



No. 7353/KOM-D/SD-S1/2025

**PENGALAMAN IBU-IBU MENGGUNAKAN FACEBOOK PRO
UNTUK MENUMBUHKAN KREATIVITAS SEBAGAI
KREATOR KONTEN DI DESA TANAH DATAR KABUPATEN
KAMPAR**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

LISA FIDYA NINGSIH

NIM. 12140322298

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Lisa Fidy Ningsih
 NIM : 12140322298
 Judul : Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:


Hari : Senin
 Tanggal : 26 Mei 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Tim Penguji

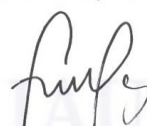
Ketua/ Penguji I,


Firdaus El Hadi. S.Sos., M.Soc.Sc., Ph.D
 NIP. 19761212 200312 1 004

Penguji III,


Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom
 NIP. 19801230 200604 1 001

Sekretaris/ Penguji II,


Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
 NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji IV,


Dr. Mardiah Rubani, S.Ag., M.Si
 NIP. 19790302 200701 2 023

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGALAMAN IBU RUMAH TANGGA DALAM MENGGUNAKAN
FACEBOOK PRO UNTUK MENUMBUHKAN KREATIVITAS
SEBAGAI KONTEN KREATOR**

Disusun oleh :

Lisa Fidya Ningsih
NIM. 12140322298

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 15 Mei 2025

Mengetahui,
Pembimbing,

Firdaus El Hadi, S.Sos., M.Soc.SC., PhD
NIP. 19761212 200312 1 004

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Lisa Fidy Ningsih
NIM : 12140322298
Judul : Pengalaman Ibu Rumah Tangga Dalam Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Konten Kreator

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 16 Januari 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata - Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Januari 2025

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026

Edison, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 15 Mei 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Lisa Fidy Ningsih
NIM : 12140322298
Judul Skripsi : Pengalaman Ibu Rumah Tangga Dalam Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Konten Kreator

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc, Ph.D.
NIP. 19761212 200312 1 004

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lisa Fidya Ningsih

NIM : 12140322298

Tempat/Tgl. Lahir : Medan, 13 Desember 2001

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi :

“Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 19 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Lisa Fidya Ningsih
NIM. 12140322298



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Lisa Fidya Ningsih

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat membuat masyarakat untuk mengikuti perubahan zaman. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah *Facebook*. Media sosial *Facebook* kini tidak hanya populer di kalangan remaja, tetapi juga di kalangan ibu-ibu yang menggunakan media sosial. Seiring dengan perkembangan teknologi, *Facebook* terus mengembangkan fitur-fitur salah satunya *Facebook Pro*. Tujuan penelitian untuk mengetahui Pengalaman ibu-ibu menggunakan *Facebook Pro* untuk menumbuhkan kreativitas sebagai konten creator di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori fenomenologi Alfred Schutz sebagai dasar pemahaman terhadap pengalaman subjektif para pengguna *Facebook Pro*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan ibu-ibu pengguna *Facebook Pro*, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan *Facebook Pro* terdiri dari pengalaman emosional, pengalaman sosial dan pengalaman tantangan. Secara pengalaman emosional ibu-ibu mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide-ide kreatif untuk konten mereka, tetapi mereka merasakan juga kepuasan ketika berhasil mendapatkan respons positif dari *audiens*. Dalam pengalaman sosial, *Facebook Pro* dapat memperluas jaringan sosial bagi ibu-ibu dan mereka merasa dikenal oleh banyak orang melalui interaksi yang terjalin dengan *audiens*. Sedangkan pengalaman tantangan yang dihadapi oleh ibu-ibu adalah membuka fitur monetisasi yang ada di *Facebook Pro* agar dapat menghasilkan pendapatan. Membuka fitur monetisasi mereka harus menciptakan konten yang menarik dan berkualitas agar dapat mengakses dan memanfaatkan fitur monetisasi tersebut.

Kata Kunci: Pengalaman Komunikasi, Facebook Pro, Fenomenologi, Kreator Konten



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Lisa Fidya Ningsih

Department : Communication Science

Title : *The Experiences of Mothers Using Facebook Pro to Foster Creativity as Content Creators in Tanah Datar Village, Kampar Regency*

The rapid development of information and communication technology has made society follow the changes of the times. One of the most widely used social media is Facebook. Facebook is now not only popular among teenagers but also among mothers who use social media. Along with technological advancements, Facebook continues to develop features, one of which is Facebook Pro. The purpose of this research is to understand the experiences of mothers using Facebook Pro to foster creativity as content creators in Tanah Datar Village, Kampar Regency. This research employs a qualitative approach using Alfred Schutz's phenomenology theory as a basis for understanding the subjective experiences of Facebook Pro users. Data collection was carried out through in-depth interviews with mothers using Facebook Pro, documentation, and observation. The research results show that the experience of using Facebook Pro consists of emotional experiences, social experiences, and challenges. In terms of emotional experience, mothers faced difficulties in developing creative ideas for their content, but they also felt satisfaction when successfully receiving positive responses from the audience. In the social experience, Facebook Pro can expand social networks for mothers, and they feel recognized by many through the interactions established with the audience. Meanwhile, the challenges faced by mothers include unlocking the monetization features available on Facebook Pro to generate income. To unlock monetization features, they need to create engaging and quality content to access and utilize those monetization features.

Keywords: *Communication experience, Facebook Pro, Phenomenological, Content Creator*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil A'lamîn, puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya untuk sumber kekuatan utama bagi penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar”**. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Strata 1 (S1) Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Dengan segenap kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan penghargaan, rasa hormat, dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE, M.Si, Ak, Ca, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II, Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Prof. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D. Bapak Dr. Masduki, M.Ag., selaku Wakil Dekan I, Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc, Ph.D., selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Intan Kemala, S.Sos, M.Si., selaku Penasehat Akademik (PA) yang sangat saya hormati yang membimbing dan membantu penulis selama perkuliahan.
5. Bapak Firdaus El Hadi, M.Soc. Sc., Ph.D, selaku pembimbing skripsi yang penulis hormati. Terima kasih kepada beliau yang sudah membimbing,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan kritik dan saran selama masa penulisan skripsi ini serta waktu yang diluangkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan secara maksimal.

6. Bapak dan ibu Dosen, pegawai dan staff seluruh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi bekal bagi penulis dan menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian dan telah membantu dan memberikan pelayanan kepada penulis dalam urusan administrasi di kampus.
7. Kepada ibu Eka Yunita, ibu Eva Rosiana, ibu Tirta Sari, ibu Eulis Budi Lestari, ibu Eka Ramadona, ibu Sulastri, dan ibu Diva selaku narasumber, penulis mengucapkan terima kasih atas partisipasinya.
8. Almarhum ibunda tercinta, Emi Rohayani terima kasih atas segala kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai. Meskipun bunda telah tiada, setiap ajaran dan cinta yang bunda berikan akan selalu menjadi kekuatan dan inspirasi bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
9. Kakek Muntako dan almarhum nenek tersayang Mainah, yang telah merawat dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil. Terima kasih atas semua cinta, perhatian, dan pengorbanan yang kakek dan nenek curahkan sepanjang hidup.
10. Kedua saudari penulis Kak Lita Apriyaningsih dan suaminya serta Kak Lily Suryaningsih dan suaminya, yang telah memberikan dukungan luar biasa dalam bentuk doa, motivasi, serta bantuan finansial yang sangat membantu dalam menyelesaikan studi ini. Kebajikan dan ketulusan yang telah diberikan menjadi dorongan besar bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
11. Seluruh warga Emissio, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan, baik dalam proses belajar, berbagi ilmu, maupun momen-momen yang menguatkan di tengah kesibukan perkuliahan.
12. Teman sekaligus sahabat, Fatimah Azahara, terima kasih atas semangat dan bantuan yang telah diberikan, baik dalam bentuk motivasi, diskusi, maupun kehadiran yang selalu menguatkan.
13. Kepada Pemilik NIM 12040310256, terima kasih atas motivasi, kesabaran serta kehadiran yang selalu menjadi penyemangat di tengah tantangan akademik yang dihadapi. Dukungan yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan do'a baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
15. Terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu diriku sendiri Lisa Fidya Ningsih. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri atas segala usaha, ketekunan, dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah dan jangan sia-siakan usaha dan do'a yang selalu kamu langitkan.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari skripsi ini, serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Pekanbaru, 15 Mei 2025

Penulis,

Lisa Fidya Ningsih
NIM. 12140322298

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Istilah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Kegunaan Penelitian.....	5
1.7 Sistematis Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengalaman Komunikasi	12
2.2.2 Media Sosial	14
2.2.3 Facebook Pro	15
2.2.4 Kreativitas	17
2.2.5 Teori Fenomenologi.....	19
2.2.6 Teori Psikologi Komunikasi	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3	Sumber Data Penelitian	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Validitas Data	29
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.7	Informan Penelitian	31
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		32
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.1.1	Struktur Organisasi Pemerintahan Desa	33
4.2	Gambaran Umum Facebook Pro	34
4.2.1	Fitur-Fitur Facebook Professional	34
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
5.1	Hasil Penelitian.....	38
5.1.1	Motif	39
5.1.2	Makna	45
5.1.3	Pengalaman	49
5.2	Pembahasan	56
5.2.1	Motif.....	56
5.2.2	Makna.....	62
5.2.3	Pengalaman	64
BAB VI PENUTUP		73
6.1	Kesimpulan.....	73
6.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Nama Informan	31
Tabel 5.1 Data Nama Informan	46



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Plaform media sosial yang paling banyak digunakan (dalam jutaan)	1
Gambar 1.2 Pengguna Facebook di Indonesia (dalam jutaan dan persen)	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Lambang Kabupaten Kampar	32
Gambar 4.2 Fitur-Fitur Monetisasi Facebook Pro	36
Gambar 5.1 Promosi Jasa Jahit Oleh ibu Eva Rosiana	42
Gambar 5.2 Penghasilan yang diterima ibu Sulastri dari Facebook Pro	43
Gambar 5.3 Penghasilan yang diterima ibu Eva Rosiana dari Facebook Pro	45
Gambar 5.4 Konten Masak oleh ibu Tirta Sari	46
Gambar 5.5 Konten Komedi oleh ibu Eulis Budi Lestari	47
Gambar 5.6 Respons Audiens ibu Eva Rosiana Lewat Kolom Komentar	51
Gambar 5.7 Respons Audiens ibu Eulis Budi Lestari Lewat Kolom Komentar	51

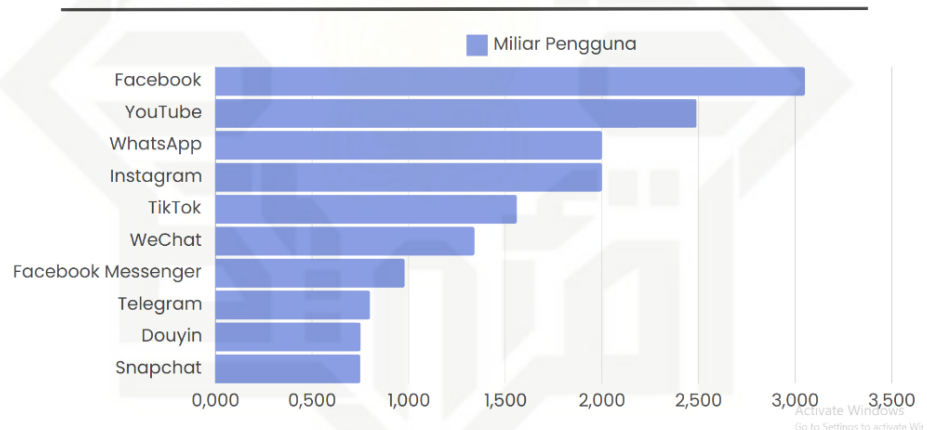
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong masyarakat untuk mengikuti perubahan zaman dengan mempermudah akses informasi dan komunikasi (N. Purba et al., 2021). Kebutuhan internet terus meningkat untuk mendukung berbagai aspek kehidupan, seperti sosial, pendidikan, dan bisnis (Pratidina & Mitha, 2023). Kehadiran media sosial telah mengubah pola interaksi sosial manusia dengan memberikan ruang berkomunikasi secara *online* yang lebih luas. (Afandi, 2019). Data yang dilansir oleh *Worldometer.com*, Indonesia dengan populasi sekitar 284 jiwa per Januari 2025, memiliki sekitar 167 juta jiwa pengguna media sosial aktif.

Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024



Gambar 1.1 Platform media sosial yang paling banyak digunakan (dalam jutaan)

Sumber: wearesocial.com (2024)

Menurut hasil *survey We Are Social* (2024) yang dikutip oleh Putri Monica, *platform* jejaring sosial yang paling banyak digunakan di dunia adalah *Facebook* dengan 3,05 miliar pengguna aktif di tahun 2024. *YouTube* dengan jumlah pengguna aktif 2,49 miliar, *WhatsApp* dan *Instagram* memiliki 2 miliar total pengguna aktif, *TikTok* dengan jumlah pengguna aktif 1,56 miliar pengguna, *WeChat* pengguna hingga 1,34 miliar, *Facebook Messenger* dengan 979 juta pengguna, serta *Telegram* yang penggunanya mencapai 800 juta, *Douyin* total 752 juta pengguna, dan *Snapchat* pengguna aktifnya mencapai 750 juta.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Facebook tidak hanya populer di kalangan remaja, tetapi juga di kalangan ibu-ibu. Penggunaannya *Facebook* dapat memberikan dampak positif berupa kemudahan interaksi, sarana bisnis dan ruang berkreativitas, namun juga berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti kecanduan, menjauhkan hubungan dengan orang terdekat dan potensi munculnya gosip akibat unggahan pribadi (N. Susanti & AlFurqan, 2022).



