



**POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGGUNA
MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN**

Emilia Ramadhani¹, Fauzia Agustini², Dita Amanah³

Dosen Universitas Sumatera Utara

Dosen Universitas Negeri Medan

Dosen Universitas Pendidikan Indonesia

emilia.ramadhani@usu.ac.id, fauziagustini24@gmail.com, ditaamanah@upi.edu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media sosial yang sering digunakan ibu rumah tangga di Medan, rata-rata lama penggunaan media sosial dan mengetahui pendapat mereka tentang kegunaan media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan penyebaran angket. Sampel berjumlah 210 orang. Data dianalisis menggunakan Microsoft Excel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah ibu rumah tangga yang bekerja baik di pemerintah maupun swasta, paling sering menggunakan situs online shop untuk menunjang kebutuhan dengan rata-rata penggunaan media sosial 3-4 jam sehari. Ibu rumah tangga di kota Medan berpendapat bahwa media sosial sangat berguna untuk pencarian informasi. Secara umum mereka menyatakan puas karena media sosial telah memberikan banyak manfaat bagi pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Hasil ini mengindikasikan bahwa telah terjadi pola pergeseran perilaku pengguna media sosial bagi ibu rumah tangga. Saat ini, Facebook sangat jarang digunakan oleh ibu rumah tangga dan ini berbeda dengan beberapa tahun sebelumnya dimana Facebook sangat populer di kalangan ibu rumah tangga yang bekerja maupun tidak bekerja. Perubahan perilaku konsumen ini dapat disebabkan oleh perubahan dan situasi gaya hidup terutama pada masa pandemi yang mengakibatkan ibu rumah tangga di kota Medan paling sering mengakses toko online karena mereka merasa lebih aman berbelanja online daripada berbelanja *offline*.

Kata Kunci : *Media Sosial, Ibu Rumah Tangga, Kota Medan*

Abstract

This study intended to determine the social media that is often used by housewives in Medan, the average length of use of social media and to find out their opinion about the use of social media. Data was collected through observation, interviews, literature study and distributing questionnaires. The sample was 210 people. Data were analyzed using Microsoft Excel. The results showed the majority of respondents were housewives who work in the government and the private sector, they most often used online shop sites to support their needs with an average use of social media 3-4 hours a day. Housewives in Medan thought that social media is very useful for finding information. In general, they expressed satisfaction because social media has provided many benefits for fulfill the needs of daily life. These indicate that there has been a shift in the behavior pattern of social media users for housewives. Currently, Facebook is an application that is rarely used by housewives and this is different from the



POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGUNA MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN

Emilia Ramadhani, dkk
emilia.ramadhani@usu.ac.id

previous few years where Facebook was very popular among working and non-working housewives. This change in consumer behavior can be caused by changes and lifestyle situations, especially during the pandemic which housewives in Medan most frequently accessing online stores because shopping online is safer than shopping offline.

Keywords : *Social Media, Housewife, Medan City*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, pada masa kini teknologi, komunikasi, dan informasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terutama di kota-kota besar seperti Kota Medan yang merupakan Kota Metropolitan ketiga setelah Jakarta dan Surabaya. Teknologi komunikasi dan informasi ini dapat disebut dengan istilah dunia maya atau internet. Setiap orang dapat mengakses internet dengan mudah dalam memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka. Media sosial yang merupakan bagian dari new media akhir-akhir ini paling banyak digunakan oleh masyarakat. Media baru adalah media yang memiliki 3 (tiga) karakteristik utama, yaitu integrasi, interaktif, dan digital (Van Dijk, 2013), (Melvia Meifitri dan Elik Susanto, 2020). Sedangkan pendapat lain menyatakan bahwa media sosial adalah sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Euginia Siapera, 2017), (Rully Khairul Anwar dan Agus Rusmana, 2017).

