

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam kebiasaan konsumsi media, terutama di kalangan remaja di Indonesia. Aplikasi TikTok sering dianggap sebagai salah satu platform terpopuler yang digunakan oleh generasi muda. TikTok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menonton, membuat, mengedit, dan berbagi video pendek dengan musik dan efek visual. Didirikan pada tahun 2016, perusahaan teknologi Cina ByteDance adalah pengembang TikTok. Pada awal mula diluncurkan aplikasi ini bukan bernama Tiktok tetapi Douyin. Namun, pada 2017 perusahaan ByteDance meluncurkan Douyin versi internasional yang bisa di akses oleh seluruh dunia yang kita kenal dengan nama TikTok.

Berdasarkan data dari We Are Social tahun 2025 yang dirilis melalui laman 2025.co.id, jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 100 juta pengguna aktif bulanan. Angka ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan menempatkan TikTok sebagai salah satu platform media sosial paling dominan, khususnya dalam kategori video pendek. Mayoritas pengguna TikTok di Indonesia berada pada rentang usia 18–35 tahun, dengan distribusi gender yang relatif seimbang, namun sedikit lebih tinggi di kalangan perempuan. Secara geografis, persebaran pengguna TikTok masih terkonsentrasi di wilayah perkotaan Pulau Jawa (seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya), meskipun terdapat tren pertumbuhan signifikan di wilayah luar Jawa seperti Sumatra dan Kalimantan. Jika dibandingkan dengan platform media sosial lainnya di Indonesia, TikTok berada pada posisi keempat dalam hal jumlah pengguna aktif, setelah WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Namun demikian, dari sisi intensitas penggunaan dan tingkat keterlibatan (*engagement*), TikTok menunjukkan performa yang sangat kompetitif, khususnya di kalangan generasi

muda. Hal ini menjadikan TikTok sebagai medium digital yang semakin signifikan dalam kehidupan sehari-hari anak-anak dan remaja di Indonesia.

Popularitas TikTok di kalangan anak-anak tidak lepas dari kemudahan akses, format video pendek yang menarik, serta algoritma personalisasi yang efektif menarik perhatian pengguna muda karena TikTok sangat mudah diakses oleh anak-anak masih berada dibawah umur tanpa harus membuat akun pribadi dalam platform TikTok terlebih dahulu. TikTok sebagai platform media sosial tidak sekedar untuk memberikan hiburan, namun juga membukakan peluang untuk pengembangan kreativitas anak-anak. Melalui fitur-fitur seperti pembuatan video pendek, efek visual, dan tantangan kreatif, TikTok mendorong anak-anak untuk mengekspresikan ide dan imajinasi mereka. Anak-anak dapat belajar keterampilan produksi konten sederhana, seperti pengambilan gambar, penyuntingan video, dan storytelling digital, yang merupakan bagian penting dalam literasi digital di era modern (Livingstone, 2018). Selain itu, banyak konten edukatif di TikTok yang dikemas secara menarik, seperti video tentang sains, bahasa, dan seni, yang dapat memperkaya pengetahuan anak-anak dengan cara yang menyenangkan (Lestari, 2021).

Meskipun TikTok dapat memberikan manfaat positif dalam mengembangkan kreativitas dan keterampilan digital anak-anak, penggunaan tanpa pengawasan justru membuka peluang besar terhadap berbagai risiko serius. Pengguna TikTok berusia anak lebih cepat dan sering terpapar konten berbahaya dibandingkan remaja yang lebih tua, terutama melalui aktivitas pasif seperti menggulir konten (Eltaher et al., 2025). Selain itu, risiko pelanggaran privasi, di mana data pribadi anak dapat diakses atau disalahgunakan, serta risiko kontak dengan individu asing yang berpotensi berbahaya, semakin memperkuat urgensi pengawasan dalam penggunaan TikTok. Menurut Schirmer, Voggenreiter, dan Pfeffer (2024) menunjukkan bahwa anak-anak yang muncul dalam video TikTok sering kali menerima komentar terkait penampilan, bahkan tawaran kontak dari akun-akun yang tidak dikenal, ini menunjukkan adanya potensi risiko interaksi yang tidak baik.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil batasan subjek yaitu anak-anak berusia di bawah 12 tahun, karena pada rentang usia ini anak masih dalam tahap

