
Diterima Redaksi: 04-02-2024 | Revisi: 20-02-2024 | Diterbitkan: 28-02-2024

Dinamika Sosial Di Balik Fenomena Emak-Emak Mendadak Menjadi Konten Kreator

Nina Ayuni¹, Diajeng Ramadhani²

^{1,2}Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Tanjungpura, Indonesia

Email: ninaayuni374@gmail.com

ABSTRACT: This study aims to examine the role of mothers as content creators on social media and its impact on the transformation of social identity and social dynamics within the community. In this context, the phenomenon of mothers reflects a significant shift in women's roles, moving from the domestic sphere to the public digital space. The findings reveal that these mothers not only expand their social networks and earn additional income but also face challenges in balancing family responsibilities with the demands of the digital world. This study provides insights into how social media plays a role in driving social change and the transformation of women's roles in the digital era.

Keywords: content creator, mothers, social media, social change

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran emak-emak sebagai konten kreator di media sosial dan dampaknya terhadap perubahan identitas sosial serta dinamika sosial yang terjadi di masyarakat. Dalam konteks ini, fenomena emak-emak mencerminkan perubahan signifikan dalam peran perempuan yang semula terbatas di ruang domestik, kini berkembang menjadi ruang publik digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa para emak-emak ini tidak hanya memperluas jaringan sosial dan memperoleh pendapatan tambahan, tetapi juga menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan peran keluarga dengan tuntutan dunia digital. Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana media sosial berperan dalam mendorong perubahan sosial dan transformasi peran perempuan di era digital.

Kata kunci: konten kreator, emak-emak, media sosial, perubahan sosial



Copyright © 2024 The Author(s)

This is an open-access article under the CC BY-SA license.

[Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan internet telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk bagaimana masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia (Hilbert, 2020). Salah satu perubahan terbesar terjadi dalam peran media sosial, yang awalnya hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, kini telah berkembang menjadi ruang publik digital yang menawarkan peluang ekonomi dan kreativitas (Waldenburger & Wimmer, 2023). Transformasi ini tidak hanya memengaruhi individu secara personal tetapi juga mengubah struktur sosial dalam masyarakat. Salah satu kelompok yang menarik perhatian dalam konteks ini adalah emak-emak, yang mulai memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk berkreasi dan berbagi konten (Sahlin, 2015). Fenomena ini mencerminkan perubahan sosial yang signifikan, khususnya dalam kaitannya dengan peran perempuan di era digital.

Secara tradisional, emak-emak di Indonesia sering diidentifikasi dengan peran domestik yang mencakup pengelolaan rumah tangga, pendidikan anak, dan dukungan emosional dalam keluarga. Peran ini dianggap penting dalam menjaga kestabilan keluarga dan membentuk generasi yang lebih baik (Agushybana, 2016). Namun, munculnya media sosial telah membuka peluang baru bagi emak-emak untuk keluar dari batasan tradisional tersebut (Yulianti et al., 2019). Mereka kini dapat menciptakan konten dalam berbagai bidang, seperti memasak, kecantikan, pengelolaan keuangan rumah tangga, hingga berbagi pandangan mengenai isu-isu sosial. Kehadiran mereka sebagai konten kreator tidak hanya memberikan ruang untuk menonjolkan kreativitas tetapi juga menjadi sumber pendapatan yang dapat membantu perekonomian keluarga (Anderson et al., 2017). Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat transformasi sosial yang menawarkan akses terhadap peluang-peluang baru bagi emak-emak.

Fenomena ini juga menandai pergeseran paradigma dalam identitas sosial perempuan, terutama emak-emak (Faircloth, 2009). Media sosial memberikan mereka platform untuk membangun identitas baru yang lebih inklusif dan multidimensional (Melonashi, n.d.). Identitas ini tidak hanya terbatas pada peran domestik tetapi juga mencakup peran sebagai individu yang kreatif, inovatif, dan produktif di ruang publik. Sebagai contoh, emak-emak yang aktif di media sosial sering kali menjadi panutan atau influencer bagi komunitas mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung (Jorge et al., 2023). Mereka memberikan inspirasi kepada perempuan lain untuk mengambil langkah serupa, yaitu menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Namun, hal ini juga menghadirkan tantangan, seperti bagaimana mereka dapat menyeimbangkan peran tradisional dan peran baru di dunia digital.

