

## PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN IBU – IBU DI DESA/KELURAHAN BAKULAN KECAMATAN CEPOGO KABUPATEN BOYOLALI

Wahyuning Chumaeson<sup>1</sup>

Email Korespondensi: [chumaesonwahyuning@gmail.com](mailto:chumaesonwahyuning@gmail.com)

### ABSTRACT

*The use of the Instagram social network by housewives in Bakulan Village, Cepogo District, Boyolali Regency. The phenomenon of housewives is very active in using social networks. the activity of accessing social media has become a routine, with this phenomenon, researchers want to know what are the reasons for housewives accessing social networks, what forms of interaction are, and what are the meanings or implications of using social media. the researcher uses a qualitative approach with the method of audience ethnography (audience ethnography). The technique used is direct observation and in-depth interviews. The findings in the study show that social networks are used by housewives for pleasure, which includes the fulfillment of self-existence for users and entertainment when they feel bored, with Instagram they use to interact with the outside world, Instagram is able to meet growing information needs. It can be said that Instagram is a gathering place for housewives in Bakulan Village, Cepogo District, Boyolali Regency who became informants in this study.*

**Keywords:** *Community, Behavior of using social media, instagram*

### ABSTRAK

Penggunaan jejaring social Instagram pada ibu rumah tangga di Desa Bakulan Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. fenomena ibu rumah sangat aktif menggunakan jejaring sosial. kegiatan mengakses sosial media sudah menjadi rutinitas, dengan adanya fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui apa alasan ibu rumah tangga mengakses jejaring sosial, bentuk interaksi seperti apa, serta bagaimana pemaknaan atau implikasi dari penggunaan sosial media. peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi khalayak (audience ethnography). teknik yang digunakan adalah observasi langsung dan wawancara mendalam. Temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa jejaring sosial digunakan oleh para ibu rumah tangga untuk kesenangan, yang meliputi terpenuhinya eksistensi diri bagi pengguna dan hiburan disaat merasa jenuh, dengan Instagram mereka gunakan untuk berinteraksi dengan dunia luar, Instagram mampu memenuhi kebutuhan informasi yang berkembang. Bisa dikatakan Instgram adalah ajang silaturahmi bagi ibu rumah tangga di Desa Bakulan Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali yang menjadi informan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Komunitas, Perilaku penggunaan media social, instagram

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang begitu pesatnya, perubahan kondisi tersebut disertai juga dengan perubahan interaksi pada masyarakat dengan menggunakan menggunakan komunikasi berbasis teknologi, dimana internet dan media social merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi pada saat ini, di Era yang semakin modern ini manusia dituntut untuk lebih aktif dalam kehidupan sehari-hari mereka, sehingga perubahan gaya hidup pun semakin mengalami perubahan dan saat ini dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari penggunaan Smartphone. Salah satu kegunaan dari smartphone ini adalah penggunaan internet yang dapat mengakses segala bentuk informasi dan komunikasi.

Media sosial merupakan bentuk komunikasi elektronik, di mana dapat digunakan untuk menciptakan komunitas online untuk berbagai informasi, ide, pesan pribadi dan konten-konten yang lain. Sejalan dengan semakin berkembangnya media sosial seperti dikemukakan berdasarkan data tersebut, perilaku masyarakat dalam memanfaatkannya juga berubah. Penggunaan media baru sudah mulai dijadikan acuan untuk mengembangkan aspek ekonomi dengan e-marketing, aspek pemerintahan dengan e-governance, serta aspek pendidikan dengan e-learning. situs jejaring social fenomenal seperti Facebook dan Twitter, muncul media social baru yang tidak kalah populer yaitu Instagram, situs Instagram atau yang biasa disingkat IG mampu menyediakan fasilitas untuk menjawab kebutuhan masyarakat atau manusia akan aktualisasi diri, menjadikan situs jejaring social ini tidak hanya menjadi sarana berbagai informasi saja tetapi sebagai media yang tepat untuk menunjukkan eksistensi penggunaannya sendiri.

