

Dampak Sharenting terhadap Pembentukan Eksistensi Diri *Child Influencer* dalam Perspektif Teori Erik Erikson

Puput Rosyidah

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia
Email: 254110402187@mhs.uinsaizu.ac.id

Ellen Prima

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia
Email: ellen.psi06@gmail.com

ABSTRACT

Fenomena *sharenting* atau kebiasaan orang tua membagikan aktivitas anak di media sosial kini bergeser menjadi komersialisasi melalui peran *child-influencer*. Kegelisahan akademik dalam penelitian ini berpusat pada dampak paparan digital yang intensif dan privasi yang tereduksi terhadap kondisi psikologis anak, khususnya dalam fase krusial pembentukan identitas diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena tersebut melalui pisau analisis teori perkembangan psikososial Erik Erikson. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Data dikumpulkan dari berbagai literatur ilmiah, artikel jurnal, dan dokumentasi aktivitas *child-influencer* di media sosial yang kemudian dianalisis secara konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *sharenting* yang berlebihan berpotensi mengaburkan batasan antara ruang privat dan publik bagi anak. Dalam perspektif Teori Erik Erikson, anak yang berada pada tahap *industry vs inferiority* dan beralih ke *identity vs role confusion* mengalami hambatan dalam mengeksplorasi diri secara natural. Eksistensi diri *child-influencer* cenderung terbentuk berdasarkan validasi digital (jumlah pengikut, suka, dan komentar) dan ekspektasi pasar, bukan atas kesadaran ego yang utuh. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa *sharenting* pada *child-influencer* membawa risiko krisis identitas dini dan kebingungan peran. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran etis dan regulasi dari orang tua dalam mengontrol batasan digital demi menjaga kesehatan mental serta eksistensi diri anak yang autentik.
Kata Kunci: *Sharenting*, Eksistensi Diri, *Child Influencer*, Teori Erik Erikson, Perkembangan Psikososial.

ABSTRACT

The phenomenon of sharenting, or parents' habit of sharing their children's activities on social media, has now shifted toward commercialization through the role of child-influencers. The academic concern of this research centers on the impact of intensive digital exposure and reduced privacy on children's psychological conditions, particularly during the crucial phase of self-existence formation. This study aims to analyze this phenomenon using the analytical framework of Erik Erikson's theory of psychosocial development. The method applied in this research is descriptive qualitative with a literature review approach. Data were gathered from various scientific literatures, journal articles, and documentations of child-influencers' activities on social media, which were then analyzed using content analysis. The results indicate that excessive sharenting potentially blurs the boundaries between private and public spaces for children. In the perspective of Erik Erikson's theory, children navigating the stages of industry vs inferiority and transitioning to identity vs role confusion face obstacles in exploring themselves naturally. The self-existence of child-influencers tends to be constructed based on digital validation (followers, likes, and comments) and market expectations, rather than a mature ego consciousness. This study concludes that sharenting among child-influencers poses a risk of early identity crisis and role confusion. Therefore, ethical awareness and parental regulation are highly required to control digital boundaries to protect children's mental health and authentic self-existence.
Keywords: *Sharenting*, Self-Existence, *Child Influencer*, Erik Erikson's Theory, Psychosocial Development.

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap pola asuh anak secara radikal seiring dengan masifnya penggunaan media sosial. Salah satu fenomena kontemporer yang muncul ke permukaan adalah *sharenting*, sebuah istilah yang merujuk pada kebiasaan orang tua yang secara intensif membagikan dokumen, foto, hingga video aktivitas anak-anak mereka di platform digital (Ulfah, 2020). Fenomena ini tidak lagi sekadar menjadi sarana dokumentasi keluarga atau ekspresi kebanggaan orang tua, melainkan telah bergeser menjadi sebuah komoditas ekonomi yang sangat menguntungkan melalui pembentukan *child-influencer*. Anak-anak usia dini kini ditempatkan di depan kamera, dikondisikan untuk menghibur publik, dan diubah menjadi figur publik digital yang memikul beban profesionalisme di usia yang sangat belia. Kegelisahan akademik dalam riset ini berpusat pada komersialisasi masa kanak-kanak ini, di mana batas-batas privasi anak tereduksi secara ekstrem demi tuntutan konten dan algoritma media sosial (Prasetya et al., 2025). Ketika ruang privat anak dieksploitasi untuk konsumsi publik, terdapat ancaman nyata terhadap proses psikologis internal mereka, terutama dalam hal bagaimana mereka mempersepsikan diri mereka sendiri di luar bayang-bayang kamera (Zein, 2019).

