

STUDI FENOMENOLOGI POLA KOMUNIKASI ORANG TUA PADA ENDORSER ANAK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Aan Salma Sufridha

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

aansufridha@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Pada saat ini, telah banyak bermunculan artis anak baik dari kalangan selebriti maupun kalangan biasa. Hal ini dapat mendorong orang tua memiliki inisiatif untuk menjadikan anaknya seorang artis cilik khususnya di bidang periklanan pada media sosial Instagram yang biasa disebut *endorser*. Pola komunikasi orang tua menjadi faktor penting dalam pengalaman yang dilakukan antara ibu dan anak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana orangtua khususnya seorang ibu dalam mengatur anak di setiap kegiatan *endorse* yang dilakukan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian dilakukan wawancara dan observasi secara langsung pada pelaku *endorse*. Dengan meneliti bagaimana kegiatan *endorse* saat berlangsung dilakukan, hasil yang didapat meliputi pola komunikasi yang terjadi antara orang tua dengan *endorser* anak meliputi pola komunikasi demokratis, otoriter, transaksi, dan alih peran. Hal ini terjadi karena orang tua memiliki tujuan untuk memberi anak sebuah pengajaran mengenai profesionalitas dan tanggung jawab terhadap karir anak.

Kata kunci: Pola Komunikasi, Orang Tua, *Endorser* Anak

Abstract

At this time, many child artists have sprung up both from celebrities and common people. This can encourage parents to have the initiative to make their children a child artist, especially in the field of advertising on social media Instagram, commonly called *endorsers*. Parents' motives are an important factor in their experience. This study aims to determine the experience of parents, especially a mother in managing children in every activity of *endorse* carried out. The researcher used a qualitative approach with the phenomenology method of research carried out by interviews and observations directly on *endorsers*. By examining how *endorse* activities take place, the results obtained include patterns of communication that occur between parents and children's *endorsers* including democratic, authoritarian communication, transaction, and role transfer patterns. This happens because parents have a goal to give children a teaching about professionalism and responsibility for their children's careers.

Keyword: Communication Patterns, Parent, Child *Endorsers*

PENDAHULUAN

Istilah *selebgram* sudah mulai muncul baru-baru ini dimana menimbulkan sebuah fenomena baru di dunia media sosial khususnya media sosial Instagram yang memiliki dampak sangat cepat dalam penyebarannya. *Selebgram* berasal dari kata *seleb* dan *gram* yang artinya selebriti. *Instagram* merupakan seorang publik figur yang terkenal melalui media sosial *Instagram*. Seorang *selebgram* tentunya memiliki jumlah *follower* banyak serta konten foto dan video yang diunggah mereka banyak disukai dan menjadi perbincangan pengguna *Instagram*. Pada umumnya seorang *selebgram* kebanyakan adalah orang dewasa. Namun, kini segmentasi anak juga menjadi kebutuhan sehingga anak juga bisa menjadi *selebgram* yang rata-rata usia sekolah dasar, bahkan banyak juga seorang bayi dan balita telah dijadikan sebagai *selebgram* (Krisnawati, 2016). Tidak hanya artis remaja dan dewasa, seorang anak juga menjadi salah satu segmentasi penting dalam periklanan sehingga kegiatan *endorse* dapat dilakukan oleh anak-anak. Media sosial yang saat ini banyak diminati untuk

menjadi media periklanan salah satunya adalah *Instagram*.

Nilasari (2017) menjelaskan terdapat hal menarik yang saat ini sedang banyak terjadi adalah mulai bermunculan bahwa para orang tua yang berkeinginan untuk menjadikan anaknya sebagai *selebgram* atau setidaknya memiliki banyak *follower* di akun sosial media *Instagram*-nya dengan cara mengunggah foto dan video sehari-hari anak yang lucu dan menggemaskan dengan menggunakan pakaian dan aksesoris yang sedemikian rupa sehingga dapat menambah *like* dan *follower* baru. Dengan adanya *like* dan komentar yang positif membuat mereka antusias dan memiliki ketertarikan kepada peningkatan jumlah *followers* dan *like* di akun *Instagram* milik mereka sehingga memotivasi mereka untuk meningkatkan kualitas dan intensitas foto yang akan di-*upload* ke akun *Instagram* mereka.