Dalam lingkungan keluarga, aktivitas emak-emak sebagai konten kreator menghadirkan dinamika baru. Banyak yang melibatkan anggota keluarga, seperti pasangan atau anak-anak, dalam proses pembuatan konten (Smadi et al.,

2020). Di satu sisi, keterlibatan ini dapat memperkuat hubungan keluarga melalui kegiatan bersama yang kreatif. Namun, di sisi lain, ada kekhawatiran mengenai potensi dampak negatif, seperti berkurangnya waktu untuk interaksi langsung yang intim dalam keluarga. Misalnya, ketika pembuatan konten menjadi prioritas, hal ini dapat memengaruhi pola asuh anak dan keseimbangan emosional dalam keluarga (Yu et al., 2023). Selain itu, eksposur anak-anak dalam konten digital juga menimbulkan pertanyaan etis, terutama mengenai privasi dan keselamatan mereka di ruang publik digital.

Pada tingkat komunitas, fenomena emak-emak konten kreator juga menimbulkan berbagai respons. Sebagian masyarakat memandang mereka sebagai representasi perempuan yang progresif dan mampu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan (García-Favaro, 2016). Namun, tidak sedikit yang melihat fenomena ini sebagai bentuk penyimpangan dari peran ideal perempuan yang telah lama dipegang dalam budaya tradisional. Kritik semacam ini mencerminkan adanya ketegangan antara modernitas dan nilai-nilai tradisional dalam masyarakat Indonesia (Wulandari & Arvianti, 2018). Dalam konteks ini, emak-emak konten kreator tidak hanya menghadapi tantangan teknologi dan ekonomi, tetapi juga harus berhadapan dengan norma sosial yang terkadang tidak mendukung peran baru mereka.

Dinamika ini menjadi semakin kompleks ketika kita melihat bagaimana masyarakat secara keseluruhan merespons fenomena ini. Media sosial sebagai ruang publik digital memungkinkan berbagai pihak untuk berinteraksi, memberikan apresiasi, atau bahkan kritik terhadap emak-emak konten creator (Tron, 2020). Respon-respon ini sering kali mencerminkan nilai-nilai dan norma yang dianut oleh masyarakat tertentu. Sebagai contoh, di komunitas yang lebih konservatif, aktivitas emak-emak di media sosial mungkin dianggap tidak sesuai dengan peran mereka sebagai ibu rumah tangga. Namun, di komunitas yang lebih terbuka, keberhasilan mereka di ruang digital dapat dipandang sebagai pencapaian yang patut diapresiasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial berkontribusi dalam membentuk identitas sosial baru bagi emak-emak di Indonesia. Fokusnya adalah menganalisis dampak fenomena ini terhadap struktur sosial, baik di tingkat keluarga maupun komunitas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana masyarakat menerima atau menolak perubahan ini dalam konteks nilai-nilai tradisional yang masih kuat dipegang. Dengan mengkaji fenomena ini secara mendalam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai interaksi antara teknologi digital dan transformasi sosial, khususnya dalam konteks peran perempuan di era modern.

