

SKRIPSI

**ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU
IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK
DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA**



OLEH

ALMAYANI

NIM: 2120203870233051

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2026 M / 1447 H

**ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU
IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK
DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA**



OLEH

ALMAYANI

NIM: 2120203870233051

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN ADAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2026 M / 1447 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Konten Engagement Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa

Nama Mahasiswa : Almayani

NIM : 2120203870233051

Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B-3374/In.39/FUAD.03/PP.00.9/10/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I (.....)

NIP : 198301162009121005

Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Konten Engagement Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa

Nama Mahasiswa : Almayani

NIM : 2120203870233051

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah B-3374/In.39/FUAD.03/PP.00.9/10/2024

Tanggal Kelulusan : Rabu, 14 Januari 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.,

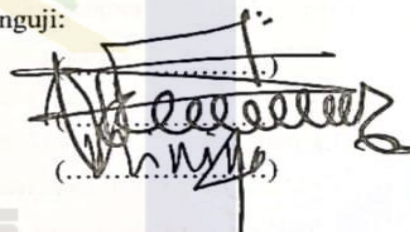
(Ketua)

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I.

(Anggota)

Nining Artianasari, S.Kom. I., M.Sos

(Anggota)



Mengetahui :

Dekan,

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.HumR

NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين، حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، كما يحب ربنا ويرضى. والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، نبينا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين. أما بعد

Alhamdulillah, Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada kedua orang tua ku yaitu, Ayahanda tercinta Hamka terima kasih sudah menjadi sosok ayah yang selalu menjadi garda terdepan untuk penulis yang selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak dapat merasakan pendidikan namun beliau mampu mendidik penulis, serta memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Kepada panutanku sekaligus orang yang mengajarkanku menjadi kuat, Ibunda Marjayanti, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan selalu mendoakan penulis yang teramat tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana, serta Adik-Adikku yang selalu mendukung penuh setiap proses yang saya pilih yang menjadi salah satu alasan penulis semangat untuk menyelesaikan studi sampai sarjana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan bimbingan yang diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Dalam penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dan berusaha mengelola IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih baik dan maju.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dan Bapak Dr. Iskandar, S.Ag. M.Sos. I dan Ibu Dr. Nurhikmah, S. Sos. I, M. Sos I sebagai Wakil dekan I dan Wakil dekan II. Ibu Nurhakki, M.Si. sebagai Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas pengabdianannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang terasa positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Nurhakki, M.Si. sebagai Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas pengabdianannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang terasa positif bagi mahasiswa.
4. Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos. I selaku pembimbing utama, Bapak Dr. Iskandar, S.Ag. M.Sos. I dan Ibu Nining Artianasari, S.Kom. I., M.Sos sebagai penguji yang telah meluangkan waktunya serta memberikan arahan dalam mendidik penulis selama berada di IAIN Parepare.
5. Bapak Mahyuddin, M.A atas kesediaannya sebagai dosen penasihat akademik saya selama kuliah di IAIN Parepare, serta bapak dan Ibu dosen juga admin Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama di IAIN Parepare.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan layanan kepada penulis selama menempuh studi di IAIN Parepare.
7. Teruntuk teman seperjuangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021 dari awal menjadi mahasiswa baru hingga sekarang, terima kasih karena selalu ada menjadi bagian perjalanan hidup penulis, yang telah berkontribusi banyak dari awal hingga penyusunan skripsi ini, yang selalu memberikan semangat juga menghibur penulis. Selalu ada untuk penulis baik suka maupun duka.

8. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan ilmunya kepada peneliti untuk penyelesaian skripsi ini.

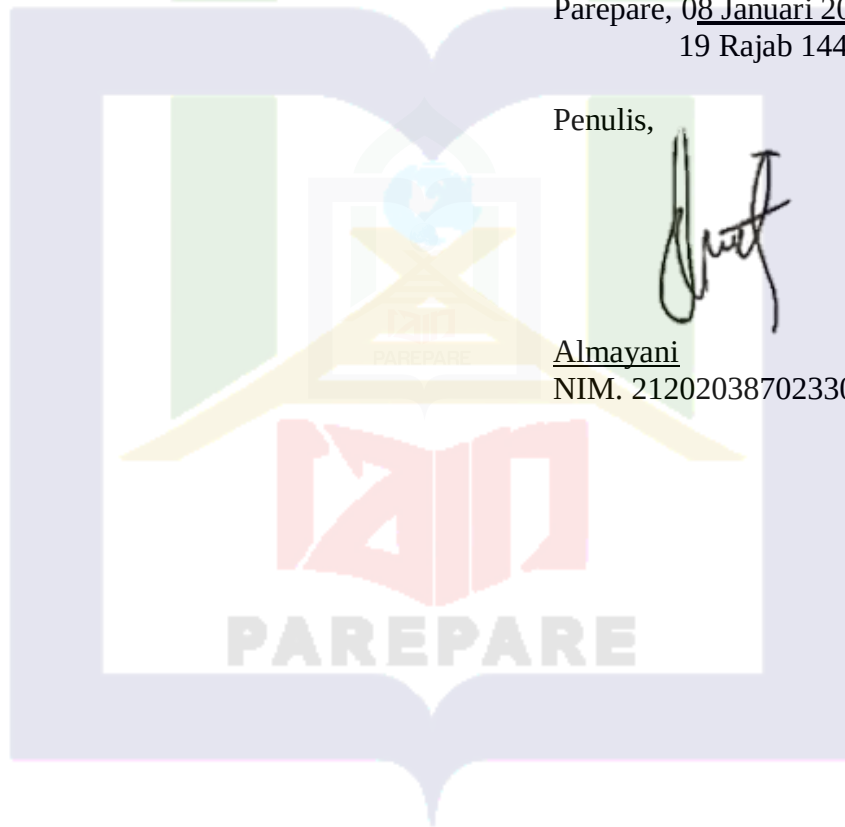
Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan di masa mendatang. Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang lebih baik atas kebaikan atau bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Parepare, 08 Januari 2026 M
19 Rajab 1447 H

Penulis,



Almayani
NIM. 2120203870233051



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Almayani
NIM : 2120203870233051
Tempat/Tgl. Lahir : Uhaidao, 12 Oktober 2002
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Konten Engagement Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaida, Kabupaten Mamasa

Menyatakan dengan sesungguhnya dan dengan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 08 Januari 2026

Penyusun,



Almayani
NIM. 2120203870233051

ABSTRAK

ALMAYANI. *Analisis Konten Engagement Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa*
(Dibimbing Oleh Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos. I).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga serta menganalisis dampak konten engagement terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial Facebook. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya dengan teknik triangulasi.

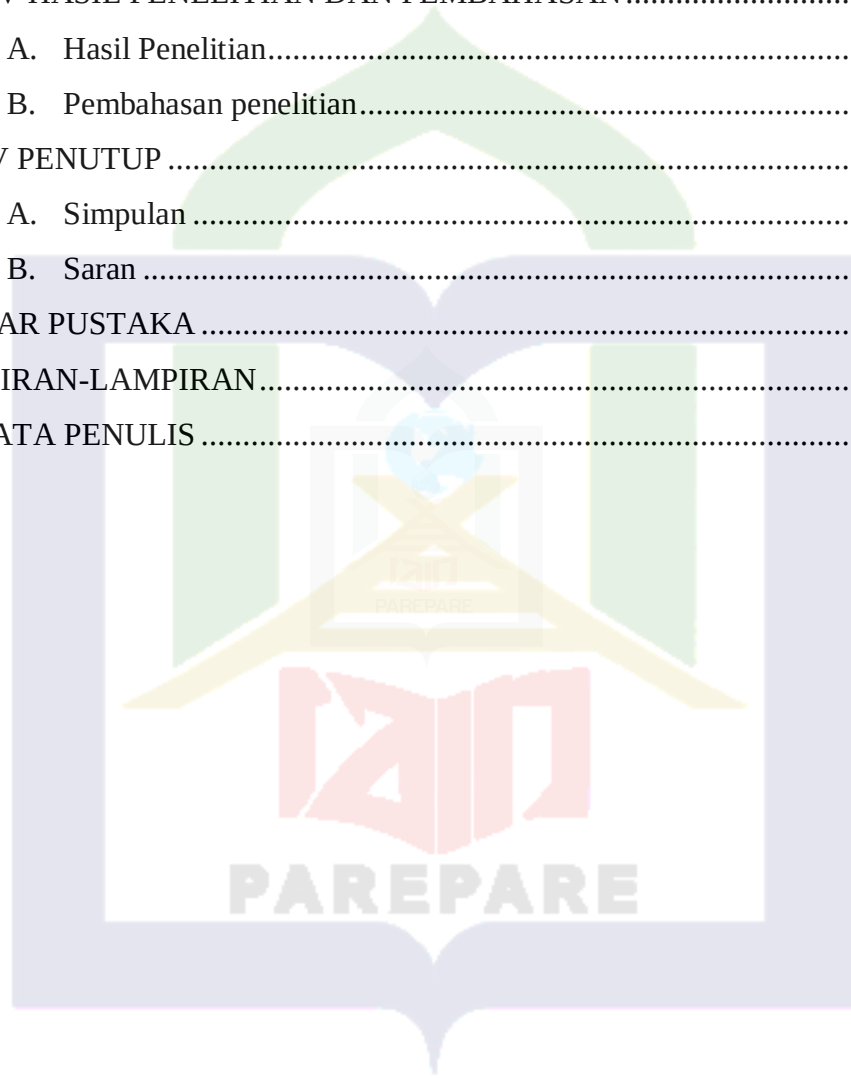
Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao ditandai dengan aktivitas melihat konten, memberikan like, berkomentar, dan membagikan konten tertentu yang dianggap menarik dan relevan. Konten yang paling banyak mendapatkan engagement berkaitan dengan hiburan, informasi sosial, keluarga, dan ekonomi. Engagement terhadap konten Facebook memberikan dampak positif berupa hiburan, perluasan wawasan, dan kemudahan komunikasi, namun juga menimbulkan dampak negatif berupa berkurangnya perhatian terhadap pekerjaan rumah tangga dan keluarga apabila penggunaannya tidak terkontrol. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial, khususnya dalam lingkungan keluarga.

Kata kunci: *konten engagement, perilaku, ibu rumah tangga, media sosial Facebook.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	iix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teoritis	9
1. Teori penggunaan dan kepuasan (<i>Uses and Gratifications Theory</i>) ..	9
2. Theory Of Planned Behavior (TPB)	12
C. Kerangka Konseptual.....	15
D. Kerangka Pikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Fokus Penelitian	35

D. Jenis dan Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan	36
F. Uji Keabsahan Data	37
G. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan penelitian.....	103
BAB V PENUTUP	108
A. Simpulan	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	1116
BIODATA PENULIS	111



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
3.1.	Kerangka Pikir	33
4.1.	Akun Beranda Facebook	70
4.2.	Akun Beranda Facebook	70
4.3.	Akun Beranda Facebook	72
4.4.	Akun Beranda Facebook	76
4.5.	Akun Beranda Facebook	78
4.6.	Akun Beranda Facebook	80

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Izin Melakukan Penelitian dari IAIN Parepare	Terlampir
2	Surat Izin Meneliti dari Pemerintah	Terlampir
3	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	Terlampir
4	SK Pembimbing	Terlampir
5	Turnitin	Terlampir
6	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
7	Instrumen Wawancara	Terlampir
8	Dokumentasi	Terlampir
9	Biodata Penulis	Terlampir

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab – Latin

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet

س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	shad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

نَا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas

وُ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas
----	----------------	---	---------------------

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

a. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan

dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَم : *nu‘‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy- syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلَسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

b. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

c. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

d. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاِللّٰهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

e. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan
Syahrū Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an
Nasir al-Din al-Tusī
Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

(bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt..	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat
UMKM	=	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
SOP	=	Standar Operasional Prosedur
SDM	=	Sumber Daya Manusia
SWOT	=	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
PUPR	=	Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat
Pemkot	=	Pemerintah Kota
Kominfo	=	Dinas Komunikasi dan Informatika
RPJMD	=	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah
BAPPEDA	=	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

B.J.	= Bacharuddin Jusuf
SKB	= Surat Keputusan Bersama
KUA	= Kantor Urusan Agama

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	= صفحة
دم	= بدون
صلعم=	صلى الله عليه وسلم
ط	= طبعة
بن	= بدون ناشر
الخ	= إلى آخرها / إلى آخره
ج	= جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, di antaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital ini, cahaya teknologi, terutama komunitas internet, tidak lagi asing. Media sosial adalah salah satunya. Orang Indonesia dari berbagai usia, pendidikan dan ekonomi tidak lebih membatasi bagi mereka yang memiliki akses ke sana. Selama memiliki perangkat dan jaringan data, semua orang dapat berselancar dengan mudah di media sosial. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Hoot Suite, We Are Social. Sekitar 150 juta orang Indonesia adalah pengguna internet dengan penetrasi 56%, pengguna aktif pada jumlah media sosial yang sama, menghabiskan rata-rata tiga jam per hari.¹

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu wujud nyata dari perkembangan tersebut adalah semakin meluasnya penggunaan media sosial di berbagai kalangan masyarakat. Media sosial telah berevolusi dari sekadar alat komunikasi menjadi ruang sosial digital yang kompleks, tempat individu tidak hanya berinteraksi, tetapi juga membentuk identitas, membangun jaringan sosial, dan mengonsumsi serta mendistribusikan berbagai jenis informasi dan konten. Boyd dan Ellison menjelaskan bahwa situs jejaring sosial tidak hanya memungkinkan pengguna membangun profil, tetapi juga menciptakan keterhubungan sosial yang terus berkembang secara dinamis.²

Secara global, tren penggunaan media sosial menunjukkan pertumbuhan yang pesat, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan. Kemudahan akses terhadap

¹ Fazrin Meila et al., “Analisis Sentimen Terhadap Respon Perubahan Nama Twitter Menjadi ‘X’ Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier” 8, No. 5 (2024): 10987–94.

² I. Indra, *Psikologi Media Sosial*, Kompas, 2017.

internet, didukung oleh semakin terjangkaunya perangkat teknologi seperti smartphone, turut mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai platform digital. Menurut laporan tahunan Data Reportal, lebih dari 70% populasi Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial, dan mereka menghabiskan rata-rata 3 jam 11 menit per hari di platform digital. Kondisi ini juga terjadi di Indonesia, di mana media sosial telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat, termasuk kelompok yang sebelumnya dianggap kurang terjangkau oleh teknologi, seperti ibu rumah tangga di wilayah pedesaan.³

Strategi komunikasi pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai cara meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk harus merangkum format komunikasi yang paling efektif. Tentu saja, ini akan menjadi yang pertama mengalami riset pasar. Semua orang memposting di akun media sosial perusahaan harus memiliki nilai penjualan yang dapat diikat oleh konsumen pada merek mereka. Oleh karena itu, kemampuan untuk menggunakan platform media sosial diperlukan untuk melibatkan konsumen dan membangun interaksi positif dengan konsumen. *Content Social Media Marketing* (Konten Pemasaran Media Sosial) diharapkan untuk melihat lebih banyak pelanggan mengunjungi situs media sosial, mengikuti pemberitahuan dan akhirnya mengulangi pembelian.⁴ Salah satu Platform yang paling banyak digunakan adalah Facebook, karena dinilai mudah diakses dan mampu menjadi sarana untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta mengekspresikan diri. Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat menimbulkan dampak negatif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri dan kesadaran terhadap tanggung jawab di rumah.

³ Roikhan Mochamad, "Literasi Internet Sehat Terhadap Siswa Sekolah Dasar Di Desa Tanjakan Banten," *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)* 2, no. 1 (2020): 116–19.

⁴ Nurul L Mauliddiyah, "Pengaruh Konten Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Akun Instagram Gojek Tangerang," 2021, 6.

Berdasarkan kasus yang pernah terjadi di desa uhaidao, Seorang ibu rumah tangga yang terlalu asyik menggunakan media sosial facebook sehingga melupakan kewajibannya di rumah. Yang dimana kondisi tersebut telah memicu pertengkaran dengan suaminya dan berujung pada perceraian. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial, yang pada awalnya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, dapat menjadi pemicu konflik sosial apabila tidak digunakan secara bijak.

Perkembangan media sosial telah membawa banyak perubahan dalam masyarakat, terutama bagi para ibu rumah tangga. Dengan adanya perubahan zaman dan kemajuan smartphone, keberadaan media sosial di kalangan ibu rumah tangga sangat memengaruhi kehidupan sosial mereka. Dulu, kita mengenal ibu rumah tangga yang identik dengan rutinitas harian seperti membersihkan rumah, merapikan, memasak, mengurus anak, melayani suami, dan biasanya menghabiskan waktu dengan menonton televisi sebagai hiburan. Namun, dengan adanya globalisasi, ibu rumah tangga kini lebih aktif di dunia maya dan menggunakan media sosial.⁵

Ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam keluarga dan komunitas. Dalam konteks media sosial, mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktor aktif yang terlibat dalam produksi, kurasi, dan penyebaran konten. Kehadiran mereka di media sosial mencerminkan adanya transformasi sosial dan kultural, di mana ruang digital menjadi wadah baru bagi ekspresi diri, interaksi sosial, serta pembentukan opini dan sikap terhadap berbagai isu. Nasrullah mengemukakan bahwa media sosial merupakan ruang publik baru yang memengaruhi praktik sosial masyarakat dalam skala mikro hingga makro.

Namun demikian, keterlibatan mereka di media sosial tidak lepas dari konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang membentuk perilaku mereka dalam mengakses,

⁵ Gita Novita Sari and Febry Ichwan Butsi, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Menurut Persepsi Suami (Studi Kasus Di Kelurahan Tegal Sari Kota Medan),” *Judika: Jurnal Diseminasi Kajian Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2024): 31–37..

merespons, dan membagikan konten. Seperti yang dikemukakan oleh Sutrisno dan Widiastuti, “perilaku digital masyarakat desa, termasuk ibu rumah tangga, sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal dan struktur sosial yang berlaku dalam komunitas mereka”. Salah satu aspek penting dalam kajian perilaku bermedia sosial adalah content engagement atau keterlibatan terhadap konten. Keterlibatan ini dapat mencakup berbagai bentuk interaksi seperti menyukai (like), mengomentari, membagikan (share), hingga membuat konten tandingan atau baru. Tingkat engagement menjadi indikator penting untuk melihat sejauh mana pengguna media sosial merespons konten yang mereka temui, serta bagaimana konten tersebut memengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Setiawan, partisipasi ibu rumah tangga di media sosial menunjukkan pergeseran dari posisi pasif menjadi aktif, terutama dalam membentuk opini dan membagikan pengalaman personal kepada komunitas digital mereka.

Fenomena engagement atau keterlibatan (engagement) ibu rumah tangga dalam bermedia sosial menjadi menarik untuk dianalisis, terutama dalam konteks perilaku mereka saat mengakses, membagikan, dan merespons konten. Engagement ini dapat dilihat dari aktivitas seperti memberikan komentar, membagikan postingan, hingga membuat konten sendiri yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti tutorial memasak, tips parenting, atau edukasi keluarga. Konten-konten tersebut tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana edukasi dan pemberdayaan bagi sesama ibu rumah tangga.⁶

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, melalui penelitian yang berjudul “Analisis Konten Engagement Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga Pada Media Sosial Facebook Di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa”. maka dapat disimpulkan bahwa peneliti berupaya memahami bagaimana bentuk keterlibatan ibu rumah tangga terhadap konten media sosial dapat memengaruhi perilaku mereka, baik

⁶ Base Fish, “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Masyarakat Desa Ganting, Kecamatan Simeulue Timur” (2020).

dalam aspek sosial, psikologis, maupun dalam menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk keterlibatan (engagement) ibu rumah tangga dalam mengonsumsi serta merespons konten di media sosial facebook, serta bagaimana keterlibatan tersebut memengaruhi perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari. Pentingnya penelitian ini terletak pada upayanya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak media sosial terhadap perilaku sosial ibu rumah tangga, khususnya di desa uhaidao. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial, serta menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dalam mengedukasi penggunaan media sosial facebook yang sehat dan seimbang di lingkungan keluarga.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dijadikan sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana penggunaan media sosial facebook ibu rumah tangga di desa uhaidao?
2. Bagaimana dampak konten engagement terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga di desa uhaidao?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial facebook ibu rumah tangga di desa uhaidao.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa jauh dampak konten engagement terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga di desa uhaidao.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berpotensi memperkaya literatur yang ada tentang perilaku pengguna media sosial, terutama dalam konteks ibu rumah tangga yang sering kali menjadi kelompok yang kurang terwakili dalam studi-studi sebelumnya. Dengan menganalisis bagaimana ibu rumah tangga berinteraksi dengan berbagai jenis konten, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi engagement, seperti motivasi, preferensi konten, dan pengaruh sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemasar dan pelaku bisnis yang ingin menjangkau ibu rumah tangga di desa uhaiddo sebagai target pasar. Dengan memahami jenis konten yang paling menarik bagi mereka dan bagaimana mereka berinteraksi dengan konten tersebut, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan engagement, tetapi juga dapat berujung pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk membantu pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam merancang program-program yang mendukung pemberdayaan ibu rumah tangga.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu yang digunakan penulis adalah sebagai dasar dalam penyusunan penelitian ini. Tinjauan penelitian terdahulu adalah salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu dan mengutip beberapa pendapat yang dapat mendukung acuan dari penelitian. Berikut pembahasan dari beberapa tinjauan penelitian relevan:

Pemanfaatan Social Commerce dalam Membantu Aktivitas Bisnis bagi Ibu Rumah Tangga. Merupakan penelitian oleh Lathif Hanair Rifqi pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini menunjukkan berfokus pada bagaimana platform media sosial dan e-commerce dapat dimanfaatkan oleh ibu rumah tangga untuk menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Dalam konteks ini, social commerce menjadi alat yang penting untuk mempromosikan produk, menjangkau pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini mungkin melibatkan studi tentang platform yang digunakan, strategi pemasaran yang diterapkan, serta dampak yang dirasakan oleh ibu rumah tangga dalam menjalankan bisnis mereka.⁷

Persamaan antara kedua skripsi ini terletak pada fokus pada ibu rumah tangga dan penggunaan media sosial. Keduanya mencoba memahami peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari ibu rumah tangga, baik sebagai alat untuk berbisnis maupun sebagai platform untuk berinteraksi dengan konten. perbedaannya terletak pada tujuan dan pendekatan penelitian. Skripsi pertama lebih berkaitan dengan

⁷ Lathif Hanair Rifqi, "Pemanfaatan Social Commerce Dalam Membantu Aktivitas Bisnis Bagi Ibu Rumah Tangga" 4 (2023): 469–81.

aplikasi praktis social commerce dan dampaknya terhadap aktivitas bisnis, sedangkan skripsi kedua lebih berfokus pada analisis perilaku dan engagement dengan konten. Dengan demikian, meskipun keduanya berhubungan dengan ibu rumah tangga dan media sosial, pendekatannya berbeda: satu lebih aplikatif dan bisnis-oriented, sementara yang lain lebih analitis dan fokus pada perilaku pengguna.

Keterlibatan Media Sosial dalam Kegiatan Konsumsi Rumah Tangga. Merupakan penelitian oleh Herispon pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Hasil penelitian ini mengkaji bagaimana media sosial mempengaruhi pola konsumsi dalam rumah tangga. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana interaksi di platform media sosial mempengaruhi keputusan membeli barang dan jasa, serta bagaimana informasi yang diperoleh dari media sosial dapat memengaruhi preferensi dan perilaku konsumen dalam konteks rumah tangga. Penelitian ini dapat mencakup analisis jenis konten yang paling berpengaruh, serta peran influencer atau rekomendasi teman dalam proses pengambilan keputusan konsumsi.⁸

Persamaan antara kedua skripsi ini terletak pada fokus pada rumah tangga dan peran media sosial dalam kehidupan mereka. Keduanya mencakup aspek konsumsi dan bagaimana media sosial berkontribusi pada pengambilan keputusan di dalam rumah tangga. perbedaannya terletak pada sudut pandang dan fokus penelitian. Skripsi pertama lebih menekankan pada keterlibatan media sosial dalam konteks konsumsi secara umum, sedangkan skripsi kedua lebih spesifik pada perilaku engagement ibu rumah tangga dengan konten di media sosial. Dengan kata lain, skripsi pertama melihat dampak media sosial terhadap kegiatan konsumsi, sementara yang kedua lebih menyoroti bagaimana ibu rumah tangga berinteraksi dengan konten dan bagaimana interaksi tersebut membentuk perilaku mereka.

Analisis Perilaku Konsumen pada Repeat Purchase Decision dalam Transaksi di E-Commerce (Studi pada Konsumen Tokopedia).

⁸ Sekolah Tinggi and Ilmu Ekonomi, “Keterlibatan Media Sosial Dalam Kegiatan Konsumsi,” 2018.

Merupakan penelitian oleh Erwin Timoty Parluhutan Purba pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di platform e-commerce, khususnya Tokopedia. Penelitian ini mungkin mencakup analisis tentang berbagai elemen seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, pengalaman berbelanja, dan faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap loyalitas konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan untuk mendorong repeat purchase.⁹

Persamaan antara kedua skripsi ini terletak pada fokus pada perilaku konsumen dan pengambilan keputusan dalam konteks pembelian. Keduanya mengeksplorasi bagaimana faktor eksternal baik dalam bentuk platform e-commerce maupun media sosial memengaruhi keputusan dan perilaku konsumen. perbedaannya terletak pada konteks dan fokus analisis. Skripsi pertama menekankan pada aspek transaksi dalam e-commerce dan keputusan untuk melakukan pembelian ulang, sedangkan skripsi kedua lebih menyoroti interaksi dan engagement dengan konten di media sosial, serta bagaimana hal ini memengaruhi perilaku konsumen. Dengan demikian, sementara keduanya berkaitan dengan perilaku konsumen, skripsi pertama lebih bersifat transaksional dan berorientasi pada penjualan, sedangkan yang kedua lebih bersifat interaktif dan berorientasi pada konten.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori penggunaan dan kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*)

Teori Penggunaan dan Kepuasan (Teori U&G) diperkenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Bloomer dan Elif Katz. Teori penggunaan dan kepuasan (U&G) fokus pada apa yang dilakukan individu pada media. Teori ini pada dasarnya tidak

⁹ Chase Decision, Dalam Transaksi, and Fakultas Ekonomi, "Csefb 02.04.2023" 2, no. 4 (2023): 747–63.

tertarik pada apa yang dilakukan media kepada penonton, tetapi pada kenyataannya itu tertarik pada apa yang dilakukan audiens dengan media. Teori ini menganggap orang aktif karena mereka dapat belajar dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Ini pada dasarnya didasarkan pada kebutuhan untuk menjadi awal dari pengembangan sikap positif individu. Melalui teori ini, alasan mengapa audiens menggunakan media diketahui karena motivasi bahwa memiliki insentif untuk menggunakan media.

Katz, Blumler, dan Gurevitch menyatakan bahwa ada lima asumsi dasar penggunaan dan kepuasan, termasuk:

- 1) Penonton aktif dan penggunaan media bertujuan untuk tujuan tertentu.
- 2) Inisiatif yang menggabungkan kepuasan dengan kebutuhan dan pilihan media tertentu di tangan penonton.
- 3) Media bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan audiens mereka.
- 4) Audiens cukup percaya diri dalam penggunaan, minat, dan motif media sehingga mereka dapat memberikan gambar yang akurat kepada para peneliti mengenai penggunaan media.
- 5) Nilai konten media hanya dapat dinilai oleh audiens yang mengkonsumsinya.¹⁰

Selanjutnya, Dennis McQuail, Jay Blumler, dan Joseph Brown mengenali berbagai cara di mana media dapat mengkategorikan kebutuhan dan kepuasan audiens. Kategori ini mencakup penerusan, hubungan pribadi, identitas pribadi, dan pengawasan. Melalui pernyataan di atas, jelas bahwa audiens pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Oleh karena itu, media digunakan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan audiens. Pada akhirnya, media yang dapat memenuhi kebutuhan audiens disebut media yang efektif. Untuk keperluan ilustrasi, jelas bahwa itu dimulai dengan kebutuhan untuk membuat motif yang menggunakan media berdasarkan audiens untuk mempertahankan kepuasan.

¹⁰ Tryana Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu,” *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020): 8–22.

juga menyatakan bahwa penonton menggunakan media yang didorong oleh motif spesifik.