Gambar 1.2 Pengguna Facebook di Indonesia (dalam jutaan dan persen)

Sumber: NapoleonCat.com (2025)

Di lansir dalam *NapoleonCat.com*, pada Januari tahun 2025 jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia terdapat 174.000.000 yang mencakup 61,2% dari seluruh populasi Indonesia. Orang berusia 25 hingga 34 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar (66.200.000). Perbedaan tertinggi antara laki-laki dan perempuan terjadi pada kelompok usia 25 hingga 34 tahun, dimana laki-laki memimpin dengan jumlah 35.900.000.

Seiring perkembangan teknologi, *Facebook* meluncurkan fitur *Facebook Pro* yang dirancang untuk membantu penggunanya, seperti ibu-ibu dalam mengelola akun bisnis secara *professional* serta mendukung kreator konten dan pelaku usaha kecil dalam mengoptimalkan kehadiran mereka di *Facebook Pro* (Facebook, 2024). Fitur ini membuka peluang baru bagi ibu rumah tangga untuk mengembangkan usaha dan kreativitas mereka.



Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dellia Mila Vernia yang berjudul “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga”, menunjukkan bahwa ada banyak faktor yang memotivasi para ibu rumah tangga menggunakan facebook diantaranya yaitu menyalurkan hobi dan mengisi waktu luang, adapun manfaat bisnis online bagi ibu rumah tangga untuk perekonomian keluarga yaitu memperoleh penghasilan untuk penunjang kebutuhan keluarga (Vernia, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa peran ibu rumah tangga mulai mengalami perubahan dalam ranah digital.

Peran ibu-ibu kini tidak lagi terbatas pada ranah domestik, melainkan juga aktif sebagai kreator konten di ranah digital (Triana & Krisnani, 2018). Pengalaman ibu-ibu dalam menggunakan *Facebook Pro* mencerminkan proses adaptasi terhadap lingkungan digital yang terus berubah, termasuk dalam memperoleh informasi, edukasi, dan peluang kreatif seperti konten tutorial dan promosi usaha kecil (Yuhandra et al., 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Denni, Irwadi dan Yessica Sardinia Purba yang berjudul “Peran Media Sosial Dalam Mendorong Kreativitas Dan Inovasi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Melalui Bisnis Rumahan”, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berperan serta dalam mendorong kreativitas dan inovasi ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga melalui bisnis rumahan (Y. S. Purba et al., 2024). Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan gagasan atau karya baru yang sudah ada sebelumnya (Ardiansyah et al., 2015). Media sosial memberikan peluang bagi individu untuk mengasah dan mengekspresikan kreativitas melalui berbagai bentuk konten seperti video, foto, dan tulisan (Ilmiah et al., 2024). Serta menyediakan ruang baru bagi ibu-ibu untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, mendapatkan penghasilan tambahan, berkreaitivitas, serta mengembangkan (Ayuni & Ramadhani, 2024).

Berdasarkan pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa banyak ibu-ibu secara aktif menggunakan *Facebook Pro* untuk menumbuhkan kreativitas, mempromosikan produk atau jasa, berbagi minat dan hobi serta berinteraksi dengan orang yang dapat membantu mengurangi rasa kesepian dan memberikan hiburan. Fenomena tersebut peneliti temukan di lingkungan Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar khususnya pada ibu-ibu pengguna *Facebook Pro*. Fenomena ini menarik karena ibu-ibu tidak hanya menggunakan *Facebook Pro* untuk berkomunikasi atau hiburan, tetapi juga



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai alat produktif dalam mengembangkan bisnis rumahan, dan membangun personal *branding*.

Meskipun *Facebook Pro* menawarkan peluang besar dalam menumbuhkan kreativitas dan produktivitas, masih sedikit penelitian yang secara mendalam mengkaji bagaimana ibu-ibu mengalami dan memaknai penggunaan media sosial ini dalam kehidupan sehari-hari. Padahal, pemahaman terhadap pengalaman subjektif ibu-ibu sangat penting untuk melihat bagaimana media sosial berfungsi sebagai ruang aktualisasi diri sekaligus sarana produktif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan mengangkat fenomena ini kedalam sebuah penelitian dengan judul “Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar”. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini berupaya untuk mengungkap makna yang diberikan oleh para ibu terhadap pengalaman tersebut, memahami motif di balik tindakan mereka, serta memaknai proses kreatif ini membentuk identitas dan kehidupan sehari-hari mereka.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian tentang “Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar” maka penulis perlu untuk memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengalaman Komunikasi

Pengalaman komunikasi adalah segala bentuk pengetahuan, pemahaman, atau kesan yang diperoleh seseorang melalui interaksi langsung dengan suatu peristiwa, situasi, atau lingkungan, pengalaman komunikasi lahir karena adanya kegiatan komunikasi (Febriansyah et al., 2024).

2. Media Sosial

Media sosial adalah *platform* atau layanan berbasis internet yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten, serta berkomunikasi dengan orang lain secara *online* (Suhairi et al., 2023).

3. Facebook Pro

Facebook Profesional atau *Facebook Pro* adalah fitur terbaru yang diperkenalkan oleh *Facebook*, salah satu media sosial terbesar di dunia.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fitur ini dirancang untuk membantu kreator konten dan pemilik bisnis dalam mengelola serta mengoptimalkan halaman mereka di *Facebook* (Facebook, 2024)

4. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, gagasan orisinal, atau solusi inovatif terhadap suatu masalah (Zubaidah, 2018).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah Bagaimana Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan masalah yang akan dibahas. Tujuannya agar tidak terlalu banyak menjelaskan dan lebih fokus. Peneliti juga membatasi objek kajian pada Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Ibu-Ibu yang tinggal di Desa Tanah Datar sp8, Kecamatan Tapung Hulu, Kabupaten Kampar, Riau dan aktif menggunakan *Facebook Pro* sebagai media sosial untuk berkreaitivitas.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan *Facebook Pro* Untuk Menumbuhkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar.

1.6 Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis untuk memperluas pengetahuan tentang penggunaan media sosial, khususnya *Facebook Pro*, terkait dengan kreativitas dan pengembangan diri.

b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi dan inspirasi bagi ibu-ibu yang ingin menjadi kreator konten.



1.7 Sistematis Penulisan

Untuk membahas secara sistematis penulisan penelitian ini, maka penulis membaginya menjadi enam bab, yaitu masing-masing bab dari sub bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memberikan gambaran umum tentang isi tugas akhir meliputi mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini tentang kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data informan peneliti, teknik pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah, visi dan misi, serta struktur organisasi

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan pada Bab IV dan saran penulis untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMIPRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Sebagai bahan untuk memperkuat penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang selaras dan dianggap relevan terkait judul penelitian “Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan Facebook Pro Untuk Menumbuhkan Kreativitas Di Desa Tanah Datar Kabupaten Kampar”. Dalam penelitian ini, penulis memilih beberapa penelitian yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Riki Rikarno dan Tri Yuliani pada tahun 2024. Jurnal ini berjudul **Fenomena "META" Di Facebook Pada Ibu-Ibu Refleksi Berkembangnya Media Sosial Sebagai Platform Informasi, Mencari Dukungan Dan Membangun Identitas**, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena “META” merupakan aplikasi platform media social yang banyak digunakan pada zaman sekarang untuk mengakses informasi yang lebih cepat diantaranya adalah facebook, instagram, tiktok, dan youtube, pencarian dukungan dan pembangunan identitas. Dengan menggunakan penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi, penelitian ini menganalisis aktivitas ibu-ibu di media Facebook, termasuk interaksi, penggunaan fitur-fitur seperti group diskusi dan penampilan diri online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu-ibu menggunakan Facebook sebagai informasi yang signifikan sebagai; Pertama, ibu-ibu menggunakan Facebook sebagai alat penting untuk menyebarkan informasi, terutama dalam lingkungan komunitas. Mereka membentuk grup komunitas, berbagi artikel dan video pendidikan, menggunakan fitur '*Event*' untuk mengatur pertemuan, serta membagikan informasi darurat. Kedua, *Facebook* menjadi tempat penting bagi ibu-ibu untuk mencari dukungan dari sesama ibu. Mereka dapat bergabung dalam berbagai grup yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, berbagi pengalaman, tips, dan saran tentang peran sebagai ibu. Ketiga, *Facebook* juga berfungsi sebagai tempat untuk membangun identitas bagi ibu-ibu. Mereka dapat mengekspresikan diri melalui profil dan postingan, terhubung dengan komunitas dan mendapatkan dukungan, mendukung peran ganda sebagai profesional dan ibu, serta memperoleh pemberdayaan dan pendidikan tentang parenting dan kesehatan keluarga (Rikarno & Yuliani, 2024). Persamaan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan Fenomena Facebook Pada ibu ibu, sedangkan perbedaannya pada di lokasi penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sintia Wewo, Mas'amah dan Yohanes K.N Lilliweri pada tahun 2019. Jurnal ini berjudul **Pengalaman Pegawai Dalam Menggunakan Facebook (Studi Fenomenologi Tentang Motif Dan Persepsi Penggunaan Facebook Oleh Pegawai Honorer Laboratorium Pengujian Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) Prov NTT)**, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan Facebook oleh Pegawai Honorer Di Laboratorium Pengujian Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Prov NTT, dan Untuk mengetahui persepsi penggunaan Facebook oleh Pegawai Honorer di Laboratorium Pengujian Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Prov NTT. Penelitian ini menggunakan metode Fenomenologi Komunikasi dengan informan yang diambil berupa sebagian Pegawai Honorer Pada Laboratorium Pengujian Dinas (PUPR) yang menggunakan facebook. Hasil penelitian dua motif dalam diri mereka yaitu motif sebab dan motif bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan komunikasi, informasi dan juga hiburan. Sedangkan persepsi informan terhadap facebook sangat baik yang disebabkan adanya selektifitas yang tinggi pada diri informan, dan facebook juga dinilai memiliki dampak positif bagi penggunanya selain itu facebook dinilai sangat menarik (Wewo et al., 2019). Persamaannya penggunaan facebook dan menggunakan pendekatan fenomenologi. Sedangkan perbedaannya adalah objek pada yang diteliti.
3. Penelitian yang dilakukan oleh David Juliawan Ndruru1, Carolus Borromeus Mulyatno, Yohanes Subali, dan Rian Antony pada tahun 2023. Jurnal ini berjudul **Pengalaman Bermedia Sosial Kaum Religius di Era Digital**, penelitian ini bertujuan untuk mendalami pengalaman kaum religius dalam bermedia sosial. Dan penelitian ini menggunakan pendekatan Studi fenomenologi ini menerapkan *Interpretative Phenomenological Analysis* dan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan data. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kaum religius sudah memiliki kecakapan bermedia sosial dengan kritis terhadap informasi, pemanfaatannya untuk menunjang pembelajaran dan pewartaan iman serta selalu memperhatikan etika berkomunikasi (Ndruru et al., 2023). Persamaan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Sedangkan perbedaannya adalah dalam, penelitian ini objek yang diteliti yaitu kaum religious.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani Wiwiek Subekti dan Cicilia Ika Wulandari pada tahun 2022. Jurnal ini berjudul **Pengalaman Perawat dalam Bermedia Sosial di Rumah Sakit Eka Hospital**, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor pengalaman perawat dalam bermedia sosial



