

Pengaruh Media Sosial Terhadap Praktik *Sharenting* Yang Berujung Eksploitasi Pada Anak

The Influence of Social Media on Sharenting Practices that Lead to Child Exploitation

Salsabila Firdaus¹, Sardin², Nindita Fajria Utami³

- 1) Universitas Pendidikan Indonesia, (Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Bandung, 40154, Indonesia)
- 2) Universitas Pendidikan Indonesia, (Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Bandung, 40154, Indonesia)
- 3) Universitas Pendidikan Indonesia, (Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Bandung, 40154, Indonesia)

Abstrak

Praktek *sharenting* merupakan gabungan dari *oversharing* dan *parenting* yang diartikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan oleh orang tua dalam memberikan pola pengasuhan dan aktivitas anaknya di media sosial. Tanpa sadar praktik *sharenting* di media sosial ini dapat mengarah kepada eksploitasi anak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan Teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan jumlah perwakilan sampel sebanyak 55 orang remaja yang berada di sekitar wilayah Universitas Pendidikan Indonesia Kota Bandung Jawa Barat. Pengujian data menggunakan uji validitas data, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji linearitas. Pengolahan data dilakukan menggunakan microsoft excel dan menggunakan metode statistik deskriptif. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi adanya praktik *sharenting*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor yang dapat menimbulkan praktik *sharenting* adalah salah satunya media sosial yang berpengaruh sebesar 12,5% atau 0,125, sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti kurangnya literasi digital orang tua, belum memahami apa itu praktik *sharenting* serta merasa bahwa privasi dan hak anak sepenuhnya milik orang tua.

Kata Kunci: Eksploitasi Anak, Media Sosial, Orang Tua, Praktek *Sharenting*

Abstract

The practice of "sharenting" is a combination of oversharing and parenting which is defined as an action taken by parents in sharing their child's parenting patterns and activities on social media. Unknowingly, the practice of sharing on social media can lead to exploitation of children. The method used in this research is quantitative. The sampling technique used accidental sampling technique. Data was collected through an online questionnaire and the number of participant was 55 teenagers who were around the area of the Indonesian Education University, Bandung City, West Java. Data were validated using tests, reliability tests, normality tests and linearity tests. Data processing was carried out using Microsoft Excel and using descriptive statistical methods. The results of the hypothesis show that social media can affect the practice of sharenting. The conclusion from this study is that the factors that can lead to sharenting practices are social media which have an effect of 12.5% or 0.125, the rest can be influenced by other factors such as parents' lack of digital literacy, not understanding what sharenting is and feeling that privacy and the child's rights fully belong to the parents.

Keywords: child exploitation, social media, parents, sharenting practice

¹ Korespondensi Penulis
Email: : salsabilafirdaus@upi.edu

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mengakibatkan adanya internet dan media baru. Media di internet dapat melakukan aktivitas seperti membuat konten, menyimpannya dan mendistribusikan. Seperti salah satunya aplikasi YouTube, yang di dalamnya terdapat fitur video baik itu mengomentari video, mengupload video dan merespon video. Lalu ada web blog yang berisi tentang pengetahuan atau informasi, biasanya menjadi wadah untuk aktivitas jurnalis warga (*citizen journalism*). Media internet juga melahirkan sebuah komunitas virtual yang terbentuk karena pilihan individu sebagai pengguna internet yang bertujuan untuk berinteraksi atau berdiskusi dengan online user lainnya. Namun terkadang identitas online seringkali dipalsukan atau tidak asli dan tidak diungkapkan (Karman, 2014).

Pengguna online seringkali tidak sadar bahwa penggunaan media sosial menjadi sebuah objek eksploitasi bagi kepentingan pasar yakni media dan pengiklan. Para pengguna online merasa hal tersebut bukan merupakan bentuk eksploitasi karena didasarkan pada gagasan bahwa hal tersebut mempermudah terkoneksi dengan masyarakat lain dan merupakan bagian dari kemajuan teknologi. Internet memberikan kemudahan tetapi nyatanya kemudahan tersebut juga memberikan dampak lain. Perusahaan media online mendapatkan keuntungan dari para pengguna yaitu kepemilikan data-data pribadi pengguna dan keuntungan dari apa yang diunggah pada situs tersebut. Pengguna media bebas melakukan aktivitas di media sosial, seperti mengunggah video, audio hingga artikel yang tanpa sadar sebenarnya pengguna media dieksploitasi oleh pemilik media itu sendiri. Pengguna jejaring sosial seakan menjadi pekerja atau buruh yang tidak dibayar tetapi pemilik media yang mendapat keuntungan. Jadi tanpa sadar media selalu mengawasi aktivitas penggunanya (Karman, 2014).