middle and late childhood, di mana mereka belum memasuki masa remaja secara psikologis dan hukum. Anak-anak di bawah usia 12 tahun umumnya belum memiliki kapasitas penuh untuk menilai risiko, memahami konsekuensi sosial dari tindakan mereka, atau memilah informasi yang tepat di dunia digital. Oleh karena itu, kelompok usia ini masih sangat membutuhkan bimbingan, pendampingan, serta pengawasan dari orang dewasa dalam penggunaan media digital. Anak-anak pada usia ini mulai menunjukkan kemandirian yang lebih besar, termasuk dalam mengakses informasi dari berbagai sumber, baik untuk keperluan belajar maupun hiburan. Sebuah tinjauan sistematis menegaskan bahwa usia pertengahan kanak-kanak merupakan periode kritis di mana keterlibatan anak dengan media digital dapat membentuk aspek kognitif, perilaku, dan emosional mereka. Oleh karena itu, pengawasan dan bimbingan dari orang tua sangat diperlukan untuk membantu anak mengembangkan literasi digital dan perilaku daring yang sehat.

- Anak-anak pada era saat ini juga tergolong sebagai generasi digital native, yaitu generasi yang sejak kecil telah terbiasa dengan keberadaan teknologi digital. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang terkoneksi dengan internet dan perangkat elektronik seperti gawai dan komputer. Dalam konteks ini, pendampingan orang tua tidak hanya berupa pembatasan teknis, tetapi juga perlu melibatkan pendekatan emosional dan pembentukan nilai etika sejak dini (Moreno, 2024). Dengan begitu, anak dapat menjadi pengguna media digital yang bijak dan bertanggung jawab. Penggunaan media sosial seperti TikTok semakin meluas di kalangan anak-anak, baik dari segi kuantitas maupun jenis konten yang mereka akses. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran akan dampak media digital terhadap perkembangan anak, terutama jika tidak didampingi secara memadai. Dalam konteks ini, peran orang tua khususnya ibu menjadi sangat penting melalui praktik *digital parental mediation*, yaitu upaya orang tua dalam mengarahkan, mengawasi, dan membimbing anak dalam penggunaan media digital.

Penelitian ini memfokuskan subjek pada kelompok ibu berusia 27–31 tahun, yang tergolong generasi milenial. Generasi ini umumnya telah cukup akrab dengan teknologi digital dan media sosial, serta memiliki pengalaman langsung menggunakan perangkat digital dan aplikasi seperti TikTok. Meskipun tingkat literasi digital para ibu ini beragam, sebagian besar sudah cukup terpapar pada

ekosistem digital, sehingga memungkinkan mereka menjadi informan yang relevan dalam mengungkap strategi serta tantangan dalam melakukan mediasi digital terhadap anak (Pratiwi, 2021).

Kedekatan emosional yang intens antara ibu dan anak, terutama pada usia anak di bawah 12 tahun, menjadikan ibu sebagai figur kunci dalam memastikan anak menjadi pengguna media yang tidak hanya aktif, tetapi juga cerdas dan terlindungi. Sayangnya, tidak semua ibu memiliki literasi digital yang memadai. Beberapa kendala yang umum ditemui mencakup keterbatasan waktu (khususnya bagi ibu bekerja), kurangnya pemahaman terhadap fitur dan risiko media sosial, serta belum adanya panduan pengasuhan yang komprehensif di era digital (Sari, 2019). Pemahaman yang baik terhadap platform seperti TikTok serta karakteristik anak sebagai pengguna media menjadi hal krusial dalam perlindungan anak. Ibu yang memiliki literasi digital yang tinggi cenderung lebih mampu membimbing anak dalam penggunaan media sosial secara bijak dan aman (Pratiwi, 2021). Strategi *digital parental mediation* sendiri mencakup pengaturan waktu penggunaan, pendampingan saat anak mengakses konten, serta komunikasi terbuka mengenai manfaat dan risiko media digital (Heaselgrave, 2023).