Konsep kepuasan ukuran disebut kepuasan (GS) dan kepuasan (GO). Dalam penggunaan pendekatan teoritis dan kepuasan, kepuasan (GS) mendorong publik untuk memilih media. Dalam penelitian ini, kepuasan (GS) adalah variabel independen yang memengaruhi penggunaan media. Kedua, melalui kepuasan subjek yang disurvei dari pertanyaan tertentu tentang apa yang mereka terima setelah menggunakan media dengan menyebutkan eksplisit tentang peristiwa atau bagian tertentu.¹¹

Fokus Teori Penggunaan dan Kepuasan, Teori ini berfokus pada dua elemen utama:

- a) Pengguna media sebagai agen aktif: Menurut teori ini, individu memilih untuk secara aktif memilih media dan konten berdasarkan kebutuhan dan harapan mereka.
- b) Kebutuhan: Media digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti hiburan, informasi, penerbangan dari kehidupan sehari-hari, dan interaksi sosial.

Teori Uses and Gratification sangat terkait dengan penelitian yang berjudul “Analisis Konten Engagement terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaidao Kab. Mamasa”. Teori ini menekankan cara individu secara aktif memanfaatkan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan meraih kepuasan tertentu. Dalam penelitian ini, ibu rumah tangga dilihat sebagai pengguna aktif media sosial yang secara sadar memilih untuk menggunakan Facebook dalam berinteraksi, mencari informasi, mengekspresikan diri, dan membangun hubungan sosial. Tindakan keterlibatan seperti memberi like, berkomentar, membagikan konten, dan membuat postingan baru merupakan contoh perilaku aktif yang muncul dari motif dan kebutuhan tertentu, termasuk hiburan, pengakuan sosial, identitas, dan informasi. Dengan demikian, teori Uses and

¹¹ Alia Rizka Mansyur, “Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja,” *Issn 16 (2021): 38–48*.

Gratification menjelaskan mengapa ibu rumah tangga terlibat dalam aktivitas di media sosial dan bagaimana kegiatan tersebut memberi mereka kepuasan psikologis dan sosial. Selain itu, kepuasan yang dirasakan dari penggunaan media sosial dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hal hubungan sosial maupun tanggung jawab rumah tangga. Oleh karena itu, teori ini menjadi landasan untuk mengerti keterlibatan ibu rumah tangga dalam menggunakan Facebook serta hubungan antara konten yang mereka konsumsi dan perilaku di kehidupan nyata.

2. Theory Of Planned Behavior (TPB)

Dikembangkan oleh psikolog sosial Icek Ajzen pada tahun 1985, Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan kerangka teoretis yang menjelaskan mekanisme pembentukan niat dan perilaku manusia. Sebagai penyempurnaan dari Theory of Reasoned Action yang dibuatnya bersama Martin Fishbein, TPB muncul dari kebutuhan untuk memasukkan faktor kontrol perilaku dalam memprediksi tindakan yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu.¹²

Dalam konteks digital seperti penggunaan media sosial oleh ibu rumah tangga di pedesaan, TPB menawarkan lensa analitis yang berharga. Teori ini membantu kita memahami bagaimana keyakinan bahwa aktivitas online dapat meningkatkan pendapatan keluarga (sikap), dukungan atau larangan dari lingkungan sosial (norma subjektif), serta keterampilan digital dan akses teknologi (kontrol perilaku) bersama-sama membentuk pola engagement mereka dengan berbagai konten.

Menurut Theory Of Planned Behavior (TPB) atau teori Perilaku yang di rencanakan, tiga determinan utama menentukan intensi berperilaku: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Saat ini, teori ini banyak digunakan dalam bidang keilmuan yang membahas perilaku dan masalah lingkungan.

TPB adalah sebuah teori yang kuat dan mudah untuk digunakan dalam meramalkan atau menjelaskan tingkah laku. Teori ini membahas tentang niat, yaitu

¹² Icek Ajzen, "Ganiza Ajzen, I. (1991) *The Theory of Planned Behavior, Or*," *Handbook of Theories of Social Psychology*: Volume 1, 1991, 438–59.

tingkat usaha yang dilakukan seseorang dalam mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain, inti dari TPB adalah ramalan niat, yang jika tidak ada kendala berat, akan terwujud dalam tindakan nyata. Dalam Teori Perilaku Terencana yang merupakan pengembangan dari Teori Tindakan Beralasan, dikatakan bahwa niat dapat diramalkan dari tiga elemen yang membentuknya, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan menjadi elemen terakhir yang berperan dalam munculnya niat dan telah terbukti mampu meningkatkan kemampuan prediksi dari Teori Tindakan Beralasan (TRA).¹³

Ada beberapa tujuan dan manfaat dari teori ini, di antaranya adalah untuk meramalkan serta memahami bagaimana motivasi dapat memengaruhi tindakan yang tidak sepenuhnya berada di kontrol atau keinginan individu. Teori ini bertujuan untuk mengidentifikasi cara dan tujuan dalam mengarahkan strategi untuk perubahan perilaku, serta menjelaskan berbagai aspek penting dari perilaku manusia, seperti alasan seseorang membeli mobil baru atau mengapa orang tidak hadir di tempat kerja. Teori ini juga memberikan kerangka kerja untuk menganalisis sikap terhadap tindakan. Berdasarkan teori ini, niat untuk berperilaku merupakan faktor yang paling menentukan perilaku seseorang.

Teori Perilaku Terencana mengakui bahwa tidak semua tindakan sepenuhnya berada di bawah kontrol individu. Sebenarnya, tindakan-tindakan ini terdapat pada suatu posisi dalam suatu spektrum yang berkisar dari sepenuhnya terkendali hingga tidak terkendali. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kontrol ini, yang dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup keterampilan, kemampuan, informasi, emosi, stres, dan hal-hal lainnya. Sedangkan faktor eksternal mencakup situasi dan elemen serupa dari lingkungan. Untuk mengatasi batasan-batasan ini, Ajzen melakukan penyesuaian pada TRA dengan menambahkan antecedent ketiga yang dikenal sebagai perceived behavioral control (PBC). Dengan

¹³ Alimbudiono and Sandra Ria, *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2019.

penambahan antecedent ini, ia memperbarui nama teorinya menjadi Teori Perilaku Terencana (TPB).¹⁴

Teori Perilaku Terencana (TPB) sangat relevan dengan penelitian yang berjudul “Analisis Konten Engagement terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaidao Kab. Mamasa”. Teori ini menyatakan bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap tindakan, norma subjektif, dan persepsi tentang kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, tindakan ibu rumah tangga dalam menggunakan media sosial Facebook dan keterlibatan mereka dalam konten dapat dilihat sebagai akibat dari niat dan sikap mereka terhadap sosial media. Jika ibu rumah tangga memiliki pandangan positif terhadap Facebook, misalnya sebagai medium untuk hiburan, berkomunikasi, dan bertukar informasi, hal ini dapat membuat mereka lebih aktif dalam interaksi dan ketersediaan untuk terlibat dengan berbagai konten. Selain itu, norma sosial yang ada di sekitar mereka, seperti dukungan dari teman atau komunitas online, bisa memengaruhi seberapa besar keinginan ibu rumah tangga untuk berpartisipasi dalam kegiatan engagement. Di sisi lain, persepsi kontrol perilaku, termasuk kemampuan dalam menggunakan teknologi dan mengatur waktu untuk bersosial media, juga berperan dalam mengatur seberapa baik ibu rumah tangga dapat mengelola penggunaan Facebook agar seimbang dengan kewajiban rumah tangga. Oleh karena itu, teori Perilaku Terencana membantu menjelaskan bagaimana niat, sikap, pengaruh sosial, dan kapasitas pengendalian diri ibu rumah tangga membentuk perilaku mereka saat berinteraksi dan berpartisipasi di Facebook, serta bagaimana perilaku tersebut memengaruhi kehidupan sehari-hari mereka.

¹⁴ RD Larasati, “Attitudes (A) towards Behavior Subjective Norma (SN) towards Behavior Intention (I) towards Behavior Perceived Behavioral Control,” *Theory of Planned Behaviour*, 2020, 18–50.

C. Kerangka Konseptual

1. Analisis Konten

a. Definisi analisis konten

Analisis konten merupakan jenis penelitian yang mendalami konten dari informasi yang ditulis atau dicetak dalam media massa. Penelitian ini umumnya digunakan dalam studi kualitatif. Teknik symbol coding, yang diperkenalkan oleh Harold D. Lasswell, merupakan metode untuk mencatat simbol atau pesan secara teratur dan kemudian memberikan makna. Ada beragam definisi tentang analisis isi. Secara umum, analisis isi dipahami sebagai metode yang mencakup seluruh analisis tentang teks, namun juga dapat digunakan untuk menggambarkan pendekatan analisis yang spesifik. Menurut Holsti, analisis isi adalah teknik yang memungkinkan penarikan kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai ciri khusus dari suatu pesan dengan cara yang objektif, sistematis, dan generalis.¹⁵ Objektif berarti mengikuti pedoman atau prosedur sehingga jika dilakukan oleh orang lain (peneliti) dapat menghasilkan kesimpulan yang sama. Sistematis menandakan bahwa penentuan isi atau kategori dilakukan berdasarkan aturan yang diterapkan dengan konsisten, termasuk memastikan pemilihan dan pengkodean data untuk menghindari bias. Generalisasi berarti penemuan harus didukung oleh referensi teoritis. Temuan yang diperoleh dari analisis isi dapat dihubungkan dengan atribut lain dari dokumen dan memiliki relevansi teoritis yang signifikan.

b. Prinsip-prinsip analisis konten

Menurut Wimmer dan Dominick (2000:135) dalam Subianto (2006:174) Prinsip-prinsip analisis konten sebagai berikut:

- 1) Prinsip sistematis, berarti menggunakan prosedur yang seragam untuk semua pesan yang dianalisis. Oleh karena itu, tidak boleh hanya menganalisis pesan yang menarik bagi peneliti, tetapi harus mencakup semua pesan yang telah

¹⁵ A.M.Irfan Taufan Asfar, *Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik (penelitian kualitatif)*, Bone, "SEMIOTIK," no. January (2019).

ditetapkan dalam populasi dan pemilihan sampel. Dengan demikian, Analisis Konten berbeda dari pengamatan umum terhadap isi atau pesan.

- 2) Prinsip objektif, berarti bahwa hasil penelitian ditentukan oleh cara penelitian dilakukan, bukan oleh orang yang melakukan penelitian tersebut. Salah satu cara untuk mencapai ini adalah dengan menggunakan alat yang tepat dan menetapkan kategori yang jelas, sehingga peneliti lain dapat menggunakan metode yang sama. Dengan demikian, mereka bisa mendapatkan kesimpulan yang serupa, dengan isi, tujuan, dan prosedur yang sama meskipun penelitiannya berbeda.
- 3) Prinsip faktual, mengacu pada ide bahwa penelitian dan diskusi hanya fokus pada isi pesan yang terlihat atau jelas, tanpa melibatkan pandangan atau emosi peneliti. Masalah kesimpulan analisis memperlihatkan adanya makna yang tersembunyi di balik apa yang terlihat. Namun, hal ini tidak menjadi masalah selama analisis dan diskusi tetap berfokus pada isi yang jelas.¹⁶

2. Engagement

a. Definisi engagement

Engagement ini adalah patokan yang digunakan untuk mengakui komitmen audiens dalam upaya media sosial bisnis online. Selain itu, keterlibatan dapat disebut parameter yang memungkinkan Anda untuk melihat apakah konten menyajikan kepada pengikut atau pengikut akun media sosial Anda relevan mereka terkendali¹⁷. Dalam keterlibatan sederhana, komunikasi juga dapat diartikan sebagai dua komunikasi jalanan. tombol adalah umpan balik atau umpan balik. Komitmen adalah tanggapan terhadap berita dan konten tertentu yang Anda terbitkan dari audiens. Hasil yang baik adalah apakah penonton memperhatikan dalam bentuk jawaban yang baik. Istilah engagement

¹⁶ Sumarno, *Analisis isi dalam penelitian pembelajarn bahasa dan sastra*, “Dosen Universitas Muhamadiyah Kotabumi,” *Jurnal Elsa* 18, no. 2 (2020): 55.

¹⁷ Widya Nuriyanti et al., “Strategi Social Media Engagement Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Rumah Makan Cinla Di Cililitan Jakarta Timur,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 15 (2022): 689–706.

telah menjadi matriks umum. Aspek keterlibatan ini juga tidak penting. Untuk pemasaran perusahaan, komitmen ini sangat penting untuk kegiatan, dan partisipasi pelanggan sangat penting bagi semua platform sosial untuk membangun merek yang proaktif dalam pengalaman. Tidak hanya itu, perusahaan juga membutuhkan tolok ukur untuk membangun hubungan bisnis yang penting bagi pelanggan dan pemangku kepentingan baru.

Engagement, dalam konteks media sosial dan komunikasi, merujuk pada tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna dengan konten yang disajikan. Secara lebih mendalam, engagement mencakup berbagai bentuk partisipasi aktif yang dilakukan oleh audiens terhadap konten yang mereka konsumsi. Ini bukan hanya sekadar tindakan pasif seperti melihat atau membaca, tetapi melibatkan interaksi yang lebih aktif, seperti memberikan komentar, menyukai, berbagi, dan mendiskusikan konten tersebut. Pemahaman tentang engagement sangat penting, terutama dalam dunia digital saat ini, di mana konten mudah diakses dan dibagikan. Ketika pengguna terlibat dengan konten, mereka tidak hanya menunjukkan minat, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dalam dengan pembuat konten atau merek. Ini menciptakan komunitas di mana pengguna merasa terhubung dan memiliki suara dalam diskusi yang lebih luas.¹⁸ Di sisi lain, tingkat engagement yang tinggi sering kali menjadi indikator keberhasilan suatu kampanye pemasaran atau strategi komunikasi.

Konten yang mampu menarik perhatian dan mengundang interaksi biasanya dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini juga menunjukkan bahwa konten tersebut relevan dan resonan dengan audiens, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap merek atau individu yang memproduksi

¹⁸ Giska Rizki Utami and Marheni Eka Saputri, "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia Under A Creative Commons Attribution (Cc-By-Nc-Sa) 4.0 License Core View Metadata, Citation And Similar Papers At Core.Ac.Uk Provided By Electro," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* 5, No. 2 (2020): 185–98.

konten.¹⁹ Engagement juga dapat memberikan wawasan berharga bagi pembuat konten tentang preferensi dan perilaku audiens mereka. Dengan menganalisis jenis konten yang paling banyak mendapatkan interaksi, pembuat konten dapat menyesuaikan strategi mereka untuk lebih memenuhi kebutuhan dan harapan audiens. Ini menciptakan siklus umpan balik yang saling menguntungkan, di mana konten yang lebih baik dihasilkan berdasarkan interaksi yang sebelumnya terjadi.

b. Jenis engegement media sosial

Beberapa Jenis-jenis engagement yang paling efektif, berikut:

- 1) *Shares/retweet*, menunjukkan bahwa rilis konten menunjukkan bahwa pengguna percaya konten itu berharga atau relevan untuk digunakan dengan orang lain. Ini adalah bentuk keterlibatan yang paling kuat karena berkontribusi untuk memperluas area konten dan menciptakan efek virus. Platform seperti Twitter memungkinkan pengguna untuk mengkomunikasikan tweet kepada pengikut dari pengguna lain. Jenis interaksi ini adalah salah satu cara paling efektif untuk menyebarkan pesan dengan cepat dan menjangkau audiens yang lebih besar.
- 2) *Comentart*, komentar adalah bentuk interaksi yang lebih positif. Pengguna akan memberikan jawaban, pertanyaan, atau pendapat tentang konten yang dipublikasikan. Komentar dapat meningkatkan komitmen dan menyebabkan debat yang lebih dalam. Interaksi ini adalah kesempatan untuk membangun argumen yang lebih cerdas dan membuat koneksi yang lebih kuat.
- 3) *Saves/Bookmarks*, Tampilkan fungsi simpan yang menarik untuk mengakses konten lagi. Jika pengguna berkontribusi, pengguna tertarik pada kesimpulan yang secara tidak langsung meningkatkan partisipasi dalam interaksi dengan lebih banyak pengguna. Interaksi ini memungkinkan pengguna untuk merasa

¹⁹ A. Syafira and A. Rohman, "Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Marlina, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan," *Jurnal Media Akademik (Jma)* 2, no. 6 (2024): 1–21.

berharga dan mendorong mereka untuk berinteraksi lebih lanjut dengan konten.

- 4) *Tagging/mentioning*, menandai, dan menyebutkan pengguna lain dalam email dapat secara langsung atau tidak langsung meningkatkan partisipasi dalam interaksi dengan lebih banyak pengguna. Interaksi ini memungkinkan pengguna untuk merasa berharga dan mendorong mereka untuk berinteraksi lebih lanjut dengan konten.
- 5) *Partisipasi dalam cerita*, fitur cerita di berbagai platform seperti Instagram dan Facebook memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten yang lebih real-time. Penelitian, pertanyaan, dan pengujian cerita adalah peluang bagus untuk mendorong partisipasi langsung, memastikan bahwa pengguna merasa bahwa pendapat dan kekhawatiran mereka diperlukan.
- 6) *Likes*, Memberikan "like" pada sebuah postingan menandakan bahwa pengguna menyukai atau setuju dengan konten yang diposting. Meskipun sederhana, likes tetap menjadi indikator penting dari tingkat perhatian yang diberikan oleh audience.²⁰

Dalam Islam, engagement atau yang dipahami sebagai keterlibatan seseorang dalam aktivitas komunikasi dan interaksi serta membuat dan menyebarkan konten. Sebagaimana firman Allah SWT di dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat Ayat 6 sebagai berikut :

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ۖ

Terjemahan :

*Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.*²¹

²⁰ Ahmad Ade Irwanda et al., "Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning," *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi* 6, no. 2 (2024): 390–99.

²¹ Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019., n.d.

Ayat tersebut menjelaskan bagaimana pentingnya bersikap kritis dan selektif terhadap informasi yang diterima dan disebar. Ini menunjukkan bagaimana perilaku ibu rumah tangga bermedia sosial dimana sering terlibat dalam menyukai, membagikan, atau mengomentari berbagai konten. Ayat ini menjadi dasar penting agar pengguna media sosial, termasuk ibu rumah tangga, tidak menyebarkan informasi tanpa klarifikasi (*tabbayun*) terutama dalam interaksi digital yang cepat dan luas.

Dalam dunia pemasaran digital, berbagai metrik digunakan untuk mengukur engagement, termasuk jumlah like, komentar, dan share, serta durasi waktu yang dihabiskan pengguna untuk berinteraksi dengan konten.²² Semua ini membantu dalam memahami seberapa baik konten diterima dan seberapa efektif strategi komunikasi yang diterapkan. Secara keseluruhan, engagement adalah konsep yang kompleks dan multifaset, yang mencerminkan hubungan dinamis antara pengguna dan konten di era digital. Keterlibatan yang kuat tidak hanya bermanfaat bagi pembuat konten, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi audiens, menjadikan mereka bagian dari narasi yang lebih besar.

3. Media Sosial Facebook

a. Definisi Media Sosial

Media dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai perantara atau penghubung antara dua pihak. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosial diartikan yang berkenaan dengan masyarakat atau perlu adanya komunikasi. Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain. Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial

²² Gabrielle Margaretha Wijaya and Rezi Erdiansyah, "Tipe Konten Dan Korelasinya Pada Engagement Instagram," *Prologia* 7, no. 2 (2023): 312–21.

dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.²³ Media sosial adalah proses interaksi antara individu dengan membuat, berbagi dan memodifikasi ide dan ide dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan. Media Sosial memungkinkan Anda untuk membuat berbagai bentuk komunikasi dan informasi untuk semua orang yang menggunakannya. Media sosial selalu menawarkan berbagai fasilitas yang akan membuat Anda merasa nyaman dengan media alami. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menyatakan bahwa media sosial ialah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari web 2.0 yang berupa platform dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari User Generated Content.

Menurut Van Dijk dalam Rully Nasrullah, media sosial adalah sebuah tempat media yang menekankan pada eksistensi pengguna dan mendukung mereka dalam beraktivitas dan bekerja sama. Sehingga, media sosial dapat digunakan sebagai media online (perantara) yang mempererat jalinan sebuah hubungan antar pengguna sebagai ikatan sosial. Menurut Rully Nasrullah, media sosial didefinisikan sebagai sebuah media di internet yang memungkinkan para penggunanya mempresentasikan diri, berinteraksi dengan orang lain, berbagi, berkomunikasi, dan membangun ikatan sosial secara virtual. Setiap tahun, banyak media sosial berkembang dan berkembang, masing-masing berjalan dengan karakteristik dan keunikannya sendiri.²⁴ Komunikasi dan penerimaan informasi yang mudah adalah tujuan menggunakan media sosial. Hampir setiap tingkat masyarakat sekarang dikaitkan dengan media sosial. Dari beberapa definisi yang dikemukakan, peneliti menyimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah

²³ Arita Puspitorini, Nia Kustianti, and Dewi Lutfiati, "Analisis Strategi Promosi Jasa Make Up Pengantin Di Paras Asri Wedding Organizer Melalui Media Sosial," *Ejournal.Unesa.Ac.Id* 11 (2022): 49–57.

²⁴ Dyah dan Agustrijanto Kusumawati, "Pengungkapan Diri Perempuan Penyintas Autoimun Sebagai Media Literasi Di Instagram," *Jurnal Inada Kajian Perempuan Indonesia Di Daerah Tertinggal, Terdepan Dan Terluar* 2, no. 2 (2019): 136–57.

media perantara untuk menjalin sebuah komunikasi atau menjalin sebuah hubungan interaksi terhadap sesama penggunanya.

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki batasan tertentu dan fitur khusus. Media sosial dimulai dengan pemahaman tentang cara menggunakan media sebagai instrumen sosial di dunia maya. Oleh karena itu, ada karakteristik media sosial yang digunakan dalam bidang -bidang seperti jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik dapat digunakan.

Fitur media sosial meliputi:

1) Jaringan (*Network*)

Kata jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminology bidang teknologi seperti ilmu computer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara computer dan perangkat keras (*hardware*) lainnya. Media sosial memiliki karakter jejaring sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk didalam jaringan atau internet. Namun, sebagaimana ditekankan oleh Castells. Struktur atau organisasi sosial yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telepon genggam atau tablet.

2) Informasi (*Information*)

Informasi menjadi penyatuan penting media sosial. Berbeda dengan media lain di internet, pengguna media sosial membuat presentasi identitas, membuat konten, dan membuat interaksi yang terinformasi. Di Media Social, informasi tersebut adalah produk yang digunakan oleh pengguna. Untuk melihat sifat informasi di media sosial, dapat dilihat dalam dua aspek.²⁵ Pertama -tama, media sosial adalah pengkodean informasi untuk yang didistribusikan melalui berbagai perangkat menjadi decoding (*decoding*) rasa.

²⁵ Cahyana Kumbul Widada, "Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan," *Journal of Documentation and Information Science* 2, no. 1 (2018): 23–30.

Landasan bagi pengguna untuk berinteraksi satu sama lain dari halaman pengguna informasi dan membentuk jaringan komunitas di atas Internet. Kedua, informasi tentang ada di media sosial.

3) *Arsiv (Archive)*

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Kekuatan media sosial sebagai bagian dari media baru yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip.

4) *Interaksi (Interactivity)*

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut, interaksi yang terjadi di media sosial terbentuk saling mengomentari, atau memberikan tanda seperti jempol, like, share dan lain – lain.

5) *Simulasi Sosial (Simulation)*

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Memahami makna simulasi, menurut Jean Baudrillard, mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real dibenak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realita semu.

6) *Konten oleh Pengguna (User Generated Content)*

Karakteristik ini lebih populer disebut dengan user generated content (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Medium ini tidak hanya menyediakan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya. Ini merupakan ciri dari media sosial yang menunjuan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengmbangkannya.²⁶

c. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Rulli Nasrullah terdapat enam kategori besar dalam pembagian media sosial, yakni:

1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Jejaring sosial adalah jenis media media sosial yang paling populer. Media ini adalah alat yang dapat digunakan pengguna untuk mempertahankan hubungan sosial di internet, seperti efek dan efek dari hubungan sosial ini. Situs web media sosial seperti Facebook dan Instagram adalah media sosial yang digunakan untuk komunikasi dan dialog di jejaring sosial dan media sosial, yang digunakan untuk menyebarkan konten seperti profil, kegiatan, dan bahkan pengguna. Fitur utama dari situs web jejaring sosial adalah bahwa semua pengguna akrab dengan jaringan persahabatan, baik dengan pengguna yang sudah mereka kenal dan mungkin dengan orang-orang yang sering mereka kenal dan sering temui di dunia nyata. Struktur teman baru tergantung pada kesamaan seperti hobi dan minat, pandangan politik, latar belakang sekolah/universitas, dan pekerjaan.

2) Jurnal Online (*Blog*)

Blog adalah media sosial yang dapat membuat pengguna untuk memposting kegiatan harian mereka, berkomentar dan berbagi tautan web, informasi dan informasi lainnya. Asal mula istilah blog berasal dari kata "web blog" yang diperkenalkan oleh John Berger pada tahun 1997, yang mengacu

²⁶ Hotrun Siregar, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila," *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82.

pada buku harian online pribadi.²⁷ Pengguna blog bersifat pribadi dan konten yang dipublikasikan berhubungan dengan pengguna.

3) Jurnal Online Sederhana Atau Mikroblog (*Micro-Blogging*)

Mikroblog adalah semacam media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan menyebarkan kegiatan dan pendapat. Jenis pengantar media sosial ini secara historis dikaitkan dengan munculnya Twitter, Ini hanya menawarkan ruang terbatas atau hingga 140 karakter.

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs web berbagi media adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi media seperti dokumen, video, audio, gambar, dan lain-lain dengan orang lain. YouTube adalah contoh berbagi media yang umum. Snapfish, Photobucket, atau Flickr.

5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Bookmark sosial adalah media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu di Internet. Salah satu fitur dari jejaring sosial ini adalah berisi informasi tentang berapa banyak situs web yang berisi konten. Beberapa situs social bookmarking yang terkenal adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com dan LintasMe, yang digunakan di Indonesia.

6) Media Konten Bersama

Ini adalah situs web media sosial yang kontennya dibuat oleh pengguna. Wiki, seperti kamus dan ensiklopedi, menunjukkan pentingnya pengguna, masa lalu, tautan ke buku atau kata-kata dalam, Wikipedia adalah jaringan sosial yang populer yang menggunakan konten untuk berbagi

²⁷ J Beno, A.P Silen, and M Yanti, “Strategi Komunikasi Humas Scarf Media Dalam Mempertahankan Citra Sebagai Muslimah Lifestyle Digital Media,” *Braz Dent J.* 33, No. 1 (2022): 1–129.

persetujuan. Situs Wiki hanya menyediakan perangkat lunak yang tersedia untuk Anda.²⁸

Facebook merupakan salah satu platform jejaring sosial (social networking site) terbesar di dunia yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun jaringan sosial secara daring. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan-rekannya di Universitas Harvard pada 4 Februari 2004 dengan tujuan awal untuk menghubungkan mahasiswa kampus. Dalam perkembangannya, Facebook berkembang pesat menjadi platform global yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat di seluruh dunia.

Secara umum, Facebook berfungsi sebagai media komunikasi dan interaksi sosial yang memungkinkan pengguna membuat profil pribadi, menambahkan teman, mengunggah status, foto, video, serta menggunakan fitur pesan (Messenger) untuk berkomunikasi langsung. Platform ini juga menyediakan berbagai fitur engagement seperti tombol *like*, *comment*, *share*, serta grup dan halaman (*pages*) yang digunakan untuk membangun komunitas atau promosi bisnis. Fitur-fitur tersebut menjadikan Facebook tidak hanya sebagai media pertemanan, tetapi juga sarana promosi, edukasi, hingga politik.

Menurut Boyd dan Ellison (2007), jejaring sosial seperti Facebook merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan individu membangun profil publik atau semi-publik, membuat daftar koneksi dengan orang lain, serta menelusuri jaringan hubungan tersebut di dalam sistem. Dalam konteks ini, Facebook berperan sebagai

²⁸ Artikel Penelitian, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Komunikasi Organisasi : Studi Kasus Pada Manajemen Krisis *The Influence of Social Media on Organizational Communication : A Case Study on Crisis Management*” 8, no. 1 (2025): 660–69.

ruang sosial virtual yang menghubungkan penggunanya berdasarkan kesamaan minat, lokasi, atau hubungan pertemanan.²⁹

Selain sebagai sarana komunikasi, Facebook juga berperan dalam pembentukan perilaku dan opini publik. Melalui algoritma yang mengatur tampilan konten di beranda (*news feed*), pengguna cenderung terpapar pada informasi yang sesuai dengan minat dan interaksi sebelumnya. Hal ini dapat memperkuat pandangan tertentu (*echo chamber effect*) atau bahkan memengaruhi keputusan sosial dan politik. Menurut Tufekci (2015), media sosial seperti Facebook memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini publik serta penyebaran gerakan sosial. Dalam bidang pemasaran dan komunikasi massa, Facebook juga digunakan sebagai alat analisis perilaku pengguna. Konsep *engagement* atau keterlibatan pengguna diukur melalui jumlah suka, komentar, dan berbagi yang mencerminkan tingkat partisipasi audiens terhadap suatu konten. Oleh karena itu, bagi peneliti komunikasi, Facebook merupakan media penting untuk mengkaji perilaku pengguna, pola interaksi, serta efek sosial dari konsumsi media digital.