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di rumah sakit Eka Hospital. Penelitian ini merupakan studi kualitatif fenomenologi yang dilakukan dengan wawancara mendalam pada delapan orang informan yang didapatkan dengan purposive sampling. Transkripsi dianalisis dengan menggunakan analisis Colaizzi untuk mengidentifikasi kategori dan tema. Hasil penelitian didapatkan tiga tema yaitu, gambaran penggunaan media sosial pada perawat, kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial dalam bidang kesehatan, dan etika dalam menggunakan media sosial pada bidang kesehatan. Diharapkan hasil penelitian bermanfaat bagi perawat agar menggunakan media sosial secara tepat (Wiwiek Subekti & Ika Wulandari, 2022). Persamaannya adalah menggunakan pendekatan fenomenologi. Sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitian dan objek penelitian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Sari Dewi pada tahun 2018 yang berjudul **Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang**, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial terhadap kreativitas berwirausaha mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang angkatan 2017. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan analisis data dilakukan secara deskripsi dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian penggunaan media sosial terhadap kreativitas berwirausaha mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah adalah, (1) mahasiswa lebih tertarik terhadap media sosial sebagai alat komunikasi yang menyenangkan dan efektif. Selain itu, media sosial juga bisa digunakan sebagai media berwirausaha dan berbelanja. (2) Berdasarkan tingkat presentasi pemanfaat media sosial dapat dibagi beberapa jenis yang sering digunakan oleh mahasiswa, meliputi: whatsapp, facebook, instagram dan BBM dengan, (3) peranan Media Sosial sebagai social and communication activity, receipt of information, entrepreneurship media dan social and communication, (4) Jenis wirausaha yang digeluti mahasiswa berupa kuliner, pakaian dan kosmetik, (5) bentuk kreativitas yang dihasilkan oleh mahasiswa adalah desain produk dan bagaimana berkomunikasi dalam menjual atau promosi pemasaran secara online (Ratna Sari Dewi, 2018). Persamaannya kreativitas penggunaan media social Facebook perbedaannya pada objek yaitu mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Denni, Irwadi dan Yessica Sardinia Purba pada tahun 2024 yang berjudul **Peran Media Sosial Dalam Mendorong Kreativitas Dan Inovasi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Melalui Bisnis Rumahan** penelitian ini bertujuan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mengetahui keberhasilan ibu rumah tangga dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan pendapatan keluarga melalui bisnis rumahan. Dengan menggunakan metode penelitian ini melibatkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, juga dikenal sebagai pendekatan campuran (Mixed Methods) dengan Kuesioner, wawancara, dan survei adalah metode pengumpulan data yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berperan serta dalam mendorong kreativitas dan inovasi ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga melalui bisnis rumahan. Nilai R-Square, Kreativitas (X1), Inovasi (X2), Media Sosial (Z) mampu menjelaskan Pendapatan (Y) sebesar 72.9%. Sedangkan sisanya 27.1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini dapat diartikan penggunaan media sosial berperan dalam mendorong kreativitas dan inovasi ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga melalui bisnis rumahan (Y. S. Purba et al., 2024). Persamaan dalam penelitian ini yaitu Media Sosial Dalam Mendorong Kreativitas. Persamaannya adalah objek yang diteliti yaitu ibu rumah tangga berkeaktivitas. Sedangkan perbedaannya pada metode pendekatannya yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Jessica Agustina Ropa, Mariam Sondakh dan Yuriewaty Pasoreh pada tahun 2021. Jurnal ini berjudul **Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Oleh Ibu-Ibu Guna Meningkatkan Pendapatan**, penelitian bertujuan untuk mengetahui Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Oleh Ibu-Ibu Guna Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Pada Penjual Online di Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa). Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan mewawancarai beberapa informan mengacu pada fokus penelitian. Hasil penelitian facebook yang digunakan oleh ibu-ibu sebagai media komunikasi pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan keluarga di kecamatan Kakas (Ropa et al., 2021). Persamaannya dalam penelitian ini pada objek yang diteliti yaitu ibu rumah tangga. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Hartawan pada tahun 2019, yang berjudul **Fenomena Kalangan Pengguna Media Sosial Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Kalangan Pengguna Media Sosial Facebook generasi X Di Kota Bandung)**, penelitian untuk mengetahui sejauh mana motif, tindakan dan makna dari penggunaan Media Sosial Facebook dikalangan Generasi X di Kota Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitatif dengan studi Fenomenologi. Teknik yang digunakan dalam menentukan informan atau subjek dipilih secara Purposive berdasarkan aktivitas mereka yang dianggap dapat mengeksplorasi pengalaman secara sadar. Teknik pengumpulan data diperoleh dari informan inti, ahli, akademisi dan profesional atau sumber data lainnya sebagai partisipan. Hasil penelitian menunjukkan para pengguna media sosial Facebook Generasi X memiliki motif menggunakan media sosial Facebook sebagai ikut-ikutan trend dan media berkomunikasi. Tindakan perilaku Generasi X lainnya hanya untuk mencari informasi, update status serta mengabadikan momen tertentu. Generasi X memaknai bahwa penggunaan media sosial Facebook sebagai media hiburan, ajang silaturahmi dan reuni bersama kawan lama (Hartawan, 2019). Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan fenomenologi. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu Generasi X di Kota Bandung.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Khairul Nuzuli pada tahun 2023 yang berjudul **Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga**, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui memahami bagaimana penggunaan Facebook di kalangan ibu rumah tangga di Desa Sungai Liuk, Kecamatan Pesisir Bukit, Kota Sungai Penuh. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data berbasis observasi, wawancara, dan dokumen. Informan dalam penelitian ini sebanyak 3 orang ibu rumah tangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya Ibu Rumah Tangga di Desa Sungai Liuk menggunakan Facebook sebagai wadah penunjang pekerjaan dan ekonomi keluarga, pengisi waktu luang dan hiburan, media hubung silaturahmi, media mencari informasi. Klasifikasi waktu penggunaan media sosial pada ibu rumah tangga dominan sekitar pukul 15.00 s/d 18.00, pada umumnya ibu rumah tangga di Desa Sungai Liuk rendahnya literasi dalam hal bijak bemedial sosial dan tidak semua fitur facebook digunakan (Nuzuli, 2023). Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan fenomenologi dan objek yang diteliti yaitu ibu rumah tangga. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi atau tempat penelitian yang diteliti yaitu desa sungai liuk.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Latifah Mutia Sari dan Yanuar Yoga Prasetyawan pada tahun 2023 yang berjudul **Pengalaman Informasi Remaja di Kota Semarang Menggunakan Media Sosial dalam Mengikuti Trend Korean Wave**, penelitian ini untuk mengetahui dan mengeksplorasi penggunaan media sosial dalam berinteraksi dengan tren Korean Wave oleh remaja penggemar K-Pop di Kota Semarang. Penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini bersifat kualitatif deskriptif dan metode pengambilan data yang digunakan adalah wawancara secara daring, observasi, dan dokumentasi dalam bentuk chat, voice note (pesan suara), maupun sambungan telpon dengan narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop di Kota Semarang berperan penting dalam menyebarluaskan tren Korean Wave, karena informasi tentang tren Korean Wave yang didapatkan akan disebarkan lagi melalui akun media sosial para remaja penggemar K-Pop di Kota Semarang atau melalui komunitas pencinta K-Pop online. Aplikasi media sosial yang sering digunakan oleh remaja penggemar K-Pop di Kota Semarang untuk mencari dan bertukar informasi (komunikasi) adalah Instagram, Twitter, Weverse, dan Weibo. Faktor yang mendorong remaja untuk mengikuti tren Korean Wave adalah faktor lingkungan, khususnya lingkungan pertemanan. Bentuk informasi tren Korean Wave yang disukai remaja adalah gambar, video, dan berita. Selain itu tren Korean Wave yang digemari remaja penggemar K-Pop di Kota Semarang adalah tren kecantikan, busana, bahasa, musik, dan kuliner. Tantangan yang dihadapi remaja penggemar K-Pop di Kota Semarang dalam menggunakan media sosial untuk mengikuti Trend Korean Wave adalah informasi hoax, sehingga remaja harus lebih bijak dalam mencari, menerima, dan menyebar luaskan informasi yang di dapat (L. M. Sari & Prasetyawan, 2023). Persamaan pada penelitian ini adalah pengalaman menggunakan media sosial. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah pendekatan menggunakan kualitatif deskriptif dan objeknya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengalaman Komunikasi

Pengalaman komunikasi adalah segala bentuk pengetahuan, pemahaman, atau kesan yang diperoleh seseorang melalui interaksi langsung dengan suatu peristiwa, situasi, atau lingkungan, pengalaman komunikasi lahir karena adanya kegiatan komunikasi (Febriansyah et al., 2024). Pengalaman dapat bersifat fisik, emosional, intelektual, atau sosial, dan biasanya melibatkan proses pembelajaran atau perubahan pada individu (Nurtyasrini & Hafiar, 2016). Pengalaman komunikasi merujuk pada proses interaksi di mana individu atau kelompok berbagi informasi, ide, perasaan, makna melalui berbagai saluran atau media serta pengalaman ini mencakup bagaimana seseorang merasakan, memahami, dan merespons proses komunikasi dalam situasi tertentu (Mudrik et al., 2024).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Schutz fenomenologi sebagai tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran, manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalamannya melalui proses “tipikasi” (E. Susanti & Kholisoh, 2018). Dalam bahasa fenomenologi Schutz disebut dengan “*stock of knowledge*”, proses kumpulan pengalaman tersebut kemudian mempengaruhi makna yang terkonstruksi dalam pola pikir, gerak, sikap, perilaku dan dapat diaplikasikan, diimplementasikan secara nyata dalam realitas (Toni & Lestari, 2023).

Dan Menurut Engkus Kuswarno (2006), sudut pandang fenomenologi adalah mempelajari struktur pengalaman sadar (dari sudut pandang orang pertama) serta kondisi-kondisi yang terlibat dalamnya. Oleh karena itu, fenomenologi membantu kita memahami konteks dan kondisi yang melatarbelakangi pengalaman kita. Inti dari struktur kesadaran adalah kesengajaan, yaitu bagaimana makna dan isi pengalaman terhubung langsung dengan objek yang dialami.

Makna menjadi inti dari setiap pengalaman yang dianggap bermakna. Pengalaman masa lalu, setelah ditinjau secara mendalam dan menyeluruh, dapat dianggap signifikan. Sebuah peristiwa hanya bisa dipahami sebagai sesuatu yang unik dan terpisah ketika kita melihatnya kembali dari sudut pandang masa kini.

Pengalaman Ibu-Ibu dapat terjadi karena adanya interaksi informasi yang intens antar individu lainnya. Tidak hanya itu, komunikasi dan informasi dimana seorang ibu-ibu menyampaikan pengalamannya dengan mengirimkan pesan yang terjadi antara dua orang atau kelompok dengan tujuan menciptakan pemahaman bahwa dapat saling mempengaruhi, tidak hanya memperoleh informasi baru, tetapi juga terinspirasi untuk mengembangkan kreativitas mereka.

Kreativitas menjadi kunci dalam menjembatani perbedaan pengalaman, memungkinkan pesan untuk diinterpretasikan secara unik oleh setiap individu (Rayya et al., 2023). Ketika sumber mampu menyajikan pesan dengan cara yang inovatif dan menarik, komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga memicu pemikiran kreatif pada penerima.

Pengalaman yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pengalaman kreatif yang dimiliki ibu-ibu merupakan hasil dari eksplorasi berbagai ide dan solusi dalam kehidupan sehari-hari. Setiap tantangan yang dihadapi, seperti memasak dengan bahan terbatas atau menata ulang ruang tamu, menjadi



peluang untuk berkreasi. Pengalaman-pengalaman ini membentuk suatu kerangka berpikir yang fleksibel dan adaptif, memungkinkan mereka menemukan cara-cara baru untuk menyelesaikan masalah. Pernyataan ini memberikan gagasan bahwa setiap pengalaman memiliki karakteristik yang berbeda, mencakup tekstur dan struktur yang ada dalam setiap pengalaman.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah *platform* atau layanan berbasis internet yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten, serta berkomunikasi dengan orang lain secara online (Suhairi et al., 2023). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024, lebih dari 220 juta orang merupakan pengguna internet aktif. Berdasarkan data APJII 2024, angka tersebut mewakili lebih dari 70% populasi Indonesia (Arie, 2024).

Media sosial mencakup berbagai jenis aplikasi dan situs web dengan berbagai aktivitas seperti berbagi teks, foto, video, dan audio yang dapat berkomunikasi melalui pesan atau komentar, serta membentuk komunitas atau jaringan dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama (Manurung et al., 2023). Berbagai situs jejaring sosial memudahkan pengguna untuk berbagi ide, saran, pandangan, aktivitas, informasi, acara, ajakan, dan minat dalam jaringan individu masing-masing (Muttaqin et al., 2021).

2.2.2.1 Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2016) Media sosial mempunyai karakteristik yaitu (Aditia, 2021):

- 1) Jaringan (*Network*) antar pengguna, dapat membangun dan memperluas jaringan struktur sosial dalam suatu jaringan atau di internet.
- 2) Informasi (*Information*), informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Tak seperti media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan merepresentasi identitasnya, melakukan interaksi berdasarkan informasi, menjadi komoditas yang dikonsumsi antar pengguna.
- 3) Interaktivitas (*Interactivity*), media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah, memungkinkan pengguna berinteraksi melalui komentar, pesan, dan berbagai bentuk respons lainnya.
- 4) Penyebaran (*Share/sharing*), adalah komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru. Penyebaran menjadi penting



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimedia social diantaranya upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada komunitas media social lainnya, menunjukan posisi terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarkan, konten yang disebarkan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lengkap.

2.2.2.2 Jenis-Jenis Media Sosial

Terdapat enam jenis-jenis Media social (Nasrullah, 2015), yaitu:

- 1) *Social Networking*, ialah sarana yang memungkinkan terjadinya interaksi, termasuk efek dari interaksi tersebut di dunia maya. Fitur utama situs jejaring sosial adalah pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, pembentukan jaringan pertemanan baru ini didasarkan pada minat yang sama, seperti hobi bersama. Contoh jejaring sosial seperti Facebook dan Instagram
- 2) *Blog*, merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas sehari-hari, memberikan masukan dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan lain-lain.
- 3) *Microblogging*, merupakan jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menulis dan mengunggah aktivitas dan opininya. Secara historis, jenis kehadiran media sosial ini mengacu pada tampilan yang hanya menyediakan ruang tertentu, maksimum 140 karakter. Contohnya seperti X (*Twitter*)
- 4) *Media sharing*, merupakan jenis media sosial untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar, online. Contoh media sosial tersebut adalah Youtube, Flickr, Photo-bucket atau Snapfish.
- 5) *Social bookmarking*, adalah jenis media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara *online*. Situs *social bookmarking* yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com dan diIndonesia sendiri adalah LintasMe.
- 6) Wiki atau media konten bersama adalah situs yang isinya merupakan hasil kolaborasi pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau mengedit konten yang dipublikasikan.

2.2.3 Facebook Pro

Facebook Profesional atau *Facebook Pro* adalah fitur terbaru yang diperkenalkan oleh *Facebook*, salah satu platform media sosial terbesar di dunia. Fitur ini dirancang untuk membantu kreator konten dan pemilik bisnis dalam



mengelola serta mengoptimalkan halaman mereka di *Facebook*. *Facebook Pro* yang biasa disingkat menjadi *FB Pro* menyediakan berbagai alat dan fitur yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan interaksi, *memonetisasi* konten, dan memperoleh wawasan lebih mendalam tentang *audiens* mereka dalam mengelola akun mereka, terutama untuk promosi dan pemasaran online untuk mempermudah pengelolaan konten dan bisnis secara profesional (Facebook, 2024).