Kondisi ini memperjelas pentingnya penerapan *digital parental mediation* oleh para ibu dalam penggunaan TikTok di kalangan anak sebagai bentuk perlindungan anak di dunia maya. *Digital parental mediation* merujuk pada upaya orang tua, khususnya ibu, dalam membimbing, mengawasi, dan mengatur penggunaan media digital oleh anak untuk meminimalisasi paparan risiko negatif (Livingstone & Helsper, 2008). Dalam praktiknya, terdapat empat strategi utama *parental mediation* yang dapat diterapkan. Pertama, *restrictive mediation* yaitu dengan ibu menetapkan batasan waktu penggunaan dan membatasi akses anak terhadap aplikasi atau konten tertentu yang dianggap kurang sesuai. Kedua, *active mediation of children internet use and safety* yaitu ketika ibu secara aktif berdiskusi dengan anak mengenai konten yang dikonsumsi, serta memberikan pemahaman mengenai manfaat maupun risiko dari konten tersebut. Ketiga, *technical mediation*, yaitu penggunaan perangkat tambahan seperti aplikasi pengawasan, pengaturan privasi, serta fitur filter konten untuk membantu mengendalikan aktivitas digital anak. Keempat *monitoring*, yakni ibu menemani anak saat menggunakan aplikasi

seperti TikTok guna memantau secara langsung aktivitas digital anak dan memberikan arahan apabila diperlukan. (Livingstone & Helsper, 2008). Penerapan kombinasi dari keempat strategi ini diharapkan mampu menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan terkendali bagi anak-anak, sekaligus tetap memungkinkan mereka untuk memperoleh manfaat edukatif dan sosial dari penggunaan TikTok secara positif (Sari, 2019).

Digital Parental Mediation sangat penting untuk diterapkan secara efektif, karena jika tidak, anak-anak akan lebih rentan terpapar konten yang tidak sesuai usia, mengalami kecanduan media, mengalami cyberbullying, serta berisiko mengalami gangguan kesehatan mental diantaranya yaitu adanya rasa cemas, depresi, hingga rendahnya rasa percaya diri (Sari, 2019). Tanpa bimbingan dan pengawasan yang tepat, anak-anak dapat mengalami ketidakmampuan membedakan informasi yang valid dan aman, sehingga lebih mudah terpengaruh oleh hoaks, konten berbahaya, atau ajakan negatif di dunia maya (Chassiakos et al., 2016). Oleh karena itu, penerapan strategi *digital parental mediation* bukan hanya penting, melainkan sangat mendesak dalam membentuk perilaku digital yang sehat, membangun literasi media, serta melindungi perkembangan psikososial anak-anak di era teknologi yang semakin maju ini.

Tingginya penggunaan TikTok oleh anak-anak dan remaja di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek menimbulkan kekhawatiran akan meningkatnya paparan terhadap konten berbahaya. Salah satu kasus yang menjadi sorotan adalah insiden di Bekasi, di mana seorang remaja berusia 13 tahun meninggal dunia setelah mengikuti tantangan viral di TikTok yang dikenal dengan nama *challenge* malaikat maut. Dalam tantangan ini, peserta mencoba menghadang truk yang sedang melaju untuk direkam dan diunggah ke TikTok demi mendapatkan perhatian daring. Sayangnya, tantangan tersebut berujung tragis setelah remaja tersebut tertabrak dan tewas di tempat (Ernes, 2021).