Kecanggihan teknologi saat ini sangat memberikan dampak yang luar biasa bagi dunia tidak terkecuali Indonesia. Masuknya berbagai fitur dan aplikasi di media sosial membuat masyarakat tergiur karena penggunaannya yang mudah dan praktis. Istilah "media sosial" mengacu pada salah satu dari banyak media internet di mana individu dapat menampilkan diri dan terlibat dalam percakapan dengan orang lain dalam berbagai cara dengan mereka yang terlibat dalam media sosial secara virtual. (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Akan tetapi kemudahan dalam mengakses media sosial juga akan menimbulkan beberapa permasalahan baru, salah satu contohnya yaitu adanya kasus eksploitasi anak di media sosial. Eksploitasi anak melalui media sosial terlihat dari adanya praktik *sharenting* di Instagram oleh beberapa selebgram atau influencer sosial media. Seperti single mother artis Ayu Ting Ting dan Gisella Anastasia yang kerap kali mengunggah kegiatan sang anak (Kurniari, Yoanita, & Tjahyana, 2021).

Praktek *sharenting* merupakan gabungan dari *oversharing* dan *parenting* yang diartikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan oleh orang tua dalam memberikan pola pengasuhan dan aktivitas anaknya di media sosial. Orang tua terkadang tidak sadar dan menganggap praktek *sharenting* ini merupakan sesuatu yang wajar dan biasa. Praktek *sharenting* dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman pada anak

seiring bertambah usia, sang anak telah mengerti dan merasa terganggu dengan perilaku orang tuanya. Pada akhirnya praktik *sharenting* mengarah pada praktik komersialisasi anak ketika ada ikatan kontrak sebagai imbal jasa. Praktik ini menjurus kepada eksploitasi anak karena foto atau video anak sedang berpose dijadikan sebuah produk atau jasa dalam praktik komersial (Siregar, 2022).

Praktik *sharenting* yang dilakukan oleh ibu selebgram terlihat dari aktivitas media sosial yang cenderung mengarah kepada komersialisasi anak. Akan tetapi pada ibu biasa, praktik *sharenting* ini terlihat dari aktivitas membagikan foto atau video tumbuh kembang dan keseharian anak-anaknya di media sosial terutama di Instagram. Instagram menjadi salah satu aplikasi yang digemari sebagai ajang promosi di media sosial. Instagram adalah salah satu aplikasi yang dimanfaatkan oleh penggunanya untuk mengunggah foto dan membaginya ke berbagai platform media sosial lainnya. (Prihatiningsih, 2017)

Adanya praktik *sharenting* di Instagram ini dapat juga disebabkan oleh kurangnya literasi digital baik itu orang tua ataupun anak. Para ibu merasa senang apabila mendapatkan like dan komen mengenai postingan anaknya. Para ibu tidak sadar bahwa membagikan foto atau video tentang tumbuh kembang anak di Instagram merupakan bentuk praktik *sharenting*. Penelitian tentang praktik *sharenting* sudah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fauziah, Syahas, Lubis, & Silitonga (2021) dengan judul *Ibu Milenial Dan Sharenting Lifestyle Di Ibu Kota*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dwarsianti (2022) dengan judul *Sharenting Dan Privasi Anak: Studi Netnografi Pada Unggahan Instagram Dengan tagar #Anakku*. Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, karena penelitian sebelumnya membahas tentang bagaimana praktik *sharenting* di sosial media. Sedangkan penelitian ini akan membahas tentang bagaimana pemahaman generasi z terhadap praktik *sharenting*.

Dengan begitu tujuan penulisan artikel ini ialah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap praktik *sharenting* yang dapat mengakibatkan eksploitasi pada anak serta mengetahui pemahaman generasi z tentang praktik *sharenting* di media sosial terutama Instagram. Pemahaman tentang apa itu praktik *sharenting* pada remaja terutama generasi z sangatlah penting, agar kelak ketika mereka menjadi orang tua sudah paham bagaimana cara mengunggah foto atau video di media sosial sehingga tidak terjadi praktik *sharenting* yang dapat menimbulkan kasus eksploitasi anak di media sosial.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan menguji dua jenis variabel, variabel pertama yang menjadi variabel pengikat (variabel X) yaitu media sosial. Kemudian variabel kedua yang menjadi masalah (variabel Y) yaitu praktik *sharenting*. Pada penelitian ini populasi yaitu remaja berusia 13-23 tahun yang berada di Kota Bandung, terutama sekitar wilayah