Menurut David Gauntlett (2008) dalam bukunya *Media, Gender, and Identity*, menyatakan bahwa media sosial menawarkan pengalaman di mana individu dapat lebih bebas dalam membentuk identitas pribadi dan kreativitas mereka. Gauntlett menganggap bahwa media sosial memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berinteraksi, berbagi pengalaman pribadi, dan mengekspresikan diri secara lebih terbuka. Gauntlett berpendapat bahwa pengalaman di media sosial menjadi sarana penting untuk membentuk persepsi diri, terutama di kalangan anak muda dan kelompok-kelompok marginal (David, 2008).

Facebook Pro menyediakan berbagai alat dan fitur yang dirancang untuk membantu kreator konten, pemilik bisnis, dan profesional dalam mengelola halaman mereka secara lebih efektif dan memaksimalkan potensi pemasaran. Di *lansir* dari *Facebook.com* tentang mode *profesional* untuk profil di *Facebook* ada beberapa bagian Fitur *profesional*, yaitu:

- 1) *Dashboard Profesional*, memudahkan pengguna *profesional* dan bisnis untuk mengelola halaman mereka, melacak kinerja konten, dan mempelajari analisis yang lebih mendalam tentang *audiens* mereka.
- 2) Komposer postingan, pilih siapa pemirsa yang bisa melihat postingan Anda (seperti Teman atau Publik).
- 3) Dukungan Kreator, jika memenuhi syarat, Anda bisa mendapatkan bantuan dari dukungan Facebook.
- 4) Menjadi mudah ditemukan, jika memenuhi syarat untuk mengakses opsi Facebook untuk merekomendasikan konten Anda atau merekomendasikan orang tersebut untuk mengikuti profil Anda.
- 5) *Monetization Tools*, fitur untuk membantu kreator dan bisnis menghasilkan uang dari konten mereka, melalui iklan, sumbangan penggemar, atau program langganan premium.
- 6) Undang Teman untuk Mengikuti, pengikut Anda di Facebook bisa mengundang teman-teman mereka untuk mengikuti profil Anda agar jangkauan dan pemirsanya semakin luas.



2.2.4 Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, gagasan orisinal, atau solusi inovatif terhadap suatu masalah (Zubaidah, 2018). Proses kreativitas melibatkan cara berpikir yang unik dan fleksibel, di mana seseorang mampu melihat hal-hal dari perspektif berbeda, menghubungkan konsep-konsep yang tampaknya tidak terkait, serta menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Astuti Tri, 2024). Kreativitas tidak hanya terbatas pada seni atau bidang ekspresif tetapi juga mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti pengembangan ide bisnis, inovasi teknologi dan pemecahan masalah (tutorial).

Menurut Munandar (1988), kreativitas dapat dipahami sebagai sifat pribadi seorang individu (dan bukan merupakan sifat social yang dihayati masyarakat) yang tercermin dari kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru (Benedicta, 2019). Sedangkan Rogers (dalam Stenberg 1999) menjelaskan bahwa kreativitas akan terbangun jika mempunyai 3 kondisi, yaitu:

- 1) Keterbukaan terhadap pengalaman
- 2) Kemampuan untuk membaca situasi sesuai dengan ukuran pribadi
- 3) Kemampuan untuk berinovasi

2.2.4.1 Ciri-Ciri Kreativitas

Kreativitas berkaitan dengan proses berpikir seseorang, Individu yang memiliki kreativitas cenderung memiliki kemampuan berpikir yang lebih luas, yang memungkinkan mereka untuk berimajinasi dan menghasilkan ide-ide kreatif (Lestari et al., 2024). Menurut Munandar (Hamzah B. Uno dan nurdin Mohamad, 2011: 252), berpendapat bahwa indikator kreativitas sebagai berikut:

- 1) Memiliki rasa ingin tahu yang besar
- 2) Sering mengajukan pertanyaan yang berbobot
- 3) Memberikan banyak gagasan dan usul terhadap suatu masalah
- 4) Mampu menyatakan pendapat secara spontan dan tidak malu-malu.
- 5) Mempunyai atau menghargai rasa keindahan
- 6) Mempunyai pendapat sendiri dan dapat mengungkapkannya, tidak mudah terpengaruh oleh orang lain
- 7) Memiliki rasa humor yang tinggi
- 8) Mempunyai daya imajinasi yang kuat
- 9) Mampu mengajukan pemikiran, gagasan pemecahan masalah yang berbeda dari orang lain (orisinal)
- 10) Dapat bekerja sendiri
- 11) Senang mencoba hal-hal baru
- 12) Mampu mengembangkan atau merinci suatu gagasan (kemampuan elaborasi)



2.2.4.2 Jenis-jenis Kreativitas

Dalam hal kreativitas, kemampuan seseorang selalu dapat ditingkatkan, meskipun menjadi seorang jenius seperti Einstein atau Mozart mungkin tidak terwujud tanpa bakat alami, setiap orang memiliki kreativitasnya, namun dengan cara yang berbeda dan pada tingkat yang berbeda-beda (Putra, 2022).

Menurut Jeff DeGraff, seorang professor dari Michigan University membedakan kreativitas. Ada lima jenis kreativitas dari yang paling mudah hingga yang paling sulit dikuasai, yaitu:

- 1) Kreativitas Mimetik, Mimetik adalah istilah yang berasal dari bahasa Yunani Kuno yang berarti meniru. Ini merupakan bentuk kreativitas yang paling dasar. Untuk meningkatkan kreativitas mimetik, seseorang dapat mengunjungi tempat-tempat baru dan bertemu dengan orang-orang baru.
- 2) Kreativitas Biososiatif, Biososiatif adalah istilah yang diperkenalkan oleh novelis Arthur Koestler dalam bukunya yang terkenal, *The Art of Creation*, untuk menggambarkan bagaimana pikiran sadar kita, ketika rileks, dapat menghubungkan rasionalitas dengan intuisi untuk menghasilkan momen eureka. Kreativitas biososiatif terjadi ketika ide yang sudah dikenal dihubungkan dengan ide yang belum dikenal untuk menciptakan hibrida baru. *Brainstorming* adalah contoh yang sangat baik dari kreativitas biososiatif.
- 3) Kreativitas Analogi, analogi menggunakan analogi untuk mentransfer informasi. Analogi adalah jembatan yang memungkinkan proses kognitif kita dengan cepat mengangkut kumpulan informasi dari yang tidak diketahui ke yang diketahui, dan sebaliknya. Analogi juga dapat digunakan untuk mengganggu pemikiran yang terikat kebiasaan untuk memberi jalan bagi ide-ide baru. Mengembangkan kreativitas analogis melalui metode “teman khayalan” di mana membayangkan apa yang mungkin dikatakan atau dilakukan seseorang jika dihadapkan pada tantangan tertentu.
- 4) Kreativitas *Naratologis*, *naratologis* pada dasarnya adalah seni bercerita. Kisah hidup pribadi kita dapat dianggap sebagai bentuk terakhir dari kreativitas naratologis, ketika kita menemukan dan mengisahkan kembali perjalanan hidup kita. Meningkatkan kreativitas naratologis dengan berlatih seni bercerita atau dengan terlibat dalam pembuatan skenario untuk menggambarkan kemungkinan-kemungkinan tindakan yang dapat terjadi.
- 5) Kreativitas *Intuitif*, tingkat kreativitas yang paling tinggi dan paling menantang sering dikaitkan dengan tradisi spiritual dan kebijaksanaan. Di sini, kreativitas menjadi lebih besar dan mungkin melampaui diri kita, ia



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melampaui individualitas kita. Ada berbagai metode untuk membebaskan dan menenangkan pikiran, seperti meditasi, yoga, dan nyanyian. Inti dari metode ini adalah untuk mengalihkan dan merilekskan pikiran, menciptakan keadaan aliran kesadaran di mana ide-ide muncul dengan mudah.

2.2.5 Teori Fenomenologi

Teori fenomenologi adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan berbagai fenomena yang dialami manusia sebagaimana tampak di depan mata, tanpa berusaha mencari penyebab dari fenomena tersebut. Dalam pendekatan ini, yang menjadi fokus adalah bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman dirasakan dan dimaknai secara langsung oleh individu. Fenomenologi kini dikenal tidak hanya sebagai aliran filsafat, tetapi juga sebagai metode berpikir yang digunakan dalam penelitian untuk menggali makna subjektif dari pengalaman seseorang secara mendalam dan menyeluruh (Nurhadi et al., 2022).

Teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz adalah pendekatan yang berfokus pada bagaimana individu memahami dan memberikan makna terhadap pengalaman hidup mereka dalam konteks dunia sosial (Manggola & Thadi, 2021). Pada analisis dan deskripsi kehidupan sehari-hari sebagaimana yang disadari oleh individu, untuk mengungkap kenyataan sosial melalui kesadaran subjektif seseorang, Schutz juga menekankan bahwa pemahaman terhadap tindakan manusia dapat diperoleh melalui refleksi atas perilaku, dan makna dari tindakan tersebut bisa dipahami melalui motif yang mendasarinya (Reza Herlambang & Machfud Fauzi, 2024).

Teori fenomenologi oleh Alfred Schutz, inti pemikirannya adalah bagaimana memahami tindakan sosial yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang melalui penafsiran (Kamil Rajib, Siti Nursanti, 2022). Untuk menggambarkan seluruh tindakan seseorang, maka Schutz mengelompokkan dalam tiga konsep, yaitu:

1. Motif

Fenomenologi merupakan pendekatan yang bisa memahami dan menginterpretasikan sebuah motif, tindakan yang tersembunyi disebuah kesadaran individu. Sehingga motif yang tersembunyi tersebut dapat terungkap dan dipahami oleh individu lain (Rohmah & Legowo, 2014). Setiap tindakan manusia pada dasarnya didorong oleh suatu motif, baik yang disadari maupun tidak disadari, yang memengaruhi gerak dan dinamika kehidupan manusia, ini mengacu pada tipe-tipe tindakan, perilaku, ucapan, kepribadian serta berbagai cara dalam mengungkap segala fenomena (Hermawan et al., 2022). Sehingga Schutz membagi dua motif, yaitu:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Motif Karena (*Because Of Motives*), merujuk pada alasan atau yang melatarbelakangi tindakan seseorang berdasarkan pengalaman masa lalu, Dengan kata lain, *because of motive* mengacu pada pengalaman individu yang telah dialami sebelumnya. Dalam hal ini, tindakan tidak berfokus pada tujuan masa depan, melainkan dijelaskan berdasarkan sebab-sebab yang terjadi di masa lalu (Naseem Alwi et al., 2021).
- 2) Motif Tujuan (*In order to motive*), merujuk pada harapan atau tujuan seorang individu yang melakukan sesuatu demi mencapai hasil yang diinginkan. Hal ini menggambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan setiap individu (Wardani & Sudrajat, 2021).

Motif karena (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*) saling melengkapi dalam menjelaskan tindakan manusia (L. N. Sari & Susilawati, 2022). Motif karena (*because of motive*) merupakan faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu, yang mengacu pada alasan retrospektif yang berkaitan dengan pengalaman masa lalu. Sedangkan motif tujuan (*in order to motive*) menggambarkan tindakan proaktif yang bertujuan untuk mencapai sesuatu di masa depan (Hafifa & Harianto, 2017). Keduanya memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana individu mengartikan tindakan mereka, baik dari pengalaman dan alasan yang berasal dari masa lalu maupun yang didorong oleh harapan dan tujuan masa depan.

2. Makna

Makna dalam pandangan fenomenologi Alfred Schutz, adalah hasil dari pemahaman individu terhadap pengalaman dan tindakan mereka. Makna ini tidak secara langsung melekat pada suatu objek atau kejadian, melainkan dibentuk oleh bagaimana seseorang memandang dan merasakan dunia di sekitarnya (Wita & Mursal, 2022). Makna menunjukkan atau penggambaran, sedangkan masa depan karena apa yang dilibatkan adalah perkiraan, prediksi, atau antisipasi (Supraja, 2015). Makna yang terbentuk dari setiap interaksi tidak terlepas dari latar belakang kehidupan individu. Proses pemaknaan ini menciptakan sistem relevansi yang mengarahkan interaksi dengan lingkungan sekitar (Nindito, 2013).

Alfred Schutz menekankan bahwa makna yang dibangun oleh individu selalu terjalin dengan pengalaman orang lain dalam konteks sosial, sehingga kesadaran tidak dapat dipahami hanya dalam dimensi solipsistik atau tertutup, melainkan sebagai bagian dari realitas yang lebih luas dan saling berhubungan (Arianto & Handayani, 2024).



3. Pengalaman

Pengalaman adalah dasar dalam cara individu memaknai dunia sosial mereka. Bagi Schutz pengalaman bersifat subjektif atau berdasarkan pandangan pribadi dan dipengaruhi oleh latar belakang, harapan, serta interaksi sosial setiap individu. Artinya opini, penilaian, evaluasi, harapan, dan pemaknaan subjek terhadap fenomena yang dialaminya (Nuryana et al., 2019).

Pengalaman akan suatu kesadaran yang didasari kepada subjektif atau pandangan pribadi dengan keadaan-keadaan yang relevan akan suatu pengalaman. Struktur utama dari suatu pengalaman adalah kesengajaannya, bagaimana pengalaman itu diarahkan kepada maknanya akan suatu objek tertentu di dunia (Saifulloh & Ernanda, 2018).