KPAI dalam artikel Bisnis.com mengatakan bahwa semakin banyak orang tua yang ingin anaknya *eksis* di media sosial sejak dini. Salah satunya adalah dengan menjadikan buah hatinya yang masih di bawah

umur menjadi sosok terkenal di *Instagram* atau yang lebih dikenal sebagai *selebgram*. Akan tetapi tidak sedikit orang tua yang belum memahami resiko menjadi selebgram bagi anak di bawah umur. Oleh karena itu Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) menyikapi fenomena ini dengan sikap adil dan bijaksana. Artinya, *tren* ini tidak semata-mata dinilai sebagai hal yang benar atau salah. Ini hanya masalah sosial. Pada kondisi tertentu menjadikan anak sebagai selebgram sebenarnya tidak masalah sejauh ada pengawasan orang tua sepenuhnya (Herlinda, 2018).

Kewajiban orang tua kepada anak-anaknya tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan yang bersifat materi saja tetapi juga hal-hal yang sifatnya non materi seperti halnya pendidikan dan agama, oleh karena itu orang tua sudah seharusnya memberikan contoh yang baik bagi anak-anaknya. Beberapa kewajiban orang tua kepada anaknya meliputi (1) pendampingan pengalaman pertama pada masa pertumbuhan anak; (2) menjaga kehidupan psikologis anak; (3) penanaman pendidikan moral; (4) pemberian dasar pendidikan sosial; dan (5) pengajaran dasar-dasar keagamaan (Hasbullah, 2001).

Kegiatan bermain dan belajar paling utama bagi perkembangan dan pertumbuhan anak. Bermain diharuskan dilakukan atas keinginan dan keputusan anak itu sendiri sehingga semua yang dilakukan yang dihasilkan dari bermain itu menyenangkan akan menghasilkan proses belajar pada anak (Hurlock, 1978). Ketika anak diharuskan untuk bermain dan belajar dalam usianya sedangkan orang tua mengajak anak untuk mengembangkan bakat dan minat sekaligus terjun langsung di dunia kerja maka akan menjadi pertanyaan bahwa bagaimana cara komunikasi efektif orang tua kepada anak agar mereka mau/ bersedia untuk menuruti permintaan orang tua agar melakukan yang orang tua inginkan.

Pola Komunikasi Orang Tua

Soejanto (2001) membagi bagian pola komunikasi di dalam hubungan orang tua dengan anak sebagai berikut:

- a. Pola komunikasi otoriter memiliki sikap kecenderungan penerimaan anak oleh orang tua rendah, namun kontrol cenderung tinggi, memiliki sikap menyuruh seperti memerintah dan mengharuskan anak untuk melakukan sesuatu dengan wajib, bersikap tidak fleksibel (keras), cenderung lebih mengedepankan emosional. Hal tersebut dapat membentuk sifat anak mudah tersinggung, merasa kurang bahagia, kurang berpendirian, masa depan kurang terarah/ tidak jelas, mudah terpengaruh oleh lingkungan dan kurang dalam sosial.
- b. Pola komunikasi *Permissive* adalah orang tua memiliki perilaku yang menjamin kebebasan terhadap anaknya. Anak memiliki kebebasan dalam menyampaikan pikiran dan keinginannya. Hal tersebut membentuk sifat anak yang cepat dalam bertindak, rasa percaya diri lebih rendah, hidup kurang terarah, suka mendominasi dan tidak berorientasi pada prestasi.

