



N-JILS

Nusantara

Journal of Information and Library Studies

Journal homepage: ojs.uninus.ac.id/index.php/JILS



Literasi Media Sosial Pada Ibu Rumah Tangga : Pemanfaatan Media Sosial Oleh Ibu Rumah Tangga Di Karawang Barat

Social Media Literation In Housewives : Utilization Of Social Media By Housewives In Karawang Barat

Lutfi Khoerunnisa¹, Rully Khairul Anwar²

¹Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi , Universitas Padjadjaran

²Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi , Universitas Padjadjaran

e-mail: ¹Lutfi12002@unpad.ac.id, ²Rully.khairul@unpad.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received [11,Oktober,2019]

Revised [28, Oktober,2019]

Accepted [15,November,2019]

Available Online [31,Desember,2019]

ABSTRACT

Media literacy has various definitions, based on the background of someone who gives meaning. The National Leadership Conference on Media Literacy defines media literacy as the ability of individuals to access, analyze, evaluate and produce media with specific goals. The development of media in providing various contents is increasingly difficult to control. Most of the content from media is entertainment. Unfortunately, the variety of entertainment that is currently being presented is no longer concerned with ethics and norms in society. This study aims to determine the ability of media literacy of housewives in West Karawang district. The method used in this research is a qualitative method, literature study, in-depth interviews with several housewives, observation and FGD. Theories being referred to are Social Learning Theory and media literacy. The results of this study indicate that there are a variety of media that are widely used by housewives, including the use of mobile phones and social media, but the most widely used is Instagram. Housewives spend a lot of time surfing on Instagram, but they are not aware of the various adverse effects caused by Instagram. There

are some housewives who understand very well the importance of choosing media content that is accessed, but have not yet deeply understood the impact that can have on family members, especially for their children.

*Kata kunci: Literasi media,
Ibu rumah tangga,
Pemanfaatan media sosial*

ABSTRAK

Literasi media memiliki berbagai definisi, berdasarkan latar belakang seseorang yang memberikan makna. National leadership Conference On Media Literacy mengartikan literasi media sebagai kemampuan individu untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan memproduksi media dengan tujuan tertentu. Perkembangan media dalam memberikan berbagai konten semakin sulit untuk di control. Sebagian besar konten dari media adalah bersifat hiburan. Sayangnya, berbagai hiburan yang saat ini di sajikan tidak lagi mementingkan etika dan norma-norma di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan literasi media para ibu rumah tangga di kabupaten karawang barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, studi pustaka, wawancara mendalam dengan beberapa ibu rumah tangga, observasi dan juga FGD. Teori yang menjadi rujukan adalah Social Learning Theory dan literasi media. Hasil penelitian ini menunjukkan ada berbagai media yang banyak digunakan oleh ibu rumah tangga, diantaranya penggunaan handphone dan media sosial, namun yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Ibu rumah tangga menghabiskan banyak waktunya untuk berselancar di Instagram, namun mereka tidak menyadari berbagai dampak buruk yang ditimbulkan oleh Instagram ini. Ada beberapa ibu rumah tangga yang memahami betul mengenai pentingnya memilih konten media yang di akses, namun belum secara mendalam memahami dampak yang dapat ditimbulkan bagi anggota keluarga, terutama bagi anak-anak mereka.

© 2019 NJILS. All rights reserved.

A. PENDAHULUAN

Media dalam perkembangan saat ini berkembang sangat pesat. Jika sebelumnya, kita sangat tidak asing dengan media konvensional seperti televisi, koran, tabloid, majalah beserta radio yang memiliki peranan besar dalam penyebaran informasi. Saat ini, kita sudah berada dalam masa pengenalan berbagai media baru seperti internet, yang semakin hari keberadaannya semakin tidak dapat dipisahkan dengan penggunaannya, termasuk ibu rumah

tangga. Kedua media konvensional tersebut dapat mempengaruhi opini publik, dapat menggerakkan masa dan bahkan dapat mengubah keadaan (Novianti, Dewi. fatonah, 2016). Beberapa fakta diungkap oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII diantaranya mengenai jumlah pengguna internet yang pada tahun 2013 meningkat pesat dari tahun sebelumnya, yaitu 63 juta pengguna pada tahun 2012, meningkat tajam sebanyak 13% pada tahun 2013 yang mencapai angka 71,19 juta pengguna, Pentingnya literasi media seakan menjadi sangat penting, mengingat perkembangan media saat ini tengah menjadi sebuah ironi dimana situs-situs pornografi semakin mudah diakses, permainan online yang menyebabkan kecanduan kian meresahkan, hingga kecanduan berselancar di dunia maya yang sia-sia dan menyita waktu hamper menyerang semua kalangan.