Pengalaman ini meliputi semua aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari kegiatan rutin hingga situasi luar biasa. Setiap pengalaman, baik itu yang sederhana seperti membuat nasi goreng maupun yang kompleks seperti menghadapi krisis hidup akan dipahami melalui penglihatan subjektif yang dibentuk oleh pengalaman masa lalu, harapan masa depan, serta konteks sosial di mana individu tersebut berada. Oleh karena itu, pengalaman adalah individu secara aktif menginterpretasikan pengalamannya sehingga dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman pribadi dan langsung dengan lingkungannya menurut Schutz (Wuriyanti & Febriana, 2022).

Tujuan dari teori fenomenologi untuk menggali dan memahami pengalaman manusia secara mendalam, autentik, dan tanpa dipengaruhi oleh asumsi, serta untuk menemukan esensi dari pengalaman tersebut, baik dalam konteks individu maupun social, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana individu memberikan makna pada dunia mereka melalui persepsi, pengalaman, dan interaksi social (Maulana et al., 2024). Misalnya Pengalaman Remaja Menggunakan Media Sosial, peneliti menggali bagaimana seorang remaja memaknai penggunaan Instagram, bagaimana dia merasakan interaksi dengan teman-temannya, dan bagaimana media sosial membentuk identitas diri serta perasaan harga diri.

Dalam konteks Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan *Facebook Pro* untuk Menumbuhkan Kreativitas sebagai Kreator Konten, teori fenomenologi dapat digunakan untuk menggali makna yang diberikan ibu-ibu terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan *Facebook Pro*. Dengan pendekatan ini, kita bisa memahami bagaimana mereka memaknai kegiatan kreatif mereka, berinteraksi dengan *audiens*, dan menumbuhkan kreativitas dalam konteks dunia kehidupan mereka yang penuh dengan rutinitas rumah tangga. Fenomenologi memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



wawasan tentang bagaimana pengalaman subjektif dan sosial ibu-ibu membentuk dan mengarahkan proses kreatif mereka di media sosial.

2.2.6 Teori Psikologi Komunikasi

Teori psikologi komunikasi menurut Jalaluddin Rakhmat adalah kajian yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan proses mental dan perilaku manusia dalam berkomunikasi dengan fokus pada bagaimana faktor psikologi dalam diri individu seperti persepsi, sikap, motivasi, emosi, dan proses berpikir mempengaruhi cara seseorang menerima, menafsirkan, dan merespon pesan yang diterima (Nofiasari, 2024).

Tujuan psikologi komunikasi adalah tujuan untuk mencapai efektivitas komunikasi yang ditandai dengan pengertian, kesenangan, memengaruhi sikap, hubungan sosial baik yang tindakan menganalisis, menjelaskan, dan prediksi proses serta hasil komunikasi dengan memperhatikan faktor psikologis yang relevan (Ahmad et al., 2021). Faktor psikologis tersebut dapat berupa pengalaman, kognisi, dan perilaku individu serta karakteristik lingkungan atau situasi di mana komunikasi berlangsung (Linggi indrakusuma, 2024).

Pendekatan yang paling berguna untuk memahami hubungan diantara berbagai macam unsur diri sebagai dikenal, yang juga mempertalikan teori konsep diri ke dalam suatu wilayah yang utama dari psikologi dalam hubungannya dengan perilaku komunikasi adalah untuk memandang bahwa susnan dan unsur-unsur diri sebagai suatu organisasi dari sikap-sikap diri (Zulkarnain et al., 2020). Setiap proses komunikasi berlangsung dalam suatu kerangka psikologis yang dimiliki oleh individu sebelum berinteraksi, yang mencakup pengetahuan, pengalaman, nilai-nilai, dan norma sosial yang telah terbentuk dari interaksi sebelumnya (Sihabudin, 2011). Ketika individu berinteraksi dengan pesan atau media, mereka akan membandingkan pesan tersebut dengan psikologis yang mereka miliki. Proses ini menghasilkan pengalaman komunikasi yang dapat memperkuat, menantang, atau memperluas pemahaman dan sikap mereka terhadap pesan tersebut. Individu memegang peranan penting dalam menciptakan makna dari komunikasi yang diterimanya (Pohan & Fitria, 2021). Proses interpretasi ini dapat menghasilkan tiga konsep dari teori psikologi komunikasi Jalaluddin Rakhmat, yaitu:

1. Persepsi Dan Penguatan Sikap

Penguatan persepsi dan sikap merujuk pada proses di mana individu menerima dan memperkuat pandangan atau sikap yang sudah dimilikinya setelah berinteraksi dengan pesan komunikasi yang sesuai dengan pengalaman, dan nilai-nilai yang telah terbentuk sebelumnya. Dalam hal ini,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

individu menemukan fitur, komunitas, atau konten yang familiar dan sesuai dengan kebutuhan serta pengalaman mereka dalam berkreaitivitas (Rahmawati, 2022).

Ketika pengalaman tersebut memenuhi ekspektasi mereka, ibu-ibu cenderung merasa puas dan termotivasi karena apa yang mereka harapkan dari media sosial tersebut terkonfirmasi. Namun, penguatan ini juga bisa menyebabkan pengalaman yang terasa biasa saja jika tidak ada inovasi atau tantangan baru yang memicu perkembangan kreativitas lebih lanjut.

2. Sistem Komunikasi Intrapersonal

Sistem komunikasi intrapersonal merujuk pada proses komunikasi yang terjadi di dalam diri seseorang ketika pengalaman menerima, mengolah, dan memberi makna terhadap rangsangan atau informasi yang diterima melalui pancaindra. Proses ini melibatkan tahapan sensasi (penangkapan stimulus oleh indera), persepsi (penafsiran dan pemaknaan atas stimulus tersebut), memori (penyimpanan dan pengambilan informasi), serta berpikir (refleksi dan pengambilan keputusan). Komunikasi intrapersonal adalah dialog internal yang memungkinkan individu memahami, mengevaluasi, dan merespons pengalaman secara mental dan emosional sebelum berinteraksi dengan orang lain atau lingkungan sosialnya (Saoqillah, 2022).

Pengalaman ibu-ibu menggunakan *Facebook Pro* sebagai sarana mengekspresikan diri, menyalurkan kreativitas, serta belajar dan mengembangkan keterampilan secara mandiri, hal ini mencerminkan proses sistem komunikasi intrapersonal. Dalam proses tersebut, ibu-ibu melakukan refleksi, pemaknaan, dan pengolahan informasi secara internal yang memengaruhi sikap, motivasi, dan perkembangan pribadi mereka. Pengalaman ini tidak hanya melibatkan interaksi dengan media, tetapi juga dialog batin yang membantu mereka memahami dan mengembangkan potensi diri sebelum berinteraksi secara sosial melalui konten yang mereka ciptakan dan bagikan.

3. Sistem Komunikasi Interpersonal

Sistem komunikasi interpersonal merujuk pada proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan membangun hubungan, saling pengertian, dan mempengaruhi satu sama lain dalam konteks pribadi, sosial, maupun organisasi. Komunikasi ini melibatkan interaksi timbal balik yang bersifat dinamis, di mana setiap partisipan dapat menjadi



komunikator sekaligus komunikan, serta terdapat umpan balik yang memungkinkan penyesuaian pesan secara real-time (Puspita, 2022).

Pada pengalaman ibu-ibu menggunakan Facebook Pro melalui proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan ini, ibu-ibu tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga membangun hubungan sosial dan saling pengertian dengan para pengikut atau pelanggan mereka. Interaksi timbal balik yang dinamis terjadi melalui komentar, like, dan respon lainnya, di mana ibu-ibu berperan sebagai komunikator sekaligus komunikan. Umpan balik dari audiens memungkinkan mereka menyesuaikan konten dan strategi komunikasi secara real-time, sehingga komunikasi interpersonal menjadi kunci dalam memperkuat identitas dan keberhasilan usaha mereka di ranah digital.

4. Efek Kognitif, Afektif, dan Konatif dalam Komunikasi

Efek kognitif, afektif, dan konatif dalam komunikasi merujuk pada tiga dimensi utama dampak yang ditimbulkan oleh proses komunikasi terhadap komunikan (Triaputri & Muljono, 2022), yaitu:

1) Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah dampak yang berkaitan dengan aspek pengetahuan dan intelektualitas, seperti peningkatan kesadaran, pemahaman, pembelajaran, dan tambahan informasi yang diperoleh oleh komunikan. Contohnya, seseorang yang menonton video tutorial akan mendapatkan pengetahuan baru tentang cara melakukan sesuatu.

2) Efek Afektif

Efek Afektif adalah berhubungan dengan emosi, perasaan, dan sikap yang muncul sebagai respons terhadap pesan yang diterima. Dampak ini memengaruhi sisi emosional komunikan, seperti rasa simpati, kebahagiaan, kesedihan, atau kemarahan. Misalnya, berita tentang bencana alam dapat menimbulkan rasa iba dan empati pada penonton.

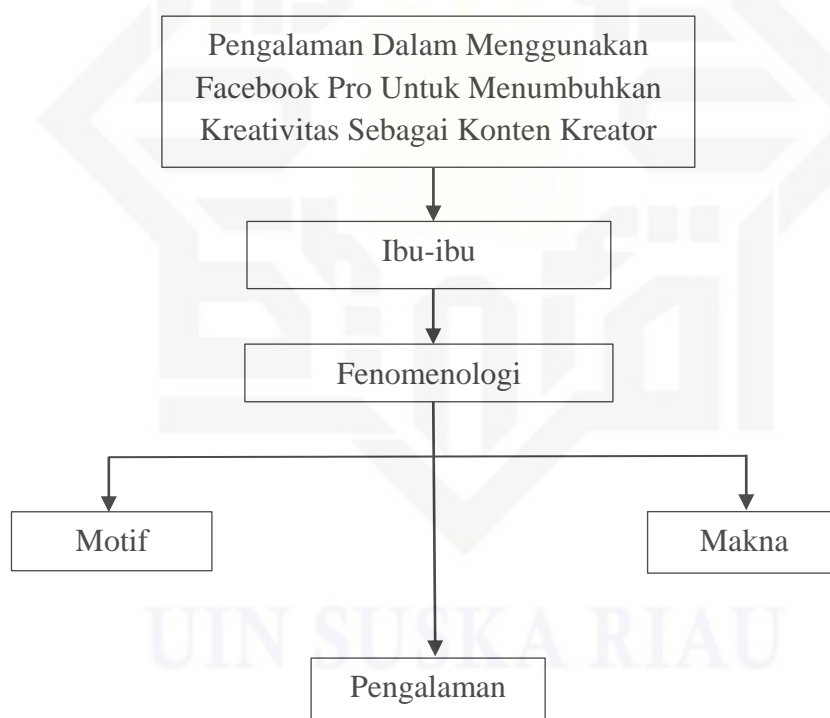
3) Efek Konatif

Efek Konatif adalah dampak yang mendorong perubahan perilaku atau tindakan nyata dari komunikan setelah menerima pesan. Efek ini merupakan hasil perpaduan dari efek kognitif dan afektif yang memunculkan niat dan aksi tertentu, seperti memberikan donasi setelah melihat berita bencana atau mengikuti resep masakan setelah menonton acara memasak.

Dengan menggabungkan konsep persepsi dan penguatan sikap, sistem komunikasi intrapersonal dan interpersonal, serta efek kognitif, afektif, dan konatif, komunikasi dimulai dari proses internal individu dalam menafsirkan dan memberi makna pada pesan (intrapersonal), yang kemudian mempengaruhi sikap dan motivasi untuk bertindak. Selanjutnya, melalui interaksi sosial (interpersonal), pesan dipertukarkan secara timbal balik dengan umpan balik yang memperkuat atau mengubah sikap dan perilaku. Hasilnya, komunikasi tidak hanya meningkatkan pengetahuan (kognitif), tetapi juga memengaruhi perasaan (afektif) dan mendorong tindakan nyata (konatif) dalam kehidupan sehari-hari.

2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan kerangka pikir adalah model atau gambaran konsep yang menunjukkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Tujuannya adalah untuk mempermudah pemahaman terhadap variabel-variabel yang akan diteliti pada tahap selanjutnya. Kerangka pemikiran berikut ini hasil olahan dari peneliti:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan dari Peneliti (2025)

Kerangka pemikiran ini menjelaskan tentang pengalaman ibu-ibu dalam menggunakan *Facebook Pro* untuk menumbuhkan kreativitas sebagai kreator konten. Keaktifan ibu-ibu dalam membuat dan membagikan konten dalam menggunakan *Facebook Pro* menjadi pelaku utama dan fokus penelitian ini. Teori

fenomenologi yang menjadi landasan dasar yang harus dipahami oleh peneliti terdiri dari beberapa konsep yang yaitu motif, makna, dan pengalaman. Dengan fenomenologi ini pemaknaan terhadap pengalaman ibu-ibu dalam menggunakan *Facebook Pro* dapat dipahami. Setelah melalui proses analisis berdasarkan teori ini, penulis memperoleh hasil mengenai bagaimana ibu-ibu memberi pengalaman terhadap kegiatan mereka sebagai kreator konten di *Facebook Pro*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sumber yang paling langsung berhubungan dengan orang, informasi, periode, atau konsep yang sedang diteliti (Elvera & Astarina, 2021). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan langsung oleh subjek penelitian.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling* sebagai berikut:

- 1) Perempuan
- 2) Ibu-ibu
- 3) Menggunakan fitur Facebook pro
- 4) Bersedia memberikan informasi terkait penelitian

Sampel merupakan ibu-ibu dengan latar belakang yang berbeda-beda yang dipilih oleh peneliti secara acak melalui kenalan peneliti.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari subjek penelitian, melainkan melalui sumber lain (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023). Penelitian sekunder menggunakan bahan yang bukan berasal dari sumber utama untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini juga dikenal sebagai penelitian kepustakaan dan sering digunakan oleh peneliti yang menerapkan metode kualitatif (M. Sari et al., 2022). Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti dokumentasi, buku, jurnal, situs web, dan sumber lainnya yang mendukung penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Maryadi, dkk (2010:14), Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama, yaitu dengan wawancara, dokumentasi, kepustakaan (Maryadi, 2010). Teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa pengetahuan tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memiliki akses ke data yang sesuai standar data yang ditetapkan (Rukin, 2019).

1) Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara tatap muka atau melalui percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan ini melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertanyaan tersebut. Tujuan dari wawancara, sebagaimana ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1988), antara lain adalah untuk membangun pemahaman tentang orang, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, kebutuhan, kepedulian, dan aspek lainnya.

2) Observasi

Observasi adalah metode pengamatan yang dilakukan dengan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang sedang dipelajari. Observasi melibatkan pengumpulan data langsung dari lapangan. Data yang diobservasi dapat mencakup gambaran tentang sikap, perilaku, tindakan, dan keseluruhan interaksi antarmanusia.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk melengkapi data selain observasi dan wawancara. Tujuan dari penelusuran dokumentasi adalah untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi dalam hal ini meliputi bukti seperti tangkapan layar (screenshot) dari korban, serta tulisan-tulisan yang relevan dengan penelitian.

3.5 Validitas Data

Validitas data sangat penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak mengandung cacat atau kesalahan (Tanjung Albar & Mulyani, 2021). Validasi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah mengumpulkan data dari berbagai sumber atau dengan berbagai metode untuk mendapatkan sudut pandang komprehensif, selain itu keterlibatan peneliti yang lebih mendalam dalam lapangan penelitian (Pugu R et al., 2024). Moelong menjelaskan bahwa triangulasi berfungsi untuk menguji keabsahan data dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai tahap penelitian lapangan, di waktu yang berbeda, dan dengan metode yang berbeda. Triangulasi dilakukan melalui tiga teknik pemeriksaan, yaitu dengan memanfaatkan sumber data, metode, dan teori. Oleh karena itu, peneliti dapat melakukan triangulasi dengan cara sebagai berikut (Moleong, 2016):

- 1) Mengajukan segala macam pertanyaan
- 2) Bandingkan data hasil observasi (pengamatan) dengan wawancara
- 3) Periksa dengan berbagai sumber data
- 4) Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan data dapat dilakukan



Dalam penelitian ini data yang diperoleh peneliti adalah data yang diambil dari hasil wawancara lebih dari satu informan untuk melihat sudut pandang yang berbeda dan dokumen pribadi subjek (jika ada). Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai.

Teori psikologi komunikasi adalah konsep yang menjelaskan bagaimana proses komunikasi dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dalam diri individu, seperti persepsi, sikap, motivasi, emosi, dan proses berpikir, sehingga dapat mempengaruhi cara seseorang menerima, menafsirkan, dan merespons pesan yang diterima (Yanti, 2021). Teori ini digunakan sebagai validitas data untuk membantu melihat ekspektasi ibu-ibu sebelum menggunakan *Facebook Pro* dibandingkan dengan realitas pengalaman ibu-ibu setelah menggunakan, hal ini sejalan dengan teori fenomenologi Alferd Schutz yang berfokus pada makna subjektif dari pengalaman individu. Dengan membandingkan harapan dan realitas ini, penelitian dapat menggali lebih dalam pemahaman subjektif ibu-ibu dan memperkuat analisis data yang diperoleh

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dihasilkan bukan hanya representatif dari pengalaman subjektif ibu-ibu, tetapi juga valid secara teoritis.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis untuk mencari dan mengumpulkan data dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, kemudian mengorganisasikan data tersebut ke dalam kategori, memecahnya menjadi unit-unit, mensintesis, mengatur menjadi pola-pola, serta memilih data yang akan digunakan dan dipelajari untuk menarik kesimpulan yang dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti dan orang lain (Majid, 2017). Dalam penelitian ini, akan digunakan teknik analisis data deskriptif, di mana semua gambaran mengenai permasalahan yang diteliti diperoleh dari wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan menurut Lexy Moelong adalah sebagai berikut (Moleong, 2016) :

- 1) Klasifikasi data dengan mengelompokkan data berdasarkan pembahasan.
- 2) Reduksi data, yakni melakukan pemeriksaan kembali terhadap data untuk mencari data yang kurang atau menghapus data yang tidak penting.
- 3) Mendeskripsikan data secara sistematis sesuai dengan pembahasan.
- 4) Menarik kesimpulan dan merangkum menjadi pembahasan yang singkat dan padat.



3.7 Informan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman serta penggunaan *Facebook Pro* di kalangan ibu-ibu. Oleh karena itu, informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive sampling*, yaitu ibu-ibu yang aktif menggunakan *Facebook Pro*. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan mereka dalam memanfaatkan fitur-fitur *profesional* yang disediakan oleh platform *Facebook*, sehingga dapat memberikan wawasan mendalam mengenai manfaat, tantangan, serta dampak penggunaan *Facebook Pro* dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Berikut informan pada penelitian tercantum didalam tabel dibawah ini:

No	Nama	Status Informan	Usia
1.	Eka Yunita	Ibu Rumah Tangga	34 Tahun
2.	Eva Rosiana	Penjahit	35 Tahun
3.	Eulis Budi Lestari	Guru	42 Tahun
4.	Tirta Sari	Pengusaha	36 Tahun
5.	Sulastri	Ibu Rumah Tangga	31 Tahun
6.	Diva	Ibu Rumah Tangga	23 Tahun
7.	Eka Ramadona	Ibu Rumah Tangga	32 Tahun

Tabel 3.1 Data Nama Informan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Tanah Datar merupakan desa yang berada di Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar, Riau. Pada tahun 1993 merupakan awal dari didirikannya Desa Tanah Datar yang diawali dari adanya transmigrasi yang merupakan program yang dibentuk oleh Presiden Orde Baru yaitu Soeharto yang merupakan proyek tahun 1987. Pada tahun 1994 merupakan batas penerimaan bagi pemukiman rakyat dimana didiami oleh penduduk trans baik transmigrasi lokal maupun transmigrasi dari pulau Jawa, dimana $\pm 80\%$ berasal dari pulau Jawa sedangkan 20% lainnya berasal dari campuran, baik itu medan dan sebagainya. Saat itu Desa Tanah Datar yang bernama Desa Tanah Putih di huni oleh warga petani PIR (Petani Inti Rakyat) yang dibina oleh KUPT dengan tanaman Kelapa Sawit. Pada tahun 1995, dengan bimbingan KUPT (Kepala Unit Pemukiman Transmigrasi) dibentuklah wadah ekonomi rakyat, yaitu Desa Tanah Datar.



Gambar 4.1 Lambang Kabupaten Kampar

Desa Tanah Datar pernah menjadi bagian dari sengketa antara Kabupaten Rokan Hulu dan Kabupaten Kampar. Namun, berdasarkan keputusan Menteri Dalam Negeri, desa ini kini masuk ke wilayah Kabupaten Kampar. Menteri Dalam Negeri Tjahjoe Kumolo memutuskan lima desa yang sebelumnya menjadi sengketa antara Kabupaten Rokan Hulu dengan Kampar yakni Desa Tanah Datar, Rimbo Jaya, Intan Jaya, Rimbo Makmur dan Desa Muara Intan masuk dalam wilayah Kabupaten Kampar. Mendagri memutuskan hal tersebut lewat Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 39 tahun 2015 tentang Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan yang diterima Pemda Kampar dan disampaikan ke pers pada 6 April 2015. Dalam Permendagri itu, disebutkan bahwa lima desa yang



sebelumnya sempat bersengketa dengan Kabupaten Rokan Hulu telah ditetapkan berada dalam wilayah Kecamatan Tapung Hulu, Kampar.

Dengan demikian, untuk satu kecamatan itu terdapat 14 desa. Selain Desa Tanah Datar, Rimbo Jaya, Intan Jaya, Rimbo Makmur dan Desa Muara Intan, juga terdapat Desa Sinama Nenek, Kasikan, Bukit Kemuning, Danau Lancang, Rimba Beringin, Sukaramai, Sumber Sari, Kasau Makmur, dan Talang Danto.

Putusan dalam Permendagri tersebut telah sesuai dengan Amar Putusan Mahkamah Agung Nomor 395K/TUN/2011 tanggal 10 September 2012 dan Surat Menteri Dalam Negeri Nomor 135.6/2779/SJ tanggal 31 Mei 2013 perihal Penegasan Batas Daerah antara Kabupaten Rokan Hulu dengan Kampar, Riau. Permendagri juga menjelaskan keputusan sesuai dengan dilakukannya pemekaran sebagian Desa Kasikan, Kecamatan Tapung Hulu yang dipayungi dengan Perda Nomor 17/2011.PMD dan Perda Nomor 22 tahun 2003.

Permendagri juga diterbitkan sesuai dengan UU Nomor 24 tahun 2013 tentang Perubahan atas UU Nomor 23 tahun 2006 tentang administrasi kependudukan, serta UU Nomor 39 tahun 2008 tentang Kementerian Negara dan UU Nomor 4 tahun 2011 tentang Informasi Geospasial serta undang-undang berkaitan lainnya. Permendagri Nomor 39 tahun 2015 tersebut juga ditandatangani oleh Mendagri Tjahjo Kumolo dan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Yasonna H Laoly (Hermanto, 2015).

4.1.1 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa

1. Kepala Desa

Kepala desa menjalankan hak, wewenang dan kewajiban pimpinan pemerintahan desa, yaitu menjalankan rumah tangganya sendiri dan merupakan penyelenggara dan penanggung jawab utama di bidang pemerintahan pembangunan dan kemasyarakatan dalam rangka menyelenggarakan urusan pemerintah desa, urusan pemerintah umum, termasuk pembinaan ketentraman dan ketertiban sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan menumbuhkan serta mengembangkan jiwa gotong royong masyarakat sebagai sendi utama pelaksanaan pemerintahan desa. Tugas seorang kepala desa yaitu, mengayomi dan melindungi dan membina masyarakat serta melaksanakan tugas dari kecamatan.

2. Sekretaris Desa

Sekretaris desa berkedudukan sebagai unsur staff pembantu kepala desa. Sekretaris desa mempunyai tugas melayani administrasi keluar masuknya surat menyurat dari atau ke instansi dan masyarakat.



3. Kepala Urusan (KAUR) Umum

Bertugas melayani pernikahan/perceraian serta membantu dan melayani musibah kematian dan memberikan dakwah dalam bidang agama islam.

4. Kepala Urusan (KAUR) Keuangan

Mengatur keluar masuknya dana yang dikelola desa baik dalam pencatatan dan pelaporan mengenai pendapatan desa, aset desa, swadaya, partisipasi, pembangunan serta administrasi desa.

5. Kepala Dusun

Membina dan mengayomi warga di wilayah dusun dan melaksanakan tugas yang diberikan oleh kepala desa demi kemajuan desa dan dusun bersama lembaga yang ada di desa termasuk LPMD, BPD Desa, dan PKK Desa.

4.2 Gambaran Umum Facebook Pro

Facebook Pro adalah tempat yang bisa membangun eksistensi publik sebagai *creator*. Dengan *Facebook Pro*, pemilik akun bisa mengakses serangkaian fitur *profesional*, produk *monetisasi* (jika memenuhi syarat), dan fitur keamanan, yang bisa membantu membangun eksistensi profesional dan komunitas global dari profil pribadi. Profil terpisah tidak akan dibuat jika mode profesional diaktifkan.

Serangkaian fitur mode *profesional* ditambahkan ke profil yang ada. Sebelumnya, alat dan fitur ini hanya tersedia di halaman. Dengan mode *profesional*, pengguna bisa menggunakan fitur *profesional* untuk membangun pengikut publik, mendulang pendapatan dari berbagai program monetisasi, dan terhubung dengan pemirsa melalui cara yang lebih bermakna. Semua itu bisa pengguna lakukan di profil *Facebook* yang di punya (Facebook, 2022).

Mode *professional* dari *Facebook* memungkinkan pengguna membangun pemirsa dari pengikut global sekaligus tetap terhubung dengan teman dan keluarga dari profil *Facebook* pribadi dari pengguna *Facebook*. Saat memposting konten publik, pengguna bisa mengakses fitur yang dirancang untuk membantu memperoleh dan berinteraksi dengan pengikut baru, yang sebelumnya hanya tersedia di halaman.

4.2.1 Fitur-Fitur Facebook Professional

1. Fitur profesional dan peluang bagi kreator

Fitur profesional di *Facebook* memberikan banyak peluang bagi kreator konten. Mode profesional memungkinkan kreator untuk



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membangun pengikut, menjangkau *audiens* lebih luas, dan bahkan menghasilkan uang melalui berbagai program monetisasi.