Dari sisi sosial, Facebook memiliki dua sisi: positif dan negatif. Di satu sisi, Facebook mempermudah komunikasi jarak jauh, memperluas relasi sosial, dan mendukung aktivitas ekonomi digital. Namun di sisi lain, penggunaan berlebihan dapat menimbulkan ketergantungan, penurunan produktivitas, serta potensi masalah privasi dan penyebaran informasi palsu (*hoaks*). Oleh karena itu, literasi digital menjadi hal penting bagi pengguna agar dapat menggunakan Facebook secara bijak dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, Facebook bukan hanya sekadar media hiburan, tetapi juga ekosistem sosial yang kompleks yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan

²⁹ Vicky Dianiya, "Management Privacy Dalam Penggunaan Fitur 'Close Friend' Di Instagram," *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 5, no. 1 (2021): 249.

manusia mulai dari cara berkomunikasi, bekerja, hingga berpikir dalam era digital modern.³⁰

4. Ibu Rumah Tangga

a. Definisi Ibu Rumah Tangga

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian ibu rumah tangga adalah seorang ibu yang mengurus keluarga saja. Ibu rumah tangga adalah seorang wanita yang telah menikah dan memiliki tanggung jawab utama untuk mengurus rumah tangga dan keluarga. Tanggung jawab ini mencakup berbagai aspek, seperti merawat dan mendidik anak-anak, mengatur dan membersihkan rumah, menyiapkan makanan, mengelola keuangan rumah tangga, serta memberikan dukungan emosional bagi anggota keluarga. Ibu rumah tangga umumnya tidak bekerja di luar rumah, melainkan menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mengurus kebutuhan rumah tangga dan keluarga. Definisi ini menekankan peran sentral ibu rumah tangga dalam memastikan kesejahteraan dan kelancaran fungsi keluarga. Meskipun sering dianggap remeh, peran ibu rumah tangga sangat penting dalam menciptakan lingkungan rumah yang nyaman, aman, dan harmonis bagi seluruh anggota keluarga. Seiring perkembangan zaman, banyak ibu rumah tangga juga berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Istilah "perempuan" berasal dari kata empuan, yang terkait dengan nama Puan dan menunjukkan sapaan sopan untuk wanita. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan "perempuan" sebagai seseorang yang dapat menstruasi, hamil, melahirkan, dan menyusui. Wanita juga memiliki kepribadian yang kuat, dan mereka memiliki potensi dan kekuatan yang luar biasa yang tersembunyi di balik eksteriornya yang lembut. Kelebihan dan kekuatan ini dapat membantu keluarga keluar dari kemiskinan dan

³⁰ sumarno, *Analisis isi dalam penelitian pembelajarn bahasa dan sastra*, "Dosen Universitas Muhamadiyah Kotabumi."

meningkatkan ekonomi rumah tangga, dan pada akhirnya mendorong perempuan untuk mandiri.³¹ Menurut Dwijayanti Ibu rumah tangga ialah wanita yang lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah, mempersembahkan waktunya untuk merawat dan mengasuh anak-anak menurut pola yang diberikan masyarakat. Tugas ibu rumah tangga dalam kehidupan keluarga yaitu mengatur tata laksana rumah tangga sehingga kondisi keluarga menjadi teratur dan rapi. Menurut Kartono, ibu rumah tangga adalah perempuan yang mencurahkan sebagian besar waktunya untuk memberikan pendidikan yang baik kepada anak-anaknya dan mengasuh mereka.

Menurut Joan, menjelaskan pengertian ibu rumah tangga sebagai wanita yang telah menikah dan menjalankan tanggung jawab mengurus kebutuhan-kebutuhan di rumah. Sedangkan menurut pendapat Walker dan Thompson ibu rumah tangga adalah wanita yang telah menikah dan tidak bekerja, menghabiskan sebagian waktunya untuk mengurus rumah tangga dan mau tidak mau setiap hari akan menjumpai suasana yang sama serta tugas-tugas rutin.³² Menurut Fredian dan Maule masyarakat tradisional memandang fungsi utama wanita dalam keluarga adalah membesarkan dan mendidik anak.

Terlepas dari kenyataan bahwa perempuan secara fisik dan kognitif kurang kuat dibandingkan laki-laki, menurut para ilmuwan dan Plato, perbedaan ini tidak merusak kemampuan perempuan. Tubuh wanita lebih cepat matang daripada pria, mereka memiliki suara yang lebih bulat, secara fisik lebih kecil, dan tidak sekuat pria. Untuk menciptakan kehidupan keluarga yang kuat yang tidak mudah terpengaruh oleh perubahan yang tidak menguntungkan dan membantu perkembangan keluarga yang sejahtera secara

³¹ Malau and Fatimahhaki Salsabela, "Coping Stress Ibu Rumah Tangga Yang Tinggal Di Kawasan Kumuh," *Jurnal Universitas Medan Area* 53, no. 1 (2018): 12–13.

³² Nurul Azizah Lubis, *Analisis Kemandirian Ibu Rumah Tangga Perkotaan Melalui Urban Farming Hidroponik Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kota Medan*, *Pharmacognosy Magazine*, Vol. 75, 2021.

fisik dan emosional, Darmawani menyatakan bahwa peran ibu sama pentingnya. Kapasitas dan potensi seorang perempuan untuk menjadi ibu rumah tangga yang baik merupakan faktor yang paling penting dalam menentukan keberhasilan keluarga, terutama masa depan anaknya. Oleh karena itu, diperlukan sebuah rencana aksi untuk meningkatkan kapasitas dan potensi ibu agar mereka dapat bekerja pada tingkat tertinggi dari sudut pandang fungsional di rumah.³³

b. Peran Ibu Rumah Tangga

Peran merupakan suatu karakter yang harus dimainkan oleh seseorang sesuai dengan kedudukan dan status yang dimiliki seseorang, berarti peran seorang ibu rumah tangga merupakan berarti suatu yang harus dimainkan oleh seorang ibu rumah tangga tergantung pada kondisi sosial dan budaya yang dimiliki oleh seseorang.³⁴

Menurut Kartono, ibu memiliki beberapa peranan sebagai berikut:

- 1) Peranan sebagai istri, mencakup sikap hidup yang mantap, mampu mendampingi suami dalam semua situasi yang disertai rasa kasih sayang, kecintaan, loyalitas dan kesetiaan pada partner hidupnya.
- 2) Peranan sebagai partner seks, mengimplikasi hal sebagai berikut: terdapatnya hubungan hetero-seksual yang memuaskan, tanpa disfungsi (gangguan-gangguan fungsi) seks.
- 3) Fungsi sebagai ibu dan pendidik, bila ibu tersebut mampu menciptakan iklim psikis yang baik, maka terciptalah suasana rumah tangga menjadi semarak, dan bisa memberikan rasa aman, bebas, hangat, menyenangkan serta penuh kasih sayang.

³³ J Beno, A.P Silen, And M Yanti, *Peran Pt. Permodalan Nasional Madani (Pnm) Dalam Pemberdayaan Umkm Ibu Rumah Tangga Melalui Program Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) (Studi Kasus Di Pnm Mekaar Medan Satria Kota Bekasi)*, *Braz Dent J.*, Vol. 33, 2022.

³⁴ Nada Afifah Amalina and Pambudi Handoyo, "Konflik Peran Ganda Ibu Dalam Pendampingan Belajar Anak Tingkat SD Pada Masa Pandemi Di Desa Surodakan Kabupaten Trenggalek," *Paradigma 12*, no. 2 (2023): 171–80.

- 4) Peranan wanita sebagai pengatur rumah tangga, dalam hal ini terdapat relasi-relasi formal dan pembagian kerja (division of labour), dimana suami bertindak sebagai pencari nafkah, dan istri berfungsi sebagai pengurus rumah tangga.

Menurut Mulyawati, peran ibu rumah tangga adalah mengurus rumah tangganya, merawat dan mendidik anaknya. Peran tersebut merupakan kodrat dan kewajiban yang harus dijalani oleh wanita. Selain itu ibu rumah tangga memiliki peran utama yang dilakukan sesuai dengan fitrah kewanitaan (hamil, menyusui, membina anak, membesarkan anak) merupakan inti aktivitasnya.³⁵

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti dapat menyimpulkan secara umum bahwa tugas utama seorang ibu rumah tangga adalah mengurus semua tugas-tugas kerumahtanggaan yaitu: peranan sebagai istri, partner sex, ibu serta pendidik, pengatur rumah, dan partner hidup

5. Desa Uhaidao

Desa Uhaidao merupakan sebuah desa yang terletak di wilayah kecamatan Aralle, Kabupaten Mamasa, Provinsi Sulawesi Barat, Indonesia. Desa ini berada di daerah pegunungan bagian barat pulau sulawesi, dengan posisi geografis yang memungkinkan kondisi alam yang sejuk dan potensi pertanian yang cukup besar. Kehidupan masyarakat di Uhaidao banyak bergantung pada sektor pertanian dan pemanfaatan sumber daya alam setempat. Salah satu hasil studi menunjukkan bahwa komoditas nilam (patchouli) menjadi salah satu alternatif penghasilan yang mulai dikembangkan oleh warga desa untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Banyak keluarga pertanian berada dalam kondisi ekonomi rendah, namun setelah diterapkannya budidaya nilam dengan teknik yang lebih baik, pendapatan rumah tangga meningkat secara signifikan.³⁶ Selain itu, aspek budaya dan demografis di

³⁵ I Ismail et al., "Tiga Peran Perempuan Dalam Rumah Tangga Pada Masa Covid-19 Di Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang," 2020.

³⁶ putri Saqiyah, *Improving Family Economy Through Patchouli Farming In Uhaidao Village, Mamasa Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Pertanian Nilam Di Desa Uhaidao*, "13174-Article Text-30612-1-10-20250423," N.D.

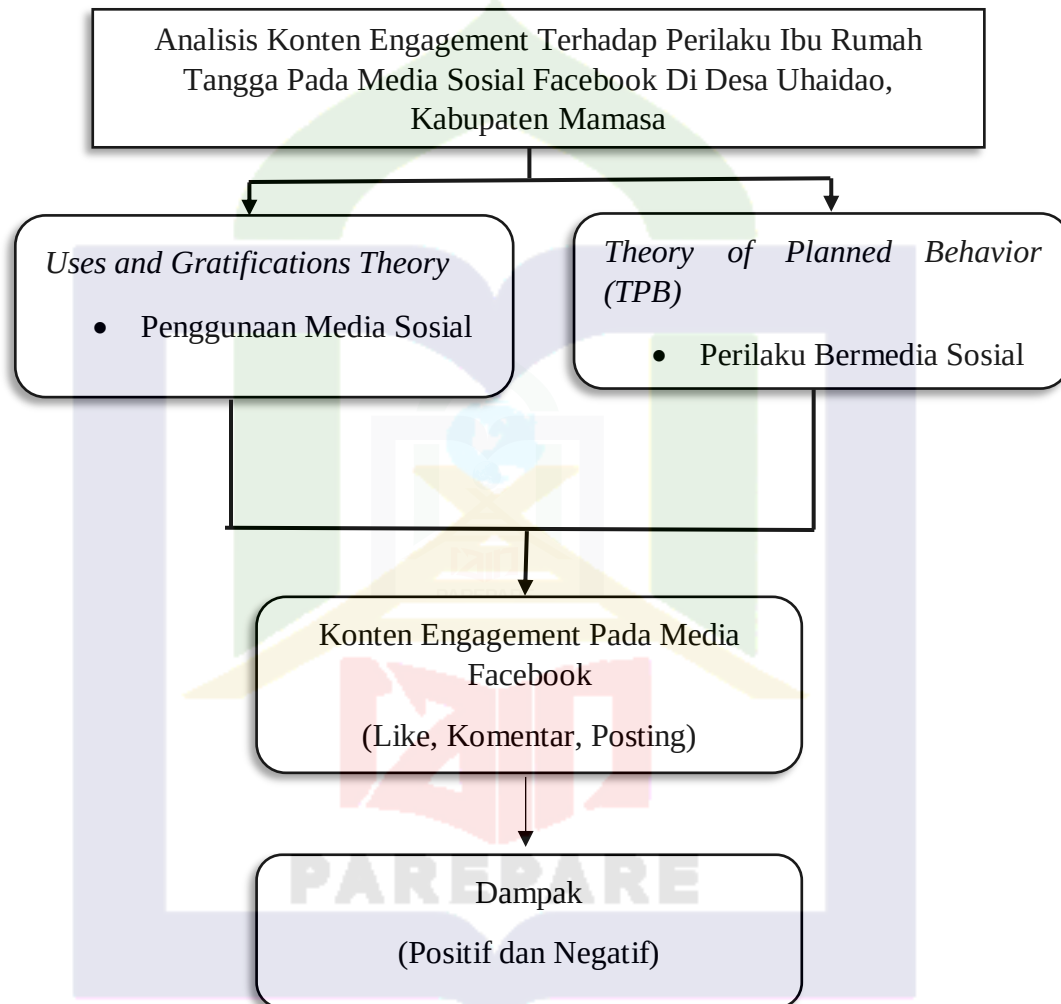
Uhaidao juga menarik untuk diperhatikan. Dalam sebuah studi disebutkan bahwa pendidikan memegang peranan penting dalam mengakulturasikan budaya lokal di desa uhaidao, yang seluruh warganya mayoritas beragama islam dan hidup dalam komunitas yang kental dengan nilai-nilai tradisional mamasa. Ini menunjukkan bagaimana masyarakat desa mengintegrasikan pendidikan, budaya, dan pengembangan ekonomi secara simultan.³⁷



³⁷ Ahdar, Abdul Halik, and Musyarif, "Implication of Education in Acculturating Culture of Mambabei An A'Uhaidao Village, Aralle District, Mama'sa Regency, West Sulawesi," *JTP - Jurnal Teknologi Pendidikan* 23, no. 3 (2021): 169–83.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang berhubungan dengan masalah yang penting serta menjadi acuan dalam proses analisis penelitian.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang tidak mengandalkan statistik atau pendekatan kuantitatif lainnya dalam pengembangan prosedur analitis. Dalam pendekatan ini, pengumpulan data tidak hanya berlandaskan teori, melainkan juga pada fakta-fakta yang ditemukan di lapangan selama proses penelitian. Dengan demikian, analisis data dilakukan secara induktif berdasarkan temuan nyata, yang selanjutnya dijadikan sebagai hipotesis dan teori. Melalui analisis data, penelitian kualitatif mampu menghasilkan hipotesis yang berarti.

Menurut Best, pendekatan kualitatif yang disebutkan oleh Sukardidi adalah "pendekatan penelitian yang menggambarkan dan menafsirkan subjek berdasarkan fakta." Ini adalah jenis penelitian kualitatif yang kesimpulannya disajikan dalam bentuk data deskriptif terperinci, bukan data numerik. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap subjek penelitian untuk menghasilkan data yang dapat digunakan untuk menggambarkan fakta secara rinci. Studi ini bersifat deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif adalah menghasilkan deskripsi yang mencerminkan atau mewakili fakta, karakteristik, dan kontinuitas di antara fenomena yang dipelajari atau diselidiki secara sistematis, akurat, andal, dan terkini.

Berkaitan dengan judul penelitian Konten Engagement: Analisis Perilaku Bermedia Sosial Ibu Rumah Tangga di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa, untuk memberikan gambaran lebih jauh terkait dengan hal tersebut secara objektif, maka pada penelitian ini menggunakan metode Kualitatif yang menggambarkan realita secara empirik dibalik fenomena yang terjadi.³⁸ Tipe penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan Deskriptif dengan didukung data kualitatif. Data kualitatif

³⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung di desa uhaidao yang dapat diamati dan dicatat, dimana data yang dikumpulkan bersifat non-numerik atau data tersebut beracuan pada hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Uhaidao, Kecamatan Aralle, Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini, dilaksanakannya sejak tanggal dikeluarkannya surat izin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 1 (satu) bulan lamanya (menyesuaikan kondisi lapangan).

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan aspek utama dalam proses pengumpulan dan analisis data, bertujuan membatasi ruang lingkup agar lebih terarah dan mendalam. Fokus diarahkan pada identifikasi, analisis, dan evaluasi konten engagement perilaku ibu rumah tangga dalam bermedia sosial.³⁹ Fokus ini bertumpu pada dua konsep utama, yaitu konten engagement dan perilaku bermedia sosial ibu rumah tangga. Konten engagement dalam media sosial dapat memberikan wawasan tentang bagaimana ibu rumah tangga berinteraksi dengan konten, jenis konten yang menarik perhatian mereka, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan mereka, sedangkan perilaku bermedia sosial ibu rumah tangga di Desa Uhaidao dapat memahami motivasi di balik penggunaan media sosial, dan mengevaluasi dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari mereka. Fokus penelitian mencakup proses konten engagement, perilaku bermedia sosial, serta ibu rumah tangga.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini ditinjau dari perspektif kualitatif, dimana jenis data tersebut didefinisikan atau juga bisa disebut sebagai data yang mendekati dan

³⁹Febi Fatlika Nurussufiah et al., “Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran,” *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement* 1, no. 2 (2022): 127–43.

mencirikan sesuatu. Data ini dapat diamati dan dicatat. Tipe data ini bersifat non-numerik.⁴⁰ Jenis data ini dikumpulkan melalui metode observasi hingga wawancara secara langsung. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dan dideksripsikan.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subyek dari mana data dapat diperoleh untuk mendukung kelengkapan dalam penelitian ini. Kemudian dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi hingga hasil dari wawancara.
- b. Sumber data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen. Adapun yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini mencakup dokumentasi lokasi penelitian hingga dokumen tambahan lainnya yang berhubungan dengan kajian penelitian.

E. Teknik Pengumpulan

Penelitian yang berjudul " Konten Engagement: Analisis Perilaku Bermedia Sosial Ibu Rumah Tangga di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa", teknik pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan penelitian serta tujuan pengumpulan informasi yang relevan. Secara umum, teknik pengumpulan dan pengolahan data yang cocok digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, yang dimana dalam hal ini yaitu untuk mengamati proses aktivitas dan kegiatan yang berlangsung sehari-hari dan hal lainnya yang dianggap perlu dengan cara mengamati,

⁴⁰ Muhammad Zaini et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2023.

mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap gejala atau objek yang akan diteliti. Observasi yang dilakukan yaitu observasi partisipatif yang berarti peneliti melakukan dan mengamati secara langsung proses komunikasi berlangsung.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dalam konteks penelitian berjudul "Konten Engagement: Analisis Perilaku Bermedia Sosial Ibu Rumah Tangga di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa", wawancara dapat dilakukan dengan ibu-ibu rumah tangga. Wawancara semi-terstruktur lebih disarankan karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi isu-isu yang mungkin tidak teridentifikasi sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui pengkajian dan pengumpulan informasi dari dokumen-dokumen yang relevan. Dokumen yang dimaksud dapat berupa dokumen kebijakan, peraturan, laporan pelayanan, arsip pengaduan masyarakat, dan dokumen lainnya yang mendukung penelitian. Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi dapat diperoleh dari rumah ibu rumah tangga/warga.

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji credibility (validitas internal), transferability (validitas eksternal), depemdability (reliabilitas), dan confirmability (obyektivitas).⁴¹ Kriteria tersebut masing-masing menggunakan teknik pemeriksaan sebagai berikut :

⁴¹ Mouwn Erland, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, 2020.

1. *Credibility*

Uji credibility bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan terhadap data penelitian yang telah disajikan oleh peneliti. Dengan demikian, hasil penelitian dianggap dapat diandalkan dan tidak diragukan sebagai sebuah karya ilmiah.

2. *Transferability*

Transferability mengacu pada validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau relevan terhadap populasi lain yang memiliki karakteristik serupa dengan sampel penelitian.

3. *Dependability*

Dependability, atau yang dikenal sebagai reliabilitas, adalah tingkat keandalan sebuah penelitian. Sebuah penelitian dianggap dependable jika hasil yang sama dapat diperoleh ketika penelitian dilakukan oleh orang lain dengan metode dan prosedur yang serupa, menunjukkan konsistensi hasil yang tidak berubah.

Pengujian *dependability* dilakukan dengan menilai seluruh rangkaian proses penelitian. Evaluasi ini melibatkan auditor atau pembimbing independen yang mengaudit setiap langkah yang diambil oleh peneliti.⁴² Proses yang dievaluasi meliputi penentuan masalah, pemilihan sumber data, analisis data, uji keabsahan data, hingga penyusunan laporan penelitian, dengan fokus pada objek yang diteliti.

4. *Confirmability*

Objektivitas dalam penelitian kualitatif, yang juga dikenal sebagai uji *confirmability*, merujuk pada hasil penelitian yang diakui atau disetujui oleh berbagai pihak. Uji *confirmability* bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian secara akurat mencerminkan proses yang telah dilakukan. Jika hasil yang diperoleh sejalan dengan prosedur yang diterapkan, maka penelitian tersebut dapat dianggap memenuhi standar *confirmability*. Selain itu, keabsahan data juga sangat penting, yang berarti memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada pada objek

⁴² dan Alfiah Agussalim. Asep Mulyana, Cory Vidiati, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2024.

penelitian. Dengan demikian, data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif Miles dan Huberman. Model ini dianggap efektif dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk secara terus-menerus menganalisis data selama proses pengumpulan berlangsung.⁴³ Model ini terdiri dari empat tahapan utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Langkah-langkah dalam melakukan proses analisis diawali dengan pengumpulan data. Dalam proses analisis terdapat 3 komponen utama, yaitu:

1. Reduksi data, merupakan proses seleksi untuk melakukan pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data dari catatan lapangan. Reduksi data penting untuk dilakukan mengingat banyaknya jumlah dan jenis data kasar yang diperoleh dari lapangan. Hal-hal yang tidak penting dibuang untuk menghindari bias.
2. Penyajian data, berupa cerita sistematis disertai dengan matriks sebagai pendukung sajian data. Hendaknya kalimat yang digunakan mudah dipahami, runtut dan dapat mendeskripsikan mengenai kondisi lapangan.
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali sebagai akibat pikiran yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan.⁴⁴

⁴³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

⁴⁴ Dameria Sinaga, *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*, 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Desa Uhaidao merupakan wilayah pedesaan dengan kehidupan sosial masyarakat yang masih kuat dipengaruhi oleh nilai kekeluargaan, kebersamaan, dan budaya lokal. Mayoritas penduduk Desa Uhaidao bermata pencaharian sebagai petani, buruh tani, dan ibu rumah tangga yang berperan besar dalam mengelola kehidupan domestik keluarga.

Perkembangan teknologi informasi, khususnya telepon pintar dan jaringan internet, membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat Desa Uhaidao. Media sosial, terutama Facebook, menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, termasuk ibu rumah tangga. Facebook dipilih karena mudah diakses, memiliki fitur yang beragam, serta mampu menjadi sarana hiburan, komunikasi, dan informasi. Kondisi sosial tersebut menjadikan Desa Uhaidao sebagai lokasi yang relevan untuk meneliti bagaimana konten engagement di media sosial Facebook memengaruhi perilaku ibu rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari.

Informan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial Facebook. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria: (1) berstatus sebagai ibu rumah tangga, (2) memiliki akun Facebook aktif, dan (3) secara rutin melakukan interaksi seperti memberi like, komentar, atau membagikan konten. Keberagaman karakteristik informan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao.

1. Penggunaan Media Sosial Facebook oleh Ibu Rumah Tangga di Desa Uhaidao

Penggunaan media sosial Facebook oleh Ibu rumah tangga di Desa Uhaidao menggunakan Facebook secara fungsional, situasional, dan berdasarkan kebutuhan

sehari-hari. Mereka tidak menggunakan media sosial ini terus-menerus atau berlebihan, tetapi hanya memanfaatkannya pada saat tertentu sebagai cara mengisi waktu luang setelah selesai melakukan tugas-tugas rumah tangga.

Seperti yang dijelaskan oleh ibu Marjayanti selaku ibu rumah tangga mengatakan bahwa:

“Saya biasanya membuka Facebook setelah semua pekerjaan rumah selesai, seperti memasak, mencuci, dan mengurus keperluan rumah tangga lainnya. Kalau masih ada banyak pekerjaan yang harus dikerjakan, saya memilih untuk fokus menyelesaikannya terlebih dahulu, sehingga tidak sempat membuka handphone atau mengakses Facebook. Bagi saya, penggunaan media sosial hanya dilakukan di waktu senggang, setelah tanggung jawab sebagai ibu rumah tangga sudah terpenuhi.”⁴⁵

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya ibu Asmawati yang ditemui mengatakan bahwa:

“Saya tidak setiap jam membuka atau menggunakan Facebook. Biasanya saya baru membuka Facebook ketika sedang merasa capek setelah mengerjakan pekerjaan rumah, atau saat sedang menunggu anak, misalnya ketika anak bermain atau sedang istirahat. Penggunaan Facebook ini juga tidak berlangsung lama, karena jika sudah ada pekerjaan rumah lain yang harus dikerjakan atau ada aktivitas lain yang menunggu, saya langsung menutup aplikasi Facebook dan kembali melanjutkan pekerjaan saya.”⁴⁶

Wawancara diatas menjelaskan bahwa ibu rumah tangga di Desa Uhaidao menggunakan Facebook secara terkontrol dan tidak berlebihan. Facebook dimanfaatkan sebagai sarana pengisi waktu luang setelah menyelesaikan tugas-tugas domestik, seperti memasak, membersihkan rumah, dan mengurus anak. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Facebook tidak menjadi prioritas utama dalam aktivitas sehari-hari mereka.

1. Intensitas Penggunaan

Intensitas penggunaan Facebook merujuk pada seberapa sering media sosial tersebut digunakan oleh ibu rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari, termasuk

⁴⁵ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

⁴⁶ asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

dalam situasi dan kondisi apa Facebook digunakan. Intensitas ini tidak hanya dilihat dari frekuensi penggunaan semata, tetapi juga mencakup pola kebiasaan, waktu luang yang dimanfaatkan, serta konteks aktivitas ibu rumah tangga ketika membuka Facebook. Intensitas penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga menunjukkan variasi yang cukup beragam antar informan. Meskipun demikian, secara umum penggunaan Facebook cenderung bersifat rutin dan telah menjadi bagian dari aktivitas harian ibu rumah tangga dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Sebagian besar ibu rumah tangga menggunakan Facebook hampir setiap hari, meskipun durasi penggunaannya berbeda-beda. Ada yang hanya membuka Facebook dalam waktu singkat, namun ada pula yang menggunakannya lebih lama ketika memiliki waktu luang yang cukup. Penggunaan Facebook umumnya dilakukan pada saat-saat tertentu, seperti setelah menyelesaikan pekerjaan rumah tangga, pada siang hari ketika sedang beristirahat, atau pada malam hari sebelum tidur. Dalam praktiknya, Facebook tidak digunakan secara terus-menerus dalam satu waktu yang panjang, melainkan dibuka secara berulang-ulang dalam durasi singkat namun dengan frekuensi yang cukup sering. Pola penggunaan seperti ini menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan sebagai selingan aktivitas sekaligus sebagai hiburan dan sarana informasi di sela-sela kesibukan ibu rumah tangga. Adapun beberapa bagian dari penggunaan facebook:

1) Frekuensi penggunaan

Frekuensi penggunaan merujuk pada seberapa sering seseorang mengakses dan menggunakan platform media sosial dalam kurun waktu tertentu, baik dalam hitungan harian, mingguan, maupun bulanan. Frekuensi ini menjadi salah satu indikator penting untuk memahami tingkat keterlibatan individu terhadap media sosial, karena menunjukkan seberapa besar media sosial telah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Semakin sering seseorang membuka dan menggunakan media sosial, semakin tinggi pula intensitas keterikatan mereka terhadap platform tersebut.

Frekuensi penggunaan tidak selalu berkaitan dengan durasi yang lama dalam satu waktu, melainkan bisa berupa aktivitas singkat namun berulang. Seseorang dapat membuka media sosial berkali-kali dalam sehari hanya untuk melihat pembaruan informasi, membaca unggahan teman, atau memeriksa notifikasi. Pola penggunaan seperti ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari kebiasaan yang terintegrasi dengan aktivitas lain, seperti saat waktu istirahat, setelah menyelesaikan pekerjaan, atau sebelum melakukan aktivitas rutin berikutnya.