Perkembangan teknologi informasi tidak lagi hanya berbicara seputar perangkat computer saja, namun juga merujuk kepada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Sementara berbicara mengenai media sosial, media sosial adalah sebuah media online yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi, saling bertukar informasi dan membentuk jejaring baru. Masyarakat Indonesia merupakan sakah satu bagian dari globalisasi, yang juga pengguna teknologi informasi dan memanfaatkannya dalam berbagai aktifitas kesehariannya. Kondisi demikian sejatinya meruoakan bukti bahwa globalisasi teknologi informasi tidak dapat dibatasi, fenomena tersebut tentunya memiliki dua sisi yang saling bertentangan, yaitu sisi positif dan sisi negatifnya. Pornografi, penyebaran *hoax*, penipuan secara online semakin merajalela. Hal tersebut haruslah diimbangi dengan berbagai pengetahuan dalam menggunakan media sosial, supaya para pengguna dapat dengan bijak memanfaatkan teknologi tersebut.

Pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap penggunaan media sosial sangatlah penting, terutama untuk kalangan ibu rumah tangga. Mengapa demikian? Alasannya adalah ibu rumah tangga merupakan komponen masyarakat yang paling sering berhubungan langsung dengan teknologi informasi. Seorang ibu, dipandang menjadi sebuah benteng peradaban pertama dalam sebuah keluarga, yang juga mempengaruhi tatanan sosial yang lebih besar. Dalam sebuah riset yang dikemukakan oleh *wearesocial.com* (Kemp, 2019) yang menyatakan jika masyarakat indonesia menempati urutan ke empat terbesar di duniadalam penggunaan media sosial, kemudian disusul oleh warga negara amerika serikat, kemudian india, selanjutnya adalah brazil. 20,4% pengguna media sosial di Indonesia adalah wanita sedangkan laki-laki hanya diangka 24,2%. Dan hal mengejutkan lainnya adalah, dari 20,4% pengguna yang notabene adalah wanita, sebanyak 65% penggunanya adalah ibu rumah

tangga. Dari sinilah kemudian penulis melakukan sebuah penelitian berkaitan dengan bagaimana tingkat literasi pengguna media sosial yang penggunanya adalah ibu-ibu rumah tangga.

Berbicara mengenai literasi, secara sederhana literasi merupakan kemampuan untuk menganalisis, memahami dan menentukan batasan–batasan dalam segala hal, kemampuan tersebut juga meliputi bagaimana berlaku bijak terhadap sesuatu, dalam hal sosial media, berarti bagaimana seseorang bijak dalam menentukan dan mengakses suatu informasi. Rendahnya literasi media sosial pada masyarakat menjadi alasan terbesar bagaimana penggunaan media sosial lebih cenderung digunakan untuk hal-hal yang negatif saja. Literasi media sosial perlu diberikan dalam rangka menciptakan masyarakat berbasis informasi dan pengetahuan (Ganggi, 2018).

Literasi media sosial, merupakan kepanjangan dari literasi media, seseorang yang sudah mengerti bagaimana cara menggunakan informasi dengan baik dan bijak, maka sudah dapat disebut sebagai masyarakat yang melek informasi. Literasi media sosial sendiri memiliki arti sebagai keterampilan dari seseorang dalam mencari, memilah dan mengaplikasikan sumber informasi di media sosial. Literasi media sosial adalah turunan dari literasi informasi, ACRL atau *Association of college and research Libraries* menyatakan bahwa literasi media ada pada poin ke lima, dimana seseorang yang disebut *literate* tentu akan dapat menggunakan informasi secara efektif dengan tujuan menyelesaikan tujuan yang spesifik.