Kasus serupa terjadi pada tahun 2024, ketika seorang anak laki-laki berusia 11 tahun meninggal dunia akibat mengikuti tantangan berbahaya bernama *chroming*, yakni menghirup bahan kimia seperti aerosol untuk merasakan sensasi euforia. Tantangan ini, yang juga viral di TikTok, menyebabkan korban mengalami henti jantung di hadapan teman-temannya (Azizah, 2024). Kedua kasus tersebut

menunjukkan betapa rentannya anak-anak terhadap pengaruh negatif media digital, terutama ketika tidak disertai pengawasan dan pendampingan dari orang tua. Fenomena ini mempertegas pentingnya penerapan strategi *digital parental mediation* dalam upaya perlindungan anak dari konten berisiko yang beredar luas di media sosial.

Di balik berbagai peluang yang ditawarkan media sosial, terdapat risiko yang tak kalah besar, khususnya bagi anak-anak yang masih berada pada tahap perkembangan kognitif dan emosional. Komunikasi digital yang berlangsung secara terbuka, cepat, dan tanpa batas geografis dapat menjadi pintu masuk berbagai pengaruh yang tidak selalu positif. Anak-anak bisa dengan mudah terpapar pada konten yang tidak untuk dikonsumsi oleh anak-anak pada usia mereka, seperti kekerasan verbal dan visual, pornografi, hingga ujaran kebencian. Selain itu, media sosial juga membuka kemungkinan terjadinya risiko kontak, yaitu ketika anak dihubungi atau berinteraksi dengan orang asing yang tidak dikenal, yang berpotensi menimbulkan bahaya seperti eksploitasi atau pelecehan daring.

Anak-anak menghadapi risiko privasi yang meningkat akibat praktik *sharenting* oleh orang tua yang kurang menyadari implikasi membagikan informasi pribadi di media digital. Studi Hasanah dan Rahmah (2025) secara empiris menegaskan bahwa literasi digital dan persepsi risiko orang tua berperan signifikan dalam upaya melindungi data anak di media sosial. Di media sosial TikTok, praktik tersebut bahkan dapat mengarah pada eksploitasi anak dan pelanggaran privasi tanpa panduan hukum yang memadai (Sari & Pratama, 2024). Meskipun begitu, pendekatan etis terhadap *sharenting* tetap harus mempertimbangkan nilai budaya lokal seperti harmoni dan unggah-unggah dalam konteks pengasuhan digital di Indonesia (Frasetya, 2024).

Merujuk pada uraian peneliti di atas, peneliti akan melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *Parental Mediation* ibu pada penggunaan TikTok di kalangan anak-anak. Penelitian ini penting dilakukan mengingat fenomena penggunaan media sosial, khususnya TikTok, yang semakin berkembang pesat di kalangan anak-anak dan remaja. TikTok, sebagai platform berbagi video yang sangat digemari, menawarkan berbagai konten hiburan, namun juga memiliki potensi risiko yang perlu diwaspadai oleh orang tua, terutama ibu, yang memainkan

peran kunci dalam pengawasan dan bimbingan anak-anak mereka (Liu et al., 2023). Adapun pada penelitian ini akan dilakukan dengan cara menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan paradigma konstruktivisme yang dimana peneliti akan melakukan wawancara dengan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian *Digital Parental Mediation* Para Ibu pada penggunaan Tiktok di Kalangan Anak yaitu ibu milenial berusia 27-35 tahun yang mempunyai anak usia dibawah 12 tahun yang aktif menggunakan platform TikTok selama kurang lebih 1 jam dalam sehari.