Media sosial dapat memiliki pengaruh yang besar bagi kehidupan seseorang. Menggunakan media sosial sudah menjadi hal yang biasa dilakukan seseorang setiap harinya. Media sosial ini pula memberikan pengaruh kepada kehidupan perempuan. Terdapat banyak kegiatan yang dilakukan oleh perempuan dengan menggunakan media sosial seperti misalnya facebook, instagram, belanja online dan sebagainya. Perempuan menggunakan waktunya sebanyak 30% untuk berkomunikasi melalui media sosial, sementara itu pria hanya menggunakan 26% waktunya untuk berinteraksi di media sosial (Evawani Elysa Lubis, 2014), (Anang Sugeng Cahyono, 2016). Lebih jauh dinyatakan bahwa perempuan di era digital harus memahami peran media sosial dari kemajuan teknologi informasi masa kini (Bahrun Ali Murtopo, 2018), (Robeet Thadi, 2014). Dengan demikian perempuan dapat dengan bijak dan berhati-hati menggunakan media sosial, tanpa mengesampingkan peranan perempuan di dalam kehidupan. Hal ini dikarenakan media sosial menjadi alat komunikasi yang mampu menembus ruang umum dan privat secara leluasa (Soecipto dan Abdul Holik, 2018).



Pada umumnya perempuan merupakan makhluk yang memiliki kegemaran untuk bersosialisasi. Salah satunya cara dalam melakukan sosialisasi tersebut yaitu dengan berbagi informasi tentang dirinya kepada sesama perempuan lainnya maupun lawan jenis. Terutama berbagi informasi dengan kelompok yang sejenis, misalnya kelompok teman kerja, arisan, dan sebagainya. Adapun salah satu tujuannya untuk mengungkapkan isi hati atau emosi yang dirasakan. Apalagi yang diajak sharing adalah mereka yang memiliki kesamaan dalam beberapa hal sehingga membuat perempuan pada umumnya menjadi merasa nyaman. Melalui media sosial, perempuan tentu saja dapat dengan mudah bersosialisasi, menunjukkan eksistensi diri dan mengungkapkan diri mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Maryani dan Arifin yang menyatakan bahwa, salah satu keberagaman makna tentang keberadaan media sosial adalah media sosial dapat menjadi sarana untuk eksistensi diri, menampung pemikiran, melepaskan pikiran, hiburan atau kepuasan, dan membangun jejaring sosial (Eni Maryani dan Hadi Suprpto Arifin, 2012). Kenyataan tentang perempuan dan media sosial ini menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang penggunaan media sosial bagi ibu rumah tangga di Kota Medan.

Lebih lanjut, alasan lain peneliti ingin melakukan penelitian ini adalah adanya permasalahan-permasalahan atau dampak negatif penggunaan media sosial bagi perempuan. Permasalahan yang sering terjadi antara lain adanya pemilihan jenis media sosial yang tidak sesuai dengan kebutuhan, mudahnya perempuan percaya terhadap berita yang belum diyakini kebenarannya, peningkatan sifat konsumtif di kalangan perempuan, lebih fokus ke media sosial sehingga mengabaikan lingkungan sekitarnya, pengguna media sosial yang sangat menyita waktu dan pengguna tidak memanfaatkan media sosial itu sebagai pemenuhan kebutuhan mereka. Akibat dampak negatif penggunaan media sosial ini menyebabkan pengguna media sosial terutama Ibu Rumah Tangga menjadi tidak peduli terhadap tugas utama mereka sebagai seorang istri dan ibu di rumah.

Dalam penggunaan media sosial ini memiliki berbagai manfaat terutama bagi perempuan. Salah satu manfaat yang dirasakan yaitu dapat memberikan pendidikan teknologi yang dibutuhkan di era informasi ini bagi perempuan. Seperti penelitian yang telah dilakukan menyatakan pentingnya media sosial sebagai alat untuk pemberdayaan ekonomi perempuan (Shanmuga Priya S dan Sakthi, 2015), (Dewi Cahyani Puspitasari, 2012). Disebutkan bahwa, Media sosial yang merupakan teknologi arah baru pada masa kini mampu memberikan



POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGUNA MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN

Emilia Ramadhani, dkk
emilia.ramadhani@usu.ac.id

pendidikan teknologi bagi perempuan di Chennai, India sehingga menjadi alat untuk pemberdayaan ekonomi bagi perempuan.