Secara sederhana, istilah literasi media dijabarkan melalui lima konsep yang dikemukakan oleh Iswayati Ganggi (Ganggi, 2018) adalah, pertama, seluruh media pesan dikonstruksi, media sosial banyak mengandung konten–konten berupa unggahan gambar dengan berbagai tulisan, tulisan pada gambar tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk menerjemahkan maknanya. Hal tersebut merupakan salah satu contoh bahwa media sosial merupakan sesuatu yang dapat dikonstruksi. Saat ini, banyak informasi yang hanya diberikan secara tidak utuh, sehingga menimbulkan ambiguitas persepsi. Kedua, pesan media membentuk persepsi kita terhadap suatu realita, maksudnya adalah pengguna media sosial berperan besar dalam membentuk opini yang beredar di masyarakat. Ketiga, berbeda *audiens*, maka akan berbeda pula kepada cara seseorang memahami pesan. Dengan memiliki kemudahan fitur share, media sosial memungkinkan untuk seseorang dengan mudah berbagi informasi dengan pengguna lainnya. Hal tersebut menjadikan kita untuk berhati-hati dalam mempersiapkan pesan. Keempat, pesan media memiliki dampak komersial. Seringkali berbagai pesan yang kita terima mengandung banyak iklan yang diperjual belikan. Kelima,

pesan media melekatkan sudut pandang. Ketika pengguna mengupload berbagai foto liburan, maka tujuannya adalah agar pengguna lain mengetahui berbagai keindahan alam yang ia bagikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana literasi media sosial yang dimiliki oleh para ibu rumah tangga. Bagaimana seorang ibu rumah tangga yang notabene menghabiskan sekian banyak waktunya untuk berselancar di dunia maya, mengenal dan menggunakan media sosial, kemudian berusaha bijak dalam memanfaatkan media sosial yang ada.

A. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai literasi bagi ibu rumah tangga ini sudah dilakukan oleh banyak kalangan, karena pada dasarnya literasi merupakan satu hal yang sangat menarik untuk di perbincangkan dan dibahas bersama. Diantara penelitian lain yang membahas mengenai literasi pada ibu rumah tangga adalah penelitian yang dilakukan oleh dewi fatonah mengenai model literasi media di lingkungan ibu-ibu rumah tangga di kecamatan gondomanan Yogyakarta. Media yang dibahas dalam penelitian ini adalah media elektronik seperti televisi. beberapa tahun kebelakang, televisi mungkin menjadi salah satu media yang sangat populer di masyarakat, namun saat ini televise sudah mulai ditinggalkan, dan banyak ibu-ibu rumah tangga yang beralih menggunakan media internet dan gadget sebagai life stile yang tidak dapat dipisahkan. Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini, berfokus pada penggunaan media sosial internet, sebagai media paling populer saat ini. penelitian ini juga membahas mengenai berbagai aplikasi yang diminati oleh ibu-ibu rumah tangga, sampai kepada pembahasan pentingnya literasi bermedia yang dimiliki oleh para ibu rumah tangga ini.

Kemudian penelitian lainnya dilakukan oleh Khadijah dengan judul Literasi Informasi Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Bagi Para Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Nagasari Kabupaten Karawang Barat yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan literasi informasi wirausaha yang dimiliki para ibu rumah tangga dapat menumbuhkan motivasi berwirausaha untuk memperbaiki ekonomi keluarga dengan peran ibu rumah tangga sebagai pencari nafkah tambahan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian para ibu rumah tangga sudah memiliki kemampuan literasi informasi berwirausaha, antara lain: (1) mampu merumuskan kebutuhan informasi mengenai wirausaha; (2) mampu mengevaluasi kualitas informasi, dalam hal ini mampu melakukan filterisasi terhadap informasi yang akan digunakan; (3) mampu menyimpan dan