Penelitian ini juga diperkuat oleh beberapa studi sebelumnya yang membahas topik *Parental Mediation*, dengan menggunakan empat penelitian terdahulu sebagai referensi dan rujukan dalam membantu peneliti melakukan penelitian ini. Penelitian pertama berasal dari Debri & Revina (2021) yang berjudul “Gambaran *Parental Mediation* Ibu pada Pengguna Internet Usia Remaja” di Universitas Atma Jaya. Penelitian Kedua berasal dari Pramudita Triaswari (2021) yang berjudul “Penerapan *Parental Mediation* Ibu Anak Usia Dini Ditinjau Dari Pola Komunikasi dan Literasi Digital Ibu” di Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini melibatkan 120 ibu dengan anak berusia 4 hingga 6 tahun yang membiarkan anak-anaknya menggunakan perangkat elektronik. Data menunjukkan korelasi linier antara tingkat literasi digital ibu dan penggunaan mediasi orang tua. Pola komunikasi dalam keluarga secara signifikan mempengaruhi peluang penerapan strategi mediasi orang tua. Keluarga yang cenderung menggunakan komunikasi percakapan lebih mungkin menerapkan prosedur mediasi daripada keluarga dengan pendekatan yang lebih konsisten.

Penelitian ketiga berasal dari Indah Muspira Sari & T. Romi Marnelly (2024) yang berjudul “*Digital Parenting*: Studi Kasus Pengawasan Penggunaan Smartphone Oleh Ibu Pada Anak” di Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif, dengan peserta yang terdiri dari ibu-ibu yang bekerja di bidang akademik dan memiliki anak berusia tiga hingga enam tahun. Penelitian menunjukkan bahwa ibu memantau penggunaan smartphone anak-anak mereka dengan cara hadir saat anak mengakses perangkat, mengalihkan perhatian anak untuk mencegah ketergantungan berlebihan pada handphone, serta menerapkan *parental control* seperti *screen time*, penyaringan konten, dan pemantauan histori tontonan anak.

Penelitian terakhir berasal dari Inasari Widiyastuti (2017) yang berjudul “Tipe Mediasi Ibu Rumah Tangga terhadap Keselamatan Internet Anak dan Remaja” di Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini fokus pada ibu rumah tangga yang sebelumnya mengikuti pelatihan online tentang keamanan internet. Data penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar ibu menggunakan mediasi restriktif dengan membatasi waktu penggunaan. Namun, proporsi orang tua yang menggunakan mediasi teknologi relatif kecil, karena mereka merasa tidak mampu mengawasi interaksi anak-anak mereka dengan teknologi informasi dan komunikasi. Berbeda dengan keempat penelitian tersebut, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada *digital parental mediation* oleh ibu milenial (usia 27–35 tahun) terhadap penggunaan TikTok oleh anak usia 6–12 tahun, dengan mempertimbangkan karakteristik media sosial berbasis video pendek yang bersifat adiktif, interaktif, dan algoritmik. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme untuk menggali lebih dalam pengalaman, strategi, serta tantangan ibu dalam melakukan pengawasan dan pendampingan terhadap anak dalam konteks penggunaan TikTok secara rutin. Fokus yang lebih spesifik pada TikTok sebagai platform dan ibu milenial sebagai subjek menjadikan penelitian ini sebagai perluasan sekaligus penguatan terhadap literatur *parental mediation* yang sudah ada.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan *digital parental mediation* ibu pada penggunaan TikTok di daerah Jabodetabek di kalangan anak-anak?

1.3 Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan penerapan *digital parental mediation* ibu di daerah jabodetabek pada penggunaan TikTok di kalangan anak.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagaimana penerapan *digital parental mediation* ibu pada penggunaan TikTok di daerah Jabodetabek di kalangan anak-anak?

1.4.1 Manfaat Akademis

Memperkaya penggunaan konsep *digital parental mediation* komunikasi digital, media TikTok dalam konteks komunikasi keluarga.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis temuan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman ibu tentang pentingnya *digital parental mediation* bagi anak dalam penggunaan aplikasi TikTok. Disamping itu dapat memberikan masukan bagaimana cara melakukan *digital parental mediation* pada anak dalam penggunaan TikTok.