Sebagai langkah lebih jauh, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pembuat kebijakan, terutama dalam mendukung partisipasi perempuan di ruang digital. Hal ini penting untuk memastikan

bahwa peluang yang ditawarkan oleh teknologi dapat diakses oleh semua kelompok masyarakat tanpa mengabaikan nilai-nilai sosial dan budaya yang telah menjadi bagian dari identitas kolektif masyarakat Indonesia. Dengan demikian, fenomena emak-emak sebagai konten kreator tidak hanya menjadi studi tentang perubahan sosial, tetapi juga refleksi dari bagaimana masyarakat Indonesia beradaptasi dengan arus modernisasi dan digitalisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif (Creswell, 2018) untuk menggali secara mendalam fenomena emak-emak yang aktif sebagai konten kreator di media sosial, dengan fokus pada pembentukan identitas sosial baru serta dampaknya terhadap struktur sosial. Responden penelitian adalah 10 emak-emak di Kota Pontianak yang dipilih secara purposive (Sugiyono, 2019) berdasarkan kriteria seperti frekuensi unggahan yang konsisten, jumlah pengikut yang signifikan, serta keberagaman tema konten yang dihasilkan, mencakup topik-topik kuliner, kecantikan, dan gaya hidup. Tahapan penelitian dimulai dengan perencanaan yang mencakup penetapan isu utama, formulasi tujuan penelitian, dan seleksi responden sesuai kriteria. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk mendapatkan perspektif pribadi, observasi partisipatif untuk memantau aktivitas mereka dalam menciptakan konten, serta analisis konten digital untuk memahami narasi yang dibangun di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Instrumen penelitian meliputi panduan wawancara semi-terstruktur, lembar observasi terarah, dan aplikasi analisis data untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam aktivitas mereka. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan tematik, yang bertujuan mengeksplorasi keterkaitan antara aktivitas digital mereka dengan perubahan identitas sosial dan pengaruhnya terhadap dinamika keluarga dan komunitas. Penelitian ini dilaksanakan selama Oktober hingga Desember 2023 di Kota Pontianak, dengan harapan dapat memberikan wawasan baru mengenai transformasi sosial di era digital melalui peran media sosial dalam kehidupan emak-emak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan beberapa temuan utama mengenai fenomena emak-emak sebagai konten kreator di media sosial. Berdasarkan wawancara mendalam dengan 10 responden yang aktif di platform Instagram, YouTube, dan TikTok, ditemukan bahwa mayoritas emak-emak mulai terlibat dalam pembuatan konten sebagai cara untuk mengisi waktu luang, memperkenalkan keterampilan, serta mendapatkan penghasilan tambahan. Konten yang mereka hasilkan beragam, mulai dari kuliner, parenting, hingga kecantikan. Mayoritas responden memiliki pengikut yang cukup banyak,

dengan angka pengikut berkisar antara 5.000 hingga 50.000 orang. Meskipun sebagian besar responden memulai aktivitas ini dengan niat sebagai hobi, sebagian besar akhirnya menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama atau sampingan.

Selanjutnya, hasil observasi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap cara pandang responden terhadap peran mereka dalam keluarga dan komunitas. Sebagian besar responden merasa bahwa mereka telah mengubah citra tradisional sebagai ibu rumah tangga menjadi sosok yang lebih dinamis dan produktif. Di sisi lain, beberapa responden melaporkan adanya kesulitan dalam menyeimbangkan antara peran domestik dan kegiatan mereka sebagai konten kreator, terutama terkait waktu yang harus dibagi antara keluarga dan pekerjaan digital. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam menjalani kehidupan digital tanpa mengabaikan tanggung jawab keluarga.

Melalui analisis konten, ditemukan bahwa sebagian besar responden membangun citra diri mereka sebagai pribadi yang kreatif dan inspiratif. Konten yang mereka unggah sering kali bertujuan untuk berbagi tips kehidupan sehari-hari, seperti cara memasak atau merawat anak, yang diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada audiens. Beberapa emak-emak juga mengusung tema keberagaman dan inklusivitas, menampilkan konten yang mencerminkan kehidupan keluarga mereka dengan cara yang lebih fleksibel dan terbuka terhadap perubahan sosial. Hal ini menggambarkan bagaimana media sosial memungkinkan mereka untuk mendefinisikan ulang identitas diri yang tidak hanya terbatas pada peran tradisional.

