

## PENERIMAAN DAN PEMBERDAYAAN DIRI IBU MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Aen Istianah Afiati<sup>1)</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Bina Sarana Informatika

---

### Correspondence

---

Email: [aen.iaa@bsi.ac.id](mailto:aen.iaa@bsi.ac.id)

No. Telp:

Submitted: 26 Januari 2024

Accepted: 6 Februari 2024

Published: 7 Februari 2024

---

### ABSTRAK

Peran ibu selalu identik dan dinarasikan sebagai penanggung jawab serta pengasuh utama dalam sebuah keluarga. Identitas ibu saat ini juga tidak lepas dari bayang-bayang konstruksi peran ibu yang direpresentasikan di media sosial. Pada beberapa studi sebelumnya, kehadiran media sosial kerap kali melahirkan perbandingan pada ibu, yang kemudian tidak sedikit di antaranya menimbulkan kecemasan dan ekspektasi tertentu. Di sisi lain, media sosial juga dapat digunakan sebagai medium pemberdayaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi media sosial para ibu untuk membantu mereka memperoleh penerimaan diri dan pemberdayaan diri. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan lima orang ibu yang tinggal di Indonesia dan menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa potensi membandingkan diri dengan apa yang ditampilkan pada unggahan-unggahan di media sosial mengenai peran ibu selalu ada. Namun kemunculan warganet yang mengutarakan realita serta memberikan dukungan satu sama lain dianggap berarti oleh para ibu dan membuat mereka bisa lebih mudah melakukan penerimaan diri. Melalui media sosial, peran ibu juga berkembang. Narasi-narasi seperti pembagian urusan domestik dengan pasangan, kesehatan mental ibu, serta dorongan bagi ibu untuk memiliki kemandirian finansial mulai digaungkan melalui media sosial. Hal-hal tersebutlah yang kemudian membuat para ibu merasa lebih berdaya dalam melaksanakan perannya.

**Kata kunci:** penerimaan diri, penggunaan media sosial, peran ibu.

### ABSTRACT

*The role of the mother is always identical and is narrated as the person in charge and main caregiver in a family. The current mother's identity cannot be separated from the shadow of the construction of 'mother' as represented on social media. In several previous studies, the presence of social media often gave rise to comparisons with mothers, which in turn gave rise to certain anxieties and expectations. On the other hand, social media also can be used for empowering people, including mothers. This research aims to find out the social media consumption patterns of mothers to help them gain self-acceptance and self-empowerment. The method used is descriptive with a qualitative approach with primary and secondary data. Primary data was obtained from in-depth interviews with five mothers who live in Indonesia and use social media in their daily lives. The results of the research show that the potential for comparing oneself with what is shown in posts on social media regarding the role of mother is always there. However, the emergence of netizens who express the reality and provide support for each other is considered meaningful by mothers and makes it easier for them to accept themselves. Through social media, the role of mothers is also evolving. Narratives such as sharing domestic matters with partners, mothers' mental health, and encouragement for mothers to have financial independence are starting to be echoed through social media. These things then make mothers feel more empowered in carrying out their roles.*

**Keywords:** self-acceptance, social media usage, motherhood.

**LATAR BELAKANG**

Peran ibu merupakan sebuah peran yang dikonstruksi secara sosial selalu bersinggungan dengan pengasuhan keluarga, dan ini terus digambarkan sebagai narasi dominan di masyarakat (Vandenberg-Daves, 2014). Seiring dengan kemajuan teknologi dan pergeseran struktur dan norma masyarakat, tantangan serta peran ibu perlahan pun turut berevolusi. Sebagai sosok yang memiliki peranan penting dalam rumah dan keluarga, ibu perlu membekali diri dengan ragam informasi guna memasuki sebuah fase hidup di era yang baru dan berbeda ini, termasuk dari sumber-sumber digital.

Teknologi digital dan *platform* daring yang telah merambah di hampir setiap dimensi kehidupan kita, menjadikan media sosial sebagai sesuatu yang mampu mengubah cara para ibu belajar, terhubung, menjadi orang tua, dan menampilkan diri mereka kepada dunia (Amugune, 2023). Sebanyak 55,4% ibu milenial Indonesia cenderung menyukai internet, khususnya media sosial sebagai sumber informasi mengenai parenting (Setyastuti, 2019). Per 2021, tercatat aktivitas ruang digital tertinggi ibu-ibu Indonesia adalah mengakses media sosial, yaitu dengan rata-rata durasi tiga jam sehari (Katadata, 2021). Sebanyak 71% dari responden menyatakan mereka mengakses internet saat beristirahat dari pekerjaan kantor atau aktivitas rumah tangga. Dengan presentase tersebut, isu peran ibu dalam konsumsi media digital serta tantangannya menjadi hal yang tidak dapat terelakkan lagi.

