



**ANALISIS KOMUNITAS VIRTUAL IBUSIBUK
SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**OLEH:
DEANISA RAHMANI
55221120047**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Deanisa Rahmani
NIM : 55221120047
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisis Komunitas Virtual Ibusibuk sebagai Upaya
Pemberdayaan Perempuan

Jakarta, 23 Februari 2024

Dosen Pembimbing



(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Analisis Komunitas Virtual Ibusibuk sebagai Upaya
Pemberdayaan Perempuan
Nama : Deanisa Rahmani
NIM : 55221120047
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media
Tanggal : 23 Februari 2024

Jakarta, 23 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budiarto, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si)
3. Pembimbing :
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)



(.....)
(.....)
(.....)

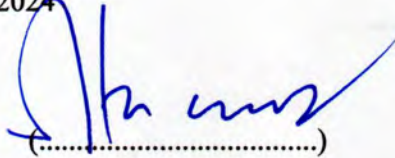
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Analisis Komunitas Virtual Ibusibuk sebagai Upaya
Pemberdayaan Perempuan
Nama : Deanisa Rahmani
NIM : 55221120047
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media
Tanggal : 23 Februari 2023

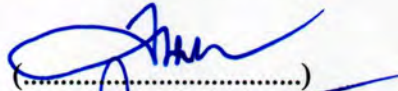
Jakarta, 23 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budiarto, M.Si)



(.....)

2. Penguji Ahli :
(Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si)



(.....)

3. Pembimbing :
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)



(.....)

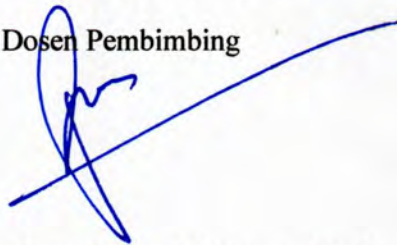
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Deanisa Rahmani
NIM : 55221120047
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisis Komunitas Virtual Ibusibuk sebagai Upaya
Pemberdayaan Perempuan

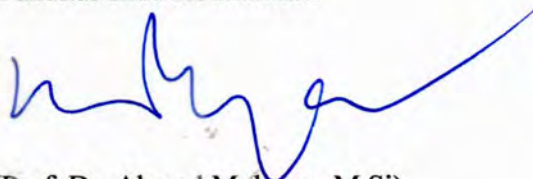
Jakarta, 23 Februari 2024

Dosen Pembimbing



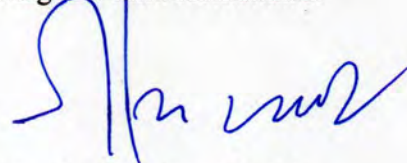
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budiarto, M.Si)

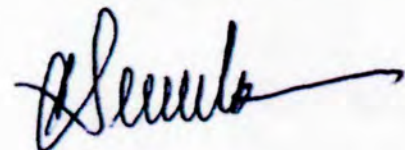
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Deanisa Rahmani
NIM : 55221120047
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Analisis Komunitas Virtual IbuSibuk sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 15 Februari 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 18%

Jakarta, 15 Februari 2024
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Komunitas Virtual Ibusibuk sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan
Nama : Deanisa Rahmani
N I M : 55221120047
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 23 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 23 Februari 2024



(Deanisa Rahmani)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT penulis panjatkan, atas segala karunia dan ridho-Nya, sehingga tesis dengan judul “*Analisis Komunitas Virtual IbuSibuk Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan*” dapat diselesaikan. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar magister ilmu komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penelitian ini bermula dari fakta bahwa setelah menikah, perempuan menginginkan kesibukan atau pekerjaan yang fleksibel. Di mana, perempuan ingin bekerja dan mengaktualisasi diri, tetapi juga ingin tetap melihat tumbuh kembang anak-anaknya. Pandemi covid-19 pada tahun 2020 menjadi katalisator dari munculnya pekerjaan-pekerjaan yang dapat dilakukan secara *fleksibel* di rumah. Perkembangan teknologi yang semakin mumpuni juga menjadikan keinginan ini menjadi suatu kenyataan. Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana caranya? Bagaimana seorang perempuan bersahabat dengan teknologi yang akhirnya memberdayakan perekonomian mereka?