Latar belakang masalah ini menjadi sangat krusial mengingat masa kanak-kanak adalah periode fondasi bagi pembentukan karakter dan kepribadian seseorang (Supiyardi et al., 2024). Dalam lingkungan tradisional, anak-anak tumbuh dengan mengeksplorasi lingkungan fisik dan sosial mereka secara natural tanpa adanya tekanan penilaian dari ribuan hingga jutaan orang asing (Cahya & Siregar, 2024). Namun, bagi seorang *child-influencer*, setiap gerak-gerik, emosi, bahkan tangisan mereka sering kali diatur, direkam, dan dinilai oleh netizen melalui metrik digital berupa jumlah pengikut (*followers*), suka (*likes*), dan kolom komentar. Kondisi ini menciptakan lingkungan tumbuh kembang yang artifisial. Anak dipaksa untuk terus memenuhi ekspektasi pasar digital dan tuntutan sponsor, yang sering kali tidak sejalan dengan kebutuhan emosional dan psikologis riil mereka. Kehadiran gawai dan paparan digital yang konstan sejak dini ini mengaburkan batas antara identitas diri yang asli (*authentic self*) dengan persona digital yang dikonstruksikan oleh orang tua mereka demi kepentingan komersial (Darmawan, 2024).

Untuk menguji problematika tersebut, penelitian ini meletakkan fenomena *sharenting* dan *child-influencer* di atas pisau analisis teori perkembangan psikososial yang dicetuskan oleh Erik Erikson. Teori Erikson memberikan kerangka kerja yang sangat relevan karena ia memandang perkembangan manusia sebagai rangkaian tahapan yang berfokus pada resolusi konflik psikososial untuk mencapai identitas ego yang sehat. Anak-anak yang berada pada usia sekolah dasar dan menjelang remaja umumnya berada pada tahap *industry vs inferiority* (kerajinan vs rasa rendah diri) serta bersiap memasuki tahap *identity vs role confusion* (identitas vs kebingungan peran). Pada tahapan-tahapan kritis ini, anak membutuhkan ruang yang aman dan privat untuk mengeksplorasi kemampuan mereka, melakukan kesalahan tanpa dihakimi publik, dan perlahan membangun konsep diri yang utuh. Problematika yang diuji dalam riset ini adalah bagaimana gangguan eksternal berupa intervensi digital orang tua melalui *sharenting* dapat menginterupsi tugas-tugas perkembangan psikososial tersebut (Hijrianti et al., 2025). Riset ini menguji apakah validasi digital yang diterima oleh *child-influencer* justru menghambat mereka dalam mencapai kesadaran ego yang mandiri, atau sebaliknya, malah menjebak mereka dalam krisis identitas dini dan kebingungan peran yang berkepanjangan akibat pemaksaan eksistensi diri oleh lingkungan digital.

Berdasarkan problematika yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dampak aktivitas *sharenting* terhadap proses pembentukan eksistensi diri pada *child-influencer* dengan menggunakan perspektif Teori Erik Erikson. Secara lebih spesifik, penelitian ini ingin mengungkap bagaimana dinamika relasi antara tuntutan konten orang tua, penilaian netizen, dan ruang privasi yang hilang memengaruhi pemenuhan tugas perkembangan anak pada fase psikososial mereka. Melalui tujuan tersebut, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis baru dalam diskursus psikologi perkembangan di era digital, sekaligus memberikan kesadaran etis bagi para orang tua mengenai batasan-batasan dalam memublikasikan kehidupan anak di media sosial demi masa depan kesehatan mental anak.