Menurut Rajeev (2015), media sosial memengaruhi kehidupan bermasyarakat dalam membuka kemungkinan bagi individu untuk membuat pandangan dan kehidupan mereka menjadi publik. Media sosial kini telah mengubah cara transmisi pesan serta pola pembentukan realitas dan identitas. Saat ini, siapapun dapat membagikan dan mengkonsumsi informasi dan pesan melalui berbagai *platform* media sosial. Di media sosial, siapapun dapat memiliki persona dan identitas yang ditampilkan kepada publik. Selama ini, ibu memiliki identitas di kehidupan nyata, dan secara bersamaan dibayang-bayangi oleh bagaimana identitas tersebut direpresentasikan melalui media sosial. Para ibu di kehidupan nyata seringkali berupaya menjadi ibu dengan cara yang dianggap paling ideal oleh kelompok dominan. Apa yang dianggap sesuai oleh kelompok dominan di masyarakat sangat bergantung pada representasi peran sebagai ibu di media (Devereux dalam Bauer, 2023).

Di sisi lain, media sosial juga dapat menjadi medium yang mencerahkan dan berdampak bagi hidup individu, terlebih dari menggunakan serta mengkonsumsi konten-konten bermuatan positif. Misalnya para pengikut yang mulai terbentuk penerimaan dirinya (Hisana & Yulianti, 2022) hingga pemberdayaan diri bagi para perempuan (Vardhan, 2017). Lebih spesifik dalam topik *motherhood*, Lopez (2022) mengemukakan dalam studinya bahwa komunitas digital bagi para ibu mampu menaikkan kesadaran terhadap pentingnya kualitas hidup ibu bekerja. Artinya, potensi untuk menerima diri dan memiliki rasa berdaya melalui konsumsi konten digital sangat terbuka.

**TINJAUAN PUSTAKA**

Peran ibu yang krusial di tiap-tiap keluarga, tentunya membutuhkan pengetahuan serta *support system* yang kuat. Selain orang terdekat, media sosial juga menjadi salah satu rujukan yang digunakan para ibu. Dalam studi beberapa tahun terakhir, Setyastuti (et.al, 2019) menjumpai di Indonesia, sebanyak 55,4% ibu milenial di Indonesia menjadikan media sosial sebagai sumber informasi mengenai *parenting* mereka. Mencari informasi dimaknai sebagai upaya memperoleh informasi secara disengaja dari saluran yang dipilih (Johnson et. al dalam Setyastuti, 2019). Di media sosial, terdapat begitu banyak konten yang berasal dari sesama pengguna (*user generated contents*), sehingga mereka bisa berbagi satu sama lain mengenai topik yang dikuasai, atau mencari

topik yang dikehendaki. Hal ini sejalan dengan *uses and gratifications*, di mana asumsi utama teori ini adalah individu mencari media untuk memenuhi kebutuhan yang kemudian menghasilkan kepuasan maksimal (Whiting & Williams, 2013).

Penelitian Gibson dan Hanson (2013) menemukan poin penting dalam dunia ibu baru di ranah digital. Pertama, ibu berupaya meningkatkan kepercayaan diri sebagai ibu melalui membekali diri dengan ragam informasi atau saran, mencari komunitas baru, serta belajar mengenai teknologi dalam *parenting*. Kedua, ibu juga dapat membangun identitas dirinya serta terhubung dengan dunia melalui media sosial. Meski demikian, ada beragam hal yang mungkin didapatkan ibu dalam prosesnya mengakses dan berinteraksi di media sosial, termasuk di antaranya hal-hal yang tidak selalu positif. Misalnya kecemasan atau membandingkan diri dengan apa yang dilihat di media sosial. Pada studi O'keeffe dan Clarke (dalam Liang, 2022) ditemukan bahwa di antara 7000 ibu yang menggunakan situs berbagi foto, 42% di antaranya mengalami tekanan.

Penerimaan serta pemberdayaan diri sangat penting bagi para ibu dalam menjalankan perannya. Sebagaimana ditemukan pada studi sebelumnya, para ibu menyukai afirmasi, dukungan dan informasi mengenai *motherhood* yang tersebar di internet melalui media sosial (Moon et.al, 2019). Mereka juga mengapresiasi kemampuan media sosial untuk membantu mengumpulkan informasi yang tidak terbatas serta beragam opini secara cepat, dan mampu menganalisa pada hal apa mereka membutuhkan sumber informasi yang kredibel. Rochimah et.al (2020) menjelaskan bahwa ibu dapat mengeksplorasi banyak hal melalui media sosial, seperti mengekspresikan perasaan hingga berkembang menjalankan usaha daring.

Berdasarkan pemaparan di atas, studi ini akan berfokus untuk menemukan hal-hal yang dilakukan para ibu dalam mengkonsumsi konten media sosial sebagai proses penerimaan diri serta membangun pemberdayaan diri. Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang berfokus pada dampak-dampak negatif yang muncul pada penggunaan media sosial bagi para ibu seperti kecemasan (Soliha, 2015) atau perbandingan sosial (Qiuyu, 2022). Maka, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut, “Bagaimanakah proses penerimaan dan pemberdayaan diri yang dilakukan para ibu melalui konsumsi konten media sosial?”.

## METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun data-data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk membuat ringkasan komperhensif mengenai kejadian tertentu yang dialami oleh individu maupun kelompok, untuk kemudian disajikan secara deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata atau kalimat, serta menekankan proses -bukan tertumpu pada hasil atau produk-. Pendekatan ini juga cenderung mengaggap arti atau makna merupakan hal penting (Rukajat, 2018:5).

Data primer didapatkan dari wawancara mendalam peneliti dengan lima ibu yang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan peran sosial, tinggal di Indonesia, serta menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Informan seluruhnya berusia di atas 20 tahun dengan rentang satu hingga dua belas tahun pengalaman sebagai Ibu. Sedangkan data sekunder diperoleh dari konten-konten media sosial bertema *motherhood*, pemberitaan, jurnal, buku, serta sumber-sumber lainnya yang menunjang.

## HASIL PENELITIAN

### Pola Konsumsi Ibu terhadap Konten Media Sosial

Konten-konten yang dikonsumsi oleh ibu seputar *motherhood* umumnya memiliki *genre* kesehatan, tips parenting, tumbuh kembang anak, resep memasak, serta hiburan. Para informan

juga umumnya lebih tertarik untuk menyimak konten-konten dari para ahli (seperti dokter, konselor menyusui, psikolog anak) serta akun-akun publik yang memiliki fokus pada dunia ibu yang membagikan pesan-pesan informatif dalam akun mereka sebagai referensi. Informan yang mengikuti akun-akun milik selebriti media sosial (*influencer*) cenderung ingin mendengar kisah-kisah mengenai perjalanan dan keseharian sebagai ibu yang dibagikan dalam unggahan mereka.

“Sejak masa persiapan menjadi ibu, aku mencari tahu informasi tentang proses kehamilan, apa yang mungkin terjadi, serta yang harus dihindari. Bahkan termasuk kebenaran mitos-mitos yang berkembang di masyarakat seputar kehamilan, aku mencari tahu menurut para konselor. Setelah melahirkan banyak hal aku pelajari dari konten seorang konselor menyusui dari Instagram terkait dengan cara menyusui yang benar, apa saja yg bisa mempengaruhi produksi ASI juga mitos-mitos tentang ASI. Masih dari konselor yang sama, aku mendapatkan pula informasi tentang cara menggendong anak, serta kesehatan dan tumbuh kembangnya,” (Wawancara dengan informan A).

Berbeda dengan informan L yang cenderung tidak memiliki preferensi dalam mengonsumsi konten seputar *motherhood* di media sosial. Ia menyatakan sikap cukup terbuka untuk menerima informasi dari manapun. Artinya, apakah orang ini adalah seorang pemengaruh media sosial, atau hanya ibu-ibu pengguna media sosial biasa, selagi mereka adalah ibu yang bersedia membagikan pengalamannya, dirinya akan meluangkan waktu untuk menyimak. Karena baginya, pengalaman tiap ibu mungkin akan unik atau berbeda. Ia juga mengaku tidak selalu memercayai seluruh informasi yang didapatkannya, sehingga ada aksi konfirmasi yang kemudian ia lakukan jika mendapatkan suatu pengetahuan baru mengenai dunia *motherhood*.

Para ibu yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki pola konsumsi konten media sosial yang berbeda-beda. Namun konsumsi informasi utama bagi para ibu umumnya berupa ilmu-ilmu yang berkaitan dengan mulai dari kehamilan, pasca kelahiran (termasuk ASI), hingga tumbuh kembang anak. Umumnya mereka akan lebih memercayai informasi yang datang dari para ahli dan telah memiliki kompetensi di bidangnya. Seperti konselor menyusui, dokter *obgyn*, dan sebagainya. Meski demikian, mereka tetap terbuka untuk mendengarkan pengalaman praktis atau kisah-kisah seputar menjadi ibu dari para pengguna media sosial lainnya. Selain edukasi dan informasi, konten hiburan juga menjadi favorit dari para ibu-ibu untuk dikonsumsi. Misalnya parodi atau *meme* yang menggambarkan keseharian ibu dengan anak, atau ibu dan pasangannya.

Meski demikian, ada beberapa hal yang diakui oleh para ibu menjadi sisi negatif dari pola konsumsi konten mereka di media sosial. Misalnya, waktu akses digital yang tinggi mengakibatkan beberapa pekerjaan rumah terbengkalai karena adiksi terhadap konsumsi konten, hingga mempertimbangkan untuk membeli barang-barang ibu dan anak yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (yang kemudian merujuk ke sikap konsumtif). Terlebih jika ulasan tersebut dibagikan oleh orang-orang yang mereka percaya. Sehingga dapat dikatakan konten-konten yang menarik juga memiliki dampak yang kurang baik jika tidak disikapi dengan bijak oleh para ibu.