- c. Pola komunikasi demokratis adalah orang tua lebih terhindar dari kekhawatiran dan kegelisahan. Penerimaan dan kontrol orang tua sama tingginya, selalu tanggap terhadap setiap yang dibutuhkan anak, anak memiliki kebebasan untuk menyampaikan yang ada dalam benaknya, memberi pendidikan tanggung jawab tentang dampak perbuatan yang akan diperbuat anak. Hal tersebut membentuk sifat anak ramah terhadap sesama, memiliki rasa percaya diri, cenderung bersikap sopan, mudah diajak dalam bekerja sama, memiliki keteguhan dalam pendirian, dan anak cenderung mudah mendapatkan prestasi.
- d. Pola komunikasi afiliasi (melebur diri) merupakan pola kepemimpinan orang tua yang mengutamakan kerja sama dengan anak dengan cara menggabungkan diri yaitu berusaha untuk menciptakan hubungan erat antara orang tua dan anak, berusaha membangun rasa kasih sayang antara orang tua dan anak, membangun kepercayaan dan kesetiaan antara orang tua dengan anak.
- e. Pola komunikasi transaksi, pola ini sering membuat suatu kesepakatan antara orang tua dan anak meliputi membangun perjanjian dari setiap perilaku yang telah dilakukan. Orang tua menyetujui dan memenuhi permintaan anaknya dengan melaksanakan perjanjian yang telah disetujui bersama. Ada hukuman yang akan diberikan untuk anak jika suatu saat nanti anak kurang tanggung jawab atas perjanjian tersebut.
- f. Pola komunikasi alih peran merupakan pola kepemimpinan orang tua dengan cara memberi kepercayaan, wewenang dan tanggung jawab kepada anak. Pola komunikasi ini biasa terjadi pada orang tua untuk memberikan kesempatan kepada anak agar mengemban tugas dan peran tertentu. Orang tua hanya memfasilitasi dan membantu ketika solusi atas masalah tidak ditemukan oleh anak meski tidak diberikan arahan secara detail apa yang harus dilakukan, tetapi tanggung jawab dan proses pengambilan keputusan sebagian besar diserahkan kepada anak.

METODE

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Fenomenologi bertujuan untuk mengkaji bagaimana fenomena yang dialami dalam sadaran, pikiran, dan tindakan manusia sebagaimana fenomena tersebut bernilai dan diterima secara estetis (Kuswarno, 2009) dimana dalam penelitian ini melihat bagaimana pola komunikasi dan pengalaman yang dialami dari setiap orang tua maupun anak dalam melakukan kegiatan *endorse* dapat dikatakan selalu berbeda.

Subyek dalam penelitian ini meliputi orang tua yang memiliki anak *selebgram* yang masih aktif meng-*endorse* di media sosial *Instagram*. Subyek tersebut diambil karena ketersediaan orang tua anak untuk menjadi

informan dalam penelitian. Selain pada akun *Instagram*, subyek penelitian meliputi orang tua dari anak yang bersangkutan, dan anak itu sendiri.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi (pengamatan) kegiatan *endorse* secara langsung dan *interview* (wawancara). Teknik analisis data menggunakan prosedur dalam pelaksanaan studi fenomenologis meliputi deskripsi, mencatat poin-poin penting, klasifikasi tema-tema, dan penyimpulan Moustakas (1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Komunikasi Orang Tua kepada *Endorser* Anak

Ada orang tua yang bersikap tegas kepada anak dalam masalah karir khususnya pada seorang *endorser* anak. Di sisi lain, ada juga orang tua yang memberikan wewenang dan tanggung jawab kepada anaknya. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini disusun berdasarkan hasil paparan data yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan informan.

Sajian temuan penelitian dengan fokus penelitian pola komunikasi orang tua dengan *endorser* anak sebagai berikut:

1. Pola komunikasi demokratis

Orang tua memperhatikan segala permasalahan dan keluhan-keluhan yang disampaikan oleh anak serta mendiskusikan untuk mencari pemecahnya dan tidak melihat perlakuan anak sebagai suatu kesalahannya. Memberikan kepada anak pengertian penuh. Artinya, orang tua bersedia menjelaskan mengenai akibat perbuatan yang diperbuat sehingga anak bisa membedakan serta dapat memutuskan apa yang akan ia lakukan sendiri sesuai dengan apa yang diharapkan oleh orang tua. Hal ini disebabkan pola komunikasi ini selalu mengutamakan kepentingan bersama dari pada kepentingan individu anak. Pola asuh orang tua tersebut cenderung rendah dalam mengontrol anak.