Berangkat dari hal ini, penulis melihat bahwa perlu adanya kajian mendalam mengenai interaksi yang terjalin dalam dunia maya, terutama pada sebuah komunitas virtual yang ada di media sosial. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan khususnya pada komunikasi pembangunan, terutama berkaitan dengan pemberdayaan digital. Penelitian ini juga diharapkan menjadi sumbangsih pengembangan pada teori CMC (*Computer Mediated Communication*) sebagai payung teori komunikasi yang di mediasi oleh

komputer. Penelitian ini menggunakan metode netnografi, sehingga peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memperkaya analisis pendekatan kualitatif dengan metode netnografi dan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sejenis, khususnya dalam perspektif ilmu komunikasi.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus, pada kesempatan ini Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rizki Briandana, S.Sos, M.Comm., Ph.D sebagai dosen pembimbing yang telah mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga akhir.
2. Keluarga tercinta, Rifky Wahyu Ramadhan, dan Erlangga Zafran Hakim, yang dari merekalah banyak waktu keluarga diambil selama penulis menyelesaikan studi. Terima kasih atas segala cinta yang diberikan.
3. Ayahanda Bambang Wiratmo, dan Ibunda Ratna Sari, Dwita Indah Sari dan Rizki Gencar Prakarsa, adik-adikku, terima kasih karena selalu memberikan dukungan selama menyelesaikan studi.
4. Rasa terima kasih ini tidak lupa disampaikan untuk rekan-rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyelesaian tesis ini.

5. Tidak lupa, rasa terima kasih kepada keluarga besar Komunitas IbuSibuk yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan bantuannya selama penyelesaian tesis ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu, yang selalu mendukung dalam proses penyelesaian tesis.

Rangkasbitung, 16 Februari 2024



Deanisa Rahmani

55221120047



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
ABSTRCT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teori.....	32
2.2.1 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	32
2.2.2 <i>Cyberspace</i>	33
2.2.3 Media Sosial.....	34
2.2.4 Komunitas Virtual.....	35
2.2.5 Interaktivitas.....	38
2.2.6 Pemberdayaan Perempuan.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Paradigma Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49

3.3 Subjek dan Objek Penelitian	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.6 Keabsahan Data	60
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Interaktivitas	66
4.2.2 Peran Anggota	81
4.2.3 Upaya Pemberdayaan Komunitas Virtual IbuSibuk.....	88
4.3 Pembahasan.....	109
4.3.1 Interaktivitas Anggota pada Upaya Pemberdayaan Komunitas Virtual Ibusibuk	109
4.3.2 Peran Anggota dalam Upaya Pemberdayaan	119
4.3.3 Pola Komunikasi Komunitas Virtual IbuSibuk.....	120
4.3.4 Komunitas Virtual IbuSibuk sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan.....	125
BAB V.....	142
PENUTUP.....	142
5.1 Kesimpulan	142
5.2 Saran	143
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia 1998-2023.....	2
Gambar 1.2 Awal bergabung dengan Komunitas IbuSibuk.....	5
Gambar 2.1 Tipologi Komunitas Virtual tingkat pertama, Porter (2004)	36
Gambar 2.2 Pola Komunikasi Jaringan.....	44
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3.1 Tahapan Metodologis dan Prosedur Studi Netnografi (Kozinet, 2010)	51
Gambar 3. 2 Triangulasi “sumber” pengumpulan data. (Satu teknik pengumpulan data pada bermacam-macam sumber data A,B,C).....	61
Gambar 4.1 Ikon Ibusibuk dalam platform Orami.....	62
Gambar 4.2 Platform Ibusibuk di <i>Telegram</i> dan <i>Instagram</i>	64
Gambar 4.3 Komunitas Orami <i>Circle</i>	67
Gambar 4.4 Alasan bergabung dengan IbuSibuk (Sumber: Olahan peneliti)	77
Gambar 4.5 Pesan penipuan pada platform telegram.....	78
Gambar 4.6 Pemindahan grup IbuSibuk Affiliate dari telegram ke <i>Whatsapp</i>	79
Gambar 4.7 Interaksi antar anggota terkait penipuan di komunitas IbuSibuk.....	79
Gambar 4.8 Informasi peraturan grup dan nomor resmi tim IbuSibuk untuk mencegah penipuan.....	83
Gambar 4.9 Aturan jumlah pesan terbanyak untuk pemenang <i>The Most Interactive Member (TMIM)</i>	86
Gambar 4.10 Perubahan aturan pemenang <i>The Most Interactive Member (TMIM)</i> menjadi <i>voting</i>	86
Gambar 4.11 Contoh <i>campaign self development</i> IbuSibuk <i>Academy</i>	89
Gambar 4.12 Deskripsi <i>campaign</i> dan tugas IbuSibuk <i>Academy</i>	90
Gambar 4.13 <i>Voting</i> dan informasi pemenang pada program IbuSibuk Idol pada akun <i>Instagram</i> Komunitass IbuSibuk	91
Gambar 4.14 Ibu mentor beserta peserta IbuSibuk <i>Next Top Influencer</i>	93
Gambar 4.15 Pengumuman <i>Influencer of the week</i> dan pemenang IbuSibuk <i>Next Top Influencer</i>	94