### **Realita dan Penerimaan Diri Ibu**

Kehadiran media sosial membuat orang cenderung membandingkan secara sosial apa yang ia alami di kehidupannya, dengan apa yang ditampilkan melalui layar ponsel terutama secara visual (Qiuyu, 2022). Demikian pula dengan yang dialami para informan yang juga tengah menjalankan peran sebagai ibu. Para informan sepakat mengakui hal serupa, bahwa ada kalanya mereka membandingkan diri dengan ibu-ibu lainnya di media sosial. Namun, pada perihal apa, masing-masing memiliki jawaban yang berbeda.

Perbandingan diri yang dilakukan oleh para ibu umumnya mencakup bentuk tubuh, cara memperlakukan atau menghadapi anak dalam situasi tertentu, serta sikap pasangan. Perbandingan tersebut kemudian melahirkan ekspektasi pada diri mereka, baik secara internal maupun eksternal mengenai apa yang ingin mereka lakukan serta bagaimana dirinya ingin diperlakukan. Informan R menuturkan bahwa dirinya pernah membandingkan diri dengan beberapa sosok ibu yang dilihatnya di media sosial, terutama dalam hal bentuk tubuh dan kesabaran dalam menghadapi anak. Seringkali, kedua hal tersebut membuatnya sulit untuk menerima bahwa proses menjadi ibu yang baik terkadang tidak selalu sempurna. Ibu-ibu lain yang dilihatnya di media sosial, dapat segera menyelesaikan persoalan *stretchmark* di tubuh mereka dan kembali ke bentuk semula pasca melahirkan, sementara tidak dengan dirinya. Bagaimana ibu-ibu lain memperlakukan anak saat ia melakukan sesuatu yang berpotensi memicu kemarahan namun ditanggapi dengan kesabaran, juga membuatnya membandingkan diri.

Secara eksternal, perbandingan juga dilakukan terhadap tumbuh kembang anak. Misalnya, saat ibu melihat anak ibu lain yang videonya diunggah di media sosial. Pada usia tertentu, anak tersebut sudah bisa melakukan sejumlah hal, namun tidak dengan anaknya. Sehingga menimbulkan pertanyaan, “Mengapa anak saya belum sampai ke sana? Apa yang salah dengan saya atau cara mendidik saya?”. Perbandingan lainnya juga mencakup perlakuan pasangan terhadap ibu. Saat melihat suami-suami lain di media sosial yang mendukung istrinya dalam berbagai hal terkait peran ibu, beberapa informan juga merasa timbul perbandingan dengan apa yang dialaminya secara pribadi dalam rumah tangganya. Sehingga, dari hal-hal ini, lahirlah perasaan yang memicu ekspektasi mengenai bagaimana seharusnya tumbuh kembang anak berlangsung atau bagaimana seharusnya suami bersikap.

Berbeda dengan informan N yang menuturkan bahwa dirinya kerap mengonsumsi konten hiburan yang menggambarkan keseharian ibu, seperti parodi atau *meme* yang diunggah oleh akun-akun bertema *motherhood* dan mengamati kolom komentar di akun tersebut. Sebagian besar para pengikut saling menguatkan dan menimpali bahwa mereka juga memiliki kisah senasib dengan apa yang digambarkan pada unggahan-unggahan tersebut. Hal tersebut seolah menunjukkan pada informan bahwa realitanya, ibu tidak ada yang sempurna. Terkadang ada fase marah, atau tidak ingin melakukan apa-apa, dan hal tersebut divalidasi oleh para pengikut yang turut berkomentar di akun tersebut. Sehingga dirinya merasa menemukan teman seperjuangan yang meski tidak pernah bertemu, namun memiliki pemikiran atau kebiasaan serupa.

Lebih lanjut, informan juga menuturkan salah satu pemengaruh media sosial yang kerap membagikan pengalaman sebagai ibu yang diikutinya. Ia mengaku menyukai sosok ini karena anaknya yang kerap bertingkah lucu, berkata lembut, dan cukup pintar dalam berperilaku. Namun sang ibu pernah membuat pengakuan bahwa dirinya tidak sebaik apa yang disangka oleh teman-teman pengikut di media sosial. Dirinya juga terkadang memiliki kekurangan dalam berbagai hal. Sehingga informan merasa tidak memiliki beban moral dengan mengikuti pemengaruh media sosial ini, dan lebih realistis dalam menjalani peran sebagai seorang ibu.

Belakangan, para ibu juga merasa terbantu dibukakan wawasannya mengenai kesehatan mental ibu. Kesehatan mental seorang ibu yang tadinya tidak digaungkan, menurut informan mulai menjadi sesuatu yang banyak dibicarakan dan tidak lagi menjadi hal tabu ketika menjadi topik bersama. Misalnya, pembahasan mengenai *baby blues syndrome*. *Baby blues syndrome* merupakan salah satu bentuk gangguan perasaan akibat penyesuaian terhadap kelahiran bayi yang muncul di hari pertama hingga hari keempat belas pasca persalinan, dengan gejala memuncak yang umumnya terjadi pada hari kelima (Wahyuni, et al., 2023). Hal ini mulai kerap diperbincangkan di media sosial beberapa tahun terakhir. Sehingga para ibu mendapatkan penjelasan dari para ahli, sekaligus

merasa ada kawan seperjuangan ketika melihat unggahan ibu-ibu lain mengenai topik tersebut di media sosial.