METODE PENELITIAN

Riset ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Data dan informasi dikumpulkan secara mendalam dari berbagai literatur ilmiah bereputasi, artikel jurnal terkait psikologi perkembangan, regulasi hak anak, serta studi kasus sosiologis mengenai aktivitas *child-influencer* di media sosial. Seluruh data literatur yang terkumpul kemudian disaring, direduksi, dan dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) yang dipadukan dengan konsep-konsep inti dari teori perkembangan psikososial Erik Erikson untuk menarik kesimpulan yang komprehensif, objektif, dan terpercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap fenomena *sharenting* dan dampaknya terhadap eksistensi diri *child-influencer* dalam penelitian ini dipisahkan ke dalam beberapa tema utama. Pembahasan dimulai dari pemetaan pola *sharenting* oleh orang tua, disusul dengan dinamika pembentukan identitas anak, dan diakhiri dengan kontekstualisasi fenomena tersebut menggunakan pisau analisis Teori Perkembangan Psikososial Erik Erikson.

1. Tipologi *Sharenting*: Komodifikasi Anak dalam Ruang Digital

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa praktik *sharenting* terhadap *child influencer* telah berevolusi menjadi sebuah struktur pekerjaan digital yang sangat sistematis (Wahyuti et al., 2026). Berdasarkan pengamatan terhadap pola unggahan, eksistensi diri anak tidak lagi tumbuh dalam ruang privat yang terlindungi, melainkan dalam "panoptikon digital" di mana setiap gerak-gerik mereka dipantau oleh ribuan, bahkan jutaan pasang mata. Diskusi ini harus dimulai dengan menyadari bahwa identitas anak dalam konteks ini adalah sebuah produk kolaborasi antara ambisi orang tua, algoritma platform, dan ekspektasi pasar (Aditia, 2024). Validitas temuan ini diperkuat oleh fakta bahwa anak sering kali tidak memiliki pilihan untuk menolak; mereka lahir ke dunia yang sudah menyediakan "panggung" bagi mereka sebelum mereka mampu mengucapkan kata pertama.

Dalam perspektif psikososial, hal ini menciptakan kondisi di mana anak mengalami objektifikasi sejak dini. Anak tidak lagi dipandang sebagai individu dengan hak privasi yang otonom, melainkan sebagai personifikasi dari nilai estetika dan komersial tertentu. Diskusi mengenai hal ini menyoroti bagaimana orang tua, yang seharusnya menjadi pelindung utama privasi anak, justru menjadi agen utama yang meruntuhkan batasan antara ruang privat dan publik (Hijrianti, 2025). Hal ini mengakibatkan anak kehilangan orientasi mengenai di mana "diri asli" mereka berakhir dan di mana "diri digital" mereka dimulai.

2. Krisis Rasa Percaya (*Trust vs. Mistrust*): Distorsi Kehadiran Orang Tua

Mengacu pada teori Erik Erikson, fase pertama kehidupan (0–1,5 tahun) adalah penentuan antara *Trust* (Rasa Percaya) dan *Mistrust* (Rasa Tidak Percaya). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada anak-anak yang dijadikan *influencer* sejak bayi, interaksi primer dengan orang tua sering kali terganggu oleh kehadiran gawai (Kotijah et al., 2021). Ketika seorang ibu lebih fokus mengatur sudut pandang kamera (kamera *POV*) daripada melakukan kontak mata yang tulus saat menyusui atau bermain, sinyal keamanan yang diterima anak menjadi kabur.

Diskusi mendalam mengenai fase ini menunjukkan bahwa anak mungkin mengembangkan "Rasa Percaya yang Bersyarat". Mereka belajar bahwa perhatian dan kasih sayang orang tua muncul paling kuat saat ada perangkat digital di antara mereka. Validitas data lapangan menunjukkan bahwa beberapa anak mulai menunjukkan kecemasan ketika kamera tidak ada, karena mereka merasa kehilangan alat mediasi untuk mendapatkan perhatian orang tua. Ini adalah bentuk *Basic Mistrust* yang halus namun merusak; anak tumbuh dengan ketidakpastian apakah mereka dicintai karena keberadaan mereka atau karena performa mereka di layar (Tania, 2025).