Pola komunikasi demokratis dapat membentuk sifat dan karakter anak meliputi sikap terbuka, tata krama yang baik kepada orang lain, tanggung jawab dan memiliki kepercayaan diri. Hal ini terbukti pada *endorser* anak dimana mereka terbuka terhadap pertanyaan yang diberikan ketika wawancara, memberikan keterangan dengan sopan santun, bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan oleh guru, dan percaya diri ketika berada dalam kegiatan *modelling* dan *endorse*.

Selain itu, orang tua selalu berusaha menyelaraskan dan menitik beratkan kepentingan dan tujuan pribadi dengan kepentingan anak dalam mencapai tujuan tercermin pada saat orang tua dan anak sebagai pekerja *endorse* yaitu orang tua dan anak masing-masing meluangkan waktu agar bisa melaksanakan kegiatan *endorse*. Dilihat dari sifat dan watak anak yang percaya diri dan memiliki rasa tanggung jawab atas apa yang mereka lakukan pada saat ini artinya mereka telah mendapatkan pola asuh atau pola komunikasi yang baik di masa pertumbuhannya. Dalam konteks *endorser* anak,

menekuni dunia karir sejak dini termasuk dalam pengembangan bakat dan minat sehingga anak memiliki rasa percaya diri dan tidak pemalu.

2. Pola komunikasi otoriter

Seperti saat orang tua mengatur anak ketika berada dalam pemotretan. Anak diharuskan untuk tampil sempurna di setiap prosesnya baik dari segi ekspresi, gestur, maupun tata busananya. Dengan begitu, anak juga harus menerima setiap arahan dan perintah dari orang tua agar kegiatan tersebut memperoleh hasil yang terbaik.

Pada umumnya anak yang diasuh dengan menggunakan pola komunikasi otoriter kurang memiliki rasa kurang percaya diri dalam hal apapun karena cara orang tua yang terlalu memaksakan kehendaknya dan selalu memberikan arahan dalam melakukan segala sesuatu kepada anak. Namun, hal ini tidak terjadi pada *endorser* anak. Meskipun ketika kegiatan berlangsung orang tua cenderung menggunakan pola ini, anak masih memiliki rasa percaya diri dan tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaannya. Seperti pada ibu dimana ia bersikap tegas ketika mengatur anaknya dalam meng-*endorse* yang bertujuan untuk menghasilkan hasil pekerjaan yang maksimal. Saat anak memasuki dunia pekerjaan, pola komunikasi orang tua kepada anak berubah menjadi otoriter sedangkan anak tidak berubah maka hal ini menyatakan bahwa suatu pekerjaan memang mengharuskan orang tua menjadi seperti itu dan anak juga menyepakatinya sehingga anak menerima segala bentuk perintah orang tuanya. Namun, pada hal tertentu orang tua tidak menghukum dengan fisik dan masih ada kompromi bila terjadi sesuatu pada anak.

3. Pola komunikasi transaksi

Pola komunikasi lebih sering melakukan sebuah kesepakatan atau transaksi dimana antara orang tua dan anak membuat suatu perjanjian dari setiap tindakan yang diperbuat. Orang tua menghendaki mematuhi anaknya dalam wujud melaksanakan perjanjian yang telah disepakati. Pola ini terjadi pada saat orang tua dan anak berada dalam posisi sebagai pekerja *endorse*. Anak memiliki perjanjian atau kesepakatan untuk mengambil sebuah pilihan antara mendapatkan *job* besar dengan sekolah anak. Dalam hal tersebut ketika lebih memilih pendidikan atau masuk sekolah maka kesepakatannya akan menghilangkan kesempatan mendapatkan panggilan pekerjaan begitu juga sebaliknya ketika lebih memilih pekerjaan.