Gambar 4.16 Undangan mengikuti program dan webinarnya	95
Gambar 4.17 Grup <i>whatsapp 30 days challenge</i>	96
Gambar 4.18 Google form submit tantangan program	96
Gambar 4.19 Evaluasi dari admin (tim IbuSibuk)	97
Gambar 4.20 Studi kasus konten kurang menarik	97
Gambar 4.21 Studi kasus konten menarik	98
Gambar 4.22 Diskusi terarah setelah evaluasi konten	99
Gambar 4.23 Link absensi evaluasi dan <i>feedback</i>	99
Gambar 4.24 Sharing ilmu antar peserta <i>challenge</i>	101
Gambar 4.25 Saling memberi dukungan antar peserta <i>challenge</i>	101
Gambar 4.26 Pengumuman pemenang <i>challenge 30 days make over</i>	103
Gambar 4.27 Program IbuSibuk <i>Master Class</i>	104
Gambar 4.28 Program IbuSibuk <i>Level Up</i>	104
Gambar 4.29 Proses Kegiatan <i>Campaign Pengembangan Diri</i>	106
Gambar 4.30 Program <i>Welcoming Member IbuSibuk</i>	107
Gambar 4.31 Proses Kegiatan <i>Campaign Brand</i>	108
Gambar 4.32 Interaksi Pada Program <i>Campaign Brand</i>	108
Gambar 4.33 Penulisan Menjadi Bagian dari IbuSibuk pada Akun Media Sosial	111
Gambar 4.34 <i>Link short cut</i> pada Instagram Komunitas IbuSibuk.....	111
Gambar 4.35 Interaktivitas Anggota IbuSibuk dengan Aplikasi Orami.....	112
Gambar 4.36 Informasi <i>Job Campaign Brand</i> di <i>Instagram</i> dan Grup <i>Telegram</i> <i>Club IbuSibuk Influencer</i>	113
Gambar 4.37 Peraturan Grup <i>Telegram</i> Komunitas IbuSibuk.....	114
Gambar 4.38 Interaksi pada Grup Support	115
Gambar 4.39 Grup Support yang Terbentuk Sebagai <i>Feedback</i> dari Program Pelatihan.....	116
Gambar 4.40 Konten kolaborasi antar ibu	118
Gambar 4.41 Bergabung dengan management / komunitas lainnya.....	118
Gambar 4.42 Pola Komunikasi <i>Wheels</i> pada Grup <i>Telegram Ibusibuk Influencer</i> Program Ibusibuk <i>Talk</i> , Kuis Ceriwis, dan TTS	122

Gambar 4.43 Pola Komunikasi <i>All Channel</i> pada Grup <i>Telegram</i> IbuSibuk <i>Influencer</i> Program TMIM	122
Gambar 4.44 Pola Komunikasi Y pada Evaluasi Program Interaktif pada Grup <i>Telegram</i> IbuSibuk <i>Influencers</i>	123
Gambar 4.45 Pola Komunikasi <i>Wheels & Circle</i> pada Program Pengembangan Diri <i>30 Days Challenge Instagram & Tiktok</i>	124
Gambar 4.46 Pola Komunikasi Linier pada Program Kerjasama <i>Brand</i>	125
Gambar 4.47 <i>Campaign offline</i> IbuSibuk X <i>Social Bread</i> dan IbuSibuk X BSKIN	128
Gambar 4.48 <i>Brand Story</i> Komunitas IbuSibuk	132
Gambar 4.49 <i>Brand Mission</i> Komunitas IbuSibuk	133
Gambar 4.50 <i>Product Sample</i> Komunitas IbuSibuk	134
Gambar 4.51 <i>Community Development</i> Komunitas IbuSibuk	135
Gambar 4.52 <i>Mix Media</i> Komunitas IbuSibuk	136
Gambar 4.53 <i>Memorable Content and Packaging</i> Komunitas IbuSibuk	137
Gambar 4.54 Hubungan Interaktivitas dan Pemberdayaan Digital Komunitas IbuSibuk	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4.1 Latar Belakang Informan Penelitian	65
Tabel 4.2 Tugas Duta IbuSibuk.....	88