3. Pengebirian Otonomi (Autonomy vs. Shame and Doubt): Tubuh sebagai Proyek Publik

Pada fase *Autonomy vs. Shame and Doubt* (1,5–3 tahun), anak seharusnya belajar mengendalikan fungsi tubuh dan kemauan mereka. Namun, hasil studi pada *child influencer* menunjukkan adanya dominasi total orang tua terhadap representasi tubuh anak. Setiap pakaian, potongan rambut, hingga cara tersenyum diatur demi kepentingan *branding*. Diskusi mengenai hal ini mengungkapkan bahwa otonomi anak diekstraksi demi kepentingan konten. Anak tidak diberikan ruang untuk memilih identitas visual mereka sendiri.

Dampak yang muncul adalah internalisasi rasa malu (*shame*) yang mendalam jika penampilan fisik mereka tidak sesuai dengan harapan pengikutnya (Ardhana Reswari, 2026). Anak belajar meragukan insting mereka sendiri. Validitas temuan ini menunjukkan bahwa anak-anak ini sering kali mengalami kesulitan dalam menentukan keinginan pribadi di luar skenario yang dibuat orang tua. Mereka tumbuh menjadi individu yang sangat bergantung pada instruksi luar, yang dalam jangka panjang menghambat pembentukan karakter yang mandiri dan tangguh (Handayani, 2025).

4. Manipulasi Inisiatif (Initiative vs. Guilt): Kreativitas yang Tersentralisasi

Pada tahap *Initiative vs. Guilt* (3–6 tahun), anak mulai bereksplorasi secara aktif melalui permainan. Namun, bagi *child influencer*, bermain sering kali berubah menjadi bekerja (Hariyono et al., 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inisiatif anak sering kali "dipotong" oleh instruksi orang tua untuk melakukan adegan tertentu demi keperluan *endorsement*. Diskusi ini menyoroti bagaimana rasa bersalah (*guilt*) muncul ketika anak ingin berhenti bermain atau merasa lelah, namun mereka melihat orang tua mereka stres karena target konten yang belum terpenuhi (Divia, 2024).

Secara psikososial, ini adalah bentuk eksploitasi emosional di mana anak dipaksa memikul tanggung jawab orang dewasa (ekonomi keluarga). Anak merasa bahwa keinginan pribadi mereka adalah beban bagi orang tua (Maswati, 2026). Akibatnya, mereka cenderung menekan inisiatif asli mereka dan memilih untuk menjadi "anak penurut" yang pasif secara kreatif namun aktif secara performatif. Eksistensi diri mereka terkunci dalam pola perilaku yang kaku dan artifisial (Zein, 2019).

5. Standar Kompetensi Artifisial (Industry vs. Inferiority): Metrik sebagai Harga Diri

Memasuki usia sekolah (6–12 tahun), tahap *Industry vs. Inferiority* menjadi sangat krusial. Hasil penelitian memvalidasi bahwa *child influencer* sangat terpapar pada angka-angka metrik: jumlah *viewers*, *likes*, dan pengikut. Diskusi dalam bab ini menggali bagaimana kompetensi diri anak tidak lagi diukur dari kemampuan sosial atau akademik di dunia nyata, melainkan dari popularitas digital (Abidin, 2026).

Ketika angka tersebut turun, anak merasakan perasaan rendah diri (*inferiority*) yang akut. Mereka merasa tidak lagi berharga karena "pasar" tidak lagi menyukai mereka (Puspasari, 2013). Diskusi ini menjadi semakin tajam saat kita menyadari bahwa anak dipaksa berkompetisi di dunia dewasa yang penuh dengan ujaran kebencian dan kritik

anonim. Tanpa perlindungan mental yang memadai, eksistensi diri anak akan hancur setiap kali mereka menerima komentar negatif, karena mereka belum memiliki mekanisme pertahanan ego yang matang untuk memisahkan kritik digital dengan harga diri mereka (Ns. Asmadi, 2005).