Frekuensi penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao menunjukkan bahwa platform ini telah menjadi bagian dari rutinitas keseharian mereka. Frekuensi penggunaan merujuk pada seberapa sering para ibu rumah tangga mengakses Facebook dalam satu hari atau dalam satu minggu, baik untuk melihat informasi, berinteraksi dengan orang lain, maupun sekadar mengisi waktu luang. Penggunaan Facebook tidak selalu dilakukan dalam waktu yang lama, tetapi sering kali diakses secara berulang dalam sehari, terutama pada waktu-waktu senggang di sela aktivitas rumah tangga.

Sebagian besar ibu rumah tangga di Desa Uhaidao mengaku membuka Facebook beberapa kali dalam sehari. Aktivitas ini biasanya dilakukan pada pagi hari setelah menyelesaikan pekerjaan rumah, siang hari saat beristirahat, serta malam hari setelah anak-anak dan anggota keluarga lainnya beristirahat. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan Facebook cukup tinggi dan telah terintegrasi dengan pola kehidupan sehari-hari mereka.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai salah satu informan yaitu ibu Sri Rahayu selaku ibu rumah tangga, mengatakan bahwa:

“Kalau Facebook itu hampir setiap hari saya buka. Biasanya pagi-pagi setelah selesai masak dan urus pekerjaan rumah, terus siangnya pas ada waktu istirahat sebentar. Malam juga sering saya buka lagi sebelum tidur. Sebenarnya tidak lama-lama juga tiap kali buka, cuma sering saja dicek, apalagi kalau lagi santai atau ada waktu kosong.”⁴⁷

⁴⁷ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa meskipun durasi penggunaan dalam satu waktu tidak panjang, frekuensi akses Facebook tergolong tinggi karena dilakukan berulang kali dalam sehari. Facebook menjadi media yang mudah diakses kapan saja tanpa mengganggu pekerjaan utama sebagai ibu rumah tangga. Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya ibu Lisdawati, mengatakan bahwa:

“Saya hampir setiap hari selalu membuka Facebook. Biasanya kalau pekerjaan rumah sudah selesai atau sedang tidak ada aktivitas di rumah, saya menyempatkan waktu untuk membuka Facebook. Saya melihat-lihat status teman, membaca berbagai postingan yang muncul di beranda, atau mengecek postingan di grup-grup yang saya ikuti. Kegiatan ini saya lakukan sekadar untuk mengisi waktu luang dan mengetahui apa saja yang sedang dibagikan oleh orang lain.”⁴⁸

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan Facebook berkaitan erat dengan waktu luang yang dimiliki. Facebook dimanfaatkan sebagai sarana hiburan ringan dan untuk mengikuti perkembangan informasi dari lingkungan sekitar, baik dari teman maupun dari grup Facebook yang diikuti.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hikmawati salah satu warga yang ditemui, mengatakan:

“Kalau dalam sehari itu saya bisa beberapa kali buka Facebook, tapi tidak pernah lama-lama. Paling cuma sebentar saja, sekadar lihat-lihat. Biasanya kalau ada notifikasi masuk atau pas ingat mau cek kabar keluarga, baru saya buka. Kadang cuma lihat status anak atau saudara, kadang juga lihat foto-foto mereka. Habis itu ya ditutup lagi, lanjut kerja di rumah. Jadi bukan yang duduk lama pegang HP, cuma sesekali saja buat tahu kabar keluarga.”⁴⁹

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao cenderung tinggi,

⁴⁸ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

⁴⁹ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

meskipun penggunaan dilakukan secara singkat dan tidak terus-menerus. Facebook berfungsi sebagai media untuk menjaga komunikasi dan mengetahui perkembangan sosial tanpa harus meninggalkan aktivitas domestik.

Frekuensi penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao dipengaruhi oleh ketersediaan waktu luang, kebutuhan akan informasi, serta keinginan untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial. Frekuensi yang relatif sering ini menunjukkan bahwa Facebook memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari ibu rumah tangga, baik sebagai sumber hiburan, sarana komunikasi, maupun media untuk mengikuti perkembangan sosial di sekitar mereka.

2) Durasi penggunaan

Durasi penggunaan media sosial Facebook merujuk pada lamanya waktu yang dihabiskan oleh ibu rumah tangga dalam mengakses Facebook dalam satu kali penggunaan maupun secara akumulatif dalam satu hari. Durasi ini menjadi indikator penting untuk melihat sejauh mana Facebook menyita waktu dan perhatian ibu rumah tangga di tengah berbagai aktivitas domestik yang mereka jalani. Berbeda dengan frekuensi penggunaan yang menekankan pada seberapa sering Facebook dibuka, durasi penggunaan lebih menyoroti lama waktu yang digunakan saat mengakses media sosial tersebut.

Durasi penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao umumnya tergolong singkat hingga sedang dalam satu kali penggunaan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka tidak menghabiskan waktu terlalu lama dalam satu sesi, melainkan menggunakan Facebook dalam waktu beberapa menit hingga sekitar setengah jam. Hal ini disebabkan oleh kewajiban mereka dalam menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga yang menuntut perhatian terhadap pekerjaan rumah, pengasuhan anak, dan kebutuhan keluarga lainnya.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hilda Wati salah satu warga lain yang ditemui, mengatakan bahwa:

“Biasanya kalau saya buka Facebook itu tidak terlalu lama, paling sekitar sepuluh sampai lima belas menit saja. Saya hanya melihat-lihat sebentar, seperti membaca status teman atau melihat informasi yang muncul di beranda. Setelah itu, saya langsung berhenti dan kembali melanjutkan pekerjaan rumah, seperti memasak atau membersihkan rumah, supaya tugas rumah tangga tetap selesai dan tidak terbengkalai karena terlalu lama bermain media sosial.”⁵⁰

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa durasi penggunaan Facebook cenderung dibatasi oleh kesadaran akan tanggung jawab domestik. Facebook digunakan sebagai selingan atau pengisi waktu luang, bukan sebagai aktivitas utama yang menyita sebagian besar waktu harian.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Marjayanti mengatakan bahwa:

“Kalau lagi santai dan tidak ada pekerjaan rumah yang mendesak, biasanya saya memang bisa agak lama membuka Facebook. Namun, itu jarang sekali sampai satu jam penuh. Umumnya sekitar setengah jam saja sudah saya tutup kembali, karena setelah itu saya biasanya lanjut mengurus pekerjaan rumah atau kegiatan lainnya.”⁵¹

Wawancara diatas menjelaskan bahwa durasi penggunaan Facebook dapat bervariasi tergantung situasi dan kondisi. Pada saat pekerjaan rumah telah selesai atau ketika tidak ada aktivitas mendesak, durasi penggunaan bisa sedikit lebih panjang, namun tetap dalam batas yang dianggap wajar oleh informan.

Sementara itu, Ibu Asmawati salah satu ibu rumah tangga lainnya menyatakan:

“Kalau lagi banyak kerjaan di rumah, saya biasanya cuma buka Facebook sebentar saja. Paling hanya untuk melihat notifikasi yang masuk, seperti pesan atau pemberitahuan dari keluarga dan teman. Setelah itu langsung saya tutup lagi, karena kalau kelamaan nanti pekerjaan rumah jadi terbengkalai. Jadi saya lebih memilih buka seperlunya saja, menyesuaikan dengan waktu dan kondisi pekerjaan yang sedang saya lakukan.”⁵²

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa durasi penggunaan Facebook sangat fleksibel dan menyesuaikan dengan aktivitas sehari-hari ibu rumah

⁵⁰ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

⁵¹ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

⁵² asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

tangga. Facebook digunakan secara situasional, tanpa pola penggunaan yang berlangsung lama dan terus-menerus.

Durasi penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao cenderung relatif singkat dalam satu kali penggunaan, meskipun jika diakumulasikan dalam satu hari dapat menjadi cukup signifikan karena dilakukan berulang kali. Durasi yang tidak terlalu lama ini menunjukkan adanya upaya dari ibu rumah tangga untuk tetap mengontrol penggunaan media sosial agar tidak mengganggu peran dan tanggung jawab utama mereka dalam keluarga.

3) Waktu penggunaan

Waktu penggunaan media sosial Facebook merujuk pada kapan ibu rumah tangga mengakses Facebook dalam keseharian mereka, baik pada pagi, siang, sore, maupun malam hari. Indikator waktu penggunaan ini penting untuk memahami bagaimana Facebook terintegrasi dengan ritme aktivitas domestik dan kehidupan keluarga ibu rumah tangga. Waktu penggunaan juga menunjukkan bahwa akses terhadap Facebook dilakukan dengan menyesuaikan kondisi dan kesempatan yang ada, bukan secara terus-menerus tanpa mempertimbangkan aktivitas utama.

Ibu rumah tangga di Desa Uhaidao cenderung menggunakan Facebook pada waktu-waktu tertentu yang dianggap tidak mengganggu pekerjaan rumah tangga. Pagi hari setelah menyelesaikan aktivitas memasak dan menyiapkan kebutuhan keluarga menjadi salah satu waktu yang cukup sering dimanfaatkan untuk membuka Facebook. Pada waktu ini, Facebook digunakan untuk melihat informasi terbaru, membaca unggahan teman, atau sekadar mencari hiburan singkat sebelum melanjutkan aktivitas lainnya.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Sri Rahayu mengatakan:

“Biasanya saya membuka Facebook pada pagi hari, tetapi itu pun dilakukan setelah semua pekerjaan rumah selesai, seperti memasak dan beres-beres rumah. Saya lebih mengutamakan kewajiban sebagai ibu rumah tangga terlebih dahulu. Kalau masih ada pekerjaan yang harus diselesaikan atau sedang sibuk mengurus rumah dan keluarga, saya memilih untuk tidak

membuka Facebook sama sekali, karena menurut saya pekerjaan rumah tetap menjadi prioritas utama.”⁵³

Selain pagi hari, waktu siang juga menjadi salah satu waktu penggunaan Facebook, terutama saat ibu rumah tangga memiliki waktu istirahat. Pada jam ini, penggunaan Facebook umumnya bersifat singkat dan ringan, seperti melihat notifikasi atau membaca beberapa unggahan di beranda.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Lisdawati mengatakan bahwa:

“Biasanya kalau siang hari, setelah semua pekerjaan rumah selesai dan sudah waktunya istirahat, saya kadang membuka Facebook sebentar saja. Tidak lama, cuma untuk lihat-lihat beranda, membaca postingan teman atau keluarga, dan sekadar mengisi waktu luang. Saya tidak terlalu fokus, hanya scrolling sebentar sebelum lanjut lagi dengan aktivitas lain.”⁵⁴

Sementara itu, malam hari menjadi waktu yang paling longgar bagi sebagian besar ibu rumah tangga untuk menggunakan Facebook. Setelah seluruh pekerjaan rumah selesai dan anggota keluarga beristirahat, Facebook digunakan dengan durasi yang sedikit lebih lama dibandingkan pagi atau siang hari. Pada waktu ini, ibu rumah tangga cenderung lebih santai dalam mengakses Facebook, seperti menonton video, membaca komentar, atau berinteraksi melalui fitur komentar dan pesan.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hikmawati salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

“Kalau malam hari biasanya saya baru bisa menggunakan Facebook agak lama, karena anak-anak sudah tidur dan semua pekerjaan rumah juga sudah selesai. Jadi sudah tidak ada lagi yang harus dikerjakan, suasana rumah juga lebih tenang. Di waktu itu saya merasa lebih santai, bisa membuka Facebook sambil beristirahat, membaca postingan, melihat foto atau video, dan kadang berinteraksi dengan teman tanpa harus terburu-buru seperti siang hari.”⁵⁵

⁵³ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

⁵⁴ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

⁵⁵ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

Waktu penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao menunjukkan pola yang teratur dan menyesuaikan dengan peran domestik mereka. Facebook lebih banyak diakses pada waktu senggang, seperti setelah pekerjaan rumah selesai atau saat waktu istirahat, terutama pada malam hari. Pola waktu penggunaan ini memperlihatkan bahwa ibu rumah tangga tetap berupaya menempatkan media sosial sebagai aktivitas pendukung, bukan sebagai aktivitas utama yang mengganggu tanggung jawab keluarga.

2. Tujuan penggunaan

Tujuan penggunaan media sosial Facebook merujuk pada alasan atau motivasi yang mendorong ibu rumah tangga untuk mengakses dan menggunakan platform ini dalam kehidupan sehari-hari. Memahami tujuan penggunaan menjadi penting karena dapat menunjukkan bagaimana Facebook memengaruhi pola perilaku, interaksi sosial, dan pemanfaatan waktu ibu rumah tangga. Berbagai tujuan penggunaan mencerminkan kebutuhan sosial, informasi, hiburan, hingga potensi ekonomi yang dirasakan oleh para pengguna.

Ibu rumah tangga di Desa Uhaidao menggunakan Facebook dengan beberapa tujuan utama. Pertama, sebagai sarana komunikasi dan interaksi sosial. Facebook memungkinkan mereka untuk tetap terhubung dengan keluarga, teman, maupun lingkungan sosial yang lebih luas, terutama bagi ibu rumah tangga yang memiliki keterbatasan ruang untuk bersosialisasi secara langsung. Media sosial ini membantu mereka mempertahankan hubungan sosial meskipun tidak selalu bertemu secara fisik.

1) Saran hiburan

Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi atau sumber informasi, tetapi juga menjadi salah satu sarana hiburan bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Aktivitas hiburan ini mencakup berbagai bentuk, seperti menonton video lucu, membaca status atau cerita teman, melihat foto-foto, hingga bermain kuis dan mengikuti konten interaktif di grup Facebook. Fungsi hiburan ini menjadi penting karena memberikan momen relaksasi dan penyegaran di tengah rutinitas harian yang

padat, terutama bagi ibu rumah tangga yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mengurus keluarga dan rumah tangga. Banyak ibu rumah tangga memanfaatkan Facebook untuk mengisi waktu luang atau sekadar mencari hiburan singkat ketika merasa penat.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Hilda Wati mengatakan:

“Kalau malam hari biasanya saya baru bisa buka Facebook lumayan lama. Soalnya anak-anak juga sudah tidur, pekerjaan rumah juga sudah selesai, jadi tidak ada lagi yang harus dikerjakan. Di waktu itu saya merasa lebih santai, bisa lihat-lihat Facebook dengan tenang, membaca postingan, menonton video, atau membalas komentar tanpa terburu-buru seperti di siang hari.”⁵⁶

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan Bahwa Facebook berfungsi sebagai pelipur lelah atau sarana refreshing mental bagi ibu rumah tangga. Hiburan yang diperoleh dari media sosial ini tidak membutuhkan waktu lama, tetapi cukup untuk membuat mereka merasa rileks dan lebih segar dalam melanjutkan aktivitas harian.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Marjayanti yang mengatakan:

“Kadang saya membuka Facebook hanya untuk mencari hiburan saja. Biasanya saya scroll melihat gambar-gambar lucu atau menonton video masak yang kelihatannya menarik dan mudah ditiru. Walaupun cuma sebentar, tapi rasanya cukup menghibur dan bisa membuat suasana hati jadi lebih baik. Setelah melihat hal-hal yang menyenangkan itu, saya merasa lebih rileks dan bisa kembali melanjutkan pekerjaan rumah dengan perasaan yang lebih enak.”⁵⁷

Wawancara diatas menjelaskan bahwa Facebook memberikan variasi hiburan yang praktis dan mudah diakses, tanpa harus meninggalkan rumah atau mengganggu tanggung jawab domestik. Aktivitas ini juga membantu ibu rumah tangga merasa

⁵⁶ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

⁵⁷ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

tetap terhibur dan terhubung dengan lingkungan sosial melalui konten ringan yang disediakan oleh teman, grup, atau halaman yang mereka ikuti.

Selain itu, Facebook juga memungkinkan ibu rumah tangga untuk ikut berpartisipasi dalam konten hiburan, seperti membagikan meme, komentar lucu, atau mengikuti kuis dan tantangan di grup tertentu. Partisipasi ini memberi rasa keterlibatan sosial sekaligus hiburan yang aktif, berbeda dengan hiburan pasif seperti menonton televisi.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Asmawati salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

“Kalau lagi lihat meme yang lucu-lucu di Facebook, saya biasanya suka ikut membagikannya juga ke grup keluarga atau grup teman. Menurut saya, meme seperti itu bisa menghibur dan membuat suasana jadi lebih santai. Selain untuk hiburan, dengan membagikan meme saya juga jadi bisa ikut berinteraksi, misalnya ada yang membalas dengan komentar atau ikut tertawa, jadi komunikasi dengan keluarga dan teman terasa lebih dekat.”⁵⁸

Wawancara diatas menjelaskan bahwa hiburan melalui Facebook bukan sekadar aktivitas individual, tetapi juga menjadi sarana interaksi sosial yang menyenangkan. Dengan demikian, Facebook berperan ganda sebagai media hiburan sekaligus menjaga komunikasi dan interaksi sosial ibu rumah tangga dengan lingkungan mereka.

Facebook sebagai sarana hiburan membantu ibu rumah tangga di Desa Uhaidao mengelola stres, mengisi waktu luang, dan menjaga suasana hati tetap positif. Aktivitas hiburan ini, meski relatif singkat dalam durasi, memiliki peran signifikan dalam kehidupan sehari-hari karena memberikan momen santai dan interaktif di tengah padatnya rutinitas domestik.

⁵⁸ asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

2) Media komunikasi dan Interaksi sosial

Selain sebagai sarana hiburan, Facebook berperan penting sebagai media komunikasi dan interaksi sosial bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Platform ini memungkinkan mereka untuk tetap berhubungan dengan keluarga, teman, dan lingkungan sosial yang lebih luas, meskipun tidak selalu bisa bertemu secara fisik. Bagi banyak ibu rumah tangga, keterbatasan ruang untuk bersosialisasi secara langsung membuat Facebook menjadi alternatif efektif untuk menjaga hubungan sosial sekaligus mengikuti perkembangan kabar dari lingkungan sekitar.

Sebagian besar ibu rumah tangga menggunakan Facebook untuk berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi ini mencakup kegiatan seperti mengirim pesan pribadi, berkomentar pada unggahan teman, membalas status keluarga, atau berpartisipasi dalam diskusi grup. Aktivitas ini membantu mereka tetap merasa terhubung dengan orang-orang yang penting dalam kehidupan sehari-hari, meskipun waktu untuk bersosialisasi secara tatap muka terbatas.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Sri Rahayu yang mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan Facebook supaya tetap bisa tahu kabar teman-teman dan keluarga yang tinggal jauh. Lewat Facebook, saya bisa melihat aktivitas mereka dari postingan yang dibagikan, jadi meskipun jarang bertemu, saya tetap merasa dekat. Kadang saya juga saling ngobrol lewat kolom komentar atau chat, sekadar menanyakan kabar atau menanggapi cerita mereka. Dengan begitu, saya tidak merasa ketinggalan informasi dan masih bisa menjaga komunikasi walaupun terpisah jarak”⁵⁹

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa komunikasi melalui Facebook menjadi cara praktis bagi ibu rumah tangga untuk mempertahankan hubungan sosial, terutama dengan keluarga atau teman yang berada di luar desa atau

⁵⁹ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

jarak yang jauh. Dengan media ini, mereka tetap bisa menyampaikan kabar, memberikan dukungan, dan menerima informasi secara real-time.

Selain komunikasi, Facebook juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial lebih luas, melalui partisipasi dalam grup komunitas, forum diskusi, atau halaman khusus yang diminati. Melalui grup ini, ibu rumah tangga dapat berbagi pengalaman, bertukar informasi, serta memberikan saran atau tanggapan terhadap masalah sehari-hari. Interaksi semacam ini tidak hanya memperluas jejaring sosial mereka, tetapi juga memberi rasa keterlibatan dan kontribusi dalam komunitas digital.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya oleh Ibu Lidawati yang mengatakan:

“Saya ikut beberapa grup di Facebook, seperti grup masak dan grup parenting, karena menurut saya isinya bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. Di dalam grup itu, kadang saya ikut memberi tips atau komentar kalau memang ada topik yang saya pahami atau pernah saya alami sendiri. Tapi ada juga waktu-waktu tertentu saya hanya membaca dan melihat-lihat saja tanpa berkomentar. Meskipun begitu, saya merasa tetap ikut berinteraksi dengan orang lain, karena bisa saling berbagi pengalaman, menambah pengetahuan, dan merasa tidak sendirian menghadapi masalah rumah tangga atau mengurus anak.”⁶⁰

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan Bahwa interaksi sosial di Facebook tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga aktif, di mana ibu rumah tangga dapat berbagi pengalaman dan mendapatkan umpan balik dari anggota grup lainnya. Aktivitas ini membantu mereka merasa diperhatikan dan terlibat secara sosial, meskipun aktivitas fisik atau keluar rumah terbatas.

Selain itu, Facebook mempermudah komunikasi lintas generasi dalam keluarga. Ibu rumah tangga dapat menggunakan platform ini untuk menghubungi anak-anak yang sudah dewasa atau kerabat jauh, sehingga menjaga keakraban dan

⁶⁰ lidawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

hubungan keluarga tetap harmonis. Facebook sebagai media komunikasi dan interaksi sosial memiliki peran strategis bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Platform ini memungkinkan mereka untuk tetap terhubung, berbagi pengalaman, serta menjaga hubungan sosial dengan keluarga, teman, dan komunitas, meskipun keterbatasan fisik dan waktu membatasi interaksi tatap muka. Dengan demikian, Facebook bukan hanya media hiburan atau informasi, tetapi juga sarana vital untuk mempertahankan kehidupan sosial yang aktif dan terhubung secara digital.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hikmawati salah satu ibu rumah tangga yang ditemui, mengatakan:

“Kadang-kadang saya juga menggunakan Facebook untuk chat dengan anak saya yang tinggal di kota lain. Karena jarak yang jauh, Facebook jadi salah satu cara supaya kami tetap bisa berkomunikasi setiap hari. Lewat chat itu saya bisa menanyakan kabarnya, tahu aktivitasnya, dan sekadar berbincang ringan. Walaupun tidak bertemu langsung, setidaknya komunikasi tetap terjaga dan saya merasa lebih dekat dengan anak meskipun terpisah jarak.”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan oleh ibu rumah tangga sebagai sarana komunikasi jarak jauh dengan anggota keluarga, khususnya anak yang tinggal di kota lain. Melalui fitur pesan (chat) di Facebook, informan tetap dapat menjaga hubungan dan intensitas komunikasi meskipun terpisah oleh jarak geografis. Hal ini membantu mengurangi rasa khawatir dan rindu seorang ibu terhadap anaknya, karena komunikasi dapat dilakukan secara cepat dan mudah tanpa harus bertemu langsung.

Selain itu, penggunaan Facebook sebagai media komunikasi juga memberikan rasa aman dan kedekatan emosional. Dengan rutin berkomunikasi melalui chat, ibu rumah tangga dapat mengetahui kondisi, aktivitas, serta perkembangan anaknya di perantauan. Interaksi ini tidak hanya bersifat menyampaikan pesan, tetapi juga

⁶¹ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

menjadi bentuk perhatian dan pengawasan tidak langsung, yang penting dalam menjaga keharmonisan hubungan keluarga meskipun tidak tinggal serumah.

3) Media pencarian informasi

Selain sebagai sarana hiburan dan komunikasi, Facebook berperan penting sebagai media pencari informasi bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Aktivitas ini mencakup mencari berita, tips rumah tangga, resep masakan, informasi kesehatan, pendidikan anak, serta perkembangan kegiatan sosial di lingkungan sekitar. Fungsi ini menjadikan Facebook bukan sekadar platform interaksi sosial, tetapi juga sumber pengetahuan yang dapat membantu ibu rumah tangga mengambil keputusan sehari-hari dan meningkatkan keterampilan praktis mereka.

Ibu rumah tangga memanfaatkan Facebook untuk mencari informasi yang relevan dengan kebutuhan sehari-hari mereka. Banyak yang mengikuti grup atau halaman khusus yang menyediakan tips dan panduan, misalnya grup resep masakan, parenting, kesehatan keluarga, atau komunitas lokal yang berbagi informasi kegiatan desa. Dengan cara ini, Facebook mempermudah mereka mendapatkan informasi secara cepat, praktis, dan mudah diakses tanpa harus meninggalkan rumah. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hilda Wati salah satu ibu rumah tangga yang ditemui, mengatakan:

“Saya sering lihat grup masak atau parenting, jadi dapat tips baru buat anak dan rumah tangga. Kadang juga baca berita di halaman resmi, biar tahu perkembangan desa dan sekitarnya.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran dan sumber informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Ketertarikan informan terhadap grup memasak dan parenting menggambarkan adanya upaya aktif untuk menambah pengetahuan serta keterampilan yang berkaitan langsung dengan peran mereka sebagai ibu dan

⁶² hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

pengelola rumah tangga. Melalui grup-grup tersebut, informan dapat memperoleh berbagai tips baru, mulai dari resep masakan, cara mengatur pola makan keluarga, hingga strategi pengasuhan anak yang dianggap relevan dengan kondisi mereka.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Marjayanti salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

“Kalau ada masalah kecil di rumah, misalnya anak kurang enak badan atau ada hal-hal yang membuat saya bingung, saya kadang mencari informasi lewat Facebook. Di sana saya bisa membaca pengalaman orang lain yang pernah mengalami hal serupa, baik dari postingan maupun komentar di grup. Dari situ saya sering mendapatkan tips dan saran yang menurut saya cukup bermanfaat dan mudah diterapkan. Walaupun tidak selalu langsung dipraktikkan, setidaknya informasi yang saya dapatkan bisa menambah pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan sebelum mengambil tindakan.”

⁶³

Berdasarkan hasil wawancara diatas menggambarkan bagaimana ibu rumah tangga menggunakan Facebook sebagai sumber informasi praktis dalam kehidupan sehari-hari, terutama terkait masalah keluarga dan kesehatan anak. Dengan adanya akses ke pengalaman orang lain, ibu rumah tangga dapat memperoleh berbagai tips atau solusi yang mungkin belum pernah mereka temui sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai platform edukatif dan informatif yang membantu dalam pengambilan keputusan sehari-hari.

Selain itu, kutipan ini juga menekankan aspek kolaboratif dari media sosial. Dengan melihat pengalaman dan saran dari orang lain, seorang ibu rumah tangga dapat membandingkan berbagai pendekatan atau metode untuk menangani masalah yang sama. Proses ini memberi mereka rasa percaya diri karena mendapatkan referensi dari banyak perspektif yang berbeda, sehingga solusi yang diambil terasa lebih matang dan realistis

⁶³ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Asmawati ibu rumah tangga lain yang ditemui, mengatakan bahwa:

“Saya tidak baca semua yang muncul di Facebook, cuma lihat info yang penting atau bermanfaat, misalnya tips masak, anak, atau kegiatan warga.”⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa informan tidak mengonsumsi seluruh konten yang muncul di Facebook secara sembarangan, melainkan bersikap selektif dalam memilih informasi. Ibu rumah tangga dalam kutipan ini hanya memperhatikan konten yang dianggap penting dan memiliki manfaat langsung bagi kehidupan sehari-hari. Hal ini terlihat dari contoh konten yang disebutkan, seperti tips memasak, informasi seputar anak, serta kegiatan warga, yang semuanya berkaitan erat dengan peran dan tanggung jawabnya sebagai ibu rumah tangga dan anggota masyarakat.

Penjelasan ini juga mengindikasikan bahwa penggunaan Facebook tidak semata-mata untuk hiburan, tetapi lebih diarahkan sebagai sumber informasi praktis. Tips memasak membantu informan dalam mengelola kebutuhan rumah tangga, informasi tentang anak mendukung perannya dalam pengasuhan, sementara informasi kegiatan warga memperkuat keterlibatannya dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, Facebook dimanfaatkan sebagai media pendukung aktivitas domestik dan sosial, bukan sebagai ruang konsumsi informasi tanpa tujuan.

Selain itu, sikap selektif dalam membaca konten ini mencerminkan adanya kesadaran informan terhadap keterbatasan waktu dan potensi dampak negatif dari penggunaan media sosial secara berlebihan. Dengan hanya fokus pada konten yang dianggap bermanfaat, informan berupaya menyeimbangkan penggunaan Facebook dengan kewajiban sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa ibu rumah tangga mampu mengontrol perilaku bermedia sosialnya agar tetap relevan dengan kebutuhan dan

⁶⁴ asmawati, wawancara, di desa uhaiddao 12 november 2025

tidak mengganggu aktivitas utama dalam keluarga maupun lingkungan sekitar. Facebook sebagai media pencari informasi membantu ibu rumah tangga di Desa Uhaidao tetap update dengan perkembangan informasi yang relevan bagi kehidupan sehari-hari. Fungsi ini mendukung mereka dalam membuat keputusan yang lebih tepat, meningkatkan keterampilan rumah tangga, serta memperluas wawasan sosial dan pengetahuan praktis secara efisien.

c. Jenis aktivitas di facebook

Jenis aktivitas di Facebook merujuk pada berbagai bentuk tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh pengguna ketika mengakses dan memanfaatkan platform Facebook dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini tidak hanya menggambarkan seberapa sering Facebook digunakan, tetapi juga memperlihatkan cara pengguna berinteraksi, berpartisipasi, serta memaknai keberadaan media sosial tersebut dalam kehidupan sosial mereka. Dengan kata lain, jenis aktivitas di Facebook mencerminkan perilaku pengguna, baik sebagai penerima informasi, pemberi respons, maupun sebagai pihak yang turut memproduksi dan menyebarkan konten.

Bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao, aktivitas di Facebook telah menjadi bagian dari rutinitas keseharian yang dilakukan secara fleksibel dan menyesuaikan dengan peran utama mereka dalam mengelola rumah tangga. Penggunaan Facebook umumnya dilakukan di sela-sela aktivitas domestik, seperti setelah menyelesaikan pekerjaan rumah, saat anak-anak beristirahat, atau pada waktu luang di malam hari. Dalam konteks ini, Facebook tidak digunakan secara terus-menerus, melainkan diakses sesuai dengan ketersediaan waktu dan kebutuhan masing-masing individu.

Aktivitas yang dilakukan oleh ibu rumah tangga di Facebook juga menunjukkan adanya upaya untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial di luar ruang domestik. Melalui berbagai aktivitas seperti melihat konten, memberikan reaksi, berkomentar, hingga berkomunikasi melalui pesan, Facebook menjadi sarana untuk menjaga hubungan sosial, memperoleh hiburan, serta mendapatkan informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, jenis aktivitas di

Facebook tidak hanya berfungsi sebagai bentuk penggunaan media semata, tetapi juga memiliki peran sosial yang penting dalam mendukung interaksi dan partisipasi ibu rumah tangga dalam kehidupan bermasyarakat.

1) Melihat konten (*scrolling*)

Melihat konten atau scrolling merupakan aktivitas utama ibu rumah tangga di Desa Uhaidao ketika menggunakan Facebook. Aktivitas ini mencakup membaca status teman, melihat foto dan video, menelusuri unggahan di grup atau halaman yang diikuti, serta mengikuti berita atau informasi yang muncul di beranda. Meskipun terlihat pasif, aktivitas ini memiliki peran penting sebagai sarana hiburan, pencarian informasi, dan menjaga hubungan sosial secara tidak langsung.

Aktivitas scrolling dilakukan terutama pada waktu senggang, seperti setelah menyelesaikan pekerjaan rumah atau saat anak-anak beristirahat. Aktivitas ini bersifat fleksibel dan singkat, tetapi dilakukan berulang kali sehingga menjadi bagian rutin dari penggunaan Facebook sehari-hari.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Sri Rahayu yang mengatakan:

“Biasanya saya hampir setiap hari membuka Facebook untuk scrolling. Saya melihat berbagai macam postingan, seperti status teman, foto-foto anak dan keluarga, video lucu yang menghibur, sampai informasi yang dibagikan di grup. Kadang saya hanya membuka sebentar, beberapa menit saja, sekadar melihat-lihat beranda. Tetapi kalau sedang ada konten yang menarik atau banyak postingan baru, saya bisa scrolling lebih lama tanpa terasa, sambil menikmati waktu luang di sela-sela aktivitas rumah.”⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas menggambarkan kebiasaan ibu rumah tangga di Desa Uhaidao dalam menggunakan Facebook sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Aktivitas scrolling atau melihat-lihat konten di beranda Facebook menjadi cara mereka untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial secara virtual. Mereka tidak hanya membaca status teman, tetapi juga memperhatikan foto anak-anak, menonton video hiburan, dan memperoleh informasi dari berbagai grup yang

⁶⁵ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

mereka ikuti. Hal ini menunjukkan bahwa Facebook berperan sebagai media multifungsi yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan sarana untuk memelihara hubungan sosial.

Durasi penggunaan yang bervariasi—kadang hanya beberapa menit, kadang lebih lama ketika ada konten yang menarik—menunjukkan adanya fleksibilitas dalam cara mereka mengatur waktu online. Aktivitas ini dilakukan secara informal dan sering disesuaikan dengan rutinitas harian mereka, sehingga Facebook menjadi semacam “waktu luang digital” yang dapat diakses kapan saja tanpa mengganggu pekerjaan domestik yang rutin.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Lisdawati ibu rumah tangga mengatakan bahwa:

“Kalau lagi santai, saya suka scroll beranda Facebook. Kadang lihat status teman, kadang info masak atau tips parenting dari grup. Rasanya bisa tetap update tanpa keluar rumah.”⁶⁶

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa Fungsi scrolling sebagai media hiburan dan sumber informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini memungkinkan ibu rumah tangga untuk tetap terhubung dengan dunia sosial dan mendapatkan tips praktis, meskipun aktivitas fisik atau interaksi tatap muka terbatas.

Aktivitas melihat konten atau scrolling di Facebook menjadi salah satu cara utama ibu rumah tangga di Desa Uhaidao untuk memperoleh hiburan, informasi, dan tetap menjaga interaksi sosial. Aktivitas ini meski sederhana dan singkat, namun berulang dan berkesinambungan, sehingga menjadi bagian penting dari rutinitas penggunaan Facebook.

2) Memberikan reaksi (like)

Memberi reaksi, khususnya fitur Like, merupakan salah satu aktivitas interaktif yang banyak dilakukan ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Aktivitas ini

⁶⁶ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

memungkinkan mereka untuk mengekspresikan apresiasi, dukungan, atau persetujuan terhadap konten teman, keluarga, atau grup yang mereka ikuti. Meskipun terlihat sederhana, memberi Like memiliki fungsi penting dalam memperkuat hubungan sosial, menunjukkan keterlibatan, dan membangun rasa kebersamaan secara digital.

Sebagian besar ibu rumah tangga menggunakan fitur Like sebagai bentuk respons cepat terhadap status, foto, atau video yang dianggap menarik, informatif, atau menghibur. Aktivitas ini dilakukan tanpa memerlukan komentar panjang, sehingga memungkinkan mereka tetap berinteraksi dengan cepat meskipun memiliki keterbatasan waktu akibat pekerjaan rumah.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Hikmawati menyatakana:

“Kalau saya melihat status teman atau keluarga yang menurut saya menarik atau bagus, biasanya saya langsung kasih like. Walaupun tidak selalu memberi komentar, dengan like itu saya merasa sudah ikut merespons dan menunjukkan perhatian. Kadang saya memang hanya melihat-lihat saja, tapi tetap ingin ada tanda bahwa saya membaca atau menyukai postingan mereka.”⁶⁷

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan Bahwa memberi Like menjadi cara praktis bagi ibu rumah tangga untuk tetap terlibat dalam interaksi sosial di Facebook. Dengan memberi Like, mereka bisa mengekspresikan perhatian atau dukungan terhadap unggahan orang lain tanpa harus menghabiskan banyak waktu, sehingga interaksi tetap terjaga meskipun kesibukan rumah tangga tinggi.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Hilda Wati yang mengatakan bahwa:

“Saya biasanya suka memberikan like pada postingan teman atau pada informasi yang dianggap penting di grup Facebook. Walaupun hanya dengan menekan tombol like, saya merasa sudah ikut merespons dan menunjukkan perhatian. Rasanya ada kepuasan tersendiri karena tetap bisa terlibat dalam percakapan atau aktivitas di grup, meskipun tidak menulis komentar. Dengan

⁶⁷ hikmawati, *wawancara*, di desa uhaidao 16 november 2025

cara sederhana itu, saya merasa tetap terhubung dengan teman-teman dan lingkungan sosial saya.”⁶⁸

Berdasarkan hasil Wawancara bahwa memberi Like tidak hanya sekadar formalitas, tetapi juga memberi rasa keterlibatan dan kepedulian terhadap konten yang diunggah oleh teman atau anggota grup. Aktivitas ini membantu ibu rumah tangga merasa terhubung dengan lingkungan sosial mereka dan menjaga hubungan interpersonal secara digital.

Aktivitas memberi reaksi (*Like*) di Facebook bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao berfungsi sebagai sarana interaksi sosial yang cepat dan sederhana. Aktivitas ini memungkinkan mereka mengekspresikan perhatian, dukungan, dan keterlibatan tanpa mengganggu aktivitas harian, sehingga menjadi salah satu bentuk interaksi digital yang penting dalam kehidupan sosial mereka.

3) Memberikan komentar (*coment*)

Memberi komentar merupakan salah satu bentuk interaksi aktif di Facebook yang memungkinkan ibu rumah tangga untuk mengekspresikan pendapat, tanggapan, atau dukungan secara lebih personal dibandingkan hanya memberi Like. Aktivitas ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memperkuat interaksi sosial, membangun komunikasi, serta menjaga hubungan dengan teman, keluarga, atau anggota grup yang mereka ikuti. Melalui komentar, ibu rumah tangga dapat berpartisipasi secara langsung dalam percakapan digital, berbagi pengalaman, dan memberikan saran atau respons terhadap konten yang dianggap penting atau menarik.

Aktivitas memberi komentar umumnya dilakukan pada unggahan yang dianggap relevan dengan kehidupan sehari-hari, misalnya status teman, tips rumah tangga, foto anak, atau informasi komunitas. Aktivitas ini biasanya dilakukan saat ibu rumah tangga memiliki waktu senggang, sehingga komentar yang diberikan cenderung bermakna dan sesuai konteks. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Marjayanti salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

⁶⁸ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

“Kalau ada postingan teman soal masak atau kegiatan anak, saya suka kasih komentar. Kadang cuma bilang ‘bagus’ atau kasih tips tambahan.”⁶⁹

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa memberi komentar menjadi cara ibu rumah tangga untuk berinteraksi secara aktif dan berbagi pengetahuan atau pengalaman dengan orang lain. Komentar yang diberikan tidak hanya sekadar formalitas, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi dan kontribusi terhadap percakapan sosial di Facebook.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya oleh Ibu Asmawati yang mengatakan:

“Saya cukup sering memberikan komentar di grup Facebook, terutama di grup parenting atau grup masak. Kadang saya bertanya kalau ada hal yang belum saya pahami, misalnya soal mengurus anak atau resep masakan tertentu. Kadang juga saya ikut memberi saran atau berbagi pengalaman pribadi kepada anggota lain. Rasanya senang bisa ikut berdiskusi dan saling bertukar pendapat, walaupun hanya lewat tulisan. Dari situ saya juga merasa punya teman untuk berbagi dan tidak merasa sendirian.”⁷⁰

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa memberi komentar memungkinkan ibu rumah tangga untuk membangun interaksi yang lebih personal dan bermakna. Aktivitas ini juga berfungsi sebagai sarana belajar dari pengalaman orang lain, berbagi tips, serta membangun jejaring sosial yang lebih luas secara digital.

Memberi komentar di Facebook bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao merupakan bentuk interaksi sosial yang lebih aktif dan personal dibandingkan hanya memberi Like. Aktivitas ini memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam diskusi, berbagi pengalaman, dan menjaga hubungan sosial dengan teman, keluarga,

⁶⁹ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

⁷⁰ asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

dan komunitas, sekaligus memberikan nilai tambah berupa informasi dan dukungan dalam percakapan digital.

4) Membagikan konten (*share*)

Membagikan atau *share* konten merupakan aktivitas interaksi yang memungkinkan ibu rumah tangga di Desa Uhaidao untuk menyebarkan informasi, hiburan, atau pengalaman pribadi kepada teman, keluarga, dan anggota grup. Aktivitas ini menunjukkan partisipasi aktif dalam jejaring sosial digital dan mencerminkan keinginan mereka untuk berkontribusi terhadap lingkungan sosial, baik dalam bentuk hiburan maupun informasi yang dianggap bermanfaat.

Aktivitas membagikan konten umumnya dilakukan pada postingan yang dianggap menarik, penting, atau bermanfaat, misalnya tips rumah tangga, resep masakan, berita lokal, maupun video hiburan. Dengan membagikan konten, ibu rumah tangga dapat membantu teman dan keluarga mendapatkan informasi atau hiburan, sekaligus memperkuat interaksi sosial mereka. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Sri Rahayu mengatakan bahwa:

“Kalau saya menemukan resep masakan yang menarik atau ada informasi yang menurut saya berguna di grup Facebook, biasanya saya suka membagikannya ke teman-teman atau ke grup keluarga. Tujuannya supaya mereka juga bisa tahu dan mungkin bisa mempraktikkannya di rumah. Dengan cara itu, saya merasa bisa saling berbagi hal bermanfaat, apalagi kalau informasinya memang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari, seperti masakan atau tips rumah tangga.”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan perilaku berbagi informasi yang dilakukan oleh seorang ibu rumah tangga di Desa Uhaidao melalui media sosial Facebook. Dari pernyataan “Kalau ada resep masakan yang menarik atau info berguna di grup, saya suka *share* ke teman-teman atau grup keluarga supaya mereka juga tahu”, terlihat bahwa penggunaan Facebook tidak hanya bersifat konsumtif, yakni hanya membaca atau melihat konten, tetapi juga bersifat partisipatif dan

⁷¹ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

produktif. Aktivitas berbagi ini menunjukkan adanya keinginan untuk menyebarluaskan informasi yang dianggap bermanfaat kepada orang-orang terdekat, termasuk teman dan anggota keluarga.

Tindakan berbagi informasi tersebut dapat dilihat sebagai bentuk kepedulian sosial dan keterlibatan dalam interaksi digital. Dengan membagikan resep masakan atau informasi berguna, ibu rumah tangga tersebut tidak hanya membantu orang lain memperoleh manfaat praktis, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dengan lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Facebook, berfungsi sebagai sarana untuk menjaga komunikasi dan hubungan interpersonal, bahkan dalam konteks kehidupan domestic.

Selain itu, aktivitas berbagi ini juga dapat dilihat sebagai bentuk ekspresi diri dan pemenuhan peran sosial. Dalam konteks keluarga, berbagi resep atau informasi yang relevan menunjukkan kontribusi ibu rumah tangga terhadap kesejahteraan keluarga, sekaligus membangun citra sebagai individu yang peduli dan aktif dalam komunitasnya. Dengan kata lain, tindakan sederhana seperti membagikan konten ternyata memiliki dampak ganda: mempererat hubungan sosial dan memberikan nilai praktis bagi penerima konten.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Lisdawati yang mengatakan bahwa:

“Kadang saya share video lucu atau tips parenting dari grup. Rasanya menyenangkan bisa bikin teman-teman ikut senang atau dapat info yang berguna.”⁷²

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa membagikan konten juga berperan sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial. Dengan share konten, ibu rumah tangga dapat mengekspresikan perhatian, kepedulian, dan partisipasi mereka

⁷² lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

terhadap teman atau anggota grup, sekaligus memperluas jejaring sosial secara digital.

Aktivitas membagikan konten di Facebook bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao merupakan bentuk interaksi sosial yang aktif dan bermakna. Aktivitas ini memungkinkan mereka untuk menyebarkan informasi, berbagi hiburan, dan berkontribusi dalam percakapan digital, sehingga memperkuat keterlibatan sosial dan menjaga hubungan dengan lingkungan sosial mereka.

5) Mengunggah postingan (status, foto, video)

Mengunggah postingan berupa status, foto, atau video merupakan salah satu bentuk aktivitas aktif di Facebook yang memungkinkan ibu rumah tangga untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, dan berinteraksi dengan teman, keluarga, maupun anggota grup. Aktivitas ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi, sarana berbagi informasi, serta cara mempererat hubungan sosial melalui konten yang mereka buat sendiri.

Ibu rumah tangga mengunggah konten dengan tujuan berbagi pengalaman sehari-hari, memperlihatkan kegiatan keluarga, atau menyampaikan informasi yang dianggap menarik dan bermanfaat. Aktivitas ini biasanya dilakukan saat mereka memiliki waktu luang atau ingin mengekspresikan hal-hal penting yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Hikmawati mengatakan:

“Kadang saya juga memposting foto anak-anak atau hasil masakan baru yang saya buat di rumah. Tujuannya bukan apa-apa, hanya supaya teman-teman di Facebook bisa melihat dan memberikan komentar. Dari situ biasanya muncul obrolan ringan, saling berbagi pengalaman, atau sekadar saling menyemangati. Saya merasa senang karena bisa berbagi momen kecil dalam kehidupan sehari-hari dan tetap terhubung dengan teman-teman meskipun jarang bertemu langsung.”⁷³

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa ibu rumah tangga menggunakan Facebook sebagai sarana untuk berbagi pengalaman pribadi, baik

⁷³ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

dalam hal keluarga maupun aktivitas sehari-hari, seperti mengunggah foto anak-anak atau masakan baru. Aktivitas ini tidak sekadar untuk menampilkan kegiatan pribadi, tetapi juga memiliki tujuan sosial, yaitu untuk mendapatkan tanggapan dari teman-teman melalui komentar. Dengan kata lain, media sosial menjadi sarana interaksi sosial yang memungkinkan mereka tetap terhubung dengan jaringan pertemanan, meskipun tidak bertemu secara langsung.

Selain itu, tindakan berbagi konten semacam ini juga dapat memberikan rasa kepuasan psikologis. Mendapatkan komentar atau respon dari teman-teman dapat meningkatkan perasaan diterima, dihargai, dan diperhatikan, yang penting bagi ibu rumah tangga yang kesehariannya banyak berkutat pada urusan domestik. Aktivitas ini juga berfungsi sebagai sarana berbagi pengetahuan dan pengalaman, misalnya resep masakan baru atau momen perkembangan anak, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara pengunggah dan penerima konten.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hilda Wati salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

“Saya juga suka membuat status di Facebook, biasanya tentang kegiatan sehari-hari yang saya lakukan di rumah, kadang juga mengunggah video lucu yang menurut saya menghibur. Rasanya senang kalau status itu dilihat oleh teman-teman, apalagi kalau ada yang memberi komentar atau menanggapi. Dari situ saya merasa lebih diperhatikan dan bisa saling berbagi cerita, meskipun hanya lewat media sosial. Aktivitas ini membuat saya merasa lebih dekat dengan teman-teman walaupun jarang bertemu langsung.”⁷⁴

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa mengunggah postingan berperan sebagai media ekspresi diri sekaligus hiburan bagi diri sendiri dan orang lain. Aktivitas ini membantu ibu rumah tangga merasa diperhatikan, terhubung, dan tetap relevan dalam interaksi sosial digital, meskipun kegiatan mereka sebagian besar dilakukan di rumah.

Mengunggah postingan di Facebook bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao merupakan aktivitas yang memungkinkan mereka mengekspresikan diri, berbagi

⁷⁴ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

pengalaman, serta memperkuat interaksi sosial dengan teman, keluarga, dan anggota grup. Aktivitas ini menunjukkan peran aktif ibu rumah tangga dalam memanfaatkan Facebook tidak hanya sebagai konsumsi konten, tetapi juga sebagai sarana kontribusi sosial dan ekspresi diri.

d. Jenis konten yang sering di akses

Ibu rumah tangga di Desa Uhaidao mengakses berbagai jenis konten di Facebook yang mencerminkan minat, kebutuhan, dan aktivitas keseharian mereka. Jenis konten ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi, sarana komunikasi, dan media pengembangan diri. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi.

konten yang sering diakses dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori utama:

1) Konten hiburan

Konten hiburan menjadi salah satu jenis konten yang paling banyak diakses oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao ketika menggunakan Facebook. Konten ini meliputi video lucu, meme, status humor, kuis, tantangan ringan, maupun unggahan hiburan lainnya. Fungsi utama konten hiburan adalah memberikan momen relaksasi, menghilangkan penat, dan mengisi waktu senggang di tengah kesibukan rumah tangga. Selain itu, konten hiburan juga menjadi media interaksi sosial, karena ibu rumah tangga dapat bereaksi, mengomentari, atau membagikan konten tersebut kepada teman dan keluarga.

Sebagian besar ibu rumah tangga memanfaatkan konten hiburan untuk menyegarkan pikiran setelah menjalankan berbagai pekerjaan domestik, seperti memasak, membersihkan rumah, dan mengurus anak. Aktivitas ini relatif fleksibel dan bisa dilakukan dalam waktu singkat, tetapi dilakukan secara rutin sehingga menjadi bagian dari rutinitas penggunaan Facebook.

a) Konten video lucu

Konten video lucu merupakan salah satu jenis konten hiburan yang paling sering diakses oleh ibu rumah tangga dalam penggunaan media sosial Facebook,

terutama karena karakteristiknya yang ringan, singkat, dan mudah dinikmati kapan saja di sela-sela aktivitas rumah tangga. Video-video ini umumnya menampilkan tingkah laku anak-anak, hewan peliharaan, kejadian spontan dalam kehidupan sehari-hari, serta cuplikan peristiwa sederhana yang dikemas secara humoris dan mengundang tawa. Jenis konten tersebut dianggap menarik karena tidak memerlukan pemikiran yang berat, sehingga cocok dikonsumsi oleh ibu rumah tangga yang memiliki keterbatasan waktu akibat padatnya pekerjaan domestik.

Bagi ibu rumah tangga, menonton video lucu berfungsi sebagai sarana hiburan sekaligus pelepas penat setelah menjalani rutinitas yang cenderung berulang, seperti memasak, mencuci, membersihkan rumah, dan mengurus anak. Kehadiran video lucu mampu menciptakan suasana hati yang lebih rileks dan menyenangkan, meskipun hanya ditonton dalam waktu singkat. Dalam konteks ini, konten video lucu menjadi semacam jeda singkat yang membantu ibu rumah tangga mengurangi stres dan kejenuhan, sehingga mereka dapat kembali melanjutkan aktivitas rumah tangga dengan perasaan yang lebih segar.



Gambar 4.1 Beranda Akun Ibu MY
Sumber Data: Tangkapan Layar



Gambar 4.2 Beranda Akun Ibu MY
Sumber Data: Tangkapan Layar

Selain memberikan hiburan secara personal, konten video lucu juga memiliki peran dalam membangun interaksi sosial di ruang digital. Ibu rumah tangga sering mengekspresikan respons mereka melalui fitur reaksi seperti like atau haha, menuliskan komentar ringan, serta membagikan ulang video tersebut kepada teman, keluarga, atau grup tertentu. Aktivitas ini menunjukkan bahwa video lucu tidak hanya dikonsumsi secara individu, tetapi juga menjadi sarana berbagi kebahagiaan dan mempererat hubungan sosial antar pengguna. Dengan demikian, konten video lucu tidak hanya berfungsi sebagai pengisi waktu luang, tetapi juga menjadi bagian dari rutinitas penggunaan Facebook yang berpengaruh terhadap suasana emosional dan pola interaksi sosial ibu rumah tangga. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Marjayanti selaku IRT, mengetakan bahwa:

“Kalau lagi capek setelah mengerjakan pekerjaan rumah, biasanya saya membuka Facebook sebagai hiburan. Saya lihat-lihat video lucu atau membaca status teman-teman supaya pikiran jadi lebih ringan. Dari situ rasa lelah sedikit berkurang dan suasana hati jadi lebih senang. Walaupun hanya sebentar, membuka Facebook bisa membantu saya menghilangkan penat sebelum melanjutkan aktivitas rumah tangga lagi.”⁷⁵

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa konten hiburan berperan sebagai media relaksasi dan penyegaran mental. Ibu rumah tangga menggunakan konten ini untuk melepaskan stres akibat rutinitas rumah tangga yang padat, sehingga meskipun singkat, aktivitas ini memiliki efek positif terhadap suasana hati dan energi mereka.

b) Konten Video Hiburan Viral

Konten video hiburan viral merupakan salah satu jenis konten yang cukup sering diakses oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao karena kemunculannya yang berulang di beranda Facebook dan daya tariknya yang tinggi. Konten ini biasanya berupa video yang sedang ramai diperbincangkan oleh banyak pengguna, sehingga secara tidak langsung mendorong ibu rumah tangga untuk ikut menonton agar tidak

⁷⁵ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

merasa tertinggal dari tren yang sedang berkembang. Video hiburan viral umumnya menampilkan hal-hal unik, lucu, atau kejadian tertentu yang sedang populer, baik yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, peristiwa sosial, maupun fenomena yang tengah ramai dibagikan di media sosial.



*Gambar 4.3 Beranda Akun
Sumber Data: Tangkapan Layar*

Bagi ibu rumah tangga, menonton video hiburan viral tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga sebagai cara untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosialnya. Dengan mengetahui konten yang sedang viral, mereka merasa lebih mudah mengikuti obrolan dengan tetangga, teman, atau anggota keluarga, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Selain itu, video viral sering menjadi bahan cerita dan candaan bersama, sehingga memperkuat interaksi sosial di antara mereka. Namun, karena konten ini terus bermunculan dan saling berkaitan satu sama lain, ibu rumah tangga terkadang menghabiskan waktu lebih lama dari yang direncanakan saat menonton video hiburan viral di Facebook.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya oleh Ibu Asmawati yang mengatakan bahwa:

“Kadang saya membuka Facebook hanya untuk scroll beranda dan melihat meme atau video-video lucu yang muncul. Biasanya itu saya lakukan setelah seharian mengerjakan pekerjaan rumah, seperti memasak, membersihkan rumah, dan mengurus keluarga. Melihat konten lucu di Facebook rasanya bisa membuat saya tertawa sebentar dan menghilangkan rasa capek. Walaupun hanya sebentar, hal itu cukup membantu menghibur diri dan membuat pikiran jadi lebih ringan sebelum melanjutkan aktivitas lainnya.”⁷⁶

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan untuk bahwa konten hiburan tidak hanya sekedar mengisi waktu, tetapi juga menjadi sarana interaksi sosial yang ringan. Dengan menonton atau melihat konten lucu, ibu rumah tangga dapat ikut tertawa dan merasakan keterhubungan dengan teman atau anggota grup yang membagikan konten tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa hiburan di Facebook juga membantu membangun koneksi sosial secara tidak langsung.

Konten hiburan di Facebook membantu ibu rumah tangga di Desa Uhaidao mengisi waktu luang, mengurangi stres, dan tetap merasa terhibur di sela kesibukan sehari-hari. Aktivitas ini menjadi bagian penting dari penggunaan media sosial yang tidak hanya untuk informasi atau komunikasi, tetapi juga untuk kesejahteraan emosional mereka.

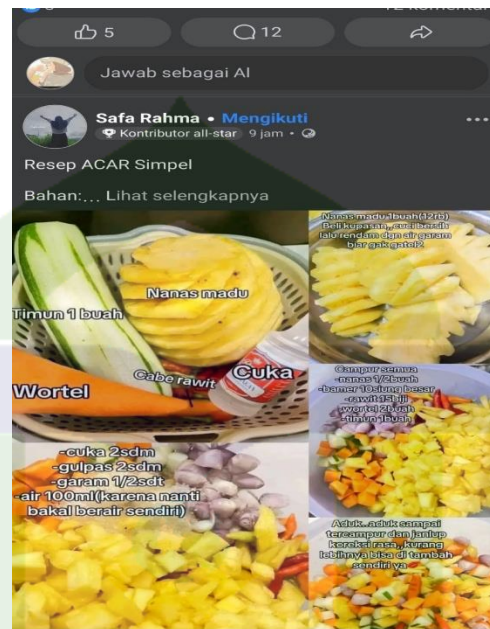
2) Konten informasi

Konten informasi dan edukasi merupakan salah satu jenis konten yang sering diakses oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Konten ini mencakup tips rumah tangga, resep masakan, informasi kesehatan, parenting, serta berita lokal atau kegiatan sosial di desa. Fungsi utama konten ini adalah untuk menambah wawasan, meningkatkan pengetahuan praktis, dan membantu ibu rumah tangga dalam mengelola rumah tangga serta keluarga secara lebih efektif.

Ibu rumah tangga menggunakan konten informasi dan edukasi untuk mencari solusi praktis atas masalah sehari-hari, belajar keterampilan baru, dan memperoleh

⁷⁶ asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

tips yang bermanfaat. Aktivitas ini tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga memicu interaksi sosial melalui komentar, like, atau share, sehingga konten edukatif juga dapat menjadi sarana komunikasi.



Gambar 4.4 Beranda Akun
Sumber Data: Tangkapan Layar

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Sri Rahayu selaku IRT, yang mengatakan bahwa:

“Sering lihat grup masak atau parenting, jadi dapat tips baru buat anak dan rumah tangga. Kadang langsung dicoba di rumah.”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa ibu rumah tangga di Desa Uhaidao memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook, sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan pengetahuan baru yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Aktivitas melihat grup dengan topik masak atau parenting memberikan mereka akses terhadap tips praktis yang dapat diterapkan langsung dalam rutinitas rumah tangga dan pengasuhan anak. Dengan kata lain, Facebook tidak hanya

⁷⁷ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukatif yang mendukung peningkatan kompetensi mereka dalam mengelola rumah tangga.