Hal ini dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat, karena masyarakat cenderung mengikut apa yang sedang populer, di media sosial dan tanpa sadar itu dapat mempengaruhi gaya hidup mereka, seperti mengubah gaya hidup berpakaian, mengubah kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal seperti ini banyak terjadi dikalangan ibu-ibu, terutama ibu rumah tangga yang lebih sering mengakses internet dalam kehidupan sehari-hari seperti media sosial. Fenomena seperti ini terjadi karena perkembangan zaman yang kian maju. Dahulu ibu rumah tangga disibukan dengan segala pekerjaan rumah, dengan menonton siaran televisi, namun semenjak adanya Smartphone ibu-ibu rumah tangga mengakses media sosial untuk belanja online atau berjualan online.

Fenomena ini penulis jumpai disalah satu daerah di Boyolali yaitu di Desa Bakulan Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Ibu-ibu rumah tangga yang ada di Desa tersebut sudah banyak menggunakan Smartphone. Mereka menggunakan Smartphone sebagai alat komunikasi seperti mengirim pesan online, belanja online, dan juga berjualan online. Fenomena seperti ini membuat penulis ingin mengidentifikasi dan mendeskripsikan penggunaan media sosial khususnya penggunaan aplikasi Instagram bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Bakulan Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali dalam kegiatan kesehariannya. khususnya penggunaan aplikasi Instagram bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Bakulan Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali dalam kegiatan kesehariannya.

## KAJIAN PUSTAKA

Sosial media adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat, dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (self-presentation, self-disclosure) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis mediasosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010.

Menurut Eisenberg (Pakuningjati, 2015: 6) menyimpulkan media sosial dalam definisi yang efektif dan mudah dipahami sebagai platform online untuk berinteraksi, berkolaborasi dan menciptakan atau membagi berbagai macam konten digital. Sedangkan pendapat lain menjelaskan bahwa media sosial adalah interaksi sosial antara manusia dalam memproduksi, berbagi dan bertukar informasi, hal ini mencakup gagasan dan berbagai konten dalam komunitas virtual (Ahlqvist dkk, 2008 dalam Sulianta, Feri 2015). Selanjutnya menurut Rulli Nasrullah (2016;8) bahwa “media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media”. Dan menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Rulli Nasrullah dalam (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.

Instagram merupakan salah satu media sosial dimana kita bisa memilih orang yang kita ajak gabung sebagai teman kita. Kita pun bisa menolak pertemanan jika memang kita tidak menginginkannya. Inilah yang dinamakan bahwa suatu komunitas berdiri atau terbentuk dengan sendirinya sesuai dengan yang kita inginkan. Dalam teori Teori Uses and Gratification Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch menjelaskan mengenai Teori Uses & Gratifications (Rahmat, 2005:205), yaitu: Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagaimana penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya Teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternative untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2009:1992)

Menurut Sulianta, Feri (2015), karakteristik yang dijumpai pada media sosial yaitu: Transparansi adalah keterbukaan informasi karena konten media sosial ditunjukkan untuk konsumsi publik untuk sekelompok orang. Jejaring Relasi Hubungan antara pengguna yang terhubung satu sama lain dan semakin kompleks seraya mereka menjalin komunikasi dan terus membangun pertemanan. Komunitas jejaring sosial memiliki peranan kuat yang akan memengaruhi audiensinya. Multi Opini Setiap orang yang menggunakan media sosial dengan mudahnya berargumen dan memberikan pendapatnya