Adapun manfaat lain yang dirasakan oleh perempuan, terutama ibu rumah tangga sebagai pengguna facebook yaitu sebagai alat pencarian informasi bagi pemenuhan kebutuhan mereka. Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang penggunaan media sosial facebook bagi ibu rumah tangga yaitu untuk pemenuhan kebutuhan informasi, selain itu ibu rumah tangga juga menggunakan Facebook sebagai sarana komunikasi mereka dengan teman-teman mereka, dan juga sebagai sarana hiburan atau kesenangan (Lea Nia dan Riris Loisa, 2019),(Hadianto Ego Gantiano, 2017). Informasi yang biasa dicari adalah informasi yang biasanya berguna untuk ibu rumah tangga, yang biasanya adalah informasi berupa resep masakan, parenting, berita viral, tips and trick rumah tangga, dan juga informasi harian yang memang dibutuhkan oleh semua individu. Sedangkan, untuk sarana komunikasi, ibu rumah tangga menggunakan Facebook untuk bertukar kabar dengan teman mereka, menuliskan status, membagikan foto, dan bertemu dengan teman lama mereka. Lalu, untuk sarana hiburan, biasanya para ibu mencari video yang viral atau hal-hal lucu.

Namun, peneliti belum mengetahui secara lebih jelas tentang pilihan media sosial yang paling banyak digunakan oleh ibu rumah tangga, lamanya waktu penggunaan media sosial setiap hari, kebutuhan ibu rumah tangga di Kota Medan dalam menggunakan media sosial.

Pada penelitian yang akan dilakukan, subjek penelitian terdiri dari ibu rumah tangga, bekerja dan tidak bekerja dan memiliki batas usia 25-65 tahun. Selama ini, penelitian yang dilakukan tidak menunjukkan secara menyeluruh tentang subjek penelitian. Misalnya subjek penelitian hanya untuk ibu rumah tangga atau ibu muda saja. Selanjutnya, penelitian-penelitian sebelumnya tidak menunjukkan secara spesifik kegunaan dan jenis media sosial yang digunakan oleh ibu rumah tangga selama ini.

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media sosial apa yang biasa digunakan ibu rumah tangga di Kota Medan?
2. Apakah ibu rumah tangga mudah percaya terhadap berita yang belum diyakini kebenarannya di Kota Medan?
3. Apakah terjadi peningkatan sifat konsumtif di kalangan ibu rumah tangga akibat menggunakan media sosial di Kota Medan?



4. Apakah ibu rumah tangga lebih fokus ke media sosial sehingga mengabaikan lingkungan sekitarnya di Kota Medan?
5. Berapa lama rata-rata per hari penggunaan media sosial oleh ibu rumah tangga di Kota Medan?
6. Apa yang menjadi kebutuhan ibu rumah tangga di Kota Medan dalam menggunakan media sosial?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Penelitian ini telah dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian berlangsung selama empat bulan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga bekerja dan tidak bekerja di Kota Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 210 orang. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan angket. Jawaban pada angket terdiri dari nilai 1 hingga 10.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran angket kepada 210 responden yang merupakan ibu rumah tangga bekerja dan tidak bekerja di Kota Medan selama satu bulan.

1. Data Diri Responden

Data diri responden terdiri dari usia yang terdapat pada (Tabel 1) dan kegiatan yang dilakukan ibu rumah tangga di Kota Medan (Tabel 2).

Tabel 1. Usia Responden

| Usia | Nominal | Persentase |
|--------------|----------------|-------------------|
| 25-35 | 29 | 13,8% |
| 36-45 | 76 | 36,2% |
| 46-55 | 77 | 36,7% |
| 56-65 | 28 | 13,3% |
| Total | 210 | 100% |



POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN

Emilia Ramadhani, dkk
emilia.ramadhani@usu.ac.id

Pada penelitian ini ditemukan bahwa ibu rumah tangga yang berusia 46-55 tahun merupakan responden paling banyak 77 orang (36,7%) yang telah mengisi angket. Sebaliknya ibu rumah tangga yang berusia 56-65 tahun merupakan responden yang paling sedikit mengisi angket yaitu berjumlah 28 orang (13,3%).