- 1) Dasbor professional
Mengelola fitur profesional untuk profil dan dapatkan insight tentang pengikut, jangkauan postingan, dan interaksi di postingan.
- 2) Undang teman untuk mengikuti
Pengikut dari pengguna di Facebook bisa mengundang teman-teman mereka untuk mengikuti profil pengguna agar jangkauan dan pemirsanya semakin luas.
- 3) Komposer postingan
Pilih pemirsa yang bisa melihat postingan seorang pengguna seperti teman atau publik.
- 4) Dukungan creator
Akses artikel dan sumber informasi bantuan mandiri untuk menjawab pertanyaan umum dan mengatasi masalah yang paling sering terjadi. Pemilik akun bisa melaporkan masalah dan meminta dukungan. Jika memiliki langganan verifikasi meta, pemilik akun bisa meminta dukungan dari agen obrolan langsung dengan catatan; dukungan kreator hanya tersedia dalam bahasa Inggris.
- 5) Menjadi mudah ditemukan
Pemilik akun yang memenuhi syarat untuk Facebook merekomendasikan konten atau merekomendasikan orang agar mengikuti profil anda.

2. Monetisasi Konten

Fitur lanjutan dari Facebook yang dirancang untuk membantu pengguna, terutama kreator konten dan pebisnis, dalam mengelola, mengoptimalkan, dan memonetisasi konten mereka. Jika memenuhi persyaratan kelayakan, pemilik akun bisa menggunakan profil untuk menghasilkan uang di *Facebook* dengan catatan saat ini, pengguna *Facebook* di bawah usia 18 tahun tidak memenuhi syarat untuk melakukan monetisasi.

Facebook Pro menyediakan berbagai fitur tambahan seperti analitik mendalam, akses ke program monetisasi seperti iklan instream dan bonus konten, serta alat untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan *audiens*.



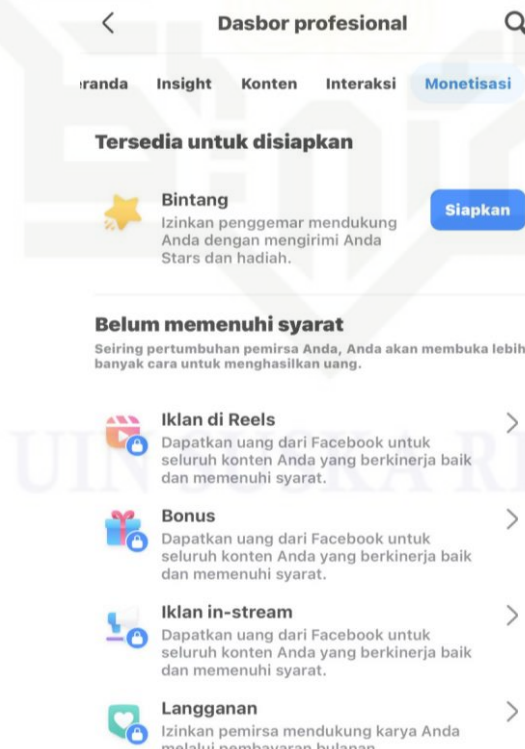
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Bintang
Fitur bintang di *Facebook*, orang-orang bisa menunjukkan apresiasi mereka. Penonton bisa membeli bintang dan mengirimkannya kepada pemilik akun di *reels*, video, siaran langsung, postingan foto, dan postingan teks public memenuhi syarat yang mengaktifkan Bintang.
- 2) Iklan di *Facebook Reels*
Tempatkan iklan langsung di *Facebook Reels* yang dibagikan oleh pemilik akun secara publik untuk menghasilkan uang.
- 3) Bonus
Bonus adalah khusus undangan yang memberi kreator peluang untuk menghasilkan uang melalui interaksi di postingan Facebook publik mereka, kecuali *reels* dan cerita.
- 4) Iklan in-stream
Putar iklan sebelum, selama, atau sesudah video berdurasi panjang dan pendek yang memenuhi syarat di *Facebook* untuk menghasilkan uang.
- 5) Langganan
Monetisasi konten yang pemilik akun bagikan dengan penggemar untuk memperoleh pendapatan yang biasa diprediksi dan menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan pemirsa.



Gambar 4.2 Fitur-Fitur Monetisasi Facebook Pro



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fitur Keamanan

Fitur keamanan pada *Facebook Pro* dirancang untuk melindungi akun pengguna, data pribadi, serta aktivitas yang dilakukan di platform.

1) Privasi

Ketika mengaktifkan mode profesional, siapa pun di *Facebook* bisa mengikuti profil dan melihat konten publik yang dibuat oleh pemilik akun di kabar mereka. Pengaturan privasi untuk postingan tidak berubah.

2) Bantuan moderasi

Tetapkan tindakan untuk bantuan moderasi yang akan dilakukan secara otomatis, seperti memfilter kata kotor, memblokir kata kunci, dan menerapkan aturan untuk komentar pada konten.

3) Kelola komentar

Nonaktifkan komentar atau kontrol siapa yang bisa mengomentari konten untuk setiap postingan atau profil.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh dari data wawancara, dan observasi yang dilakukan peneliti mengenai Pengalaman Ibu-Ibu Menggunakan *Facebook Pro* Untuk Meningkatkan Kreativitas Sebagai Kreator Konten menunjukkan bahwa terdapat tiga konsep dalam fenomenologi Alfred Schutz yang dapat disimpulkan bahwa terdapat dua motif yaitu; motif karena, ibu-ibu menggunakan *Facebook* sejak lama dan sebagai media album galeri publik, sedangkan motif tujuan, para ibu memiliki keinginan untuk mendapatkan penghasilan dari *Facebook Pro* dan menjadikan sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk dan jasa dan membangun jaringan pelanggan.

Dari sisi makna, *Facebook Pro* menunjukkan sebagai sarana ekspresi diri dan kreativitas serta ruang untuk belajar mengembangkan diri dalam mengedit konten agar menarik dan juga dapat membagi waktu sebagai konten kreator dan sebagai ibu rumah tangga.

Pengalaman mereka menunjukkan penggunaan *Facebook Pro* oleh ibu-ibu memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan mereka, baik dari aspek emosional, sosial, dan tantangan yang dihadapi. Dalam emosional, ibu-ibu merasa senang, dihargai, dan lebih percaya diri saat mendapat respons positif dari audiens, meskipun sering mengalami kesulitan dalam menemukan ide konten. Secara sosial, *Facebook Pro* dapat berkomunikasi dengan teman-teman lama yang sulit dijangkau karena jarak dan waktu serta ibu-ibu merasa dikenal oleh banyak orang. Pada tantangan yang dihadapi oleh ibu-ibu yaitu memahami algoritma *Facebook Pro* dan membuka fitur monetisasi yang bersyarat. Dengan demikian, pengalaman ini secara keseluruhan bagi mereka untuk belajar, beradaptasi, dan mengembangkan strategi agar tetap bertahan dan berkembang dalam dunia konten digital.

6.2 Saran

Untuk membantu ibu-ibu dalam mengembangkan kreativitas sebagai kreator konten untuk mulai mencoba berbagai jenis konten dan mengamati mana yang paling efektif dalam menjangkau *audiens*. Terhubunglah dengan konten kreator lain, khususnya sesama ibu-ibu yang memiliki minat serupa. Melalui berbagi pengalaman, saling mendukung, dan berkolaborasi, motivasi dapat tumbuh dan jangkauan *audiens* pun dapat diperluas. Selain itu, penting untuk terus belajar mengenai *trend* media sosial, teknik pembuatan konten, dan cara mengembangkan diri sebagai kreator konten. Apresiasilah setiap pencapaian,

sekecil apa pun sebagai bagian dari proses berkembang. Dengan konsistensi, semangat belajar, dan keberanian untuk bereksperimen, peluang untuk memperoleh penghasilan akan semakin besar. *Facebook Pro* dapat menjadi sarana yang produktif apabila dimanfaatkan secara terarah dengan strategi konten yang kreatif dan berkelanjutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Adian Gahral, D. (2016). *Pengantar Fenomenologi*. Penerbit Koekoesan.
- Aditia, R. (2021). Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.24123/soshum.v2i1.4034>
- Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi “Digital Ecclesiology.” *Fidei: Jurnal Teologi Sistemika Dan Praktika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Ahmad, C., Noorhasanah, & Arifin Samsul, B. (2021). Psikologi Komunikasi dalam Pendidikan Islam. *AL-FAHIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 33–48.
- Ardiansyah, A. S., Junaedi, I., & Asikin, M. (2015). EKSPLORASI TINGKAT KEMAMPUAN BERPIKIR KREATIF SISWA KELAS VIII PADA PEMBELAJARAN MATEMATIKA SETTING PROBLEM BASED LEARNING. *Prosiding Seminar Nasional Matematika IX*, 478–489.
- Arianto, B., & Handayani, B. (2024). *Pengantar Studi Fenomenologi* (Gozali (ed.); 1st ed.). Burneo Novelty Publishing. https://www.researchgate.net/profile/Bambang-Arianto-2/publication/387401025_Pengantar_Studi_Fenomenologi/links/676cddb700aa3770e0bb24f4/Pengantar-Studi-Fenomenologi.pdf
- Arie, B. (2024). *Siaran Pers tentang Menkominfo Budi Arie Tegaskan Indonesia Telah Mengalami Kemajuan Transformasi Digital*. Komdigi. <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-tentang-menkominfo-budi-arie-tegaskan-indonesia-telah-mengalami-kemajuan-transformasi-digital>
- Astuti Tri, W. J. (2024). Pengembangan Ketrampilan Digital Untuk Menciptakan Inovasi Dan Kreativitas Siswa Dalam Pembelajaran. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 5(1), 1114–1126. <https://doi.org/10.55606/jupensi.v2i3.645.2>
- Ayuni, N., & Ramadhani, D. (2024). *Dinamika Sosial Di Balik Fenomena Emak-Emak Mendadak Menjadi Konten Kreator*. 1(3), 118–125.
- Benedicta, R. D. P. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja* (S. Kasdin & A. P. Nesia (eds.); 1st ed.). Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma

Jaya.

David, G. (2008). *Media , Gender and Identity* (kedua). Routledge.

Elvera, & Astarina, Y. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (E. Mulyanta S (ed.); 1st ed.). CV Andi OFFSET.

Facebook. (2022). *Mengumumkan ekspansi global mode profesional*. https://creators.facebook.com/expanding-professional-mode-for-profiles?locale=id_ID

Facebook. (2024). *Tentang mode profesional untuk profil di Facebook*. Facebook. <https://www.facebook.com/business/help/2680340558863560>

Febriansyah, F., Octaviani, V., & Sari, S. (2024). Pengalaman Komunikasi Atlet E-Sport Mobile Legends Kota Bengkulu Dalam Upaya Memenangkan Permainan. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 269–276. <https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6556>

Hafifa, N., & Harianto, S. (2017). Studi Fenomenologi Motif Melakukan Judi Togel di Surabaya. *Paradigma*, 5(1), 1–9. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/18056>

Hartawan, Y. (2019). Fenomena Kalangan Pengguna Media Sosial Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Kalangan Pengguna Media Sosial Facebook Generasi X Di Kota Bandung). *Paradigma POLISTAAT Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(1), 27–37. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v2i1.1662>

Hermanto, A. (2015). *Inilah Permendagri Tentang Lima Desa Sengketa Kampar-Rohul, Mendagri Putuskan Masuk Kampar*. Goriau. <https://www.goriau.com/berita/baca/inilah-permendagri-tentang-lima-desa-sengketa-kamparrohul-mendagri-putuskan-masuk-kampar.html#:~:text=BANGKINANG%2C%20GORIAU.COM> - Menteri Dalam Negeri Tjahjo,Muara Intan masuk dalam wilayah Kabupaten Kampar.

Hermawan, L. A., Mei, R., & Malau, U. (2022). Motif Pada Pria Pengguna Fashion Androgini (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Fashion Androgini Di Media Sosial Instagram). *Jurnal Heritage*, 10(November), 188–200.

Ilmiah, J., Multidisipliner, K., Septiyani, N., Arsyi, M. R., Nur, A., Putra, M., Pasuruan, U. Y., & Sosial, M. (2024). Peran pratforom tiktok dalam membentuk kreativitas dan koneksi positif di kalangan generasi z. *Jurnal*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ilmiah Kajian Multidisipliner, 8(7), 229–239.

Kamil Rajib, Siti Nursanti, F. O. L. (2022). Makna Ikan Cupang Bagi Anggota Paguyuban Cupang Hias Bkt Duren Sawit Pada Masa Pandemi Covid-191. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(5), 1–1. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>

Lestari, S. P., Dewi, R. S., & Junita, A. R. (2024). Menumbuhkan Kreativitas tanpa Batas: Strategi Inovatif Sekolah dalam Mengembangkan Karakter Kreatif Siswa. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 5(3), 358–364. <https://doi.org/10.54371/ainj.v5i3.543>

Linggi indrakusuma, A. (2024). Memori dan Proses Berpikir. In E. Damayanti (Ed.), *Psikologi Komunikasi* (pertama, p. 90). Penerbit Widina Media Utama.

Majid, A. (2017). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF* (pertama). Penerbit Aksara Timur.

Manggola, A., & Thadi, R. (2021). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Motif Pemakaian Peci Hitam Polos. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration* *Silampari*, 3(1), 19–25. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i1.3111>

Manurung, J., Anom, E., & Iswadi. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal*, 8(2), 248–260. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2086>

Maryadi. (2010). *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Maulana, Z. A., Budiyo, A., & Info, A. (2024). Kajian Komunikasi dalam Sudut Pandang Studi Fenomenologi: Literatur Review Communication Studies from the Point of View of Phenomenological Studies: Literature Review. *Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 13(2).

Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)* (40th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mudrik, N., Enji, Z., & Fawwaz, I. (2024). Komunikasi Lintas Budaya: Konsep, Tantangan, Dan Strategi Pengembangannya. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 168–181.