4. Pola komunikasi alih peran

Pola ini terjadi ketika orang tua menyerahkan tanggung jawab kepada anaknya yang seorang *endorser* sedang menjalani pemotretan atau *modelling*. Orang tua memberi kepercayaan kepada anak untuk menjalani perannya sebagai model, di situ wewenang itu diberikan. Seperti pada informan Anak yang seorang model busana muslim anak. Dalam pekerjaannya ia melakukan tugasnya dengan seorang diri tanpa bantuan orang tuanya sehingga dalam pekerjaan ini anak lah yang lebih berperan.

Pola komunikasi yang terjadi antara orang tua dan anak pada saat berkegiatan *endorse* dengan di luar kegiatan tersebut adalah berbeda. Pada saat

di luar kegiatan atau menjalani kehidupan sehari-hari pola komunikasi yang terjadi cenderung pada pola komunikasi *authoritative* (demokratis) karena anak telah terbentuk sikap yang bersahabat, memiliki rasa percaya diri, mampu mengendalikan diri (*self control*), bersikap sopan, mau bekerjasama, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, mempunyai arah tujuan atau arah hidup yang jelas, dan berorientasi terhadap prestasi.

Sedangkan yang terjadi pada saat anak telah menekuni dunia karir pola komunikasi orang tua kepada anak menjadi pola *authoritarian* (otoriter), transaksi, dan alih peran. Hal ini terjadi karena orang tua memiliki tujuan untuk memberi anak sebuah pengajaran mengenai profesionalitas dan tanggung jawab terhadap karir anak. Sifat dan watak anak terbentuk pada pola komunikasi dalam kehidupan sehari-hari karena hal tersebut terjadi dari anak baru lahir sampai ke tahap menjadi *endorser*. Sehingga sikap anak masih terbawa pada saat kegiatan *endorse* meskipun pola komunikasi yang dibentuk orang tua ketika anak menginjak pada dunia pekerjaan adalah otoriter, transaksi, dan alih peran dimana pola tersebut terbentuk karena tuntutan profesionalitas.

PENUTUP

Simpulan

Yang terjadi pada saat anak telah menekuni dunia karir pola komunikasi orang tua kepada anak menjadi pola *authoritarian* (otoriter), transaksi, dan alih peran. Hal ini terjadi karena orang tua memiliki tujuan untuk memberi anak sebuah pengajaran mengenai profesionalitas dan tanggung jawab terhadap karir anak. Sifat dan watak anak terbentuk pada pola komunikasi dalam kehidupan sehari-hari karena hal tersebut terjadi dari anak baru lahir sampai ke tahap menjadi *endorser*. Sehingga sikap anak masih terbawa pada saat kegiatan *endorse* meskipun pola komunikasi yang dibentuk orang tua ketika anak menginjak pada dunia pekerjaan adalah otoriter, transaksi, dan alih peran dimana pola tersebut terbentuk karena tuntutan profesionalitas.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disarankan bahwa Orang tua yang memiliki anak seorang *selebgram/endorser* agar tetap bersikap perhatian dan tidak bertindak otoriter meskipun dengan tujuan untuk tuntutan pekerjaan atau atas dasar profesionalitas dan anak telah menyukai pekerjaan itu. Karena perjalanan karir seorang anak masih panjang dari usianya yang sangat dini untuk menjalani dunia kerja. Sehingga alangkah baiknya jika mengatur dan membimbing anak yang seorang *endorser/selebgram* dengan pelan-pelan dan memberi perhatian dengan kasih sayang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasbullah. (2001). *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Herlinda, W. D. (2018, Februari 7). *Selebgram Anak Jadi Tren, Ini Kata KPAI*. Diambil kembali dari Bisnis.com: www.lifestyle.bisnis.com
- Hurlock, E. B. (1978). *Perkembangan Anak, diterjemahkan oleh Meitasari Tjandrasa dan Muslichah Zarkasih*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnawati, E. (2016). Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram: Masih Adakah? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 187.
- Kuswarno, E. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. New Delhi: Sage Publication.
- Nilasari, A. (2017). Motif Orang Tua Mengunggah Foto dan Video Anak pada Media Sosial Instagram. *Skripsi*, 57.
- Soejanto, A. (2001). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Roesdakarya.