UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Menjadi Ayah di Era Digital: Citra Diri Ayah Milenial melalui Konten Sharenting di Media Sosial (Analisis konten sharenting dalam menciptakan citra diri ayah di Media Sosial Tiktok)
Fadla Nasifah Huda, Dr. Dian Arymami, S.IP, M.Hum
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pembentukan citra diri ayah milenial melalui praktik sharenting di media sosial TikTok pada akun @abeabeabe, @bababubuarra, dan @lanarinaldy. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis wacana multimodal, penelitian ini mengkaji bagaimana identitas keayahan dikonstruksi secara visual, verbal, audio, dan gestural dalam ruang digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran paradigma peran ayah konvensional menuju involved fatherhood yang partisipatif dan peka emosional. Berdasarkan teori representasi diri dan pengelolaan kesan (impression management) Erving Goffman, unggahan konten TikTok diposisikan sebagai front stage digital tempat para ayah menampilkan aspek keayahan yang terkurasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra diri ayah milenial dibentuk melalui keterlibatan aktif dalam pengasuhan dan aktivitas domestik, seperti memasak, mendampingi belajar, dan berinteraksi secara afektif. Penggunaan personal front, pengaturan setting, serta interaksi yang hangat didekonstruksi untuk mendobrak stereotip maskulinitas tradisional dan melegitimasi wacana affectionate masculinity. Praktik sharenting ini tidak hanya menjadi dokumentasi keluarga, tetapi juga bentuk pengelolaan impresi yang terstruktur untuk merepresentasikan identitas ayah modern di ruang publik digital.

Keywords: Citra diri, ayah milenial, TikTok, sharenting, analisis multimodal, representasi diri

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Menjadi Ayah di Era Digital: Citra Diri Ayah Milenial melalui Konten Sharenting di Media Sosial (Analisis konten sharenting dalam menciptakan citra diri ayah di Media Sosial Tiktok)
Fadla Nasifah Huda, Dr. Dian Arymami, S.IP, M.Hum
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrac

This study analyzes the construction of millennial fathers' self-images through sharenting practices on the social media platform TikTok, specifically on the accounts @abeabeabe, @bababubuarra, and @lanarinaldy. Using a qualitative approach with multimodal discourse analysis, this study examines how fatherhood identity is constructed visually, verbally, aurally, and through gestures in the digital space. This study is motivated by the paradigm shift from the conventional role of the father toward "involved fatherhood," which is participatory and emotionally attuned. Drawing on Erving Goffman's theories of self-representation and impression management, TikTok posts are positioned as a digital "front stage" where fathers present curated aspects of fatherhood. The results show that the self-image of millennial fathers is shaped through active involvement in childcare and domestic activities, such as cooking, helping with homework, and engaging in affective interactions. The use of a "personal front," the arrangement of settings, and warm interactions are deconstructed to challenge traditional stereotypes of masculinity and legitimize the discourse of "affectionate masculinity." This practice of "sharenting" serves not only as family documentation but also as a structured form of impression management designed to represent the identity of the modern father in the digital public sphere.

Keywords: *Self-image, millennial fathers, TikTok, sharenting, multimodal analysis, personal branding*.