Tidak dapat dipungkiri bahwa perbandingan diri antara apa yang dilihat di media sosial dengan apa yang dihadapi dalam realita kehidupan sulit untuk dihindari. Melihat apa yang ditampilkan orang lain di media sosial, kemudian memunculkan ekspektasi tertentu baik secara internal -ke dalam diri ibu sendiri- maupun eksternal -kepada orang-orang di sekitar ibu, termasuk sang anak-. Para ibu dalam hal ini juga mengalaminya. Namun dengan hadirnya dukungan dari komunitas lain sesama ibu, atau orang-orang yang tidak dikenal melalui media sosial yang mencoba menghadirkan dan membicarakan realitas mengenai kehidupan ibu yang sesungguhnya, membuat mereka menjadi lebih mudah untuk melakukan penerimaan diri. Selain itu, pengangkatan isu-isu mengenai *motherhood* yang mulai dibicarakan di ruang publik juga menjadi sesuatu yang membantu para ibu dalam mendapatkan informasi, sekaligus teman berbagi yang pada akhirnya membantu mereka untuk menerima diri lebih baik lagi.

### **Evolusi Perspektif dan Peran Ibu**

Perspektif mengenai peran Ibu dikonstruksikan melalui berbagai narasi yang berkembang di masyarakat dari masa ke masa, salah satunya kini melalui media sosial. Media sosial telah menjadi bagian dari masyarakat, serta berperan dalam perubahan norma dan budaya sosial (Al Sharq, Hashim & Kutbi, 2015). Para informan yang juga menjalani kehidupan sebagai ibu, serta mengamati narasi-narasi yang ditampilkan dalam media sosial mengenai peran ibu, merasa bahwa terjadi evolusi pemikiran mengenai *motherhood* yang mulai berkembang. Di antaranya adalah persoalan urusan-urusan domestik, yang selama ini seolah ‘hanya’ dibebankan kepada perempuan sebagai istri atau ibu, mulai disuarakan melalui medium media sosial bahwa ada serta perlu peran suami atau ayah pula di dalamnya.

Sebagaimana diutarakan oleh informan;

“Beberapa yang saya temui, ada istilah di mana kewajiban istri atau ibu ya urusan domestik. Tetapi dengan adanya media sosial, saya lihat mulai ada pergeseran di mana hal-hal domestik ini mulai disuarakan. Sehingga ini tidak hanya menjadi peran ibu saja, tetapi ayah juga diperlukan,” (Wawancara dengan Informan N).

Hal serupa diutarakan oleh informan lain dalam kutipan wawancara berikut.

“Kalo evolusi peran ada ya. Ibaratnya dari yang dulu hanya tahu bahwa Ibu ya melahirkan, mengurus kebutuhan anak dan suami. Tetapi seiring berjalannya waktu, stigma ini juga bergeser. Bisa jadi karna pengaruh digitalisasi salah satunya. Kita jadi bisa melihat banyak ibu yang serba-bisa,” (Wawancara dengan informan A).

Kehadiran media sosial dalam era globalisasi, rupanya turut mengevolusi peran seorang Ibu melalui hadirnya konten-konten yang dibuat oleh para pengguna (*user generated-contents*). Hal ini berdampak cukup signifikan pada nilai-nilai yang mulai dimunculkan di masyarakat, yang sebelumnya mungkin tertutup oleh opini populer. Pertama, para ibu merasa lebih terdukung karena hadirnya kisah-kisah dan wacana dari media sosial yang menampilkan peran serta ayah di ranah domestik. Sehingga para ibu dapat berdiskusi dengan pasangannya perihal perkara domestik dalam rumah-tangga adalah sesuatu yang dipikul bersama, bukan hanya tanggung jawab dirinya. Kedua, mereka juga memiliki perasaan berdaya karena mendengar suara dan melihat representasi dari sesamanya yang mampu melakukan banyak hal di luar perannya sebagai seorang Ibu.

Media sosial memiliki sejumlah implikasi bagi penggunaannya. Sebagaimana diutarakan oleh informan A, bahwa salah satu sisi positif kehadiran media sosial adalah lebih mudah mendapatkan informasi mengenai tugas dan peranan seorang ibu, terutama bagi dirinya yang tidak tinggal bersama orang tua. Namun di sisi lain, karena informasi yang diterima makin beragam, kini hal-hal tersebut juga menjadi semacam ‘alat’ untuk menyangkal tradisi atau kebiasaan ibu terdahulu terkait peran ibu dalam keluarga. Terkadang, hal-hal tersebut menimbulkan perdebatan dalam kehidupannya. Sebab sebelum era media sosial, segala hal terkait peran ibu, umumnya akan mendengarkan atau mencontoh dari ibu-ibu yang hidup di generasi sebelumnya.