Universitas Pendidikan Indonesia yang berada di jalan Setiabudi, Bandung, Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan *accidental sampling*. *Accidental sampling* mengumpulkan sampel dengan cara bertemu responden secara kebetulan dan dipandang cocok sebagai sumber informan maka objek tersebut dijadikan sampel. Yang menjadi perwakilan sampel berjumlah 55 orang. Informasi dan data dikumpulkan melalui kuesioner online untuk mengukur hubungan media sosial dengan praktik *sharenting* serta persepsi remaja terhadap praktik *sharenting*. Uji asumsi klasik menggunakan uji validitas data untuk memastikan bahwa instrumen penelitian valid dan terpercaya, uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian reliabel dan konsisten, uji normalitas untuk memastikan sebaran data, uji linearitas untuk memastikan adanya hubungan antara variabel x dan y. Pengujian dan analisis data dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan Microsoft excel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal penelitian, peneliti melakukan uji validitas instrumen penelitian yaitu item pertanyaan dengan cara *expert judgment* yang dilakukan oleh tujuh orang untuk memastikan apakah instrumen penelitian sudah valid atau tidak. Hasil perhitungan uji validitas data melalui *expert judgment* menentukan bahwa instrumen penelitian sudah valid, apabila nilai item pertanyaan lebih dari 1.00 maka dinyatakan valid, apabila nilai item pertanyaan dibawah 0,008 maka dinyatakan tidak valid. Untuk itu dari 11 item pertanyaan, semuanya sudah dinyatakan valid.

Setelah menguji validitas instrumen penelitian, kemudian melakukan uji validitas tabulasi kuesioner dengan metode *Pearson Product Moment*. Metode ini membandingkan r hitung dengan r tabel, apabila r hitung nilainya lebih besar daripada r tabel maka data tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung nilainya lebih kecil daripada r tabel maka data tersebut dinyatakan tidak valid. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang valid terhadap kuesioner berjumlah 10, sedangkan terdapat satu item yang tidak valid.

Tabel 1. Tabel Uji Validitas

No. Soal	r hitung	r tabel	status
1	0,562273 7	0,2241	valid
2	0,205996 4	0,2241	tidak valid
3	0,252684 1	0,2241	valid
4	0,318446 8	0,2241	valid
5	0,450442 9	0,2241	valid
6	0,528841 2	0,2241	valid
7	0,440701	0,2241	valid
8	0,638262 8	0,2241	valid
9	0,519938 6	0,2241	valid
10	0,587374 8	0,2241	valid
11	0,642718 7	0,2241	valid

Tabel 1. Menunjukkan nilai r hitung dan r tabel, terdapat satu item tidak valid pada nomor soal kedua. Karena pada soal nomor dua menunjukkan nilai r hitung lebih kecil daripada nilai r tabel.

Tahapan selanjutnya yaitu tahap uji reliabilitas, pengujian tersebut digunakan untuk menentukan apakah data tersebut reliabel dan terpercaya. Uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha*, hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel x memiliki reliabilitas rendah, sedangkan variabel y memiliki reliabilitas tinggi.

Setelah tahap reliabilitas, selanjutnya adalah melakukan uji normalitas data yang fungsinya agar dapat mengetahui persebaran data dilakukan secara normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan metode Liliefors dengan taraf signifikansi 0,05 menggunakan Microsoft excel. Hasil pengujian menyatakan bahwa data berdistribusi dengan normal karena skor dari kedua variabel signifikansinya lebih dari 0,05.

Tahap pengujian terakhir adalah uji linearitas, terdapat dua variabel untuk melakukan pengujian. Variabel independen nya (x) yaitu media sosial lalu variabel dependen (y) yaitu praktik *sharenting*. Hipotesis dari uji linear tersebut yakni apabila taraf signifikansi kurang dari 0,05 maka disimpulkan bahwa variabel x berpengaruh

terhadap variabel y . Sebaliknya apabila taraf signifikansinya lebih dari 0,05 maka variabel x tidak berpengaruh terhadap variabel y .

Tabel 2. Tabel Hasil Signifikansi

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	19,5257575	19,52575758	8,72690219	0,004667936
Residual	53	118,583333	2,237421384		
Total	54	138,109090			

Dari tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi 0,004 kurang dari alpha 0,05, maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel x dan y .