Pada Tabel 2 di bawah ini ditemukan bahwa ibu rumah tangga yang bekerja di perusahaan pemerintah merupakan responden yang paling banyak mengisi angket pada penelitian ini yaitu sebesar 40% sedangkan ibu rumah tangga yang bekerja sebagai wiraswasta sebesar 9,5% merupakan responden yang paling sedikit mengisi angket pada penelitian ini.

Tabel 2. Kegiatan yang Dilakukan Responden

| Kegiatan yang Dilakukan | Nominal | Persentase |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Tidak Bekerja | 35 | 16,7% |
| Bekerja Pada Perusahaan Pemerintah | 84 | 40% |
| Bekerja Pada Perusahaan Swasta | 72 | 34,3% |
| Bekerja Sebagai Wiraswasta | 20 | 9,5% |
| Total | 210 | 100% |

Penggunaan Media Sosial Bagi Ibu Rumah Tangga di Kota Medan

Para ibu rumah tangga di Kota Medan menyisihkan waktu luang mereka untuk menggunakan media sosial. Namun pemilihan media sosial bagi ibu rumah tangga tersebut berbeda satu sama lain (Tabel 3). Hasil penelitian menunjukkan bahwa para ibu rumah tangga di Kota Medan paling sering menggunakan pencarian aplikasi online shop yaitu sebanyak 124 orang untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam menggunakan media sosial. Sebaliknya para ibu rumah tangga di Kota Medan hanya sedikit yang meluangkan waktu mereka untuk menggunakan aplikasi facebook dalam mengisi waktu luang mereka yaitu sebanyak 52 orang.

Tabel 3. Frekuensi Penggunaan Media Sosial

| Pernyataan | Tidak Pernah | Hampir Tidak Pernah | Jarang | Sering | Sangat Sering |
|---------------------------------------|--------------|---------------------|--------|--------|---------------|
| | % | % | % | % | % |
| Seberapa sering menggunakan facebook | 10 | 28,6 | 37,1 | 20 | 4,8 |
| Seberapa sering menggunakan instagram | 4,3 | 16,7 | 36,2 | 34,8 | 8,6 |



| | | | | | |
|---|-----|------|------|------|------|
| Seberapa sering menggunakan twitter | 9,5 | 10 | 28,6 | 42,4 | 9,5 |
| Seberapa sering menggunakan youtube | 1,4 | 9 | 35,7 | 41,4 | 12,4 |
| Seberapa sering menggunakan online shop | 1,4 | 8,6 | 31 | 44,8 | 14,3 |
| Seberapa sering menggunakan Search Engine" (Google) | 2,4 | 11,4 | 31 | 39,5 | 16,2 |

Para ibu rumah tangga di Kota Medan memiliki beragam waktu dalam menggunakan media sosial (Tabel 4). Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata para ibu rumah tangga di Kota Medan menggunakan media sosial selama 3-4 jam perhariyang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Tabel 4. Lama Menggunakan Media Sosial

| Waktu menggunakan media sosial | Frekuensi | |
|--------------------------------|-----------|------------|
| | Nominal | Persentase |
| 1-2 jam | 16 | 7,6 |
| 2-3 jam | 72 | 34,3 |
| 3-4 jam | 84 | 40 |
| Lebih dari 4 jam | 38 | 18,1 |

Para ibu rumah tangga di kota Medan memiliki pendapat yang berbeda dalam hal kegunaan media sosial. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 5 yang menunjukkan bahwa sebanyak 101 orang menyatakan media sosial berguna bagi pencarian informasi. Sementara itu para ibu rumah tangga memiliki pendapat bahwa kegunaan media sosial berguna sebagai sarana penjualan (89 orang).