Selain itu, media sosial juga turut berpartisipasi dalam membangkitkan gairah para Ibu yang sebelumnya memiliki ketergantungan finansial, untuk berpenghasilan. Sebagaimana diungkapkan oleh informan F bahwa ada dua poin penting terkait pemberdayaan para ibu di media sosial terkait pengembangan diri mereka. Pertama, narasi mengenai kemandirian secara finansial bagi para ibu mulai ramai digaungkan beberapa tahun terakhir. Kedua, kesempatan untuk bekerja atau menghasilkan uang yang difasilitasi oleh media sosial dan dunia digital kini sangat luas dibandingkan satu dekade silam. Saat ini, banyak sekali jenis pekerjaan yang cukup fleksibel yang bisa dikerjakan oleh para ibu sembari menjalani peran utamanya, termasuk misalnya menjadi kreator konten media sosial untuk segmen ibu dan bertema *motherhood*.

Evolusi persepsi terhadap peran ibu yang terkonstruksi melalui berbagai narasi dalam masyarakat rupanya juga terjadi melalui media sosial. Para informan yang juga merupakan ibu menyatakan adanya pergeseran pemikiran terkait *motherhood*, di mana wacana mengenai peran ayah di rumah tangga turut dianggap penting serta membuka diskusi tentang tanggung jawab bersama dalam rumah tangga. Hadirnya media sosial juga menjadi fenomena yang membuka wawasan baru bagi para ibu, sehingga hal ini memungkinkan terjadinya perbedaan pendapat antara mereka dengan ibu di generasi sebelumnya dalam melaksanakan peran dan tugas sebagai ibu. Di sisi lain, media sosial juga membuka kesempatan dan peluang serta dorongan bagi para ibu untuk dapat lebih berdaya dalam berbagai hal, termasuk di antaranya kemandirian secara finansial.

## PEMBAHASAN

Para ibu memiliki pola konsumsi konten yang cukup beragam mengenai dunia ibu. Mulai dari persiapan kehamilan, proses kehamilan, persalinan, mengurus bayi, menu masakan, *parenting*, pengalaman praktis, hingga hiburan berupa *meme* atau parodi. Kebutuhan tersebut setidaknya telah meliputi apa yang menjadi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, serta hiburan mereka (Rochimah et.al, 2020). Meski dalam rangka memenuhi kebutuhan akan media, para ibu tidak serta merta memercayai seluruh informasi atau interaksi yang mereka dapatkan di media sosial. Sebagian besar di antaranya telah memiliki literasi dalam bermedia sosial dengan hanya memercayai pernyataan dari sumber-sumber yang kredibel, serta selalu mengkonfirmasi kebenaran dari apa yang diterima. Bahkan mitos-mitos terdahulu yang berkembang di generasi ibu sebelumnya juga dapat mereka luruskan kebenarannya dengan informasi yang teruji secara medis dari para ahli. Sebagaimana tercermin dalam teori *uses and gratification* di mana ibu sebagai pengguna media sosial menggunakan internet utamanya untuk mencari informasi dan *self-educating* mengenai suatu hal baru (Whiting & Williams, 2013).

Qiuyu (2022) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa konten-konten di Instagram atau Facebook yang kerap kali dilebih-lebihkan dapat memicu perbandingan sosial dan penurunan evaluasi diri. Pada kasus ini, bahkan konten-konten sederhana yang berkaitan dengan aktivitas anak atau perhatian kecil dari suami ada kalanya dapat menimbulkan perbandingan dalam diri ibu, khususnya ekspektasi mereka terhadap tumbuh kembang anak dan perlakuan pasangan. Di sisi lain,

ada berbagai pengalaman ibu yang didapatkan dari media sosial untuk membantu mereka menerima diri. Misalnya dari sesama ibu yang berbagi pengalaman di sosial media mengenai berbagai topik (seperti pengalaman melahirkan, menyusui, dan lain-lain) membuat mereka lebih merasa ada teman seperjuangan. Ada pula komentar-komentar media sosial yang menormalisasi hal-hal yang dianggap “kurang baik” jika dilakukan seorang ibu seperti terkadang marah pada anak, atau tidak ingin melakukan apa-apa, dengan menyuarakan bahwa sesekali hal itu lumrah muncul dalam perjalanan peran sebagai seorang ibu. Artinya, semakin sesuatu yang dibagikan di media sosial mendekati realita, semakin para ibu merasa lebih mudah menerima dirinya, karena orang lain pun di luar sana mengalami hal serupa. Platform digital dalam hal ini membantu melepas sekat-sekat geografis untuk terkoneksi dengan komunitas ibu lainnya dan membantu mereka menormalisasi hal-hal tidak sempurna dari *parenting* yang tidak dibicarakan di hadapan khalayak luas (Amugune, 2023).