menemukembalikan informasi, penyimpanan dilakukan melalui media flashdisk dan hardisk di laptop; (4) mampu menggunakan informasi secara efektif dan efisien, informasi yang didapat digunakan sebagai referensi dalam membuka usaha; (5) mampu mengkomunikasikan pengetahuan yang didapat dengan pihak lain, dalam hal ini para ibu rumah tangga melakukan sharing knowledge dengan suaminya dan ibu-ibu lain yang sudah dan belum berpengalaman dalam kegiatan wirausaha; dan (6) mampu mengimplementasikan informasi yang didapat mengenai wirausaha dengan membuka bisnis rumahan berdasarkan hasil tersebut, diharapkan dapat membantu para ibu rumah tangga lainnya agar dapat membantu memperbaiki ekonomi keluarga mereka (Khadijah, Rejeki, Sukaesih, & Anwar, 2016).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian yang berlokasi di Karawang Barat ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007) adalah suatu penelitian ilmiah yang memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang menggunakan instagram secara rutin. Informan berjumlah sembilan orang ibu rumah tangga yang aktif menggunakan Instagram dan hampir setiap hari membuka instagram, memposting foto, video ataupun pesan berantai dari teman jejaringnya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif ini, penulis melalui beberapa cara, yaitu : 1) observasi/pengamatan, teknik ini merupakan teknik untuk memperoleh informasi yang dijadikan bahan informasi berupa keterangan yang jelas mengenai masalah yang berhubungan dengan masalah yang berkaitan dengan eksistensi ibu rumah tangga dalam Instagram. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti secara langsung terjun ke lapangan untuk melakukan pengumpulan data. 2) wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan key informan melalui wawancara yang bebas, natural namun tetap terstruktur sesuai dengan pola wawancara yang peneliti lakukan dalam kegiatan penelitian. Berdasarkan teknik wawancara, penulis terlebih dulu melakukan pendekatan dan beradaptasi dengan lingkungan dan informan, demi mendapatkan informasi yang akurat. Saat melakukan penelitian di lapangan, penulis mendapatkan banyak informasi dan keterangan dari sumber terkait informasi yang selanjutnya akan disaring. Informasi tersebut kemudian disaring untuk mendapatkan informasi yang peneliti perlukan. 3) Studi Dokumen. Penentuan dalam studi dokumen dilakukan melalui literature atau penelitian terdahulu. Teknik analisis data

yang digunakan dalam penelitian ini berpegangan kepada penelitian kualitatif pada umumnya, penulis mengambil petunjuk yang dikembangkan oleh para peneliti kualitatif, yakni berpegang pada konsep yang dibangun oleh Miles & Huberman (1992). (Milles & Huberman, 2010) yang menggunakan 3 tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data dan penarikan kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat penulis melakukan penelitian mengenai kemampuan literasi media sosial yang dimiliki oleh para ibu rumah tangga, penulis terlebih dulu memberikan beberapa pertanyaan yang hasilnya adalah sebagai berikut: 1) Sebagian besar ibu rumah tangga yang menjadi informan memiliki berbagai media sosial, antara lain *Instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Beberapa diantara mereka bahkan ada yang memiliki lebih dari satu akun media sosial, beberapa dari mereka memiliki alasan memiliki akun *cloning* karena lupa *password* saat akan log in. 2) Mampu mengunduh dan membuat akun sendiri. Mereka sangat mahir dan mengerti betul mengenai cara mengunduh dan cara membuat akun profil media sosial baru mereka. 3) Masih sering kesulitan dalam membedakan mana berita yang benar dan mana berita *hoax*. Seringkali mereka mendapatkan berbagai konten dari berita melalui pesan terusan dari whatsapp grup. 4) Tidak ikut dalam penyebaran berita bohong. Beberapa informan sudah sangat menyadari bagaimana menyikapi berbagai berita yang didapatkan dari media sosial.

Seorang ibu memiliki peranan yang sangat penting sebagai pendidik dan sekolah pertama bagi anak-anaknya. Hal tersebut menjadi sebuah pertanyaan besar mengenai seperti apa kebiasaan dari ibu rumah tangga dalam menggunakan media sosial pada kesehariannya. Dikutip dari merdeka.com, menyatakan jika : 1) kamu perempuan dinilai lebih aktif di jejaring media sosial dibandingkan laki-laki. 2) perempuan menghabiskan waktu lebih banyak untuk berselancar di media sosial berdasarkan laki-laki, yaitu rata-rata 24,8 jam untuk perempuan dan 22,9 jam untuk laki-laki (Susanto, 2014). Masih menurut artikel yang sama, terdapat perbedaan aktivitas berselancar yang berbeda antara laki-laki dan perempuan, 16,3% Perempuan menggunakan internet untuk aktif di jejaring sosial, *instant messagers* dan *email*, sedangkan laki-laki hanya menghabiskan 11,7% lebih rendah dari perempuan. Sedangkan berdasarkan *survey* menghasilkan data bahwa di 10 kota urban di Indonesia, sekitar 5,4 juta *netizen* atau orang yang menghabiskan waktu tiga jam sehari untuk menggunakan internet adalah ibu rumah tangga (Susanto, 2014).

Hal tersebut diatas sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dimana sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Karawang Barat untuk berselancar di media sosial. Masing – masing ibu rumah tangga memiliki lebih dari satu akun media sosial diantaranya: *Instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Beberapa diantaranya memiliki akun lain seperti *twitter*. Kemudian yang menjadi favorit dari mereka adalah berselancar di *Instagram* dengan alasan, *Instagram* lebih menyenangkan, informasi yang di berikan di *Instagram* banyak berupa gambar dan video jadi tidak bosan ketika berlama-lama dan bersantai. Kebanyakan dari mereka mem-*follow* akun-akun gosip, akun-akun informasi, akun berita, akun masak memasak, akun keagamaan hingga akun-akun parenting.