Selain itu, ditemukan bahwa sebagian besar responden mengungkapkan adanya perubahan dalam hubungan sosial mereka, baik dalam keluarga maupun di komunitas. Keterlibatan dalam media sosial memberikan mereka kesempatan untuk berinteraksi dengan berbagai individu, yang tidak hanya memperluas jaringan sosial, tetapi juga memperkaya perspektif mereka mengenai kehidupan di luar rumah tangga. Namun, meskipun demikian, sebagian besar responden juga mengungkapkan adanya rasa kecemasan terkait dampak negatif dari terlalu banyaknya waktu yang dihabiskan untuk media sosial, seperti berkurangnya waktu untuk berinteraksi langsung dengan anggota keluarga, terutama anak-anak.

Temuan ini sejalan dengan teori tentang perubahan sosial dan identitas yang dikemukakan oleh (Radwan, 2022), yang menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk mendefinisikan ulang identitas mereka, baik secara pribadi maupun dalam konteks sosial. Dalam hal ini, fenomena emak-emak sebagai konten kreator mencerminkan pergeseran dalam peran sosial perempuan di Indonesia, yang semula terbatas pada ruang domestik, kini mulai mengarah ke ranah publik digital. Temuan ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang bagi

perempuan untuk mengekspresikan diri dan memperluas pengaruh mereka di luar keluarga (Indranila, 2022).

Namun, meskipun media sosial memberi kesempatan bagi emak-emak untuk memperluas ruang lingkup identitas mereka, beberapa responden melaporkan adanya ketegangan antara nilai-nilai tradisional yang mereka anut dan tuntutan dari dunia digital. Sebagian merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi audiens yang sering kali mengharapkan konten yang lebih sering dan lebih bervariasi. Ketegangan ini juga menciptakan dilema bagi emak-emak dalam mempertahankan keseimbangan antara memenuhi ekspektasi audiens dan tetap setia pada nilai-nilai pribadi yang mereka pegang. Oleh karena itu, temuan ini juga menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberi kebebasan dalam berekspresi, ia juga membawa tantangan baru terkait tekanan sosial dan pengaruh luar (Mufidah, 2023; Yang, 2022).

Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam mengenai bagaimana fenomena emak-emak sebagai konten kreator tidak hanya mengubah cara perempuan berinteraksi dengan teknologi, tetapi juga berperan dalam perubahan struktur sosial keluarga dan komunitas. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya memberikan dukungan kepada perempuan untuk memanfaatkan media sosial secara positif, sambil menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan digital. Penelitian ini juga memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pembuat kebijakan dalam merancang program yang mendukung pemberdayaan perempuan melalui media sosial tanpa mengabaikan nilai-nilai sosial dan budaya yang ada.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran media sosial dalam transformasi sosial emak-emak di Kota Pontianak. Meskipun beberapa hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis awal, seperti adanya tantangan dalam menyeimbangkan peran domestik dan dunia digital, temuan ini tetap memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika yang terjadi antara tradisi dan modernitas di kalangan emak-emak konten kreator. Temuan ini menjadi kontribusi penting dalam studi tentang peran perempuan dalam masyarakat digital dan memberikan arahan untuk penelitian lebih lanjut di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fenomena emak-emak sebagai konten kreator di media sosial di Kota Pontianak telah membawa transformasi signifikan dalam pembentukan identitas sosial mereka, yang semula terbatas pada peran tradisional sebagai ibu rumah tangga kini mulai berkembang menjadi sosok yang lebih dinamis dan produktif. Aktivitas mereka di platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok tidak hanya memperluas jaringan sosial, tetapi juga membuka peluang untuk

