebritis yang melakukan tindakan *sharenting*, kini *parenting* atau aktivitas mengasuh anak tidak hanya terbatas pada *nurturing* atau mengasuh dalam dunia nyata namun juga dapat memberikan *image* atau citra dirinya melalui pengasuhan yang ia lakukan dan yang ia bagikan pada halaman media sosialnya, dimana hal ini juga merupakan bentuk perwujudan *new momism* dimana seorang ibu selebritis ditampilkan sebagai sosok “ibu yang baik” melalui cara-cara mengasuh yang mereka tampilkan di halaman media sosialnya.

Praktik *mom shaming* yang dianalisis pada skripsi ini merupakan *mom shaming* yang disampaikan oleh para netizen Indonesia atau pengguna-pengguna internet asal Indonesia. Netizen Indonesia dalam mengkritik cara asuh seorang ibu selebritis memiliki pola terkait apa yang menjadikan suatu unggahan *sharenting* menjadi problem bagi netizen Indonesia.

1.5.8 Analisis Tekstual sebagai Metode Penelitian *Mom Shaming* di Media Sosial

Analisis tekstual adalah salah satu bentuk metodologi penelitian yang digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau interest atau kepentingan yang ada di balik dari suatu teks media. McKee dalam Ida (2014: 59) mendefinisikan analisis tekstual sebagai metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dalam penelitian akademik. Metode analisis tekstual ini digunakan untuk mencari *latent meaning* (makna tersembunyi) yang terkandung dalam teks-teks media (Ida, 2014:

59). Sedangkan yang dimaksud dengan ‘teks’ yang diteliti adalah semua yang tertulis, gambar, film, video, foto, desain grafis, lirik lagu, dan lain-lain yang menghasilkan makna (McKee dalam Ida, 2014: 62). Selain itu, realitas sehari-hari yang memiliki atau menghasilkan makna juga dapat disebut sebagai teks.

McKee dalam Ida (2014: 66) juga menyebutkan bahwa analisis tekstual adalah interpretasi-interpretasi yang dihasilkan dari teks, dimana interpretasi disini adalah proses *encoding* (pengkodean) dan *decoding* (penafsiran kode) terhadap tanda-tanda dalam suatu teks. Metode analisis tekstual umumnya digunakan dengan tujuan sebagai berikut: 1) *to explore* (menggali suatu fenomena lebih mendalam), 2) *to unpack* untuk membuka makna tersembunyi dalam suatu teks, 3) *to deconstruct* (untuk membongkar konsep-konsep, nilai-nilai, ideologi, budaya, mitos, dan lainnya yang diproduksi dan direproduksi oleh pembuat teks atau penguasa media), 4) *to understand* (untuk memahami bagaimana sebuah kultur, mitos, kepentingan, dan lainnya yang ada dalam proses produksi teks), dan lain sebagainya. Selain itu metode analisis tekstual juga digunakan untuk mengungkap apa dan bagaimana pengetahuan diproduksi, serta memahami bagaimana pesan-pesan dalam media berpartisipasi dalam konstruksi budaya terhadap pandangan kita tentang dunia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis tekstual karena penelitian ini akan dilakukan dengan menganalisis teks berupa unggahan foto atau video, dan kata-kata pada *caption* unggahan, dan kolom komentar akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya, baik. Peneliti akan menganalisis dan memaknai teks dalam kedua akun Instagram tersebut dimana kata-kata tersebut kemudian diinterpretasi sehingga peneliti dapat mengetahui kata-kata dalam kolom komentar tersebut yang termasuk dalam kategori *mom shaming*. Hal ini dilakukan untuk mengungkap dan mengeksplorasi fenomena *mom shaming* yang terjadi pada akun media sosial Instagram ibu selebriti di Indonesia.