Tabel 5. Kegunaan Media Sosial

| Pertanyaan | Frekuensi | | | | |
|--|----------------------|---------------|---------------|---------|----------------|
| | Sangat Tidak Berguna | Tidak Berguna | Cukup Berguna | Berguna | Sangat Berguna |
| Apakah media sosial berguna sebagai sarana hiburan | 3 | 12 | 86 | 93 | 16 |
| Apakah media sosial berguna sebagai sarana penjualan | 4 | 20 | 78 | 89 | 19 |
| Apakah media sosial berguna sebagai media pendidikan | 4 | 19 | 75 | 82 | 30 |
| Apakah media sosial berguna sebagai sarana pencarian informasi | 2 | 19 | 65 | 101 | 23 |



POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN

Emilia Ramadhani, dkk
emilia.ramadhani@usu.ac.id

| | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|
| Apakah media sosial berguna sebagai sarana berinteraksi dengan orang lain | 2 | 18 | 75 | 83 | 32 |
|---|---|----|----|----|----|

Para ibu rumah tangga di Kota Medan sebagian besar menyatakan bahwa mereka sudah puas dengan layanan media social yang selama ini mereka gunakan dalam menunjang kebutuhan hidup mereka (Tabel 6).

Tabel 6. Kepuasan Menggunakan Media Sosial

| Pertanyaan | Frekuensi | | | | |
|--|-------------------|------------|------------|------|-------------|
| | Sangat Tidak Puas | Tidak Puas | Cukup Puas | Puas | Sangat Puas |
| Apakah anda puas dengan layanan media social yang digunakan saat ini | 2 | 8 | 56 | 102 | 42 |

Pada umumnya media sosial banyak digunakan oleh kaum perempuan. Perempuan merupakan pengguna media sosial yang paling utama (Rehia K. I. Barus. (2015), (*Himmatul Khairah, Shuri Mariasih Gietty Tambunan, 2019*). Ini didasarkan atas faktor karakteristik dari media sosial yaitu adanya partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan memberikan peluang kepada perempuan untuk dapat menyalurkan aspirasi, perasaan maupun idenya kepada teman atau kolega dan keluarganya. Demikian pula bagi ibu rumah tangga media sosial dapat menjadi jembatan bagi mereka untuk bersosialisasi maupun sebagai media pencari informasi seputar kebutuhan para ibu rumah tangga.

Penelitian tentang analisis penggunaan media sosial bagi ibu rumah tangga di Kota Medan telah dilakukan dengan responden yang pada umumnya ibu rumah tangga bekerja di perusahaan pemerintah dan swasta memiliki rentang usia berkisar antara 46-55 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para ibu rumah tangga paling sering menggunakan situs belanja online dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka dan media facebook merupakan media yang jarang digunakan pada ibu rumah tangga di Kota Medan. Hal ini mungkin disebabkan responden pada penelitian umumnya adalah ibu rumah tangga bekerja sehingga mereka memiliki penghasilan yang dapat mereka gunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Selain itu situs belanja online paling sering digunakan disebabkan karena masa pandemi yang mengakibatkan para ibu rumah tangga lebih aman berbelanja secara online daripada belanja secara offline. Namun sebaiknya ibu rumah tangga harus waspada terhadap berbagai promosi penjualan yang gencar dilakukan oleh penjual. Menurut Lotulung dan Runtuwene sebaiknya para ibu rumah tangga jangan mudah tergiur dengan penawaran barang



dengan harga murah padahal kualitas barangnya rendah dan mengecewakan (Leviane Jackelin Hera Lotulung, Anita Runtuwene, 2020).

Para responden yang pada umumnya ibu rumah tangga bekerja memiliki waktu luang terbatas sehingga pada masa kini mereka sudah jarang menggunakan media facebook. Selain itu kemungkinan lain disebabkan adanya rasa jenuh atau bosan yang dirasakan oleh ibu rumah tangga dalam menggunakan media facebook dikarenakan media sosial facebook merupakan media sosial pertama hadir sebagai media yang menjalin komunikasi antara pengguna media sosial. Namun hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mawaddah et al menunjukkan sebaliknya yaitu facebook merupakan media sosial yang paling familiar, mudah dan lengkap sehingga para ibu rumah tangga yang tidak bekerja ini lebih sering menggunakan aplikasi facebook bahkan mereka menggunakan facebook untuk mencari informasi. Menurut peneliti karakteristik responden pada penelitian ini pada umumnya yang terdiri dari ibu rumah tangga bekerja memiliki perbedaan pilihan media sosial berbanding dengan ibu rumah tangga yang tidak bekerja (Mawaddah Warahma, Syamsu Alam, Ade Rahayu, 2020),(Putri Limilia, Ditha Prasanti, 2016).