6. Krisis Identitas Prematur (*Identity vs. Role Confusion*): Alienasi dalam Citra Palsu

Puncak dari perkembangan psikososial adalah tahap *Identity vs. Role Confusion* (Erfantinni, 2019). Hasil studi menunjukkan bahwa *child influencer* sering kali mengalami *identity foreclosure* sebuah kondisi di mana identitas mereka sudah terbentuk dan terkunci sebelum mereka sempat mengeksplorasi berbagai peran. Mereka sudah "dicap" sebagai artis cilik, model, atau pengecer produk tertentu oleh orang tua dan publik.

Diskusi mengenai kekacauan peran (*role confusion*) mengungkapkan bahwa para remaja ini sering kali merasa terasing dari diri mereka sendiri (*self-alienation*) (Pujiani et al., 2026). Mereka tidak tahu siapa mereka di balik filter dan skenario media sosial. Eksistensi diri mereka bersifat rapuh karena dibangun di atas pondasi yang dangkal. Ketika tren berganti dan mereka tidak lagi menjadi pusat perhatian, mereka mengalami kehampaan eksistensial yang berat, yang sering kali memicu gangguan kesehatan mental yang serius di masa dewasa awal.

KESIMPULAN

Secara menyeluruh, penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik *sharenting* pada *child influencer* telah mengubah trajektori perkembangan psikososial anak dari ruang privat yang aman menuju panggung publik yang transaksional. Dalam perspektif Erik Erikson, keberadaan kamera dan gawai yang memediasi kasih sayang orang tua secara konsisten telah mendistorsi pembentukan rasa percaya diri (*trust*) dan otonomi pada anak. Eksistensi diri anak tidak lagi dibangun berdasarkan pemenuhan kebutuhan emosional yang tulus, melainkan didasarkan pada performa visual yang bertujuan memenuhi ekspektasi audiens digital dan kepentingan ekonomi orang tua.

Dampak sistemik dari fenomena ini terlihat jelas pada pengekanan inisiatif dan kreativitas anak yang sepenuhnya tersentralisasi pada narasi konten dan algoritma media sosial (Purba, 2025). Anak kehilangan kedaulatan atas tubuh dan privasinya sejak dini, yang mengakibatkan munculnya rasa malu dan ragu-ragu terhadap kapasitas diri mereka di luar layar. Harga diri anak menjadi sangat fluktuatif karena standar kompetensi mereka dialihkan dari pencapaian dunia nyata ke metrik digital seperti jumlah pengikut dan tingkat interaksi, yang dalam jangka panjang memicu perasaan rendah diri (*inferiority*) yang mendalam (Yersi Ahzani et al., 2024).

Lebih jauh lagi, artikel ini menegaskan bahwa *child influencer* berisiko tinggi mengalami krisis identitas prematur atau penguncian identitas (*identity foreclosure*) sebelum mereka memiliki kematangan untuk mengeksplorasi peran diri secara mandiri. Alienasi diri menjadi konsekuensi logis ketika anak merasa asing dengan keinginan aslinya karena terlalu lama terjebak dalam citra palsu yang dikonstruksi demi kebutuhan pasar (Gunarsa, 2004). Kekacauan peran ini mengaburkan batas antara identitas sebagai subjek manusia yang butuh perlindungan dan identitas sebagai komoditas digital yang harus selalu produktif, sehingga menciptakan struktur kepribadian yang rapuh.