1.5.9 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Lorena Valencia (2014)	Being a Mother, Practicing Motherhood, Mothering Someone: The Impact of Psy-Knowledge and Processes of Subjectification	Menjadi ibu atau menjalankan proses <i>mothering</i> menjadi bentuk profesional dimana dalam penelitian ini, seorang ibu yang berasal dari Whytenshawe dituntut untuk menjalankan pekerjaan rumah dan tanggung jawab atas perkembangan anak. Annie sebagai objek penelitian etnografi peneliti merasakan tekanan dan kecemasan tiap kali ia merasa ia tidak bisa memenuhi kewajibannya sebagai seorang ibu. Hal ini muncul dari tuntutan budaya dan ekspektasi sosial yang memberi acuan standar sebagai “ibu yang baik”.
Alena Prikhidko & Jacqueline M. Swank (2018)	Motherhood Experiences and Expectations: A Qualitative Exploration of Mothers of Toddlers	<i>Parenting</i> pada masa kini banyak dipengaruhi oleh adanya konsep <i>new momism</i> dimana konsep ini menciptakan standar ideal mengenai apa yang dianggap sebagai “ <i>good mothering</i> ” atau <i>parenting</i> yang baik. Adanya standar ideal ini memicu rasa bersalah dan kecemasan yang dirasakan oleh seorang ibu ketika ia tidak menjalankan proses <i>parenting</i> sesuai dengan standar ideal tersebut. Hasil penelitian menyebutkan bahwa standar ini menyebabkan adanya 1) <i>uncertainty of motherhood</i> , 2) <i>ideal mother as a juggler</i> , 3) <i>social context of motherhood</i> , 4) <i>maternal struggles</i> .
Fei Wan Ngai, Sally Wai-Chi	Maternal Coping during Early	Para ibu Cina (<i>Chinese mom</i>) dalam penelitian ini mengakui

Chan, & Eleanor Holroyd (2011)	Motherhood among First-time Chinese Mothers	adanya konstruksi sosial atas peran perempuan dalam rumah tangga yaitu bertanggung jawab atas pekerjaan rumah dan merawat anak. Penelitian ini meneliti bagaimana strategi para ibu Cina dalam mengatasi tuntutan peran tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan ibu Cina dalam mengatasi tuntutan peran yaitu 1) membuat keputusan personal dan dapat dicapai, 2) mencari pelipur lara emosional dan spiritual.
D. Lynn O'Brien Hallstein (2011)	She Gives Birth, She's Wearing a Bikini: Mobilizing the Postpregnant Celebrity Mom Body to Manage the Post-Second Wave Crisis in Femininity	Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana sosok ibu selebritis (<i>celebrity mom</i>) menjadi figure <i>new momism</i> yang merefleksikan bentuk " <i>good mothering</i> ". Realitas " <i>good mothering</i> " yang ditampilkan ibu selebritis pada <i>new momism</i> disini dikaitkan dengan bagaimana seorang ibu bisa menjaga bentuk tubuhnya pasca melahirkan. Jika bentuk <i>good mothering</i> yang dipromosikan sebelumnya adalah ibu yang bertanggung jawab atas pekerjaan rumah dan juga mengasuh anak, kini menjaga tubuh yang ideal setelah melahirkan menjadi tanggung jawab baru bagi seorang yang disebut sebagai " <i>good mother</i> " dalam konsep <i>new momism</i> yang dipromosikan oleh ibu selebritis. Hal ini dapat berdampak pula pada kondisi emosional sang ibu ketika ia merasa tidak bisa memenuhi idealisme sebagai " <i>good mother</i> " tersebut.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksploratif, dimana tipe penelitian ini dilakukan untuk menggali data tanpa mengoperasionalisasi konsep atau menguji konsep pada realitas yang diteliti (Kriyantono, 2006). Penelitian dengan tipe eksploratif diperlukan untuk mencari faktor-faktor penting yang mana merupakan faktor penyebab timbulnya suatu masalah atau kesukaran, sehingga penelitian dengan tipe ini dianggap sebagai langkah pertama yang digunakan untuk merumuskan persoalan dimana persoalan tersebut dapat dipecahkan dengan menggunakan jenis penelitian lain, seperti deskriptif atau eksplanatif (Mudjiyanto, 2018). Penelitian ini menggunakan tipe eksploratif karena peneliti ingin mengetahui faktor-faktor dari fenomena *mom shaming* melalui praktik *mom shaming* yang dimunculkan di media sosial Instagram.

Mudjiyanto (2018) juga menyatakan bahwa penelitian eksploratif ditujukan untuk menganalisis fenomena baru yang belum ada pada penelitian sebelumnya. Metode penelitian eksploratif ini juga berorientasi pada eksplorasi dan penemuan dan tidak ditujukan untuk menguji teori. Peneliti menggunakan tipe penelitian eksploratif karena peneliti belum menemukan adanya penelitian yang menganalisis praktik *mom shaming* di media sosial, sehingga penelitian ini merupakan hal yang baru.