Tabel 3. Tabel korelasi dan koefisien determinasi

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,37600430
R Square	0,14137923
Adjusted R Square	0,12517884
Standard Error	1,49580125
Observations	55
kategori korelasi	
0,00-0,199	sangat rendah
0,20-0,399	rendah
0,40-0,599	sedang
0,60-0,799	kuat
0,80-1,00	sangat kuat

Dari tabel 3 diketahui nilai Multiple R sebesar 0,376004301 yang artinya nilai korelasi x dan y termasuk rendah. Kemudian nilai Adjusted R Square ialah 0,125178843 yang artinya nilai koefisien determinasi 0,125 atau 12,5%, angka tersebut menunjukkan bahwa x dapat menjelaskan y sebesar 12,5%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial memberi pengaruh 12,5% terhadap praktik *sharenting* di media sosial, sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Faktor lain yang menimbulkan praktik *sharenting* yaitu karena orang tua merasa anak adalah sepenuhnya milik orang tua, privasi anak juga merupakan privasi orang tua. Seperti kasus anak dari artis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, dimana sang anak seringkali dijadikan sebuah konten. Penelitian pernah dilakukan oleh Ketut Ajeng, 2022 mengenai “Eksistensialisme Rafathar dalam Praktik *Sharenting* pada Media Sosial Raffi Ahmad dan Nagita Slavina”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Raffi Ahmad sebagai orang tua dari Rafathar menganggap kegiatan membagikan foto atau video anaknya merupakan suatu hal yang tidak salah dan menganggap privasi anaknya juga privasi miliknya (Sespian, 2022).

Penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa orang masih belum paham tentang apa itu praktik *sharenting*. Pada kuesioner yang disebar, terdapat pertanyaan serupa dengan penelitian tersebut tentang pemahaman praktik *sharenting* pada remaja. Hasilnya menunjukkan dari 55 responden yang menjawab, 56,7% mengetahui dan 43,3% tidak mengetahui apa itu praktik *sharenting*. Hasil yang sama juga menunjukkan bahwa 56,7% atau sekitar 31 remaja mengetahui bahwa membagikan foto atau video pertumbuhan anak secara berlebihan di media sosial termasuk kedalam eksploitasi anak, sedangkan 43,3% atau sekitar 24 dari 55 responden belum mengetahuinya.

Diketahui bahwa *sharenting* menjadi salah satu fenomena yang dapat menyebabkan eksploitasi pada anak di media sosial. Orang tua kerap membagikan konten dalam bentuk foto atau video tentang anak mereka melalui internet dan media sosial. Akan tetapi konten tersebut terkadang merugikan kepentingan anak. Anak memerlukan privasi untuk melindungi mereka dari eksploitasi, manipulasi pihak komersial, pencurian data, pornografi anak, pedofil dan ancaman dari luar lainnya (Permanasari & Sirait, 2021).

Orang tua melakukan praktik *sharenting* di instagram mengenai tumbuh kembang anaknya. Kemudian sang anak ikut menarik perhatian pengikutnya karena kelucuan anak tersebut, sehingga orang tua berinisiatif membuat akun Instagram pribadi untuk anaknya. Apabila jumlah pengikut Instagram anaknya semakin bertambah, mulailah terjadi penawaran untuk mengiklankan sebuah produk di Instagram atau dikenal dengan istilah endorsement. Endorsement merupakan sistem jasa di media sosial untuk mempermudah proses pemasaran suatu produk dengan memanfaatkan jasa para selebgram atau artis di media social (Raynardhy, 2021).

Anak tersebut pun sudah mulai dijuluki artis Instagram atau dikenal dengan istilah selebgram cilik. Profesi selebgram cilik dapat terjadi karena faktor keinginan orang tuanya atau dari diri anaknya sendiri. Namun seharusnya orang tua merasa bahwa anaknya belum cukup pantas untuk menjadi artis walaupun di media sosial. Karena dengan pelabelan anak sebagai selebgram akan berpengaruh kepada tumbuh kembang anak dan hal tersebut dapat menjadikan kasus eksploitasi pada anak. Anak seakan dipekerjakan sebagai objek komersial oleh orang tua untuk mendapatkan hasil berupa keuntungan ekonomi. Anak tidak seharusnya dipekerjakan tetapi mendapatkan pendampingan khusus dari orang tua, agar anak dapat melalui masa perkembangan secara utuh dan sehat. Perkembangan berarti sebuah proses yang

dialami setiap individu, berhubungan dengan kematangan seseorang (Ani & Nurhayati, 2020).