Pada umumnya para responden menggunakan media sosial selama 3-4 jam. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa lamanya penggunaan media sosial ini disebabkan para responden sering menggunakan media sosial untuk belanja online, Search Engine (Google) dan youtube, sehingga masa penggunaan media sosial tentu saja menghabiskan waktu lebih lama.

Para ibu rumah tangga di Kota Medan menyatakan pendapat mereka bahwa media sosial ini sangat berguna bagi pencarian informasi. Hal ini menunjukkan bahwa para responden menggunakan media sosial hanya untuk hal-hal yang mereka anggap perlu bukan semata-mata untuk mencari hiburan. Tentu saja hal tersebut tidak terlepas dari karakteristik responden yang pada umumnya merupakan ibu rumah tangga bekerja. Sehingga mereka tidak menghabiskan waktu dengan percuma dan menggunakan media sosial untuk hal-hal yang bermanfaat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menemukan bahwa ibu-ibu PKK ini mendapatkan banyak manfaat dari penggunaan media sosial yang salah satunya yaitu sebagai tempat pencarian informasi (Manovri Yeni, Ira Dama Yanti, 2021), (Rosini dan Siti Nurningsih, 2018). Demikian pula dengan hasil penelitian lain terhadap ibu-ibu muda menunjukkan bahwa media sosial nyatanya telah dianggap sebagai media yang lebih kredibel untuk berdiskusi, bertukar pengalaman, bahkan tidak sedikit yang kemudian



POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN

Emilia Ramadhani, dkk
emilia.ramadhani@usu.ac.id

mengkultuskannya sebagai label kekinian demi menjaga gengsi (Setiawan Assegaff, 2017), (Elly Anggraeni dan Khasan Setiaji, 2018).

Responden pada penelitian ini menyatakan pendapat mereka bahwa penjualan online merupakan situs yang kurang berguna dibandingkan dengan situs lainnya. Hal ini mungkin saja didasarkan atas sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga bekerja di pemerintahan dan swasta. Sementara itu hanya sebagian kecil responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta yang tidak memiliki situs penjualan online. Sehingga berdasarkan karakteristik ini maka para responden menganggap bahwa situs penjualan online kurang berguna. Sebaliknya menurut Augustinah dan Widayati media sosial harus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui bisnis online yang sedang berkembang saat ini (Fedianty Augustinah dan Widayati, 2019). Ini menunjukkan bahwa sebenarnya media sosial sangat berguna bagi perkembangan bisnis online. Seperti tumbuh dan berkembangnya e-commerce di seluruh dunia (Prihandono, 2019).

PENUTUP

Responden pada penelitian ini pada umumnya ibu rumah tangga bekerja. Mereka paling sering menggunakan media sosial untuk melakukan pembelian pada online shop dan media facebook merupakan media yang jarang digunakan pada ibu rumah tangga di Kota Medan. Rata-rata responden menggunakan media sosial perhari selama 3-4 jam. Selanjutnya para ibu rumah tangga di Kota Medan berpendapat bahwa media sosial sangat berguna bagi pencarian informasi. Sebagian besar ibu rumah tangga di Kota Medan merasa puas dengan media sosial yang selama ini memberikan manfaat bagi pemenuhan kebutuhan mereka.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana jawaban responden berdasarkan hasil penyebaran angket. Penelitian berikutnya disarankan menggunakan penelitian kualitatif dengan bertanya langsung kepada ibu rumah tangga sehingga mengetahui secara jelas alasan ataupun faktor-faktor yang melatarbelakangi jawaban mereka tentang penggunaan media sosial.