1.6.2. Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini adalah praktik *mom shaming* pada akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya, baik kegiatan *sharenting* dilakukan oleh @andienaisyah dan @rachelvennya maupun komentar-komentar *mom shaming* yang terdapat pada kolom komentar unggahan-unggahan terkait *parenting* pada akun Instagramnya. Alasan peneliti memilih Andien Aisyah sebagai objek dari penelitian ini adalah karena Andien tengah menerapkan cara *parenting* yang mengundang pro dan kontra seperti penerapan *baby-led weaning*,

mouth taping, earthing atau *grounding*, dan lain sebagainya sehingga hal tersebut mendatangkan kritik dan komentar *mom shaming* dalam akun Instagramnya. Sedangkan Rachel Vennya dipilih sebab Rachel yang menerapkan cara asuh yang banyak diterapkan pula di Indonesia dan banyak menerima respon positif, namun tetap ditemukan beberapa komentar *mom shaming* pada akun Instagramnya.

1.6.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis tekstual dengan pendekatan kualitatif. Ida (2014: 59) menyebutkan bahwa metode penelitian analisis tekstual merupakan metodologi yang digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau interest atau kepentingan yang ada dibalik dari suatu teks atau media. Metode penelitian analisis tekstual ini dirasa tepat untuk digunakan dalam menganalisis praktik *mom shaming* karena peneliti akan memaparkan deskripsi mengenai praktik *mom shaming* melalui analisis teks berupa konten unggahan terkait *parenting* pada akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya, dan juga kata-kata pada kolom komentar unggahan tersebut.

Teks menurut McKee dalam Ida (2014: 62) merupakan semua yang tertulis, gambar, film, video, foto, desain grafis, lirik lagu, dan lain-lain yang menghasilkan makna. Selain itu, Thwaites at al. dalam Ida (2014: 63) juga mengatakan bahwa teks adalah kombinasi dari tanda-tanda atau *signs*, dimana tanda-tanda ini yang bermain dan memproduksi makna dalam suatu teks. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana penelitian bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006).

1.6.4. Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini adalah teks berupa konten unggahan terkait *parenting (sharenting)* pada akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya, komentar-komentar yang berkaitan dengan perilaku *mom shaming* dalam kolom komentar unggahan *sharenting* tersebut, dan juga umpan

balik atau respon dari @andienaisyah dan @rachelvennya terkait komentar *mom shaming* yang diterima pada akun Instagramnya.

1.6.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan peneliti adalah dengan mengumpulkan data primer dan sekunder untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan mengobservasi konten-konten *sharenting* atau konten yang menampilkan foto atau video terkait *parenting* pada akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya dan juga kolom komentar pada unggahan tersebut. Peneliti kemudian melakukan tangkap layar (*screenshot*) terhadap konten terkait *sharenting* tersebut baik unggahan foto atau video maupun *caption* yang dituliskan, dan juga komentar-komentar *mom shaming* dalam kolom komentar unggahan tersebut tersebut untuk dikumpulkan dan dijadikan data penelitian mengenai praktik *mom shaming*. Sedangkan data sekunder berasal dari literatur-literatur seperti buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik yang diteliti, baik *mom shaming* ataupun *parenting* yang akan digunakan peneliti untuk menganalisis data hasil penelitian.

1.6.6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengkategorikan konten-konten *sharenting* dan juga komentar-komentar *mom shaming* pada akun Instagram @andienaisyah dan @rachelvennya berdasarkan isu-isu *parenting* yang ditemukan seperti isu terkait *baby led weaning*, *mouth-taping*, dan lain sebagainya. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan praktik *mom shaming* terkait isu-isu *parenting* tertentu secara jelas dan terstruktur.

1.6.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan peneliti adalah dengan menganalisis konten-konten *sharenting* yang dilakukan @andienaisyah dan @rachelvennya baik unggahan berupa foto dan video terkait aktivitas *parenting* dan juga *caption* yang tertulis pada unggahan tersebut. Peneliti juga menganalisis kata-kata dan

frasa pada komentar-komentar *mom shaming* yang ditemukan pada kolom komentar Andien Aisyah dan Rachel Vennya dan juga resolusi atau umpan balik keduanya terkait komentar *mom shaming* yang ia terima pada kolom komentar akun Instagramnya. Konten-konten dan komentar *mom shaming* yang sudah dikategorikan berdasarkan isu *parenting* kemudian dikaitkan dengan konteks *parenting* di budaya Indonesia berdasarkan literatur-literatur yang bersangkutan seperti buku, jurnal, ataupun artikel pada situs web. Peneliti juga akan menganalisis teks yang sudah dikategorikan dengan konsep *cyberbullying*. Setelah itu, peneliti akan melakukan interpretasi terhadap hasil penelitian untuk ditarik kesimpulan.