Mengunggah foto atau video anak ke media sosial juga dapat dilatar belakangi karena adanya faktor keinginan untuk dipuji (Adawiah & Rachmawati, 2021). Orang tua bangga memiliki anak yang lucu dan pintar kemudian diunggah di media sosial dan disukai oleh banyak orang sehingga secara tidak sadar hasrat ingin dipuji dan mendapat pengakuan dari khalayak semakin besar. Anak yang menjadi selebgram menjadi kebanggaan tersendiri bagi orang tua. Orang tua menganggap bahwa anak merupakan miliknya dan tidak dapat dipisahkan, sehingga orang tua tidak merasa melakukan eksploitasi anak.

4. KESIMPULAN

Perkembangan media internet memang tidak dapat dihindari oleh masyarakat, untuk itu perlu adanya batasan dalam penggunaan media sosial agar tidak menimbulkan dampak yang negatif. Fenomena praktik *sharenting* yang dilakukan oleh selebgram atau artis mengakibatkan anak ikut menjadi pusat perhatian. Bermodalkan kelucuan dan kecerdasan sang anak membuat para orang tua mengunggah foto atau video anaknya di Instagram. Tidak hanya selebgram atau artis saja yang terlibat dalam praktik *sharenting*, ibu rumah tangga biasa juga dapat ikut terlibat dalam praktik *sharenting*. Praktik *sharenting* dapat terjadi karena mudahnya akses penggunaan media sosial. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa media sosial berpengaruh terhadap berkembangnya praktik *sharenting* yang dilakukan para orang tua di media sosial terutama Instagram. Orang tua melakukan praktek *sharenting* karena menganggap perilaku mengunggah foto atau video anak di media sosial bukan merupakan suatu hal yang salah. Karena masih ada yang belum paham tentang apa itu praktik *sharenting* dan juga menganggap anak adalah milik orang tua. Praktik *sharenting* juga dapat terjadi karena kurangnya literasi digital. Orang tua dan anak harus meningkatkan literasi media agar dampak negatif dari media sosial dapat diminimalisir. Apabila praktik *sharenting* sudah menjurus kepada tindakan eksploitasi pada anak, maka anaklah yang nantinya akan merasa dirugikan. Ketika anak sudah mulai memahami dan bertambah dewasa namun jejak digital orang tuanya masih ada, anak akan merasa tidak nyaman dan merasa sudah kehilangan privasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, L. R., & Rachmawati, Y. (2021). Parenting Program To Protect Children ' S Privacy: The Phenomenon Of Sharenting Children On Social Media. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 15(1).
- Ani, S. D., & Nurhayati, T. (2020). Pengaruh Bullying Verbal Di Lingkungan Sekolah Terhadap Perkembangan Perilaku Siswa. *Edueksos: Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 5(3), 248–253.
- Dwiarsianti, A. (2022). Sharenting Dan Privasi Anak: Studi Netnografi Pada Unggahan

- Instagram Dengan Tagar #Anakku. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.24815/jkg.V11i1.24803>
- Fauziah, R., Syahas, A. N. R., Lubis, M. S., & Silitonga, M. (2021). Ibu Milenial Dan Sharenting Lifestyle Di Ibu Kota. *Jurnal Kajian Psikologi Dan Konseling*, 18(1), 888–897.
- Karman. (2014). Media Sosial: Antara Kebebasan Dan Eksploitasi Social Media : Between Freedom And Exploitation. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 75–88.
- Kurniari, P. I., Yoanita, D., & Tjahyana, L. J. (2021). Analisis Isi Aktivitas Sharenting Yang Dilakukan Oleh Single Mothers Di Instagram Pendahuluan. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 1–12.
- Permanasari, A., & Sirait, Y. H. (2021). Perlindungan Hak Privasi Anak Atas Pelanggaran Sharenting Oleh Orang Tua Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 7(2), 1024–1040.
- Prihatiningsih, W. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*. (April), 51–65.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Raynardhy, A. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Anak Sebagai Korban Eksploitasi Ekonomi Melalui Jasa Dukungan (Endorsement) Di Media Sosial. *Jurist-Diction*, 4(4), 1305. <https://doi.org/10.20473/jd.V4i4.28440>
- Sespiani, K. A. (2022). Eksistensialisme Rafathar Dalam Praktik Sharenting Pada Media Sosial Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 50–60. <https://doi.org/10.51544/jlmk.V6i1.2315>
- Siregar, F. A. (2022). *Eksploitasi Anak Di Ruang Media ; Sebuah Tinjauan Hukum*. 9(1), 215–230. <https://doi.org/10.32505/qadha.v9i1.4060>