Beberapa isu penting mengenai *motherhood* juga diangkat ke permukaan melalui media sosial, seperti perihal kerjasama dengan pasangan untuk urusan domestik dan kesehatan mental ibu. Tumbuh besar dengan nilai-nilai *gender* di masyarakat -di mana sebagian secara tradisi dan budaya masih menganut patriarki-, tidak sedikit di antara keluarga yang masih berpikiran bahwa anak dan urusan domestik adalah ranah ibu. Perempuan berperan hanya sebagai pengasuh keluarga yang melakukan pekerjaan-pekerjaan domestik, serta melayani suami mereka sepulang bekerja (Dewi, 2019). Keterlibatan ayah dalam perkara domestik masih sangat kurang disuarakan selama ini. Namun melalui media sosial, perlahan hal ini mulai disuarakan. Kemunculan ayah dalam aktivitas mengurus anak atau mengerjakan pekerjaan rumah tangga menjadi sesuatu yang mulai bisa ditemukan atau diperbincangkan di media sosial Indonesia.

Hal lain yang juga menjadi perhatian untuk pemberdayaan para ibu adalah kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental ibu yang mulai disuarakan lewat media sosial. Ini dilakukan sebagai upaya memberikan wawasan mengenai aspek psikis dari ibu serta dorongan bagi mereka yang tengah mengalami kecemasan atau tekanan tertentu. Sebagaimana dikemukakan Liang (2022) bahwa dengan berbagai tren dan komunikasi yang efektif, media sosial dapat memberi ruang bagi perempuan -terlebih para ibu- untuk bersuara. Seringkali pasca melahirkan, seorang ibu langsung dituntut untuk memahami dan melakukan berbagai hal sekaligus, namun aspek psikisnya kerap diabaikan. Padahal, masa itu merupakan fase baru dan berbeda dalam hidup mereka. Dalam hal ini, media sosial dapat menjadi medium untuk meningkatkan kesadaran individu akan isu-isu terkait peran gender serta tantangan-tantangan yang dihadapi. Kesaksian para ibu mengenai pasca persalinan atau saat-saat menghadapi berbagai momen berat sebagai ibu yang disuarakan, menunjukkan potensi media sosial sebagai ruang bagi kesejahteraan mental ibu (Sharma, 2018).

Hadirnya media sosial juga menjadi salah satu fenomena yang berdampak pada evolusi perspektif terhadap ibu seiring berkembangnya zaman. Peran ibu bisa lebih fleksibel dan berkembang dibandingkan beberapa dekade silam. Kini, baik ibu yang bekerja dari kantor maupun ibu rumah tangga, sama-sama memiliki kesempatan untuk menjadi mandiri secara finansial melalui peluang yang ditawarkan media sosial. Sehingga memberi ruang bagi perempuan mempromosikan identitas sosial mereka (Liang, 2022). The Asian Parent mengemukakan dalam *Digital Mum Survey*, bahwa 83% ibu aktif membuat konten di media sosial (Media Indonesia, 2022). Dengan kehadiran media sosial, para ibu tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga produsen konten (kreator), pelaku bisnis daring, atau pemasar andal. Sehingga apa yang mereka lakukan selain dapat menghasilkan, juga dapat menjadi sesuatu yang berarti bagi orang lain.

## KESIMPULAN

Seiring dengan tuntutan dan ekspektasi baru yang muncul dari media sosial, peran ibu menjadi semakin kompleks dan terkadang berbeda dengan gambaran tradisional tentang bagaimana memenuhi peran sebagai seorang Ibu. Meski pada praktiknya di kehidupan nyata sulit bagi para Ibu untuk mewujudkan hal-hal yang dianggap sebagai sesuatu yang “ideal” dalam realitas pengalaman hidup mereka, namun penerimaan diri dan pemberdayaan diri merupakan sesuatu yang sangat mungkin didapatkan dari aktivitas hingga komunitas di media sosial. Tidak sedikit dari para ibu yang menyebarkan atau berpartisipasi dalam konten atau opini yang berkaitan dengan pengalaman mereka, agar suara mereka dapat didengar melalui media. Konten-konten yang menampilkan realitas, kemudian makin disukai oleh para ibu karena akhirnya mereka merasa menemukan “rekan seperjuangan” dalam menjalani peran ibu.

Kehadiran suara-suara ibu di media sosial jugalah yang pada akhirnya membangkitkan rasa berdaya pada diri mereka. Beberapa hal seperti; 1) Keberanian mendobrak kebiasaan dari tradisi generasi ibu sebelumnya karena mengetahui informasi yang salah serta apa yang benar dari para ahli, 2) Melihat sosok-sosok ibu lain di luar sana yang memiliki peran ganda di luar perannya sebagai ibu, 3) Wacana yang digaungkan mengenai pembagian tugas domestik dan kesehatan mental ibu, menjadi semangat bagi mereka. Ditambah lagi berbagai kesempatan untuk menjadi mandiri secara finansial makin terbuka lebar bagi para ibu dengan berbagai hal yang bisa dilakukan melalui media sosial. Misalnya melakukan kegiatan afiliasi produk, menjadi kreator konten, berbisnis daring, dan sebagainya.