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). (Moleong, 2010:4) Metode kualitatif ini berusaha untuk memahami dan menafsirkan suatu peristiwa interaksi tingkah laku dalam menggunakan internet, terutama kebutuhan-kebutuhan yang di dapatkan saat menggunakan instagram. Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif yakni karena ingin memahami secara mendalam sisi kebutuhan penggunaan media sosial instagram secara mendalam, dari kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal. Penulis melaporkan realita di lapangan secara jujur dan mengandalkan pada suara dan pemaknaan informan. Penulis berhubungan langsung dengan yang diteliti dengan mengamati informan dalam periode waktu tertentu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: Observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Pada metode observasi, langsung mengamati subjek dan objek. Dengan metode ini dimungkinkan melihat perilaku serta kejadian yang sebenarnya. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2009:98). Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang beraitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, surat kabar, majalah, foto, rekaman, video, ataupun internet. Kesimpulan, merupakan implikasi dari prinsip induktif penelitian. Selain itu, kesimpulan divervikasi selama penelitian berlangsung guna memperoleh kebenaran tentang sebuah data dan informasi (Pawito, 2007:104). Pada penelitian ini, menggunakan triangulasi sumber. Patton mengungkapkan bahwa teknik triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan pengambilan data menggunakan wawancara yang dimana sumber berperan aktif dalam memberikan informasi yang berkenaan dengan penelitian ini. Data akan dibandingkan sesuai dengan apa yang dikatakan informan baik menurut pandangan informan dan juga situasi yang terjadi.

## HASIL PENELITIAN

Media komunikasi masa kini dalam bentuk sosial media yang berkembang mengikuti jaman dan berkembang sejatinya sosial media sebagai perluasan atau media penyampai dari manusia. Di gunakanlah teknologi untuk pemenuhan kiat dala berinteraksi dan mencari sumber sumber informasi sebagai makluk social Proses penyebaran, pengaksesan, dan pembahasan informasi dapat dijawab dan didistribusikan dengan sangat cepat. Karena tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, ada peningkatan peluang untuk menggunakannya sebagai forum diskusi tentang berbagai hal.

Instagram dikarenakan kemampuannya untuk mendukung terwujudnya kebutuhan pemenuhan diri. Melalui akun Instagram, narasumber merasa berbagi momen bersama anak dan keluarganya menciptakan kepuasan batin. Secara

psikologis, saya ingin "bangga diri" dengan mengunggah foto dan video perkembangan anak saya. Berdasarkan fakta tersebut, kita dapat melihat bahwa penggunaan media sosial tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan informasi. Menurut hierarki keinginan Abraham Maslow (Rahmat, 2005: 56), ada keinginan lain yang tergolong harga diri. Di masa seperti sekarang ini, kebutuhan akan kognisi, kepercayaan diri, dan ketenaran dianggap normal, dengan asumsi kebutuhan fisik dasar terpenuhi. Di sisi lain, ada alasan lain yang diberikan informan untuk memilih media sosial sebagai media partner Selain mengakses informasi.

Berdasarkan definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa motivasi memiliki tiga motif utama: kebutuhan, dorongan, dan tujuan. Dalam konteks penelitian ini, ibu muda sebagai individu bebas memiliki kebutuhan informasi dan kebutuhan aktualisasi diri, yang menginspirasi mereka untuk melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan mereka dan menunjukkan perilaku yang dapat dilakukan. Kebutuhan untuk mengakses dan menyebarluaskan informasi dan diskusi dalam dunia parenting telah mengarahkan para ibu muda dalam penelitian ini untuk terlibat dalam kegiatan sosial online untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan wawancara mendalam dapat menarik beberapa poin penting: Media sosial diyakini mampu memberikan informasi terkini tentang berbagai hal. Media sosial lebih mudah diakses dibandingkan media tradisional berupa penyuluhan dan penyuluhan dengan keluarga dan lansia. Media sosial memungkinkan ibu muda untuk berinteraksi dengan ibu muda lainnya. Media sosial memudahkan para ibu, baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja, untuk berbagi pengalaman. Media sosial dapat memberikan informasi yang lebih jelas karena dilengkapi dengan format visual gambar dan video serta informasi format kata dan kalimat.

Pada informan yang sama memiliki dorongan lain sebagai motivasi emosional. Berikut ini adalah kelompok motivasi emosional: Alasan ketenaran pribadi adalah karena mereka tidak ingin disebut usang. Alasan saat ini atau tren berikutnya. Alasan sebagai media eksistensi diri sebagai ibu muda saat ini. Beberapa Alasan mencurahkan isi hati untuk penatnya kehidupan keluarga. Dari kedua kelompok di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi untuk menggunakan media sosial sebagai media pendidikan sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis. Faktor psikologis juga sangat erat kaitannya dengan konsep pemaknaan seseorang.