Beberapa diantaranya juga mengaku lebih senang menggunakan media sosial *facebook* sebagai sarana hiburan dan mengisi waktu luang. Mereka berasumsi jika *facebook* memiliki tampilan yang lebih sederhana dan berisi informasi-informasi yang sesuai dengan keinginan mereka. Mereka juga bisa tetap tersambung dengan teman-teman lama yang juga menggunakan media *facebook* dalam bersosial media. Di *facebook*, selain terdapat fasilitas untuk *update* status, tapi juga dapat membaca status dan informasi-informasi yang dibagikan oleh sesama teman di *facebook* tersebut. Sebagian dari ibu rumah tangga mengaku, mengenal *facebook* sebagai sarana silaturahmi dengan tema-teman lamanya. Silaturahmi tersebut dilakukan melalui grup-grup alumni yang dibentuk di *facebook*. Seperti contohnya ibu berinisial Hr, ia mengaku memiliki tiga grup *facebook*, diantaranya, grup alumni sekolah SMP dan Grup Alumni sekolah SMA. Biasanya grup-grup tersebut terbentuk ketika diadakan reuni di masing-masing sekolah tempat mereka sekolah dulu.

Selain itu, para ibu rumah tangga yang diwawancarai penulis mengaku jika mereka juga memiliki kebiasaan untuk mencari-cari barang melalui *marketplace*. Mengunjungi akun *marketplace* dan mencari promo-promo menarik juga menjadi salah satu hobi dari para ibu rumah tangga ini. Mereka berpendapat jika berbelanja melalui *marketplace* selain memberikan kemudahan juga menjadi sarana untuk menghemat, karena memanfaatkan promo yang ada. Hal tersebut penulis simpulkan menjadi salah satu dampak positif dari bermain media sosial bagi ibu rumah tangga.

Keaktifan ibu rumah tangga dalam berselancar di media sosial tidak hanya menjadi ajang hiburan saja, tetapi juga menimbulkan satu istilah baru, yaitu *momy war*. Istilah *mommy war* ini seringkali menjadi sebuah momok baru dimana para ibu rumah tangga membandingkan apa yang sedang dirasakan dengan keadaan orang lain, misalkan antara ibu bekerja dengan ibu rumah tangga yang dian dirumah, antara ibu yang menyekolahkan anaknya di sekolah *full day* dengan ibu yang menyekolahkan anaknya di sekolah biasa,

hingga masalah melahirkan hingga menyusui anak dan lain sebagainya. *Mommy war* ini juga merupakan *trend* baru yang terbentuk dari aktivitas media sosial. Hal tersebut seringkali menjadi masalah baru bagi para pelakuknya (Brown & Duguid, 2017).

Berbicara mengenai *mommy war*, sangat erat kaitannya dengan kondisi psikologis seseorang. *Mommy war* ini seringkali terjadi terutama kepada kalangan ibu-ibu rumah tangga yang masih ada pada usia produktif. Kesan merasa pilihannya paling benar sendiri merupakan salah satu dari penyebab timbulnya istilah *mommy war* tersebut. Tidak jarang seseorang menjadi sangat stress akibat terserang oleh *mommy war* tersebut. *Mommy war* biasanya dilancarkan melalui komentar-komentar di akun-akun media sosial milik pribadi, selain itu juga dilakukan melalui postingan–potingan berupa infografis atau videografis yang memuat konten yang menjadi topik-topik perdebatan antar *mommy*. Misalkan konten infografis mengenai pemberian susu formula dengan ibu yang pro pemberian Asi, ibu yang bekerja dengan ibu yang *full time* menjadi ibu rumah tangga dirumah. Kemudian antara ibu yang melahirkan dengan cara sesar dengan ibu rumah tangga yang melahirkan dengan cara normal. Hal tersebut terus menerus dibahas di berbagai media sosial, dan tentunya menjadi bagian dari salah satu dampak negatif bagi penggunaan media sosial itu sendiri.