REFERENSI

Anggraeni, Elly dan Setiaji, Khasan. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal* 7(1): 172-180



- Anwar, Rully Khairul dan Rusmana, Agus. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan (Studi Kasus Pada Sekolah/Madrasah Di Desa Kayu Ambon, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* 6(3): 204-208
- Assegaff, Setiawan. (2017). Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Knowledge Sharing. *Jurnal Manajemen Teknologi* 16(3): 271-293
- Augustinah, Fedianty dan Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika* 4(2): 1-20
- Barus, Rehia K. I. (2015). Pemberdayaan Perempuan melalui Media Sosial. *Jurnal Simbolika* 1(2): 113-124
- Cahyono, Anang Sugeng. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana* 9(1): 140-157
- Dijk, Van. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications.
- Gantiano, Hadianto Ego. (2017). Fenomena Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Sosial. *Jurnal Dharma Duta* 15(1): 1-11
- Khairah, Himmatul dan Tambunan, Shuri Mariasih Gietty. (2019). Teknologi Digital sebagai Media Objektivikasi Perempuan:Kajian Kritis Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni* 3(2): 503-508
- Lotulung, Leviane Jackelin Hera dan Runtuwene, Anita. (2020). Literasi Media Sosial bagi Ibu-Ibu PKK di Kecamatan Sario Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi* 2(1): 1-5
- Limilia, Putri dan Prasanti, Ditha. (2016). Representasi Ibu Bekerja Vs Ibu Rumah Tangga Di Media Online: Analisis Wacana Pada Situs Kompasiana.Com. *Kafa'ah Journal of Gender Studies* 6(2): 133-153
- Lubis, Evawani Elysa. (2014). Potret Media Sosial dan Perempuan. *Jurnal Paralela* 1(2): 89-167
- Maryani, Eni dan Arifin, Hadi Suprpto. (2012). Konstruksi Identitas melalui Media Sosial. *Journal of Communication Studies* 1(1): 1-12
- Meifitri, Melvia dan Susanto, Elik. (2020). Perubahan Dari Media Lama Ke Media Baru: Telaah Transformasi Platform Multimedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9(3): 302-311
- Murtopo, Bahrin Ali. (2018). Peranan Perempuan dalam Media Sosial. *Jurnal Cakrawala IAINU Kebumen* 2(2): 14-24



POLA PERILAKU IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PENGUNA MEDIA SOSIAL DI KOTA MEDAN

Emilia Ramadhani, dkk
emilia.ramadhani@usu.ac.id

- Nia, Lea dan Loisa, Riris. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia* 3(2): 489-497
- Prihandono. (2019). Pemanfaatan Media Sosial oleh Ibu Rumah Tangga untuk Menunjang Aktivitas Bisnis. *JIA SANDIKTA* 5(6): 101-109
- Puspitasari, Dewi Cahyani. (2012). Modal Sosial Perempuan dalam Peran Penguatan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 1(2): 69-80
- Rosini dan Nurningsih, Siti. (2018). Pemanfaatan media sosial untuk pencarian dan komunikasi informasi kesehatan. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 14(2): 226-237
- S, Shanmuga Priya dan Sakthi. (2015). Social media a tool for economic empowerment of women. *International Journal of Applied Research* 1(5): 157-160
- Siapera, Euginia. (2017). *Understanding New Media*. London: SAGE Publications
- Soecipto dan Holik, Abdul. (2018). Pemanfaatan Media Sosial bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga dan Pemuda di Desa Arjasari Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 8(1): 52-57
- Thadi, Robet. (2014). Citra Perempuan dalam Media. *Syi'ar* 14(1): 27-38
- Warahma, Mawaddah; Alam, Syamsu; Rahayu, Ade. (2020). Pengaruh Media Sosial Facebook terhadap Perilaku Pelajar di Desa Pasiang Kecamatan Matakali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal Pegguruang: Conference Series* 2(2): 41-46
- Yeni, Manovri dan Yanti, Ira Dama. (2021). Pemanfaatan Media Sosial bagi Ibu Rumah Tangga dalam Berbisnis Online di Masa Pandemi Covid-19. *BIDIG: Jurnal Bisnis Digital* 1(1): 80-88