

ABSTRAK

Perempuan, dalam fase kehidupannya memungkinkan dirinya akan menikah dan kemudian membentuk sebuah keluarga baru. Keadaan ini menjadi titik poin perubahan dalam hidup seorang perempuan terlebih ketika menjadi ibu. Perempuan berhadapan dengan *long distance marriage* (LDM) atau ikut merantau jauh dari sanak keluarga sehingga memutuskan untuk berhenti bekerja atau mencari pekerjaan baru yang lebih fleksibel. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan untuk berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu, salah satunya menggunakan media sosial. Pada praktiknya, saat ini, media sosial dapat menjadi wadah untuk saling berkomunikasi dan juga menambah penghasilan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh komunitas virtual Ibusibuk, serta menganalisis interaktivitas, peran anggota, dan pola komunikasi pada komunitas virtual Ibusibuk dalam upaya pemberdayaan perempuan yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) dengan paradigma konstruktivis pada pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode netnografi dengan informan yang terlibat sebanyak 11 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam prosesnya, pemberdayaan pada komunitas IbuSibuk dilakukan sesuai dengan unsur-unsur pemberdayaan digital, yaitu: *brand story, brand mission, product sample, community development, mixed media, memorable content and packaging, differentiation*. Upaya pemberdayaan yang dilakukan berupa pelatihan baik secara *online* maupun *offline*, serta pemberian akses terhadap pekerjaan sebagai *momfluencer*. Pemberdayaan pada komunitas virtual ini menerapkan interaktivitas *user to system, user to user, dan user to document* dengan pola komunikasi yang berbeda sesuai dengan tujuan komunikasinya. Interaktivitas anggota pada program pemberdayaan menjadikan kesempatan dan jaringan yang lebih luas bagi para anggotanya, serta adanya penghasilan tambahan sebagai *momfluencer*.

Kata kunci: ibusibuk, netnografi, interaktivitas, pemberdayaan digital

ABSTRACT

Women, in their phase of life, may get married and then form a new family. This situation is a point of change in a woman's life, especially when she becomes a mother. Women are faced with long distance marriage (LDM) or migrating away from relatives so they decide to stop working or find a new job that is more flexible. Current technological developments make it possible to communicate without time and space constraints, one of which is using social media. In practice, today, social media can be a place to communicate with each other and also increase income. This research aims to describe the empowerment efforts made by the Ibusibuk virtual community, as well as analyse the interactivity, roles of members, and communication patterns in the Ibusibuk virtual community in women's empowerment efforts. This research uses Computer Mediated Communication (CMC) theory with a constructivist paradigm in a qualitative approach. This research uses the netnography method with 11 informants involved. The results of this study show that in the process, empowerment in the IbuSibuk community is carried out in accordance with the elements of digital empowerment, namely: brand story, brand mission, product sample, community development, mixed media, memorable content and packaging, differentiation. Empowerment efforts are carried out in the form of training both online and offline, as well as providing access to work as a momfluencer. Empowerment in this virtual community applies user to system, user to user, and user to document interactivity with different communication patterns according to the purpose of communication. The interactivity of members in the empowerment programme makes wider opportunities and networks for its members, as well as additional income as a momfluencer.

Keywords: *ibusibuk, netnography, interactivity, digital empowerment*