Semakin mudahnya akses internet dan banyaknya pilihan media sosial yang tersedia akan semakin membuat siapapun mudah dalam mendapatkan informasi. Melalui media sosial juga memungkinkan para penggunanya untuk mengekspresikan berbagai keadaan yang menjadi identitas dirinya, hal tersebut memiliki dampak negatif seperti munculnya istilah *cyber bullying*, *body shimming* dan *mommy war*. Dampak lain dari hal tersebut adalah timbul rasa cemas dan waspada berlebih yang dialami oleh seseorang, hal tersebut lebih dikenal dengan sindrom “*Information overload*” atau kelebihan informasi (Levitin, 2014).

Perlunya literasi media sosial salah satunya adalah agar mengajarkan kepada ibu rumah tangga untuk mengerti bagaimana dapat bijak menggunakan media sosial. Salah satunya adalah untuk menentukan sika ketika ibu rumah tangga tersebut terlibat dalam istilah *mommy war* tadi. Ibu rumah tangga yang literet, akan mampu menggunakan media sosial dengan baik dan sesuai porsinya. Karena pada dasarnya kemampuan literasi seseorang dapat diukur berdasarkan kemampuan seseorang dalam menentukan informasi yang dia butuhkan, menggunakannya dengan sesuai kebutuhan kemudian memberikan pengaruh terhadap kebijakan dalam memanfaatkan hal tersebut.

Tingkat literasi media sosial pada ibu rumah tangga di karawang barat yang ditemui oleh penulis, berada pada tingkat yang menengah dan cukup baik, dimana para ibu rumah tangga menggunakan media sosial secara bijak dan semestinya. Mereka dapat menggunakan

media sosial mulai dari mendownload media sosial yang di inginkan, membuat akun media sosial sendiri, kemudian membuat sebah postingan, hingga menghapusnya. Para ibu rumah tangga juga sudah bisa memilah informasi mana yang akan mereka gunakan, informasi seperti apa yang mereka perlukan. Kemudian mereka pun sudah bisa mengambil sikap dalam menghadapi *mommy war*. Contoh dari sikap yang diambil adalah, bagaimana para ibu rumah tangga berusaha untuk *openminded* dalam menyikapi berbagai pernyataan *momy war* yang terjadi di *Instagram*, *facebook* dan *whatsapp group*.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, tingkat literasi media yang dimiliki oleh ibu rumah tangga di karawang barat ini termasuk dalam ibu yang cukup *literate*. Dimana mereka sudah dapat menggunakan media sosial dengan cukup bijak dan dapat memanfaatkan untuk hal-hal yang mereka perlukan. Bahkan secara lebih jauh, mereka sudah memiliki pemikiran yang *openminded* dan tidak mudah melakukan hal-hal buruk seperti melakukan *body shimming*, *mommy war* dan *cyber bullying* yang marak dilakukan oleh berbagai kalangan di media sosial. Saran dari penulis untuk ibu rumah tangga yang akiv menggunakan media sosialnya, sebaiknya para ibu rumah tangga tetap memiliki kewajiban untuk meningkatkan kemampuan literasi media sosial. Kemampuan tersebut harus terus diasah dan dilakukan supaya tidak ada lagi penyalahgunaan media sosial yang dilakukan oleh ibu rumah tangga, supaya dampak positifnya lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, J. S., & Duguid, P. (2017). *The social life of information: Updated, with a new preface*. Harvard Business Review Press.
- Ganggi, R. I. P. (2018). Materi Pokok dalam Literasi Media Sosial sebagai salah Satu Upaya Mewujudkan Masyarakat yang Kritis dalam Bermedia Sosial. *Anuva*, 2(4), 337–345.
- Kemp, S. (2019). Digital 2019: Global Internet Uses Accelerate. Retrieved from <https://wearesocial.com/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Khadijah, U. L. S., Rejeki, D. S., Sukaesih, S., & Anwar, R. K. (2016). Literasi informasi motivasi berwirausaha ibu rumah tangga Kelurahan Nagasari Kabupaten Karawang Barat. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(2), 149–160.
- Levitin, D. J. (2014). *The organized mind: Thinking straight in the age of information overload*. Penguin.
- Milles Hubberman. (2010). *Analisis data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Novianti, Dewi. fatonah, siti. (2016). model literasi media di kalangan ibu-ibu rumah tangga di Yogyakarta (Studi pada kec. gondomanan yogyakarta dan kecamatan banguntapan Bantul di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2124/1862>
- Susanto, andi. (2014). Dominasi wanita di dunia maya tak tertandingi pria. *Merdeka.Com*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/teknologi/dominasi-wanita-di-dunia-maya-tak-tertandingi-pria.html>