memperkenalkan keterampilan dan mendapatkan penghasilan tambahan. Meskipun demikian, tantangan dalam menyeimbangkan peran domestik dan kegiatan digital tetap menjadi persoalan utama. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun media sosial memberikan kebebasan berekspresi, ia juga membawa tekanan sosial yang dapat memengaruhi keseimbangan hidup mereka. Sebagai rekomendasi, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi lebih dalam tentang dampak jangka panjang dari keterlibatan emak-emak dalam media sosial, serta bagaimana kebijakan dapat mendukung pemberdayaan perempuan dalam konteks digital tanpa mengabaikan nilai-nilai sosial yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Agushybana, F. (2016). Influence of husband support on complication during pregnancy and childbirth in Indonesia. *Journal of Health Research* , 30(4), 249–255.
- Anderson, K., Faulkner, S., Kleinman, L., & Sherman, J. (2017). Creating a Creators' Market: How Ethnography Gave Intel a New Perspective On Digital Content Creators. *Ethnographic Praxis in Industry Conference Proceedings*, 2017(1), 425–443. <https://doi.org/10.1111/1559-8918.2017.01162>
- Creswell, J. W. , & P. C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Faircloth, C. (2009). Mothering as Identity-Work: Long-Term Breastfeeding and Intensive Motherhood. *Anthropology News*, 50(2), 15–17. <https://doi.org/10.1111/j.1556-3502.2009.50215.x>
- García-Favaro, L. (2016). From Producers to Shareaholics: Changing Models of Reader Interaction in Women's Online Magazines. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 14(2). <https://doi.org/10.31269/triplec.v14i2.748>
- Hilbert, M. (2020). Digital technology and social change: the digital transformation of society from a historical perspective . *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 22(2), 189–194. <https://doi.org/10.31887/DCNS.2020.22.2/mhilbert>
- Indranila, A. (2022). Social Media as a Counter Space for the Motherhood Community in Creating Counter-Hegemony. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v11i2.1030>
- Jorge, A., Garcez, B., Janiques de Carvalho, B., & Coelho, A. M. (2023). Parenting on Celebrities' and Influencers' Social Media: Revamping Traditional Gender Portrayals. *Journalism and Media*, 4(1), 105–117. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010008>
- Melonashi, E. (n.d.). *Social Media and Identity* (pp. 62–83). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1868-6.ch004>

- Mufidah, M. K. (2023). Peran Content Creator Media Sosial dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi di Era Endemi Covid-19. *Jurnal Dinamika*, 4(1), 33–52. <https://doi.org/10.18326/dinamika.v4i1.33-52>
- Radwan, M. (2022). Effect of social media usage on the cultural identity of rural people: a case study of Bamha village, Egypt. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 248. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01268-4>
- Sahlin, J. P. (2015). *Social Media and the Transformation of Interaction in Society*.
- Smadi, A. A. M., al-Qudah, B. A. M., & Abd Wahid, N. (2020). Family In Talent And Creativity Development. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 5(35), 215–224. <https://doi.org/10.35631/IJEPC.5350019>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alvabeta.
- Tron, C. (2020). Considering the Web as a Digital Public Space. *Proceedings of the 3rd International Conference on Web Studies*, 16–21. <https://doi.org/10.1145/3423958.3423963>
- Waldenburger, L., & Wimmer, J. (2023). Digital Media Use In Public Space – An Observational Study Of Self-Service Technology During Covid19-Pandemic. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2022i0.13105>
- Wulandari, B. D., & Arvianti, I. (2018). The Ideology Of Gender Differences In Indonesian Culture. *ETERNAL (English Teaching Journal)*, 7(2). <https://doi.org/10.26877/eternal.v7i2.2159>
- Yang, K. (2022). Digital Contents Creators' Work-Life Balance and Boundary Work: Grounded Theoretical Analysis of Webtoonists' Experience. *Korean Academy of Organization and Management*, 46(4), 167–193. <https://doi.org/10.36459/jom.2022.46.4.167>
- Yu, J., Widman, S., & Roque, R. (2023). Family Negotiation in Joint Media Engagement with Creative Computing. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15. <https://doi.org/10.1145/3544548.3580667>
- Yulianti, K., Denessen, E., & Droop, M. (2019). Indonesian Parents' Involvement in Their Children's Education: A Study in Elementary Schools in Urban and Rural Java, Indonesia. *School Community Journal*, 29(1), 253–278.