## PEMBAHASAN

Motivasi yang muncul dari hasil penelitian ini adalah motivasi rasional dan motivasi emosional. Motivasi yang wajar merupakan bentuk cara berpikir informan tentang nilai logis yang sama dengan motivasi kognitif. juga memiliki dorongan-dorongan lain yang masuk dalam kategori motivasi emosional, yaitu dorongan yang memanifestasikan dirinya sebagai bentuk-bentuk emosi yang selaras dengan motif-motif afeksi.

Hal ini termasuk dalam kategori motivasi rasional ketika informan menyimpulkan bahwa mereka memilih media sosial sebagai media yang dianggap mampu memberikan informasi terkini. Namun pada saat yang sama, Media sosial yang sering digunakan Facebook dan Instagram merupakan media sosial yang biasa digunakan untuk mendukung aktivitas bisnis ibu rumah tangga. Kedua media sosial

tersebut merupakan media yang populer dan banyak digunakan oleh sebagian besar masyarakat dengan berbagai manfaat yang ditawarkan ibu rumah tangga merupakan peluang usaha yang perlu diupayakan secara serius dengan kreativitas dan inovasi yang dapat direproduksi, serta produk yang ditawarkan berasal dari banyak orang/konsumen. Manfaat media sosial untuk mendukung kegiatan bisnis

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara, manfaat penggunaan media sosial untuk menunjang kegiatan bisnis dan mencari sebuah informasi, untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, apa yang telah dicapai ibu rumah tangga dengan menggunakan media sosial berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan keluarga. Bagian selanjutnya dari penggunaannya dapat digambarkan sebagai mudah digunakan, tetapi siapa pun dapat menggunakannya dalam semua aktivitasnya. Produk baru juga dapat diupdate, sehingga tentunya setiap orang sebagai konsumen dapat mengakses dan melihat tampilan dari produk yang mereka tawarkan. dari hasil pembahasan yaitu Ibu rumah tangga menggunakan media sosial untuk mendukung bisnis mereka berdasarkan temuan mereka selama hampir satu tahun, yang merangsang kreativitas dan inovasi yang belum teruji untuk waktu yang lama. Media sosial yang banyak digunakan oleh ibu rumah tangga untuk menunjang aktivitas bisnis didominasi oleh media sosial Facebook dan Instagram. Makanan dan pakaian mendominasi produk yang ditawarkan di media sosial.

Sebagai seorang ibu rumah tangga pengguna media sosial, memiliki citra diri tertentu, yang memanasifasikan dirinya sebagai informasi yang tidak memadai saat mengambil informasi. Ada dua motivasi yang mendorong menggunakan media sosial sebagai media pendidikan: rasional dan emosional. Selanjutnya, ada dua media sosial utama yang dipilih dari berbagai alasan: media sosial Facebook, dan Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. Analisis Eksistensial: sebuah pendekatan alternatif untuk psikologi danpsikiatri, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Ahmadi, Dadi dan Ane Maryani. 2012. *Komunikasi Virtual*. Bandung: Ihsan Press.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu*
- Pengantar. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Rosdakarya
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif; Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Daymon, Christine and Holloway, Immy. 2002. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communication*. London: Routledge New Fetter Lane.
- Effendi, Onong U. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Hall, Stuart et.al (ed). 2011. *Budaya Media Bahasa: Teks Utama Penganang Cultural Studies 1972-1979*. Penerjemah: Saleh Rahmana. Bandung & Yogyakarta:Jalasutra.
- Harimukti, Kridalaksana. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jhon, Fiske. 1990. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar PalingKonprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dennis McQuail. 1987. *Teori komunikasi massa : Suatu pengantar*. Jakarta: Erlangga. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salmemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, eddy. 2001 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakary
- Spradley, james P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: PT tiara Wacana.
- Syam, Nina W. 2012. *Psikologi Sosial: Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media.