Selain itu, kutipan ini menekankan adanya aspek implementasi langsung dari informasi yang diperoleh. Ibu rumah tangga tidak hanya membaca atau menyimpan tips tersebut, tetapi juga mempraktikkannya di rumah. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi dengan konten Facebook bersifat aktif dan memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku mereka sehari-hari. Misalnya, tips memasak yang didapat dari grup dapat meningkatkan variasi menu keluarga, sedangkan tips parenting membantu mereka dalam mendidik dan mengasuh anak dengan metode baru yang lebih efektif atau kreatif. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Lisdawati yang ditemui, mengatakan:

“Kalau ada masalah kecil di rumah atau anak sakit, saya kadang cari tips di Facebook. Bisa lihat pengalaman orang lain dan saran-saran yang bermanfaat.”⁷⁸

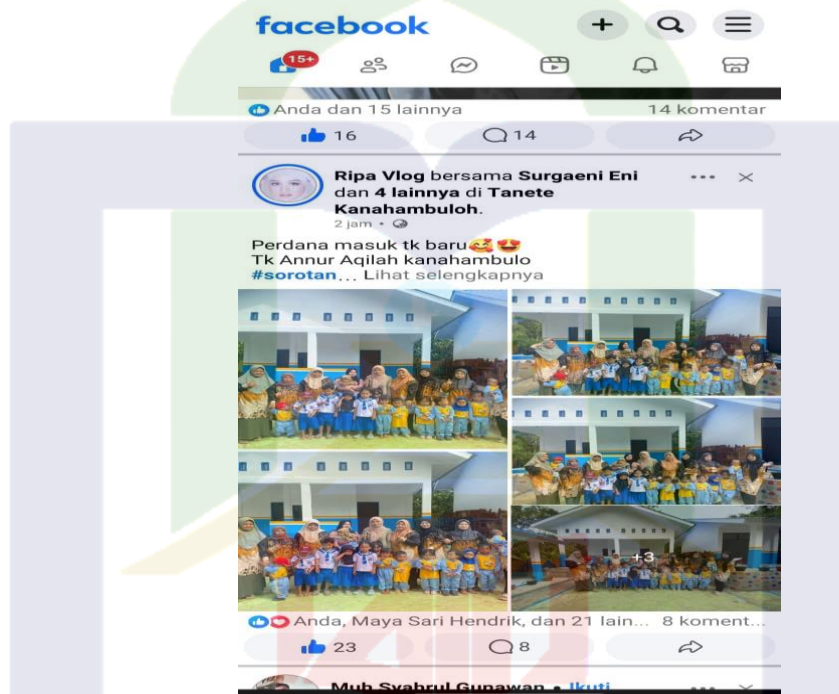
Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa konten informasi memungkinkan ibu rumah tangga untuk mencari solusi atas masalah mereka. Selain memberi pengetahuan, konten edukatif juga membangun rasa percaya diri karena mereka bisa belajar dari pengalaman orang lain dan menerapkannya dalam kehidupan nyata.

Konten informasi dan edukasi di Facebook berperan penting bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Konten ini membantu mereka meningkatkan pengetahuan praktis, mempermudah pengelolaan rumah tangga, serta mendukung interaksi sosial melalui komentar atau berbagi pengalaman. Dengan demikian, penggunaan Facebook tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang relevan dan bermanfaat.

⁷⁸ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

3) Konten sosial dan keluarga

Konten sosial dan keluarga menjadi salah satu jenis konten yang sering diakses oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Konten ini meliputi status teman, foto keluarga, video kegiatan teman atau tetangga, maupun informasi tentang kegiatan komunitas dan lingkungan sekitar. Fungsi utama konten ini adalah untuk menjaga interaksi sosial, memperkuat ikatan emosional, dan memperoleh informasi terkait kehidupan sosial serta perkembangan keluarga dan komunitas.



*Gambar 4.5 Beranda Akun Ibu SR
Sumber Data: Tangkapan Layar*

Ibu rumah tangga memanfaatkan konten sosial dan keluarga untuk tetap terhubung dengan teman, kerabat, dan tetangga, terutama bagi mereka yang tidak bisa bertemu langsung. Aktivitas ini juga membantu mereka merasa menjadi bagian dari komunitas digital sekaligus mengetahui kabar terbaru dari lingkungan sosial mereka.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Marjayanti yang mengatakan:

“Saya biasanya membuka Facebook untuk melihat status teman-teman, foto-foto anak-anak mereka, atau informasi yang dibagikan di dalam grup. Dari situ saya bisa mengetahui kabar orang lain, baik keluarga, teman lama, maupun tetangga yang sekarang tinggal jauh. Walaupun tidak bertemu secara langsung, lewat Facebook saya tetap merasa terhubung dan tahu perkembangan mereka, sehingga jarak tidak terlalu terasa.”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga berfungsi sebagai sarana untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial meskipun secara fisik berada jauh dari teman atau kerabat. Dengan membuka Facebook untuk melihat status teman, foto anak-anak, atau informasi dari grup, ibu rumah tangga tetap memperoleh pembaruan mengenai aktivitas, kabar, dan peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Hal ini mencerminkan bahwa media sosial berperan sebagai alat komunikasi tidak langsung yang memudahkan interaksi sosial tanpa harus bertemu secara langsung.

Selain itu, aktivitas ini juga memberikan rasa keterikatan dan partisipasi sosial. Dengan mengetahui kabar orang lain, ibu rumah tangga merasa tetap terlibat dalam kehidupan sosial teman dan keluarga, meskipun keterbatasan waktu atau jarak menghalangi interaksi tatap muka. Informasi dari grup, misalnya, juga dapat memberikan manfaat tambahan seperti memperoleh tips, saran, atau informasi penting yang relevan dengan keseharian mereka. Dengan kata lain, Facebook tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi media pemeliharaan hubungan sosial, memperluas wawasan, serta menjaga rasa kebersamaan dengan orang-orang di sekitar, meskipun interaksi dilakukan secara virtual.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hilda Wati salah satu IRT lain yang ditemui, mengatakan bahwa:

“Kadang saya melihat postingan teman atau keluarga yang muncul di Facebook, seperti foto kegiatan sehari-hari atau cerita tentang aktivitas

⁷⁹ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

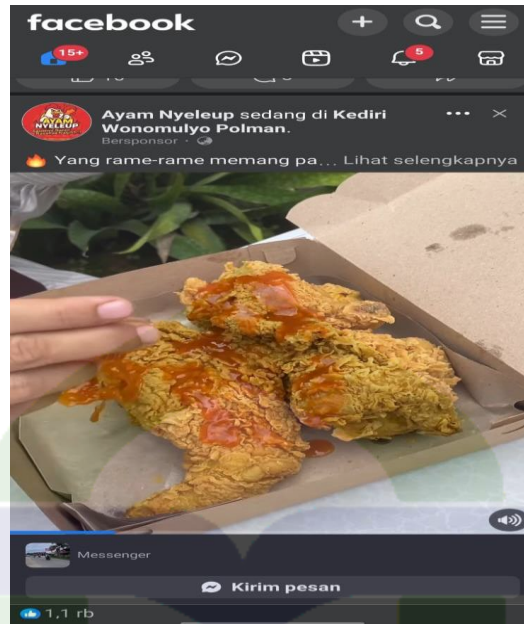
mereka. Kalau ada yang menarik, saya biasanya memberi like atau komentar sedikit. Rasanya senang karena dari situ saya bisa tahu kabar dan kegiatan mereka, meskipun jarang bertemu langsung. Dengan melihat dan menanggapi postingan itu, saya merasa tetap terhubung dan tidak terlalu ketinggalan informasi tentang kehidupan teman dan keluarga..”⁸⁰

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa konten sosial dan keluarga juga membantu ibu rumah tangga mengekspresikan perhatian dan kepedulian terhadap orang lain. Aktivitas seperti memberi komentar atau like memperkuat interaksi sosial secara digital dan menjaga keakraban hubungan interpersonal di luar pertemuan fisik.

4) Konten jual beli dan promosi

Konten jual beli atau peluang ekonomi menjadi salah satu jenis konten yang mulai banyak diakses oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Konten ini meliputi promosi produk, informasi harga barang, tutorial usaha rumahan, hingga komunitas jual-beli online. Fungsi utama konten ini adalah sebagai sarana mencari peluang usaha, menambah pengetahuan terkait produk atau jasa, serta meningkatkan peluang penghasilan tambahan bagi keluarga.

⁸⁰ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025



*Gambar 4.5 Beranda Akun
Sumber Data: Tangkapan Layar*

Ibu rumah tangga memanfaatkan konten jual beli untuk melihat produk yang dijual oleh teman atau komunitas online, mendapatkan ide bisnis rumahan, serta mempelajari cara memasarkan produk secara digital. Aktivitas ini menunjukkan bahwa penggunaan Facebook tidak hanya sebagai hiburan atau informasi, tetapi juga memiliki tujuan produktif yang mendukung kesejahteraan keluarga. Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Marjayanti yang mengatakan:

“Kadang saya juga melihat postingan jualan dari teman-teman di Facebook atau informasi tentang produk-produk baru yang sedang ramai dibicarakan. Dari situ saya jadi tahu macam-macam barang yang laku dijual dan diminati orang. Tidak jarang juga postingan tersebut memberi saya ide untuk mencoba jualan sendiri dari rumah, misalnya melihat cara mereka menawarkan barang atau jenis produk yang banyak dicari. Jadi, selain untuk hiburan, Facebook juga bisa memberi inspirasi untuk menambah penghasilan.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bagaimana ibu rumah tangga di Desa Uhaidao memanfaatkan Facebook sebagai sarana untuk mendapatkan

⁸¹ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

informasi terkait kegiatan jual beli dan produk baru. Aktivitas ini tidak hanya bersifat pasif, seperti melihat atau membaca postingan teman, tetapi juga dapat memicu kreativitas dan ide untuk memulai usaha sendiri di rumah. Dengan kata lain, media sosial berperan sebagai jendela informasi sekaligus inspirasi yang membantu mereka menemukan peluang ekonomi atau alternatif penghasilan tambahan tanpa harus keluar rumah. Lebih jauh lagi, interaksi dengan konten jual beli di Facebook memungkinkan mereka untuk mengikuti tren pasar secara cepat dan praktis. Misalnya, ketika melihat teman menjual produk tertentu atau ada info produk baru yang sedang diminati, mereka dapat menilai potensi pasar, menyesuaikan kebutuhan keluarga, atau bahkan mencoba menjual produk serupa. Dengan cara ini, Facebook menjadi semacam media belajar informal yang mendukung kemandirian ekonomi dan kreativitas para ibu rumah tangga dalam mengelola usaha rumahan.



*Gambar 4.6 Beranda Akun
Sumber Data: Tangkapan Layar*

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Asmawati salah satu ibu rumah tangga yang ditemui, mengatakan:

“Saya cukup sering melihat grup jual-beli di Facebook, biasanya untuk mencari barang kebutuhan sehari-hari atau sekadar melihat-lihat harga. Selain itu, dari grup tersebut saya juga sering mendapatkan ide usaha, misalnya melihat barang apa yang banyak dicari orang dan bagaimana cara orang lain menjualnya. Rasanya senang karena dari Facebook saya bukan hanya mendapatkan informasi, tetapi juga bisa belajar sedikit demi sedikit tentang cara jualan online, mulai dari cara menawarkan barang sampai berkomunikasi dengan pembeli..”⁸²

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa konten jual beli juga membantu ibu rumah tangga menambah wawasan tentang perdagangan digital dan peluang usaha rumahan. Aktivitas ini memungkinkan mereka memanfaatkan Facebook sebagai sarana ekonomi yang praktis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Konten jual beli atau peluang ekonomi di Facebook bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao memiliki peran strategis dalam mendukung kreativitas, produktivitas, dan peningkatan kesejahteraan keluarga. Penggunaan konten ini menunjukkan bahwa Facebook tidak hanya digunakan untuk hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pengembangan ekonomi secara digital.

2. Dampak Konten Engagement terhadap Perilaku Keseharian Ibu Rumah Tangga

Konten engagement yang terdapat di media sosial Facebook seperti unggahan yang mengundang like, komentar, share, serta partisipasi dalam grup dan kolom diskusi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Interaksi aktif yang dilakukan melalui fitur-fitur tersebut tidak hanya bersifat virtual, tetapi juga berdampak pada cara berpikir, bersikap, serta bertindak dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam lingkup keluarga maupun lingkungan sosial masyarakat.

Salah satu dampak yang paling terlihat adalah meningkatnya intensitas keterlibatan ibu rumah tangga dalam aktivitas digital yang berulang. Konten yang menarik dan relevan dengan kehidupan mereka, seperti unggahan seputar rumah

⁸² asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

tangga, pengasuhan anak, resep masakan, hingga cerita pengalaman pribadi sesama anggota grup, mendorong ibu rumah tangga untuk lebih sering membuka Facebook. Aktivitas memberikan like, menulis komentar, atau membagikan ulang konten menjadi kebiasaan baru yang menyatu dengan rutinitas harian, seperti dilakukan di sela-sela pekerjaan rumah atau waktu istirahat. Kebiasaan ini secara perlahan membentuk pola penggunaan media sosial yang cukup konsisten dan berkelanjutan.

Dampak lainnya terlihat pada perubahan cara berkomunikasi dan berinteraksi sosial. Melalui konten engagement, ibu rumah tangga menjadi lebih terbuka dalam menyampaikan pendapat, berbagi pengalaman, serta merespons isu-isu tertentu yang muncul di Facebook. Hal ini mendorong terbentuknya ruang diskusi virtual yang memberikan rasa kebersamaan dan solidaritas, terutama ketika mereka berinteraksi dengan sesama ibu rumah tangga yang memiliki pengalaman hidup serupa. Keterlibatan ini kemudian memengaruhi perilaku komunikasi di dunia nyata, di mana mereka menjadi lebih percaya diri, lebih aktif berbicara, dan lebih berani mengemukakan pandangan dalam pertemuan sosial di lingkungan desa. Selain itu, konten engagement juga berdampak pada pola pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Informasi dan pengalaman yang diperoleh dari interaksi di Facebook sering dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengelola rumah tangga, seperti mencoba resep baru, menerapkan tips pengasuhan anak, atau mengikuti tren tertentu yang sedang ramai dibicarakan. Dalam konteks ini, Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber referensi praktis yang memengaruhi tindakan nyata ibu rumah tangga di Desa Uhaidao.

Namun demikian, dampak konten engagement tidak selalu bersifat positif. Keterlibatan yang terlalu intens dapat menyebabkan berkurangnya fokus terhadap aktivitas domestik dan interaksi langsung dengan anggota keluarga. Beberapa ibu rumah tangga cenderung menghabiskan waktu lebih lama di Facebook karena merasa terdorong untuk terus mengikuti percakapan atau merespons komentar yang masuk. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketergantungan ringan terhadap media sosial, meskipun dalam batas tertentu masih dianggap wajar dan dapat dikendalikan.

Secara keseluruhan, konten engagement di Facebook memberikan dampak yang cukup kompleks terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Dampak tersebut mencakup perubahan kebiasaan, pola interaksi sosial, serta cara memanfaatkan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, keberadaan konten engagement tidak dapat dipisahkan dari dinamika kehidupan ibu rumah tangga di era digital, karena telah menjadi bagian dari praktik sosial yang memengaruhi aktivitas dan perilaku mereka secara berkelanjutan.

a. Perubahan perilaku sosial

Perubahan perilaku sosial pada ibu rumah tangga di Desa Uhaidao merupakan suatu proses dinamis yang terjadi seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya Facebook, dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek teknis komunikasi, tetapi juga memengaruhi cara ibu rumah tangga memaknai hubungan sosial, menjalankan peran sosial, serta berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Kehadiran Facebook membuka ruang sosial baru yang memungkinkan ibu rumah tangga untuk terhubung dengan berbagai pihak di luar batas ruang dan waktu, sehingga pola interaksi yang sebelumnya bersifat lokal dan langsung kini mulai bertransformasi menjadi lebih luas dan tidak selalu bersifat tatap muka.

Dalam konteks masyarakat Desa Uhaidao yang memiliki ikatan sosial kuat dan menjunjung tinggi interaksi langsung antarwarga, perubahan perilaku sosial ini menjadi fenomena yang signifikan. Ibu rumah tangga yang sebelumnya lebih banyak beraktivitas dan bersosialisasi di lingkungan rumah dan desa kini mulai membagi perhatian antara kehidupan sosial nyata dan kehidupan sosial di ruang digital. Proses ini menunjukkan adanya adaptasi sosial, di mana ibu rumah tangga berusaha menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman tanpa sepenuhnya meninggalkan nilai-nilai sosial yang telah lama dianut. Oleh karena itu, perubahan perilaku sosial tidak dapat dipahami sebagai pergeseran yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari transformasi sosial yang lebih luas dalam kehidupan masyarakat Desa Uhaidao.

1) Intensitas Interaksi dengan Keluarga dan Lingkungan Sekitar

Intensitas interaksi dengan keluarga dan lingkungan sekitar mengacu pada seberapa sering dan seberapa aktif seorang individu berkomunikasi, bertemu, atau berpartisipasi dalam kegiatan sosial di lingkungan rumah, tetangga, dan komunitas sekitarnya. Bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao, intensitas interaksi ini merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari karena mereka tidak hanya mengurus rumah tangga, tetapi juga aktif dalam menjaga hubungan sosial yang erat dengan tetangga dan komunitas lokal.

Penggunaan media sosial, khususnya Facebook, membawa perubahan dalam intensitas interaksi ini. Banyak ibu rumah tangga yang mulai membagi perhatian antara kegiatan sosial tatap muka dengan aktivitas online. Aktivitas di Facebook, seperti membaca status teman, membalas komentar, atau mengikuti grup komunitas, membuat sebagian waktu yang biasanya digunakan untuk bersosialisasi langsung berkurang. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Sri Rahayu selaku IRT yang ditemui, menagatakan:

"Dulu itu saya sering sekali ngobrol langsung sama tetangga, apalagi kalau lagi jemur pakaian atau pas anak-anak main di halaman. Biasanya sambil cerita ini itu, tukar kabar, kadang sampai lupa waktu. Tapi sekarang, sebagian waktu saya malah habiskan buka Facebook, lihat-lihat status teman, baca postingan, atau balas pesan. Jadi tanpa sadar, waktu buat ngobrol langsung sama tetangga jadi agak berkurang, walaupun tetap masih ketemu, cuma tidak sesering dulu."⁸³

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan lain berikutnya oleh Ibu Lisdawati yang mengatakan bahwa:

"Saya tetap ikut arisan ibu-ibu, tapi kalau ada waktu luang di rumah, saya lebih suka membuka Facebook. Kadang anak-anak juga merasa saya kurang perhatian karena saya sibuk scrolling."⁸⁴

⁸³ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

⁸⁴ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas terlihat bahwa penggunaan media sosial menyebabkan adanya pergeseran pola interaksi. Meskipun ibu rumah tangga tetap menjaga hubungan sosial tradisional, intensitas interaksi langsung menjadi terbagi dengan interaksi virtual. Pergeseran ini bersifat adaptif, karena ibu rumah tangga mencoba menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, sambil tetap mempertahankan ikatan sosial dengan keluarga dan lingkungan sekitar. Intensitas interaksi dengan keluarga dan lingkungan sekitar menunjukkan bagaimana ibu rumah tangga menyeimbangkan kehidupan sosial nyata dan sosial digital. Fenomena ini mencerminkan dampak media sosial terhadap pola komunikasi dan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari, yang merupakan bagian dari perubahan perilaku sosial secara lebih luas.

2) Cara Berkomunikasi (Langsung vs Media Sosial)

Cara berkomunikasi ibu rumah tangga di Desa Uhaiddao mulai mengalami perubahan akibat penggunaan media sosial, terutama Facebook. Perubahan ini terlihat dari pergeseran sebagian komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi komunikasi digital melalui pesan, komentar, atau postingan di Facebook. Pergeseran ini tidak hanya memengaruhi frekuensi interaksi, tetapi juga cara mereka mengekspresikan pendapat, menyampaikan saran, dan berinteraksi dengan orang lain. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Hikmawati mengatakan:

“Kalau sekarang, misalnya mau kasih saran ke teman atau keluarga, saya lebih sering nulis lewat Facebook, entah itu lewat pesan atau balas komentar. Rasanya lebih nyaman saja, soalnya tidak harus ngomong langsung. Saya bisa mikir dulu kata-katanya supaya tidak salah bicara atau menyinggung. Jadi sebelum dikirim, biasanya dibaca ulang dulu, baru dikirim. Menurut saya, cara seperti itu lebih enak dan lebih aman, apalagi kalau mau kasih saran atau pendapat.”⁸⁵

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa ibu rumah tangga mulai memanfaatkan media sosial sebagai ruang komunikasi yang lebih fleksibel.

⁸⁵ hikmawati, wawancara, di desa uhaiddao 16 november 2025

Dengan menulis pesan atau komentar, mereka memiliki waktu untuk mempertimbangkan kata-kata sebelum menyampaikannya, sehingga risiko salah ucap atau salah paham lebih kecil dibanding komunikasi langsung. Hal ini menunjukkan adaptasi baru dalam pola komunikasi, di mana media sosial menjadi alternatif untuk menjaga hubungan sosial sambil tetap berhati-hati dalam berinteraksi. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hilda Wati salah satu IRT lain yang ditemui, mengatakan bahwa:

“Kadang kalau ada masalah kecil sama tetangga, saya lebih pilih kirim pesan saja lewat WhatsApp atau Facebook. Soalnya kalau ketemu langsung takutnya malah salah ngomong atau dibawa emosi. Kalau lewat chat kan bisa dipikir dulu kata-katanya, jadi lebih enak dan lebih aman. Biasanya juga lebih cepat nyambung, nggak jadi ribut, dan masalahnya bisa dibicarakan pelan-pelan tanpa harus ketemu muka langsung.”⁸⁶

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa media sosial juga menjadi alat untuk menghindari konflik atau kesalahpahaman dalam komunikasi. Ibu rumah tangga cenderung menggunakan pesan digital untuk menyampaikan pendapat atau menyelesaikan masalah dengan lebih tenang, dibandingkan berbicara langsung yang terkadang emosional. Dengan demikian, cara komunikasi berubah dari spontanitas tatap muka menjadi lebih terstruktur melalui media sosial.

Pergeseran dari komunikasi langsung ke komunikasi digital melalui media sosial menunjukkan adaptasi perilaku sosial ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Media sosial menjadi medium yang efisien, aman, dan fleksibel untuk berkomunikasi, sekaligus memungkinkan mereka tetap terhubung dengan keluarga, tetangga, dan teman, meskipun interaksi tatap muka berkurang. Meskipun demikian, pola komunikasi ini tetap menjaga nilai-nilai sosial, karena ibu rumah tangga menyesuaikan cara menyampaikan pesan agar tetap sopan, jelas, dan efektif.

b. Dampak terhadap aktivitas sehari-hari

⁸⁶ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

Penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao membawa dampak yang cukup signifikan terhadap aktivitas sehari-hari, khususnya aktivitas yang berkaitan langsung dengan peran dan tanggung jawab domestik yang mereka jalani. Sebagai ibu rumah tangga, keseharian mereka umumnya diisi dengan berbagai pekerjaan rumah tangga yang menuntut perhatian, waktu, dan tenaga, seperti memasak untuk keluarga, membersihkan rumah, mencuci pakaian, mengasuh dan mendampingi anak, serta mengatur berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Aktivitas-aktivitas tersebut sebelumnya dijalankan secara rutin dan berulang dengan pola waktu yang relatif tetap. Namun, kehadiran Facebook dalam kehidupan sehari-hari kemudian menjadi faktor baru yang ikut memengaruhi cara ibu rumah tangga menjalankan aktivitas-aktivitas tersebut.

Facebook tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan media komunikasi untuk berinteraksi dengan keluarga, teman, maupun lingkungan sosial yang lebih luas, tetapi juga menjadi ruang baru yang menyita perhatian dan waktu. Melalui Facebook, ibu rumah tangga memperoleh berbagai informasi, hiburan, serta pengalaman sosial yang sebelumnya tidak selalu mereka dapatkan dalam aktivitas domestik sehari-hari. Hal ini secara tidak langsung membentuk pola aktivitas baru, memengaruhi cara mereka mengatur waktu antara pekerjaan rumah dan waktu luang, serta membentuk kebiasaan harian yang berbeda dari sebelumnya. Dalam praktiknya, penggunaan Facebook dapat memberikan dampak yang bersifat positif, seperti membantu ibu rumah tangga mendapatkan informasi yang mendukung pekerjaan rumah tangga dan meningkatkan rasa terhubung dengan lingkungan sosial.

Namun, di sisi lain, penggunaan Facebook yang dilakukan secara terus-menerus dan tanpa pengaturan waktu yang jelas juga berpotensi mengganggu efektivitas dan keteraturan aktivitas sehari-hari. Perhatian ibu rumah tangga dapat teralihkan dari pekerjaan rumah yang sedang dilakukan, sehingga beberapa aktivitas domestik menjadi tertunda atau tidak terselesaikan tepat waktu. Kondisi ini menunjukkan bahwa Facebook memiliki peran yang cukup besar dalam memengaruhi dinamika aktivitas harian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao, baik dalam bentuk

perubahan pola kerja domestik, pengelolaan waktu, maupun rutinitas harian secara keseluruhan.

1) Dampak terhadap Pekerjaan Rumah Tangga

Penggunaan Facebook memiliki pengaruh yang cukup nyata terhadap pelaksanaan pekerjaan rumah tangga ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Di satu sisi, Facebook dapat memberikan manfaat positif karena menjadi sumber informasi dan inspirasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan domestik. Melalui Facebook, ibu rumah tangga dapat memperoleh berbagai informasi seperti resep masakan baru, tips menghemat pengeluaran rumah tangga, cara merawat anak, hingga strategi membersihkan rumah secara lebih efisien. Informasi tersebut sering kali diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan membantu ibu rumah tangga dalam menjalankan tugasnya dengan lebih variatif dan kreatif. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Marjayanti yang mengatakan:

"Saya itu sering sekali lihat-lihat resep masakan baru di Facebook. Kadang cuma iseng, tapi kalau kelihatannya gampang dan bahannya ada di rumah, langsung saya coba masak untuk keluarga. Selain resep, sering juga muncul tips bersih-bersih rumah, seperti cara cepat ngepel atau merapikan dapur biar kelihatan rapi. Lumayan membantu sekali, soalnya pekerjaan rumah jadi lebih cepat selesai dan tidak terlalu capek."⁸⁷

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan informasi praktis yang langsung diterapkan dalam pekerjaan rumah sehari-hari. Informasi yang diperoleh melalui platform digital tersebut membantu ibu rumah tangga dalam meningkatkan kreativitas, efisiensi, dan kualitas pekerjaan domestik. Dengan demikian, media sosial dapat memperkaya pengalaman dan keterampilan ibu rumah tangga dalam menjalankan tugas rumah tangga.

Namun, di sisi lain, penggunaan Facebook juga dapat memberikan dampak negatif terhadap pekerjaan rumah tangga apabila tidak dikontrol dengan baik.

⁸⁷ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

Kebiasaan membuka Facebook di sela-sela aktivitas rumah, seperti saat memasak, mencuci, atau membersihkan rumah, dapat mengalihkan perhatian dan mengurangi fokus. Akibatnya, pekerjaan rumah menjadi tertunda, membutuhkan waktu lebih lama untuk diselesaikan, atau dikerjakan secara tidak maksimal. Dalam beberapa kasus, ibu rumah tangga lebih memilih melanjutkan aktivitas di Facebook daripada menyelesaikan pekerjaan rumah terlebih dahulu. Kondisi ini menunjukkan bahwa Facebook dapat memengaruhi prioritas aktivitas domestik dan mengubah cara ibu rumah tangga mengatur dan menyelesaikan pekerjaan rumah tangga sehari-hari.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Ibu Asmawati selaku IRT mengatakan bahwa:

“Kadang itu, pas lagi nyuci baju atau lagi masak di dapur, tiba-tiba kepikiran buka Facebook sebentar. Awalnya cuma niat lihat-lihat sebentar saja, tapi lama-lama jadi asyik scrolling. Akhirnya cucian atau masakan jadi ketunda, nggak langsung selesai seperti biasanya. Pekerjaan rumah jadi molor, padahal awalnya cuma iseng buka Facebook.”⁸⁸

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa dampak negatif Facebook terhadap fokus dan efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan rumah. Aktivitas di media sosial dapat mengalihkan perhatian ibu rumah tangga dari tugas domestik, sehingga pekerjaan menjadi kurang maksimal atau memakan waktu lebih lama. Hal ini menunjukkan pentingnya pengaturan waktu dan disiplin diri agar penggunaan media sosial tidak mengganggu prioritas dan tanggung jawab sehari-hari.