Pada akhirnya, penelitian ini memberikan saran untuk terus meningkatkan dan mempertahankan literasi mengenai peran ibu di media sosial. Wacana-wacana yang menampilkan peran ibu “ideal” tidak selamanya menggambarkan hal yang terjadi pada realita kehidupan. Fase marah, tidak sabar, atau sesekali tidak ingin melakukan apa-apa, pun juga bagian dari perjalanan *motherhood* seorang ibu. Para ibu yang menjadi rekan seperjuangan, meski tidak saling mengenal, agar terus saling mendukung dan menyuarakan realita, sekaligus memberikan dukungan kepada ibu-ibu lainnya. Di sisi lain, penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Perlu adanya penelitian lanjutan mengenai hal-hal yang berada di luar fokus penelitian ini, seperti literasi parenting bagi ayah dan ibu, atau bagaimana wacana serupa berdampak pada sisi ayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Sharqi, L, Hashim, K & Kutbi, I. (2015). Perceptions of Social Media Impact on Social Behavior: A Comparison Between Arts and Science Students. *International Journal of Education and Social Science* 2 ( 4), 122-131.
- Amugune, Mteeve Brian (2023). Motherhood in the Digital Age: Navigating Opportunities and Risks in a Hyper-connected World. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4555839> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4555839>.
- Bauer, Devany J. (2023). How the Media Communicates Ideals of Motherhood to Real Life Mothers. *UWL Journal of Undergraduate Research Volume XXVI*.
- Dewi, D. M. (2019). The Representation of Patriarchy in Indonesian Children Folk Tales from Sumatra Island. *Lingua Cultura*, 13(3), 167-172. <https://doi.org/10.21512/lc.v13i3.5646>.
- Gibson, L., Hanson V. L. (2013). Digital Motherhood: How Does Technology Help New Mothers? *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in computing systems, ACM*.
- Hisana, Alya Putri & Yulianti. (2022). Hubungan Konten Media Sosial Instagram dengan Self-

*Acceptance Followers. Bandung Conference Series: Communication Management Vol 2 no. 2.*

- Katadata. (2021). *Ibu di Indonesia Habiskan Waktu Tiga Jam Bermedia Sosial*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/ibu-di-indonesia-habiskan-waktu-tiga-jam-bermedia-sosial>.
- Liang, Jiayu. (2022). Research on the Relationship between Social Media and Gender Inequality. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 664*.
- Lopez-Trinitie Marie Hernandez. (2022). *Professional as a Mother: Empowering Working Mothers Through Social Media*. Boise: Boise State University.
- Media Indonesia. (2022). *Digital Mum Suvey 2022 Ungkap 83 Ibu Aktif Buat Konten di Medsos*. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/teknologi/498047/digital-mum-survey-2022-ungkap-83-ibu-aktif-buat-konten-di-medsos>.
- Moon RY, Mathews A, Oden R, Carlin R. (2019). Mothers' Perceptions of the Internet and Social Media as Sources of Parenting and Health Information. *J Med Internet Res 21 (7) :e14289*.
- Qiuyu, Han. (2022). Social Comparison and Well Being under Social Media Influence. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 664*.
- Rajeev, M. M. & Jobilal (2015). Effects of Social Media on Social Relationships: A Descriptive Study on the Impact of Mobile Phones Among Youth Population. *International Research Journal of Social Sciences, 4(2)*, 11-16.
- Rochimah, et.al (2020). Study Of Usage Social Media "Instagram" Among Milenial Mothers. *The Proceedings of the 4th International Conference of Social Science and Education, ICSSSED 2020*. DOI:10.4108/eai.4-8-2020.2302477.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyastuti, Yuanita; Suminar, Jenny Ratna; Hadisiwi, Purwanti; Zubair, Feliza. (2019). Millennial Moms: Social Media as The Preferred Source of Information about Parenting in Indonesia. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 2558 dari <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2558>.
- Sharma, S. (2018). Digital Motherhood: Constructing the Self, Child, and Community through Blogging. *Feminist Media Studies, 18(6)*, 1069-1083.
- Soliha, SF. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 4, no. 1*, pp. 1-10.
- Vandenberg-Daves, J. (2014). *Modern Motherhood: An American History*. Rutgers University Press. Dari <http://www.jstor.org/stable/j.ctt6wqb20>.
- Vardhan, Ranjay. (2017). Social Media and Women Empowerment: A Sociological Analysis. *EPRA International Journal of Economic & Business Review, Vol 5 (8)*.
- Wahyuni, Ni Wayan Eka; Rahyani, Ni Komang Yuni; Senjaya, Asep A. (2023). Karakteristik Ibu Postpartum dan Dukungan Suami dengan *Baby Blues Syndrome*. *Jurnal Ilmiah Kebidanan Vol. 11 (1)*.
- Whiting & Williams, Anita, David L. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research: an International Journal 16(4)*. DOI:10.1108/QMR-06-2013-0041.