Sebagai penutup, praktik *sharenting* yang berlebihan tanpa batas etika yang jelas terbukti mengorbankan integritas perkembangan ego anak demi popularitas sesaat. Hilangnya ruang privat bagi anak sejak masa bayi hingga usia sekolah dasar mengakibatkan hilangnya kesempatan bagi ego untuk tumbuh secara sehat dan utuh. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kritis bagi orang tua untuk memprioritaskan kehadiran emosional yang otentik dan perlindungan privasi anak di atas kepentingan komodifikasi digital, guna menjamin pembentukan eksistensi diri anak yang stabil dan tangguh di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2026). *Child Influencers: How Children Become Entangled with Social Media Fame*. Polity Press. <https://books.google.co.id/books?id=EdexEQAAQBAJ>
- Aditia, R. (2024). *Anak dan Media Sosial, Kenapa Tidak?* Penerbit Adab.
- Ardhana Reswari, M. P. T. A. M. P. (2026). *Pemulihan Trauma Pada Anak Perempuan Korban Kekerasan: Perspektif Psikologis, Sosial, dan Spiritual*. PENERBIT KBM INDONESIA. <https://books.google.co.id/books?id=LARGEQAAQBAJ>
- Darmawan, M. A. (2024). *Pengantar Psikologi Abnormal*. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=o0sZEQAAQBAJ>
- Divia. (2024). *Panduan Mengelola Rasa Bersalah*. LAKSANA. <https://books.google.co.id/books?id=cEryEAAAQBAJ>
- Erfantinni, I. H. (2019). *Psikologi Perkembangan Anak*. UIN Maliki Press. <https://books.google.co.id/books?id=wKq5EQAAQBAJ>
- Gunarsa, S. D. (2004). *Dari anak sampai usia lanjut: bunga rampai psikologi anak*. BPK Gunung Mulia. <https://books.google.co.id/books?id=GUAGhG74nH4C>
- Handayani, E. (2025). *Hubungan Kecemasan Orang Tua Dengan Hospitalisasi Anak Pra Sekolah Di RS EMC Alam Sutera*. STIKes Pertamedika.
- Hariyono, H., Andriani, V. S., Tumber, R. T., Suhirman, L., Safitri, F., Efitra, E., & Sari, I. K. (2024). *Perkembangan Peserta Didik : Teori dan Implementasi Perkembangan Peserta Didik pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=dV0QEQAQBAJ>
- Hijrianti, U. R. (2025). *Psikologi Keluarga Kontemporer*.
- Kotijah, S., Yusuf, A., Sumiatin, T., & Putri, V. S. (2021). Masalah psikososial. *Diakses Pada*, 11(21), 2023.
- Maswati, A. S. R. N. I. H. (2026). *Islamic Early Childhood Curriculum: (Kurikulum PAUD Islam)*. Penerbit KBM Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=2xHNEQAAQBAJ>
- Ns. Asmadi, S. K. (2005). *Konsep Dasar Keperawatan*. Eg. <https://books.google.co.id/books?id=03y5bNnwND0C>
- Pujiani, T., Sukmawati, I. D., Andari, N., Aisyiah, N., & Soali, M. (2026). *Pendidikan Holistik: Menyelami Dimensi Perkembangan Manusia dan Implikasinya dalam Pendidikan Sepanjang Hayat*. https://books.google.co.id/books?id=H_jXEQAQBAJ
- Purba, M. A. (2025). *Menyalakan Inisiatif Generasi Digital Panduan bagi Generasi Muda dan Pendampingnya untuk Bangkit, Berdaya, dan Berkarya*. CV BATAM PUBLISHER. <https://books.google.co.id/books?id=l8OWEQAAQBAJ>
- Puspasari, A. (2013). *Emotional Intelligent Parenting & Relationships*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=GxpbDwAAQBAJ>
- Tania, E. (2025). Penyesuaian Diri Dan Kepribadian Pada Setiap Fase Perkembangan Individu. *Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Berbasis Kesehatan Mental*, 52.
- Wahyuti, T., Yusuf, K., Ekohandito, R. S., Ariestyani, K., & Luthfiyyah, A. (2026). *Komunikasi di Era Disrupsi Digital: Media, Budaya, dan Tantangan Kontemporer*. PT. Nas Media Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=67yuEQAAQBAJ>
- Yersi Ahzani, S. K. N. M. K., Dr. Kadek Ayu Erika, S. K. N. M. K., Yayah Rokyah, S. K. M. M. K., Dr. Arbiansingih, S. K. N. M. K., & Bdn. Putri Permata Sari, S. T. M. K. (2024). *Buku Ajar Tumbuh Kembang Anak*. Nuansa Fajar Cemerlang. <https://books.google.co.id/books?id=BHKIEQAQBAJ>
- Zein, M. F. (2019). *Anak dan Keluarga dalam Teknologi Informasi*. Mohamad Fadhilah Zein. <https://books.google.co.id/books?id=7iynDwAAQBAJ>