2) Pengelolaan Waktu antara Facebook dan Aktivitas Rumah

Pengelolaan waktu merupakan aspek penting dalam melihat dampak penggunaan Facebook terhadap aktivitas sehari-hari ibu rumah tangga. Idealnya, Facebook digunakan sebagai sarana hiburan dan pengisi waktu luang setelah pekerjaan rumah tangga selesai. Sebagian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao memang memanfaatkan Facebook pada waktu-waktu tertentu, seperti saat anak sedang beristirahat, setelah semua pekerjaan rumah selesai, atau pada malam hari.

⁸⁸ asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

Dalam kondisi ini, Facebook tidak dianggap mengganggu aktivitas utama, melainkan menjadi sarana relaksasi setelah menjalani rutinitas yang cukup padat. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Sri Rahayu yang mengatakan:

“Biasanya saya membuka Facebook setelah semua pekerjaan rumah selesai atau saat anak-anak tidur. Itu jadi waktu santai saya, jadi tidak mengganggu tugas-tugas di rumah.”⁸⁹

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa pengelolaan waktu yang baik memungkinkan ibu rumah tangga memanfaatkan Facebook secara positif. Dengan menyesuaikan waktu penggunaan, media sosial tidak mengganggu pelaksanaan pekerjaan rumah, tetapi justru menjadi sarana hiburan dan relaksasi. Hal ini menekankan pentingnya disiplin diri dalam membagi waktu antara tanggung jawab domestik dan penggunaan media sosial, sehingga kedua aktivitas dapat berjalan seimbang dan produktif.

Namun, dalam praktiknya, tidak semua ibu rumah tangga mampu mengatur waktu penggunaan Facebook secara seimbang. Aktivitas scrolling yang dilakukan secara terus-menerus dan tanpa batas waktu sering kali membuat ibu rumah tangga kehilangan kesadaran terhadap lamanya waktu yang telah dihabiskan. Waktu yang semula hanya direncanakan beberapa menit dapat berubah menjadi berjam-jam, sehingga mengurangi waktu untuk menyelesaikan pekerjaan rumah atau berinteraksi dengan anggota keluarga. Ketidakseimbangan ini menyebabkan pekerjaan rumah menumpuk, waktu istirahat berkurang, serta muncul rasa lelah dan kurang produktif. Hal ini menunjukkan bahwa Facebook menuntut kemampuan manajemen waktu yang baik agar tidak mengganggu aktivitas utama ibu rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari.

Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Lisdawati salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

⁸⁹ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

“Kadang itu awalnya niatnya cuma mau buka Facebook sebentar saja, sekadar lihat-lihat beranda. Tapi tidak terasa, sudah scroll lama sekali, tahu-tahu waktunya sudah berjam-jam. Akhirnya pekerjaan rumah yang seharusnya dikerjakan jadi tertunda, ada yang belum selesai. Badan juga jadi capek, karena waktu istirahat berkurang, apalagi mata sudah lelah tapi tetap saja masih kepingin lihat Facebook.”⁹⁰

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa penggunaan Facebook yang tidak terkontrol dapat mengganggu manajemen waktu ibu rumah tangga. Aktivitas scrolling yang terus-menerus menyebabkan ketidakseimbangan antara waktu untuk pekerjaan domestik, istirahat, dan interaksi dengan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Facebook menawarkan hiburan dan informasi, diperlukan disiplin dan pengaturan waktu yang baik agar media sosial tidak berdampak negatif terhadap produktivitas dan kesejahteraan sehari-hari.

3) Perubahan Rutinitas Harian

Penggunaan Facebook juga membawa perubahan terhadap rutinitas harian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Rutinitas yang sebelumnya sudah teratur, seperti jadwal bangun pagi, waktu memasak, membersihkan rumah, hingga waktu istirahat, dapat mengalami pergeseran akibat kebiasaan mengakses Facebook. Misalnya, ibu rumah tangga yang sering menggunakan Facebook hingga larut malam cenderung mengalami keterlambatan bangun pagi, sehingga pekerjaan rumah yang seharusnya dilakukan di pagi hari menjadi tertunda. Perubahan ini secara tidak langsung memengaruhi keseluruhan alur aktivitas harian. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Hikmawati yang mengatakan:

“Kadang kalau sudah malam, apalagi kalau sudah rebahan, saya buka Facebook terus lihat-lihat postingan teman. Awalnya cuma sebentar, tapi lama-lama keterusan, lihat status, foto, sama video yang muncul di beranda. Tidak terasa sudah larut malam. Akibatnya besok pagi saya bangun agak telat, badan juga terasa capek, jadi beberapa pekerjaan rumah seperti bersih-bersih atau masak jadi tertunda dan dikerjakan belakangan.”⁹¹

⁹⁰ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

⁹¹ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa penggunaan Facebook yang tidak dibatasi waktu dapat mengganggu ritme harian ibu rumah tangga. Aktivitas di malam hari menyebabkan keterlambatan dalam memulai pekerjaan pagi, sehingga pekerjaan rumah menumpuk dan jadwal harian terganggu. Hal ini menegaskan pentingnya pengelolaan waktu dan disiplin diri agar media sosial tidak mengganggu produktivitas dan kelancaran rutinitas harian.

Di sisi lain, terdapat pula ibu rumah tangga yang mulai menyesuaikan rutinitas hariannya dengan keberadaan Facebook. Mereka secara sadar mengatur waktu tertentu untuk menggunakan Facebook agar tidak mengganggu kewajiban utama sebagai ibu rumah tangga. Misalnya, Facebook hanya dibuka setelah semua pekerjaan rumah selesai atau pada waktu-waktu tertentu yang dianggap sebagai waktu senggang. Perubahan rutinitas ini menunjukkan adanya proses adaptasi dan penyesuaian dalam kehidupan sehari-hari, di mana Facebook menjadi bagian dari rutinitas ibu rumah tangga, namun tetap diupayakan agar tidak mendominasi aktivitas utama. Dengan demikian, perubahan rutinitas harian yang terjadi mencerminkan bagaimana ibu rumah tangga berusaha menyeimbangkan antara kebutuhan akan hiburan dan informasi dengan tanggung jawab domestik yang harus dijalankan. Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Hilda Wati selaku IRT lainnya mengatakan bahwa:

“Biasanya saya membuka Facebook setelah semua pekerjaan rumah selesai atau saat anak-anak tidur. Itu jadi waktu santai saya, jadi tidak mengganggu tugas-tugas di rumah.”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa ibu rumah tangga menggunakan Facebook pada waktu santai, misalnya setelah menyelesaikan pekerjaan rumah atau saat anak-anak tidur. Hal ini mencerminkan pengaturan waktu yang bijak, di mana media sosial digunakan sebagai sarana relaksasi tanpa mengganggu tanggung jawab domestik. Dengan demikian, penggunaan Facebook

⁹² hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai momen pelepas penat setelah rutinitas sehari-hari.

Perubahan rutinitas ini menunjukkan adanya proses adaptasi dan penyesuaian dalam kehidupan sehari-hari, di mana Facebook menjadi bagian dari rutinitas ibu rumah tangga, namun tetap diupayakan agar tidak mendominasi aktivitas utama. Penyesuaian ini mencerminkan kesadaran ibu rumah tangga akan pentingnya manajemen waktu dan prioritas kegiatan, sehingga penggunaan media sosial tetap memberi hiburan dan informasi tanpa mengganggu tanggung jawab domestik. Dengan demikian, perubahan rutinitas harian yang terjadi menggambarkan upaya ibu rumah tangga dalam menyeimbangkan antara kebutuhan akan hiburan dan informasi dengan tanggung jawab domestik yang harus dijalankan.

c. Dampak positif dan negatif

Penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi semata, tetapi juga telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang membawa berbagai konsekuensi sosial, ekonomi, dan keluarga. Kehadiran Facebook dalam aktivitas harian ibu rumah tangga memengaruhi cara mereka memperoleh informasi, menjalin hubungan sosial, serta mengelola peran dan tanggung jawab dalam rumah tangga. Dampak dari penggunaan Facebook tersebut tidak bersifat tunggal, melainkan dapat dilihat dari dua sisi yang saling berkaitan, yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Di satu sisi, Facebook memberikan sejumlah manfaat bagi ibu rumah tangga, seperti bertambahnya wawasan dan pengetahuan melalui akses informasi yang lebih luas dan beragam. Selain itu, Facebook juga berperan dalam memperluas relasi sosial, baik dengan keluarga, kerabat, maupun lingkungan sosial yang lebih luas, sehingga ibu rumah tangga tidak merasa terisolasi dalam menjalani aktivitas domestik sehari-hari. Bahkan, bagi sebagian ibu rumah tangga, Facebook mampu membuka peluang ekonomi dengan menjadi sarana promosi dan penjualan produk atau jasa, yang pada akhirnya dapat membantu meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan keluarga.

Namun, di sisi lain, penggunaan Facebook yang tidak terkontrol dan tidak disertai dengan pengelolaan waktu yang baik juga berpotensi menimbulkan berbagai dampak negatif. Penggunaan Facebook yang berlebihan dapat menyebabkan pemborosan waktu, sehingga mengurangi waktu untuk menyelesaikan pekerjaan rumah tangga maupun berinteraksi secara langsung dengan anggota keluarga. Selain itu, intensitas penggunaan Facebook yang tinggi juga dapat memicu munculnya konflik dalam keluarga akibat berkurangnya komunikasi tatap muka atau munculnya kesalahpahaman. Tidak hanya itu, maraknya penyebaran informasi palsu atau hoaks di Facebook juga menjadi risiko tersendiri, terutama ketika ibu rumah tangga belum memiliki kemampuan literasi digital yang memadai untuk menyaring dan memverifikasi informasi yang diterima.

Oleh karena itu, dampak penggunaan Facebook menjadi indikator yang penting untuk dianalisis guna melihat sejauh mana media sosial ini memengaruhi kehidupan sosial, ekonomi, dan keharmonisan keluarga ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Analisis terhadap dampak positif dan negatif tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran Facebook dalam kehidupan ibu rumah tangga, sekaligus menjadi dasar untuk memahami pola penggunaan media sosial yang lebih bijak dan seimbang.

a) Dampak positif

Dari sisi positif, konten yang menarik perhatian memberi kesempatan bagi ibu-ibu di Desa Uhaidao untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mereka. Dengan aktif menyetujui dan memberikan komentar terhadap berbagai informasi, seperti tips kehidupan rumah tangga, kesehatan keluarga, pendidikan anak, atau berita sosial desa, para ibu jadi lebih terbuka terhadap ide-ide baru. Pengetahuan yang didapat kemudian digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam merawat anak, mengatur keuangan keluarga, atau menjaga kesehatan anggota keluarga.

Selain itu, berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan keluarga bisa memperkuat rasa kebersamaan, terutama bagi ibu rumah tangga yang kesulitan menghabiskan waktu untuk berinteraksi langsung. Dengan beraktif di Facebook, mereka tetap bisa

berkomunikasi dengan keluarga yang tinggal jauh, teman lama, atau ibu-ibu rumah tangga lain di desa. Ini membuat mereka merasa tidak sendirian dan lebih percaya diri saat berbicara dengan orang lain. Konten jual beli juga memberikan dampak positif pada cara berperilaku ekonomi ibu rumah tangga. Banyak perempuan di Desa Uhaidao mulai terlibat aktif dengan menyukai, memberikan komentar, atau membagikan iklan produk, bahkan ada yang mencoba menjual barang secara sederhana. Kegiatan ini mendorong mereka untuk lebih produktif dan kreatif, serta membuka peluang penghasilan tambahan bagi keluarga.

1) Menambah wawasan

Penggunaan Facebook memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam menambah wawasan ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Melalui media sosial ini, mereka dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, seperti pengelolaan rumah tangga, pola asuh anak, kesehatan keluarga, hingga informasi sosial dan budaya. Informasi tersebut diperoleh dari berbagai sumber, mulai dari unggahan teman, halaman informasi, hingga grup Facebook yang secara khusus membahas topik-topik tertentu. Kemudahan akses ini menjadikan Facebook sebagai media pembelajaran informal yang dapat diakses kapan saja sesuai dengan waktu luang ibu rumah tangga. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Marjayanti yang mengatakan:

“Saya sering belajar dari Facebook tentang cara merawat anak, tips memasak, atau informasi kesehatan keluarga. Semua bisa saya baca kapan saja, jadi menambah wawasan saya setiap hari.”⁹³

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menyatakan bahwa Facebook berfungsi sebagai sumber pengetahuan dan pembelajaran informal bagi ibu rumah tangga. Media sosial memungkinkan mereka memperoleh informasi praktis dan relevan yang langsung dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan akses yang fleksibel, ibu rumah tangga dapat meningkatkan wawasan mereka secara mandiri, menyesuaikan dengan waktu luang yang dimiliki, sehingga Facebook menjadi sarana

⁹³ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

edukasi yang mendukung kemampuan manajerial, kreativitas, dan peran mereka dalam keluarga.

Selain itu, bertambahnya wawasan melalui Facebook juga memengaruhi cara berpikir dan sikap ibu rumah tangga dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Informasi yang diperoleh dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, baik dalam urusan rumah tangga maupun dalam kehidupan sosial. Misalnya, informasi mengenai kesehatan dapat membantu ibu rumah tangga lebih waspada terhadap penyakit tertentu, sementara informasi tentang pendidikan anak dapat mendorong mereka untuk lebih aktif mendampingi proses belajar anak di rumah. Lebih jauh lagi, peningkatan wawasan ini juga berkontribusi terhadap terbentuknya sikap yang lebih terbuka terhadap perubahan. Ibu rumah tangga tidak hanya bergantung pada pengetahuan yang diperoleh secara turun-temurun, tetapi juga mulai mengombinasikannya dengan informasi baru yang diperoleh dari Facebook. Dengan demikian, media sosial ini berperan dalam memperluas cakrawala berpikir ibu rumah tangga serta meningkatkan kapasitas mereka dalam menjalankan peran sebagai pengelola rumah tangga dan anggota masyarakat. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Asmawati salah satu IRT yang ditemui, mengatakan:

“Dengan membaca informasi tentang kesehatan dan pendidikan anak di Facebook, saya jadi lebih tahu cara menjaga anak dan membuat keputusan yang lebih baik untuk keluarga.”⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa ibu rumah tangga memanfaatkan Facebook sebagai sumber informasi terkait kesehatan dan pendidikan anak. Melalui konten yang dibaca, mereka memperoleh pengetahuan yang membantu dalam merawat anak serta membuat keputusan yang lebih tepat bagi keluarga. Hal ini menandakan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran informal yang berdampak positif terhadap kemampuan pengasuhan dan pengambilan keputusan dalam keluarga.

⁹⁴ asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025

Lebih jauh lagi, peningkatan wawasan ini juga berkontribusi terhadap terbentuknya sikap yang lebih terbuka terhadap perubahan. Ibu rumah tangga tidak hanya bergantung pada pengetahuan yang diperoleh secara turun-temurun, tetapi juga mulai mengombinasikannya dengan informasi baru yang diperoleh dari Facebook. Dengan demikian, media sosial ini berperan dalam memperluas cakrawala berpikir ibu rumah tangga serta meningkatkan kapasitas mereka dalam menjalankan peran sebagai pengelola rumah tangga dan anggota masyarakat.

Facebook tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga memengaruhi sikap dan pengambilan keputusan ibu rumah tangga. Informasi yang diperoleh membantu mereka lebih kritis, adaptif, dan terbuka terhadap perubahan, sekaligus memperkaya pengetahuan praktis untuk mengelola rumah tangga dan berinteraksi dalam masyarakat. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana pembelajaran yang memperluas wawasan sekaligus meningkatkan kemampuan ibu rumah tangga dalam menghadapi tantangan kehidupan sehari-hari.

2) Memperluas relasi

Facebook memberikan ruang yang luas bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao untuk memperluas relasi sosial mereka. Melalui media sosial ini, ibu rumah tangga dapat menjalin kembali komunikasi dengan kerabat atau teman lama yang sebelumnya jarang berinteraksi karena keterbatasan jarak dan waktu. Selain itu, Facebook juga memungkinkan mereka untuk membangun hubungan baru dengan orang-orang yang memiliki kesamaan minat, pengalaman, atau latar belakang kehidupan, seperti sesama ibu rumah tangga atau pelaku usaha kecil.

Perluasan relasi sosial ini memiliki dampak positif terhadap kehidupan sosial ibu rumah tangga. Mereka tidak lagi merasa terisolasi atau terbatas pada lingkungan rumah dan desa saja, melainkan memiliki jaringan sosial yang lebih luas. Interaksi yang terjadi di Facebook, baik melalui komentar, pesan pribadi, maupun grup diskusi, dapat memberikan dukungan emosional, pertukaran pengalaman, serta rasa kebersamaan di antara para pengguna. Hal ini sangat penting bagi ibu rumah tangga

yang sebagian besar waktunya dihabiskan di lingkungan domestik. Selanjutnya hasil wawancara dengan informan berikutnya Ibu Sri Rahayu yang mengatakan;

“Kalau lewat Facebook itu saya bisa saling berbagi cerita sama ibu-ibu lain, misalnya soal ngurus rumah, ngurus anak, sampai usaha kecil yang lagi dijalani. Kadang ada yang curhat, ada juga yang kasih tips, jadi kita saling tukar pengalaman. Rasanya lebih dekat saja, walaupun sebenarnya tidak ketemu langsung. Dari situ saya juga sering merasa dapat dukungan, apalagi kalau lagi capek atau ada masalah, baca komentar ibu-ibu lain itu rasanya bikin semangat lagi.”⁹⁵

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa Facebook berperan sebagai sarana memperluas jaringan sosial dan memberikan dukungan emosional bagi ibu rumah tangga. Dengan interaksi digital, mereka tetap bisa berbagi pengalaman, belajar dari orang lain, dan membangun rasa kebersamaan meskipun sebagian besar waktu mereka dihabiskan di rumah. Hal ini memperkuat kehidupan sosial mereka, mengurangi rasa terisolasi, dan meningkatkan kapasitas ibu rumah tangga untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial yang lebih luas.

Selain itu, relasi yang terbangun melalui Facebook juga dapat berdampak pada kehidupan sosial di dunia nyata. Hubungan yang awalnya terjalin secara daring dapat berlanjut menjadi interaksi langsung, misalnya dalam kegiatan sosial desa, arisan, atau kerja sama lainnya. Dengan demikian, Facebook tidak hanya memperluas relasi sosial secara virtual, tetapi juga berperan dalam memperkuat jaringan sosial ibu rumah tangga di Desa Uhaidao secara keseluruhan. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Lisdawati salah satu IRT lain yang ditemui, mengatakan bahwa:

“Saya mengenal beberapa ibu rumah tangga lain lewat Facebook, dan sekarang kami juga sering bertemu saat arisan atau kegiatan gotong royong. Jadi hubungan online itu bisa berlanjut ke dunia nyata.”⁹⁶

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa interaksi melalui Facebook dapat berfungsi sebagai jembatan sosial antara dunia virtual dan kehidupan

⁹⁵ sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025

⁹⁶ lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025

nyata. Hubungan yang dimulai secara daring tidak hanya memberikan dukungan emosional dan informasi, tetapi juga dapat diterjemahkan menjadi interaksi langsung yang memperkuat jaringan sosial ibu rumah tangga. Dengan demikian, media sosial membantu memperluas dan memperkuat relasi sosial, meningkatkan keterlibatan ibu rumah tangga dalam kegiatan komunitas, dan mengurangi rasa terisolasi dalam kehidupan domestik mereka.

3) Peluang ekonomi

Penggunaan Facebook membuka peluang ekonomi bagi ibu rumah tangga di Desa Uhaidao, terutama dalam kegiatan usaha skala kecil dan rumahan. Melalui Facebook, ibu rumah tangga dapat mempromosikan produk atau jasa yang mereka miliki tanpa memerlukan modal besar. Produk yang ditawarkan pun beragam, mulai dari makanan rumahan, kue, hasil kebun, hingga barang kebutuhan sehari-hari. Facebook menjadi media yang efektif karena jangkauannya luas dan mudah diakses oleh masyarakat sekitar. Kemudian wawancara yang dilakukan ke Ibu Hikmawati yang ditemui, mengatakan bahwa:

“Saya jualan kue sama makanan ringan lewat Facebook saja. Biasanya saya posting di beranda atau di grup, eh ternyata banyak tetangga sama teman yang lihat lalu pesan. Jadi rasanya terbantu sekali, karena tidak perlu keluar modal besar buat promosi, cukup pakai Facebook. Pelan-pelan usaha saya jadi lebih berkembang, pesanan juga mulai rutin, apalagi yang pesan itu orang-orang dekat jadi lebih enak komunikasinya.”⁹⁷

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa Facebook memberikan kemudahan akses pasar bagi ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan usaha skala kecil. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka dapat mempromosikan produk, menjangkau pelanggan lebih luas, dan meningkatkan pendapatan tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk iklan atau membuka toko fisik. Hal ini menegaskan peran Facebook sebagai media ekonomi yang efektif,

⁹⁷ hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025

sekaligus memberdayakan ibu rumah tangga dalam mengelola usaha rumahan secara mandiri.

Peluang ekonomi ini memberikan alternatif sumber penghasilan bagi ibu rumah tangga tanpa harus meninggalkan peran domestik mereka. Aktivitas berjualan melalui Facebook dapat dilakukan di sela-sela pekerjaan rumah, sehingga tidak mengganggu tanggung jawab utama sebagai pengelola rumah tangga. Selain membantu meningkatkan pendapatan keluarga, kegiatan ekonomi ini juga menumbuhkan rasa percaya diri dan kemandirian pada ibu rumah tangga. Lebih lanjut, keterlibatan ibu rumah tangga dalam aktivitas ekonomi melalui Facebook juga mendorong perubahan pola pikir dari sekadar konsumen menjadi produsen. Mereka mulai belajar tentang pemasaran, komunikasi dengan pelanggan, serta pengelolaan usaha sederhana. Dengan demikian, Facebook berperan sebagai sarana pemberdayaan ekonomi yang memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan keluarga dan posisi ibu rumah tangga dalam kehidupan sosial ekonomi di Desa Uhaidao.

b) Dampak negatif

Di sisi lain, terlalu banyak fokus pada konten yang menarik perhatian juga bisa menyebabkan dampak buruk dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu dampaknya adalah kurangnya perhatian terhadap tugas-tugas rumah tangga dan keluarga. Beberapa ibu rumah tangga jadi lebih sering membuka Facebook, sehingga pekerjaan rumah terlambat dikerjakan dan interaksi langsung dengan suami atau anak semakin berkurang. Selain itu, kebiasaan memberi komentar atau membagikan konten tertentu, terutama yang bersifat sensitif atau menggugah perasaan, bisa menyebabkan konflik, baik dalam keluarga maupun di lingkungan sosial. Contohnya, perbedaan pendapat akibat konten yang dibagikan bisa membuat orang merasa salah paham, cemburuan, atau tidak nyaman satu sama lain.

Dampak negatif lainnya adalah membuang waktu dan ketergantungan pada media sosial. Ibu rumah tangga yang terlalu menghabiskan waktu untuk berinteraksi di media sosial sering kali tidak menyadari berapa lama waktu yang sudah dihabiskan di Facebook. Hal ini bisa membuat produktivitas menurun dan menyebabkan

kelelahan mental, terutama jika konten yang dilihat bersifat negatif atau tidak bermanfaat, seperti berita palsu atau berita gosip.

Berdasarkan kasus yang pernah terjadi di desa uhaidao, Seorang ibu rumah tangga yang terlalu asyik menggunakan media sosial facebook sehingga melupakan kewajibannya di rumah. Yang dimana kondisi tersebut telah memicu pertengkaran dengan suaminya dan berujung pada perceraian. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial, yang pada awalnya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, dapat menjadi pemicu konflik sosial apabila tidak digunakan secara bijak.

1) Membuang waktu

Salah satu dampak negatif yang dirasakan oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao adalah kecenderungan penggunaan Facebook yang menghabiskan waktu. Aktivitas seperti scrolling beranda, menonton video, atau membaca komentar sering kali dilakukan tanpa batasan waktu yang jelas. Tanpa disadari, ibu rumah tangga dapat menghabiskan waktu yang cukup lama di Facebook, sehingga mengurangi waktu untuk melakukan pekerjaan rumah tangga atau aktivitas produktif lainnya.

Penggunaan waktu yang tidak terkontrol ini dapat berdampak pada penurunan efektivitas dalam menjalankan peran domestik. Pekerjaan rumah tangga menjadi tertunda atau dilakukan dengan terburu-buru, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kualitas hasil pekerjaan tersebut. Selain itu, kebiasaan terlalu sering membuka Facebook juga dapat menimbulkan ketergantungan, di mana ibu rumah tangga merasa perlu untuk selalu memeriksa media sosial meskipun tidak ada keperluan yang mendesak. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Hilda Wati yang mengatakan:

“Kadang itu niat awalnya cuma mau buka Facebook sebentar saja, cuma lihat-lihat beranda. Tapi tidak terasa, tahu-tahu sudah lama sekali scroll, sampai bisa berjam-jam. Kalau sudah begitu, pekerjaan rumah jadi ketunda, seperti masak atau beres-beres rumah belum sempat dikerjakan. Setelah itu baru

terasa capek sendiri dan merasa jadi kurang produktif gara-gara terlalu lama main Facebook.”⁹⁸

Berdasarkan hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa penggunaan Facebook yang tidak terkontrol dapat mengurangi efektivitas pekerjaan rumah dan aktivitas produktif lainnya. Aktivitas scrolling yang terlalu lama membuat ibu rumah tangga menunda tugas domestik, menyelesaikannya dengan terburu-buru, dan berpotensi menurunkan kualitas pekerjaan. Selain itu, kebiasaan ini juga menimbulkan risiko ketergantungan, di mana mereka merasa harus terus memeriksa media sosial meskipun tidak ada kebutuhan penting, sehingga mengganggu manajemen waktu dan keseimbangan kehidupan sehari-hari.

Dalam jangka panjang, pemborosan waktu akibat penggunaan Facebook yang berlebihan dapat memengaruhi keseimbangan antara aktivitas daring dan kehidupan nyata. Jika tidak diatur dengan baik, ibu rumah tangga berisiko kehilangan waktu berharga yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan keluarga, beristirahat, atau mengembangkan keterampilan lain. Oleh karena itu, pengelolaan waktu menjadi aspek penting dalam penggunaan Facebook agar dampak negatif ini dapat diminimalkan.

2) Konflik keluarga

Penggunaan Facebook juga berpotensi menimbulkan konflik dalam keluarga ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Konflik ini biasanya muncul ketika penggunaan media sosial dianggap berlebihan oleh anggota keluarga lainnya, terutama suami dan anak. Kurangnya perhatian terhadap keluarga akibat terlalu fokus pada Facebook dapat menimbulkan perasaan diabaikan, yang pada akhirnya memicu ketegangan dalam hubungan keluarga.

Selain itu, konflik keluarga juga dapat dipicu oleh konten yang diakses atau dibagikan di Facebook. Perbedaan pandangan terhadap suatu informasi atau unggahan tertentu dapat menimbulkan perdebatan dan kesalahpahaman antaranggota

⁹⁸ hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

keluarga. Dalam beberapa kasus, komentar atau interaksi dengan orang lain di Facebook juga dapat menimbulkan rasa cemburu atau ketidaknyamanan dalam hubungan suami istri. Lebih jauh lagi, konflik keluarga akibat penggunaan Facebook menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi dalam keluarga. Interaksi langsung yang seharusnya menjadi sarana utama komunikasi perlahan tergantikan oleh aktivitas di media sosial. Jika tidak disikapi dengan bijak, kondisi ini dapat mengurangi kualitas hubungan keluarga dan mengganggu keharmonisan rumah tangga. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan dalam penggunaan Facebook agar hubungan keluarga tetap terjaga. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti kemudian mewawancarai Ibu Marjayanti yang mengatakan bahwa:

“Kadang suami suka ingetin kalau saya kelamaan main Facebook, soalnya anak-anak juga minta perhatian. Pernah juga sampai sedikit ribut, karena saya lebih fokus pegang HP daripada sama mereka di rumah. Ya namanya juga emak-emak, pengen update dikit tapi kerjaan rumah juga numpuk, jadi kadang susah bagi waktunya. Tapi biasanya setelah dikasih tahu, saya coba turinin HP dan ngobrol sama anak-anak, biar rumah tetap nyaman dan nggak ada yang ngerasa diabaikan.”⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa penggunaan Facebook yang berlebihan dapat memicu konflik interpersonal dalam keluarga, terutama terkait perhatian dan waktu bersama. Aktivitas media sosial yang tidak diatur dengan baik mengurangi kualitas interaksi langsung dengan anggota keluarga, menimbulkan perasaan diabaikan, dan memicu ketegangan atau pertengkaran. Hal ini menekankan pentingnya dalam menggunakan media sosial agar hubungan keluarga tetap harmonis. Ini mencerminkan adanya konflik keluarga yang timbul akibat penggunaan media sosial, khususnya Facebook, oleh ibu rumah tangga. Dalam situasi ini, ibu yang menjadi informan mengakui bahwa aktivitasnya di media sosial kadang mengalihkan perhatian dari anggota keluarga, seperti suami dan anak-anak. Suami berperan sebagai pengingat atau kontrol sosial yang menekankan batasan waktu penggunaan media sosial, sementara anak-anak menunjukkan kebutuhan emosional

⁹⁹ marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025

dan perhatian yang juga harus dipenuhi. Ketidakseimbangan antara waktu yang dihabiskan di Facebook dan waktu untuk keluarga ini kemudian menjadi sumber ketegangan atau “ribut kecil” dalam rumah tangga.

Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memengaruhi dinamika interaksi keluarga. Ibu rumah tangga yang terlalu fokus pada perangkat HP atau Facebook berpotensi mengurangi kualitas interaksi langsung dengan pasangan dan anak, yang dapat menimbulkan rasa diabaikan atau kurangnya perhatian. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan bahwa media sosial, jika tidak digunakan secara bijak, bisa memicu konflik internal dalam rumah tangga dan memengaruhi keharmonisan hubungan.

Selain itu, ini juga menekankan perlunya kesadaran diri dan pengelolaan waktu dalam penggunaan media sosial. Ibu rumah tangga harus mampu menyeimbangkan antara kebutuhan pribadi untuk bersosialisasi atau mengakses informasi melalui Facebook dengan tanggung jawab domestik dan hubungan emosional dengan anggota keluarga. Kesadaran ini penting agar media sosial tidak menjadi sumber stres atau konflik, melainkan tetap menjadi alat yang bermanfaat untuk hiburan, informasi, atau relasi sosial.

B. Pembahasan penelitian

Pembahasan ini merupakan interpretasi peneliti terhadap hasil penelitian mengenai konten engagement terhadap perilaku ibu rumah tangga pada media sosial Facebook di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa, yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data penelitian telah diuji keabsahan dan keterpercayaannya melalui teknik triangulasi sumber, sehingga temuan yang dibahas dalam bagian ini dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Pembahasan difokuskan pada jawaban atas rumusan masalah penelitian.

1. Penggunaan Media Sosial Facebook oleh Ibu Rumah Tangga di Desa Uhaidao

hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, dapat dipahami bahwa media sosial Facebook telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari ibu rumah tangga di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa. Facebook digunakan tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi, sumber informasi, serta ruang interaksi sosial yang memperluas relasi di luar lingkungan fisik mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa ibu rumah tangga di Desa Uhaidao merupakan pengguna media yang aktif dan selektif. Mereka secara sadar memilih Facebook dibandingkan platform media sosial lainnya karena dianggap lebih mudah digunakan, familiar, serta mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan sekaligus, seperti berkomunikasi dengan keluarga dan kerabat, mengikuti grup tertentu, hingga mengakses informasi yang berkaitan dengan kehidupan rumah tangga.

Jika dikaitkan dengan Teori Uses and Gratifications, penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao mencerminkan prinsip dasar teori tersebut, yaitu bahwa khalayak bersifat aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang ingin diperoleh. Dalam konteks ini, Facebook dimanfaatkan untuk memenuhi beberapa kebutuhan utama, antara lain kebutuhan hiburan (entertainment), kebutuhan informasi (information seeking), kebutuhan interaksi sosial (social interaction), serta kebutuhan identitas pribadi (personal identity).

Kebutuhan hiburan terlihat dari kebiasaan ibu rumah tangga mengakses konten ringan seperti video lucu, cerita keseharian, dan unggahan hiburan lainnya untuk mengisi waktu luang dan mengurangi kejenuhan akibat rutinitas domestik. Sementara itu, kebutuhan informasi terpenuhi melalui konten seputar tips memasak, pengasuhan anak, kesehatan keluarga, serta informasi sosial yang beredar di Facebook. Hal ini menunjukkan bahwa Facebook berfungsi sebagai media alternatif pembelajaran informal bagi ibu rumah tangga.

Selain itu, Facebook juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan interaksi sosial. Melalui fitur komentar, like, dan pesan pribadi, ibu rumah tangga dapat menjalin komunikasi dengan teman, keluarga, maupun sesama ibu rumah tangga, baik yang berada di desa yang sama maupun di luar wilayah tersebut. Interaksi ini memberikan rasa keterhubungan sosial dan mengurangi perasaan terisolasi yang sering dialami oleh ibu rumah tangga yang sebagian besar aktivitasnya berpusat di rumah.

Dari perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga juga dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap positif terhadap Facebook, seperti anggapan bahwa media ini bermanfaat dan menyenangkan, mendorong niat untuk terus menggunakannya. Norma subjektif, berupa pengaruh lingkungan sosial seperti teman dan keluarga yang juga aktif menggunakan Facebook, turut memperkuat intensi penggunaan media sosial tersebut. Sementara itu, kontrol perilaku yang dirasakan, seperti kemampuan menggunakan smartphone dan akses internet yang memadai, membuat ibu rumah tangga merasa mampu dan leluasa dalam mengakses Facebook.

Dengan demikian, penggunaan Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao tidak dapat dipandang sebagai aktivitas pasif, melainkan sebagai hasil dari proses pertimbangan rasional yang dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, lingkungan sosial, serta persepsi kemampuan diri.

2. Dampak Konten Engagement terhadap Perilaku Keseharian Ibu Rumah Tangga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk konten engagement yang paling dominan dilakukan oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao adalah memberikan tanda suka (like), mengomentari unggahan, serta membagikan konten tertentu. Aktivitas engagement ini mencerminkan adanya keterlibatan aktif ibu rumah tangga terhadap konten yang mereka konsumsi di Facebook.

Dalam kerangka Teori Uses and Gratifications, keterlibatan ini dapat dipahami sebagai upaya ibu rumah tangga untuk memperoleh kepuasan tertentu dari media yang mereka gunakan. Memberikan like dan komentar tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi diri, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan keberadaan sosial (social presence) di ruang digital. Melalui engagement tersebut, ibu rumah tangga merasa diakui, dihargai, dan menjadi bagian dari komunitas sosial yang lebih luas. Kepuasan yang diperoleh dari engagement Facebook berdampak pada perilaku keseharian ibu rumah tangga, baik secara positif maupun negatif. Dampak positif yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain bertambahnya wawasan, meningkatnya rasa percaya diri, serta terbukanya ruang interaksi sosial yang lebih luas. Konten informatif yang sering diakses dan dibagikan memberikan pengetahuan baru yang dapat diterapkan dalam kehidupan rumah tangga, seperti cara mengelola keuangan keluarga, pola asuh anak, dan kreativitas dalam mengelola rumah tangga.

Selain itu, engagement di Facebook juga berfungsi sebagai sarana hiburan dan pelepas stres. Ibu rumah tangga yang menghadapi tekanan rutinitas domestik merasa terbantu secara psikologis dengan adanya hiburan digital, sehingga suasana emosional mereka menjadi lebih stabil dan positif.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya dampak negatif dari engagement Facebook terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga. Penggunaan Facebook yang berlebihan menyebabkan berkurangnya pengelolaan waktu, terganggunya aktivitas rumah tangga, serta menurunnya kualitas interaksi langsung dengan anggota keluarga. Hal ini terjadi ketika intensitas engagement tidak lagi terkendali dan menggeser prioritas utama sebagai ibu rumah tangga.

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, kondisi ini dapat dijelaskan melalui lemahnya kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control). Meskipun ibu rumah tangga memiliki niat awal untuk menggunakan Facebook secara wajar, keterbatasan dalam mengontrol durasi penggunaan serta dorongan untuk terus

terlibat dengan konten menarik menyebabkan perilaku penggunaan media sosial menjadi berlebihan. Sikap positif yang berlebihan terhadap Facebook, ditambah dengan norma sosial yang membenarkan penggunaan media sosial secara intens, turut memperkuat perilaku tersebut.

Selain itu, engagement terhadap konten tertentu tanpa proses tabayyun atau verifikasi juga berpotensi memengaruhi sikap dan perilaku ibu rumah tangga. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan pentingnya kehati-hatian dalam menerima dan menyebarkan informasi, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6. Oleh karena itu, keterlibatan di media sosial seharusnya dibarengi dengan kesadaran kritis dan tanggung jawab moral.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa konten engagement Facebook memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga di Desa Uhaidao. Pengaruh tersebut sangat bergantung pada bagaimana ibu rumah tangga memaknai penggunaan media sosial, mengelola intensitas engagement, serta mengontrol perilaku digital mereka agar tetap seimbang dengan peran dan tanggung jawab dalam keluarga.

Dengan mengaitkan hasil penelitian dengan Teori Uses and Gratifications dan Theory of Planned Behavior, dapat disimpulkan bahwa perilaku engagement ibu rumah tangga di Facebook merupakan hasil interaksi kompleks antara kebutuhan individu, pengaruh sosial, serta kemampuan pengendalian diri. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran literasi digital agar penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat maksimal tanpa mengorbankan peran utama ibu rumah tangga dalam kehidupan keluarga.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Konten Engagement terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga pada Media Sosial Facebook di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial Facebook oleh ibu rumah tangga di Desa Uhaidao tergolong aktif. Facebook digunakan sebagai sarana hiburan, komunikasi, pencarian informasi, serta media interaksi sosial. Bentuk penggunaan yang paling dominan meliputi aktivitas menyukai (like), mengomentari, membagikan (share) konten, serta mengikuti berbagai grup Facebook yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, seperti informasi keluarga, sosial, dan ekonomi.
2. Konten yang paling banyak mendapatkan engagement dari ibu rumah tangga adalah konten yang bersifat informatif, hiburan, dan sosial, seperti konten keluarga, gosip, informasi kesehatan, serta konten yang relevan dengan pengalaman personal mereka. Tingginya engagement menunjukkan bahwa ibu rumah tangga berperan sebagai pengguna aktif media sosial, bukan hanya sebagai konsumen pasif.
3. Konten engagement di Facebook memiliki dampak terhadap perilaku keseharian ibu rumah tangga, baik secara positif maupun negatif. Dampak positifnya antara lain memperluas wawasan, mempererat hubungan sosial, serta menjadi sarana hiburan dan aktualisasi diri. Namun, dampak negatif juga ditemukan, seperti berkurangnya perhatian terhadap tanggung jawab rumah tangga, penggunaan waktu yang berlebihan, serta potensi munculnya konflik dalam keluarga apabila penggunaan media sosial tidak dikendalikan dengan baik.

4. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku ibu rumah tangga dalam menggunakan Facebook dipengaruhi oleh kebutuhan akan kepuasan, norma sosial, serta kemampuan mengontrol diri, sebagaimana dijelaskan dalam teori Uses and Gratifications dan Theory of Planned Behavior. Hal ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial merupakan hasil dari pilihan sadar pengguna yang didorong oleh motif tertentu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Ibu Rumah Tangga

Diharapkan agar ibu rumah tangga dapat lebih bijak dan seimbang dalam menggunakan media sosial Facebook, khususnya dalam mengatur waktu antara aktivitas di dunia digital dan tanggung jawab dalam keluarga. Sikap selektif terhadap konten serta penerapan prinsip tabayyun sangat penting agar terhindar dari dampak negatif media sosial.

2. Bagi Keluarga dan Masyarakat

Perlu adanya dukungan dan pengawasan dari keluarga serta lingkungan sekitar dalam penggunaan media sosial, agar Facebook dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang positif, edukatif, dan produktif, bukan sebagai pemicu konflik dalam rumah tangga.

3. Bagi Pemerintah Desa dan Lembaga Terkait

Disarankan untuk mengadakan program edukasi literasi digital, khususnya bagi ibu rumah tangga, guna meningkatkan kesadaran akan etika bermedia sosial, pengelolaan waktu, serta pemanfaatan media sosial untuk hal-hal yang lebih bermanfaat, seperti pemberdayaan ekonomi keluarga.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih mendalam dengan pendekatan kuantitatif atau

metode campuran, memperluas lokasi penelitian, serta meneliti platform media sosial lainnya untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- a.M.Irfan Taufan Asfar, Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik (penelitian kualitatif), Bone, Universitas Muhammadiyah. “SEMIOTIK,” no. January (2019).
- Ahdar, Abdul Halik, and Musyarif. “Implication of Education in Acculturating Culture of Mambabei An A’Uhaidao Village, Aralle District, Mama’sa Regency, West Sulawesi.” *JTP - Jurnal Teknologi Pendidikan* 23, no. 3 (2021): 169–83.
- Ajzen, Icek. “GanizaAjzen, I. (1991The Theory of Planned Behavior,Or).” *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 1991, 438–59.
- Alimbudiono, and Sandra Ria. *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2019.
- Amalina, Nada Afifah, and Pambudi Handoyo. “Konflik Peran Ganda Ibu Dalam Pendampingan Belajar Anak Tingkat SD Pada Masa Pandemi Di Desa Surodakan Kabupaten Trenggalek.” *Paradigma* 12, no. 2 (2023): 171–80.
- Anang Sugeng Cahyono. “Pengaruh Media Soisal Terhadap Perubahan Masyarakat Di Indonesia.” *Journal Marine Inside*, 2022.
- Asep Mulyana, Cory Vidiati, dan Alfiyah Agussalim. *Metode Penelitian Kualitatif*, 2024.
- Beno, J, A.P Silen, and M Yanti. *Peran Pt. Permodalan Nasional Madani (Pnm) Dalam Pemberdayaan Umkm Ibu Rumah Tangga Melalui Program Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) (Studi Kasus Di Pnm Mekaar Medan Satria Kota Bekasi)*. *Braz Dent J*. Vol. 33, 2022.
- “Strategi Komunikasi Humas Scarf Media Dalam Mempertahankan Citra Sebagai Muslimah Lifestyle Digital Media.” *Braz Dent J*. 33, no. 1 (2022): 1–129.
- Decision, Chase, Dalam Transaksi, and Fakultas Ekonomi. “Csefb 02.04.2023” 2, no. 4 (2023): 747–63.
- Dianiya, Vicky. “Management Privacy Dalam Penggunaan Fitur ‘Close Friend’ Di

- Instagram.” *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 5, no. 1 (2021): 249.
- Fish, Base. “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup Ibu Rumah Tanga Dalam Masyarakat Desa Ganting, Kecamatan Simeulue Timur,” 2020.
- Indra, I. *Psikologi Media Sosial*. Kompas, 2017.
- Irfan, Muhammad. “Dampak Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Hukum Indonesia.” *Kompasiana.Com*, 2023.
- Irwanda, Ahmad Ade, Wentisasrapita Abiyus, Andrie Herdiansyah, Yogo Turnandes, and Fitri Juliani. “Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning.” *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi* 6, no. 2 (2024): 390–99.
- Ismail, I, A Mardiah, F D Solin, and Y L Bayu. “Tiga Peran Perempuan Dalam Rumah Tangga Pada Masa Covid-19 Di Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang,” 2020.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementrian Agama RI, 2019., n.d.
- Kurniasari, Enggar Riski, Zahra Fresa Melita, Tania Kaori Angelita, Vena Elfira Himawan, Nathania Putri, Selen Dewy, and Salsabila Amelia Putri. “Peran Generasi Milenial Dalam Mewujudkan Nilai-Nilai Pancasila Di Era Digital,” 2000.
- Kusumawati, Dyah dan Agustrijanto. “Pengungkapan Diri Perempuan Penyintas Autoimun Sebagai Media Literasi Di Instagram.” *Jurnal Inada Kajian Perempuan Indonesia Di Daerah Tertinggal, Terdepan Dan Terluar* 2, no. 2 (2019): 136–57.
- Larasati, RD. “Attitudes (A) towards Behavior Subjective Norma (SN) towards Behavior Intention (I) towards Behavior Perceived Behavioral Control.” *Theory of Planned Behaviour*, 2020, 18–50.
- Malau, and Fatimahhaki Salsabela. “Coping Stress Ibu Rumah Tangga Yang Tinggal Di Kawasan Kumuh.” *Jurnal Universitas Medan Area* 53, no. 1 (2018): 12–13.
- Mansyur, Alia Rizka. “Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja.” *Issn* 16

- (2021): 38–48.
- Mauliddiyah, Nurul L. “Pengaruh Konten Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Akun Instagram Gojek Tangerang,” 2021, 6.
- Meila, Fazrin, Azzahra Sofyan, Nina Sulistiyowati, and Apriade Voutama. “Analisis Sentimen Terhadap Respon Perubahan Nama Twitter Menjadi ‘ X ’ Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier” 8, no. 5 (2024): 10987–94.
- Meilany, Vannesha Sashia. “Analisis Strategi Customer Relations Pada Hotel Royal Darmo Malioboro,” 2025.
- Mochamad, Roikhan. “Literasi Internet Sehat Terhadap Siswa Sekolah Dasar Di Desa Tanjakan Banten.” *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)* 2, no. 1 (2020): 116–19.
- Mouwn Erland. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin, 2020.
- Nuriyanti, Widya, Delia Milla Vernia, Husain Nurisman, Loecita Sandiar, Cindy Amara Yapi, Dosen Universitas, Indraprasta Pgri, Dosen Stie, and Jakarta Abstract. “Strategi Social Media Engagement Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Rumah Makan Cinla Di Cililitan Jakarta Timur.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 15 (2022): 689–706. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7124255>.
- Nurul Azizah Lubis. *Analisis Kemandirian Ibu Rumah Tangga Perkotaan Melalui Urban Farming Hidroponik Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kota Medan*. *Pharmacognosy Magazine*. Vol. 75, 2021.
- Nurussofiah, Febi Fatlika, Ummul Karimah, Siti Khodijah, and Ulil Hidayah. “Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran.” *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement* 1, no. 2 (2022): 127–43.
- Penelitian, Artikel. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Komunikasi Organisasi : Studi Kasus Pada Manajemen Krisis The Influence of Social Media on Organizational Communication : A Case Study on Crisis Management” 8, no. 1 (2025): 660–69.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana

- Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020): 8–22.
- Puspitorini, Arita, Nia Kustianti, and Dewi Lutfiati. “Analisis Strategi Promosi Jasa Make Up Pengantin Di Paras Asri Wedding Organizer Melalui Media Sosial.” *Ejournal.Unesa.Ac.Id* 11 (2022): 49–57.
- Putri Saqiyah, Improving Family Economy Through Patchouli Farming In Uhaidao Village, Mamasa Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Pertanian Nilam Di Desa Uhaidao, Mamasa. “13174-Article Text-30612-1-10-20250423,” n.d.
- Rifqi, Lathif Hanair. “Pemanfaatan Social Commerce Dalam Membantu Aktivitas Bisnis Bagi Ibu Rumah Tangga” 4 (2023): 469–81.
- Sari, Gita Novita, and Febry Ichwan Butsi. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Menurut Persepsi Suami (Studi Kasus Di Kelurahan Tegal Sari Kota Medan).” *Judika: Jurnal Diseminasi Kajian Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2024): 31–37.
- Selvia, Nana. “Pola Asuh Antara Ibu Bekerja Dan Tidak Bekerja.” *Skripsi*, 2022, 95.
- Sinaga, Dameria. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*, 2023.
- Siregar, Hotrun. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.
- Sumarno, Analisis isi dalam penelitian pembelajarn bahasa dan sastra, Universitas Muhammadiyah Kotabumi. “Dosen Universitas Muhammadiyah Kotabumi.” *Jurnal Elsa* 18, no. 2 (2020): 55.
- Syaefudin, Mochamad, and Rani Ika Wijayanti. “Literasi Media Sosial Di Kalangan Ibu-Ibu Pengajian Muslimat NU Dalam Menghindari Hoax.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 5, no. 3 (2022): 597–605.
- Syafira, A., and A. Rohman. “Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Marlana, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan.” *Jurnal Media Akademik (Jma)* 2, no. 6 (2024): 1–21.
- Tinggi, Sekolah, and Ilmu Ekonomi. “Keterlibatan Media Sosial Dalam Kegiatan Konsumsi,” 2018.

- Utami, Giska Rizki, and Marheni Eka Saputri. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 License CORE View Metadata, Citation and Similar Papers at Core.Ac.Uk Provided by Electro." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5, no. 2 (2020): 185–98.
- Widada, Cahyana Kumbul. "Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan." *Journal of Documentation and Information Science* 2, no. 1 (2018): 23–30.
- Wijaya, Gabrielle Margaretha, and Rezi Erdiansyah. "Tipe Konten Dan Korelasinya Pada Engagement Instagram." *Prologia* 7, no. 2 (2023): 312–21.
- Zaini, Penerbit Muhammad, Penerbit Muhammad Zaini, Nanda Saputra, Yayasan Penerbit, Muhammad Zaini, Karimuddin Abdullah Lawang, and Adi Susilo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2023.

Hasil Wawancara

- Marjayanti, wawancara, di desa uhaidao 10 november 2025
- Asmawati, wawancara, di desa uhaidao 12 november 2025
- Lisdawati, wawancara, di desa uhaidao 15 november 2025
- Sri rahayu, wawancara, di desa uhaidao 13 november 2025
- Hikmawati, wawancara, di desa uhaidao 16 november 2025
- Hilda wati, wawancara, di desa uhaidao 18 november 2025

LAMPIRAN - LAMPIRAN





DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
NOMOR : B-3374/In.39/FUAD.03/PP.00.9/10/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
 - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan :
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 22 Oktober 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
 - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 3374 Tahun 2024, tanggal 22 Oktober 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan :
- Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
 - Menunjuk saudara: **Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
Nama Mahasiswa : ALMAYANI
NIM : 2120203870233051
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Penelitian : KONTEN ENGAGEMENT ANALISIS PERILAKU BERMEDIA SOSIAL IBU RUMAH TANGGA DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA
 - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
 - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
 - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 22 Oktober 2024



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2491/In.39/FUAD.03/PP.00.9/10/2025

30 Oktober 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Kepala Daerah kabupaten Mamasa

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Mamasa
di

KAB. MAMASA

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: ALMAYANI
Tempat/Tgl. Lahir	: UHAIDAO, 12 Oktober 2002
NIM	: 2120203870233051
Fakultas / Program Studi	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: DESA UHAIDAO, KECAMATAN ARALLE, KABUPATEN MAMASA

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kepala Daerah kabupaten Mamasa dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 30 Oktober 2025 sampai dengan tanggal 30 November 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

0_G3zBGhKT-29.12-ALMAYANI-1.docx

ORIGINALITY REPORT

30%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpare.ac.id Internet	2327 words — 8%
2	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	510 words — 2%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet	400 words — 1%
4	repository.iainpalopo.ac.id Internet	374 words — 1%
5	repository.umj.ac.id Internet	313 words — 1%
6	digitallib.iainkendari.ac.id Internet	228 words — 1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet	168 words — 1%
8	eprints.poltekkesjogja.ac.id Internet	137 words — < 1%
9	repository.uinfabengkulu.ac.id Internet	131 words — < 1%
10	repository.radenintan.ac.id Internet	115 words — < 1%



Dipindai dengan CamScanner

PEMERINTAH KABUPATEN MAMASA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Demmatande No.2 Kantor Gabungan Dinas Kab. Mamasa 91362-Prov.Sulawesi Barat

Mamasa, 10 November 2025

Nomor : 070/294/DPM-PTSP/XI/2025
Lampiran : 1 Berkas
Hal : *Izin Penelitian*

Berdasarkan surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor: 070/307/BKBP/XI/2025, Tanggal, 10 November 2025, maka Mahasiswa/Peneliti/Dosen/Pegawai di bawah ini:

Nama : ALMAYANI
NIM : 2120203870233051
Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Pekerjaan : MAHASISWA

Diberikan Izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data, di Desa Uhaidao Kec. Aralle Kabupaten Mamasa, Dalam Rangka penyusunan Skripsi dengan judul :

"ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja)/Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) eksampelar copy hasil penelitian kepada Bupati Mamasa Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu kabupaten Mamasa;
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara untuk memberikan bantuan fasilitasi seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.



KABUPATEN MAMASA
PLT. KEPALA DINAS,

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

TIMOTIUS SEAKLANGI KALOLI, SE
Pembina Tingkat I/ IV.b
NIP. : 19750716200701 1 019



PEMERINTAH KABUPATEN MAMASA

DESA UHAIDAO KECAMATAN ARALLE

Alamat: Desa Uhaidao Kecamatan Aralle Kabupaten Mamasa, Kode Pos: 91373

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor: 381/09/SKSMP/DS.UD/VII/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Desa Uhaidao Kecamatan Aralle Kabupaten Mamasa menerangkan bahwa:

Nama : Almayani
 NIM : 2120203870233051
 Program Studi : Komunikasi dan penyiaran Islam
 Pekerjaan : Mahasiswa

Telah selesai melaksanakan kegiatan Penelitian/Pengambilan Data di Dusun Uhaidao, Desa Uhaidao, Kecamatan Aralle, Kabupaten Mamasa, dengan judul:

"ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA."

Penelitian tersebut telah dilaksanakan dengan baik dan lancar terhitung sejak tanggal 30 Oktober sampai dengan tanggal 30 November 2025

Dengan surat keterangan ini, kami menyatakan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan seluruh kegiatan penelitian di wilayah Desa Uhaidao sesuai dengan izin yang telah diberikan.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepadanya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Uhaidao, 19 November 2025
 Pj. KEPALA DESA UHAIDAO



ALI

NIP. 197105152009061004



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Informan : Margayanti
Tempat Tanggal Lahir : 09, Desember, 1986
Alamat : Uhaidao
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Menerangkan Bahwa :

Nama : Almayani
Nim : 2120203870233051
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"**

Dengan demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mamasa, 10 November 2025

Informan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Informan : Asmawati
Tempat Tanggal Lahir : 19 Juli 1984
Alamat : Uhaidao
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Menerangkan Bahwa :

Nama : Almayani
Nim : 2120203870233051
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"**

Dengan demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mamasa, 12 November 2025

Informan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Informan : Lisdausati
 Tempat Tanggal Lahir : 11, November, 1995
 Alamat : Uhaidao
 Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Menerangkan Bahwa :

Nama : Almayani
 Nim : 2120203870233051
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"

Dengan demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mamasa, 15 November 2025

Informan

[Signature]

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Informan : Hikmahwati
Tempat Tanggal Lahir : Uhaidao, 06 Mei 1995
Alamat : Uhaidao
Pekerjaan : IRT

Menerangkan Bahwa :

Nama : Almayani
Nim : 2120203870233051
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"**

Dengan demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mamasa, 16 November 2025

Informan

Hikmahwati

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Informan : Hilda Wati
Tempat Tanggal Lahir : Uhaidao, 02 November 2001
Alamat : Uhaidao
Pekerjaan : IRT

Menerangkan Bahwa :

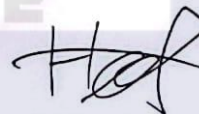
Nama : Almayani
Nim : 2120203870233051
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"**

Dengan demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mamasa, 08 November 2025

Informan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Informan : Sn Rahayu
 Tempat Tanggal Lahir : 21 November 1999
 Alamat : Uhaidao
 Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Menerangkan Bahwa :

Nama : Almayani
 Nim : 2120203870233051
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS KONTEN ENGAGEMENT TERHADAP PERILAKU IBU RUMAH TANGGA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA UHAIDAO, KABUPATEN MAMASA"

Dengan demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mamasa, 13 November 2025

Informan



DOKUMENTASI







BIODATA PENULIS



Penulis bernama lengkap Almayani, lahir di Uhaidao, 12 Oktober 2002. Merupakan anak Pertama dari 6 Bersaudara. Penulis lahir dari pasangan ayah Hamkah dan ibu Marjayanti. Penulis memulai pendidikannya pada tahun 2013 di SD Negeri 86 Parepare. Kemudian melanjutkan jenjang pendidikan di (MTS) Madrasah Tsanawiyah Uhaidao pada tahun 2016. Kemudian Penulis melanjutkan jenjang pendidikan di (MA) Madrasah Aliyah Uhaidao pada tahun 2019. Kemudian Penulis melanjutkan studinya ke jenjang S1 di Institut Agama Islam Negeri Parepare pada tahun 2021 dengan mengampuh program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis pernah melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Parepare dan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Limboro Kabupaten Polewali Mandar. Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos), penulis mengajukan tugas akhir berupa tugas skripsi yang berjudul **“Analisis Konten Engagement Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga Di Desa Uhaidao, Kabupaten Mamasa”**.