Muttaqin, T., Kurniawan, & Khoiruzzaim. (2021). Pemanfaatan Media Sosial WhatsApp sebagai Media Pembelajaran Kelas VI A dan B di MI Miftahul

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Huda Jatisari Krenceng Kepung Kediri Tahun Pelajaran 2020/2021. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 2(1), 97–125. <http://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/284>

Naseem Alwi, M., Nursanti, S., Wahyu Utamidewi, D., Ilmu Komunikasi, P., & Singaperbangsa Karawang, U. (2021). MOTIF DAN MAKNA PROFESI BIKE MESSENGER BAGI ANGGOTA WESTBIKE MESSENGER SERVICE JAKARTA. *MetaCommunication: Journal of Communication Studies*, 6(2), 168–176.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositeknolog*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ndruru, D. J., Mulyatno, C. B., Subali, Y., & Antony, R. (2023). Pengalaman Bermedia Sosial Kaum Religius di Era Digital. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 213–221.

Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>

Nofiasari, W. (2024). Konsepsi Psikologi Tentang Manusia. In E. Damayanti (Ed.), *Psikologi Komunikasi* (pertama, p. 40). Penerbit Widina Media Utama.

Nurhadi, Z. F., Salamah, U., Fadhilah, M. I., & Mogot, Y. D. Y. (2022). Makna Pesan Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Santri Di Era Transformasi Digital. *Jurnal Common*, 6(1), 97–115. <https://doi.org/10.34010/common.v6i1.7537>

Nurtyasrini, S., & Hafiar, H. (2016). Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Di Tpa Bantar Gebang Scavenger ' S Communication Experience About Self and. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(8), 219–228.

Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.31848/ensains.v2i1.148>

Nuzuli, A. K. (2023). Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Communications*, 5(1), 533–570. <https://doi.org/10.21009/communications.5.1.5>

Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2, hal. 31.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>

Pugu R, M., Riyanto, S., & Haryadi Noorman, R. (2024). *Metodologi Penelitian: Konsep, Strategi, dan Aplikasi* (Efitra (ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti. (2021). Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 9(2), 91–98.

Purba, Y. S., Program, D., Manajemen, S., Tinggi, S., Bisnis, M., Sarana, M., & Administrasi, M. (2024). Innovation of household mothers to increase family income through home business peran media sosial dalam mendorong kreativitas dan inovasi. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2012).

Puspita, A. (2022). Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Pencegahan Pernikahan Dini Terhadap Anak Usia Remaja Di Kecamatan Banjarmasin Selatan. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.31602/jm.v5i2.8903>

Putra, W. (2022). Mutu Pendidikan dalam Penguatan Kreativitas Anak Prasekolah. *Jurnal Pemikiran Pendidikan*, 11(2), 59–67. <https://doi.org/10.54604/tdb.v11i2.43>

Rahmawati, I. (2022). *Pengantar Psikologi Komunikasi* (F. Azzahrah (ed.); pertama). Penerbit PT Bumi Aksara.

Ratna Sari Dewi. (2018). Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang Ratna. *Judika (Jurnal Pendidikan Unsika)*, 6(November), 86–92.

Rayya, A., Setiadji, A., Kusumaningtyas, S., & Juniarti, J. E. (2023). Persepsi Milenial terhadap Stereotipe Gen Z. *Prosiding Seminar Nasional*, 103–113.

Reza Herlambang, M., & Machfud Fauzi, A. (2024). Fenomena Joki Pantarlih pada Persiapan Pemilu 2024 di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. *Jurnal Paradigma*, 13(01), 41–50.

Rikarno, R., & Yuliani, T. (2024). Fenomena “META” di Facebook Pada Ibu-Ibu, Refleksi Berkembangnya Media Sosial sebagai Platform Informasi, Mencari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dukungan dan Membangun Identitas. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya*, 6(1), 88. <https://doi.org/10.31958/istinarah.v6i1.12487>

Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.

Rohmah, S., & Legowo, M. (2014). Motif Kekerasan Dalam Relasi Pacaran di Kalangan Remaja Muslim. *Paradigma*, 2(1), 1–9.

Ropa, J. A., Sondakh, M., & Pasoreh, Y. (2021). Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Oleh Ibu-Ibu Guna Meningkatkan Pendapatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/36257> <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download/36257/33763>

Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Saifulloh, M., & Ernanda, A. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego Di Twitter. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 235. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.652>

Saoqillah, A. (2022). Peranan Komunikasi Intrapersonal Dalam Proses Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Kpi Iuqi. *At-Tawasul: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.51192/ja.v1i2.210>

Sari, L. M., & Prasetyawan, Y. Y. (2023). Pengalaman Informasi Remaja di Kota Semarang Menggunakan Media Sosial dalam Mengikuti Trend Korean Wave. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(1), 110–125.

Sari, L. N., & Susilawati, N. (2022). Motif Penggunaan Filter Instagram dikalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 217–227. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.625>

Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>

Sihabudin, A. (2011). *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi* (D.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengutipan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ispurwanti (ed.); pertama). Penerbit PT Bumi Aksara. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=mMhuEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Setiap+proses+komunikasi+berlangsung+dalam+suatu+kerangka+psikologis+yang+dimiliki+oleh+individu+sebelum+berinteraksi,+yang+mencakup+pengetahuan,+pengalaman,+nilai-nilai,+dan+norm>

Suhairi, Siregar, I. S., Nurhadiah, Leli, N., & Handayani, R. T. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.

Supraja, M. (2015). Alfred Schutz : Rekonstruksi Teori Tindakan Max Weber. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 1(2), 81. <https://doi.org/10.22146/jps.v1i2.23447>

Supraja, M., & Akbar Al, N. (2020). *Alfred Schutz: Pengarusutamaan Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Penerbit Gajah Mada University Press.

Susanti, E., & Kholisoh, N. (2018). Kontruksi Makna Kualitas Hidup Sehat. *Jurnal Lugas*, 2(1), 3. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/download/117/102>

Susanti, N., & AlFurqan, A. (2022). Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Akhlak Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kampung Durian Kandang. *As-Sabiqun*, 4(5), 1362–1374. <https://doi.org/10.36088/assabiqun.v4i5.2260>

Tanjung Albar, A., & Muliyani. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN: SEDERHANA, RINGKAS, PADAT DAN MUDAH DIPAHAMI* (1st ed.). Scopindo Media Pustaka.

Toni, A., & Lestari, R. (2023). Paradigmatis Fenomenologi Dalam Ilmu Komunikasi (Studi Konstruksi Makna Realitas Media dan Komunikasi). *Jurnal Semiotika*, 7(1), 1–19. <https://core.ac.uk/download/pdf/268047750.pdf>

Triana, A., & Krisnani, H. (2018). Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Pekerja K3L Unpad Dalam Rangka Menunjang Perekonomian Keluarga. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 188. <https://doi.org/10.24198/jppm.v5i2.18370>

Triaputri, A., & Muljono, P. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(4), 467–479. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i4.1034>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi Volume, 1*(2), 105–118.
- Wardani, S. A. K., & Sudrajat, A. (2021). Motif Sosial Perempuan Desa Plunturan dalam Mengikuti Grup Reog Putri Onggopati. *Paradigma, 10*(1), 1–22.
- Wewo, S., Mas'amah, & Liliweri, Y. K. . (2019). Pengalaman Pegawai dalam Menggunakan Facebook. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 8*(2), 1433–1459. <https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/view/2070/1557>
- Wita, G., & Mursal, I. F. (2022). Fenomenologi dalam Kajian Sosial Sebuah Studi Tentang Konstruksi Makna. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora, 6*(2), 325–338. <https://doi.org/10.22437/titian.v6i2.21211>
- Wiwiek Subekti, O., & Ika Wulandari, C. (2022). Pengalaman Perawat dalam Bermedia Sosial di Rumah Sakit Eka Hospital. *Jurnal Kesehatan Saelmakers PERDANA, 5*(2), 139–244. <https://doi.org/10.32524/jksp.v5i2.661>
- Wuriyanti, O., & Febriana, P. (2022). Problematika Penggunaan New Media (Whatsapp) di Kalangan Lansia Sebagai Media Bertukar Pesan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi, 16*(2), 161–175. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i2.15770>
- Yanti, F. (2021). *Psikologi Komunikasi* (D. Anugrah & O. Agustin (eds.); pertama). Penerbit Agree Media Publishing.
- Yuhandra, E., Akhmaddhian, S., Fathanudien, A., & Tendiyanto, T. (2021). Penyuluhan Hukum Tentang Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Gadget Dan Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 04*, 78–84.
- Zubaidah, S. (2018). Mengenal 4C: Learning and Innovation Skills Untuk Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Science Education National Conference, 13*(2), 1–10.
- Zulkarnain, I., Asmara, S., & Sutatminingsih, R. (2020). *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya Tutur: Tinjauan Psikologi Komunikasi* (F. Butsi Ichwan (ed.)). Penerbit Puspantara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

1. Sejak kapan ibu mulai menggunakan Facebook Pro?
2. Sudah berapa lama ibu menggunakan Facebook Pro?
3. Apa yang pertama kali membuat ibu tertarik menggunakan Facebook Pro?
4. Apa yang ibu rasakan sejak aktif di Facebook Pro?
5. Apa alasan ibu memilih Facebook Pro dibandingkan media sosial lainnya?
6. Bagaimana ibu melihat peran Facebook Pro dalam menumbuhkan kreativitas ibu?
7. Apa yang mendorong ibu untuk mulai menjadi konten creator di Facebook Pro?
8. Bagaimana ibu memahami dan mengenal fitur-fitur Facebook Pro?
9. Jenis konten apa yang sering ibu buat?
10. Mengapa memilih jenis konten tersebut?
11. Bisa ibu ceritakan bagaimana awal mulanya ibu membuat konten di Facebook Pro?
12. Ibu sering membuat konten, apakah ibu pernah mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide konten dan bagaimana cara ibu mengatasinya?
13. Apakah ibu menggunakan aplikasi atau alat tambahan untuk mengedit konten yang ibu buat dan diunggah ke Facebook Pro?
14. Bagaimana respons dari audiens atau pengikut terhadap konten yang ibu buat?
15. Apa yang ibu lakukan ketika konten yang ibu buat tidak mendapatkan respons seperti yang diharapkan oleh ibu?
16. Apakah ibu pernah mendapatkan penghasilan dari Facebook Pro? Jika pernah mendapatkan penghasilan bagaimana proses pencairannya?
17. Bagaimana cara ibu mengelola waktu antara peran sebagai ibu rumah tangga dan sebagai konten kreator?
18. Apakah ada pengalaman yang menarik atau berkesan selama ibu menggunakan Facebook Pro sebagai konten kreator?
19. Jika suatu saat ibu bisa sukses sebagai konten kreator, apa langkah selanjutnya yang ingin ibu lakukan?
20. Apa harapan ibu untuk masa depan dalam dunia konten kreator di Facebook Pro?
21. Apakah ada saran atau pesan untuk ibu rumah tangga lainnya yang ingin mencoba menjadi konten kreator di Facebook Pro?

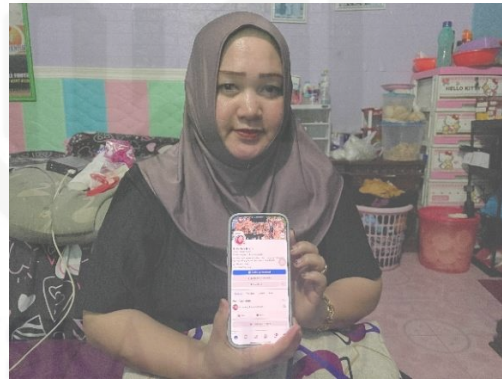
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ibu Eulis pada tanggal 13 Februari 2025



Wawancara dengan Ibu Tirta Sari pada tanggal 14 Februari 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



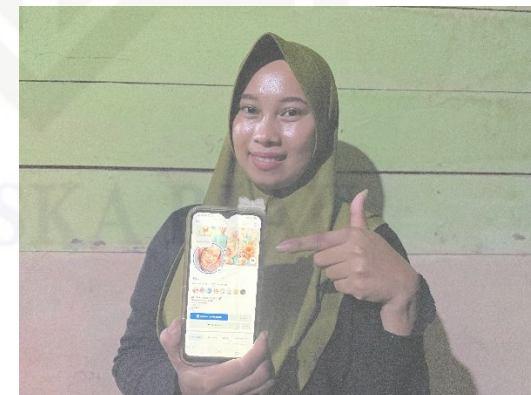
Wawancara dengan ibu Eva pada tanggal 14 Februari 2025



Wawancara dengan ibu Diva pada tanggal 15 Februari 2025



Wawancara dengan Ibu Eka pada 15 Februari 2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Wawancara dengan Ibu Sulastri pada 16 Februari 2025



Wawancara dengan Ibu Eka Yunita pada 16 Februari 2025



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT PENULIS



Lisa Fidya Ningsih lahir di Medan pada tanggal 13 Desember 2001. Anak ketiga dari Bapak Suparman dan Ibu Almh. Emy Rohayani. Pada tahun 2007 menempuh pendidikan di TK Iftah Rizkiansyah Medan dan lulus pada tahun 2008. Pada tahun 2008 melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Swasta Al-Washliyah Medan dan lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di SMPN 3 Medan dan lulus tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan SMAN 1 Kunto Darussalam, Rokan Hulu dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2021 melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jurusan Ilmu Komunikasi dan berhasil menyelesaikan studi Sarjana yang dinyatakan lulus dalam sidang munaqasyah pada 26 Mei 2025 dan menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penulis melaksanakan Kuliah Kerja nyata (KKN) di Simpang Belutu Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Riau dan Praktek kerja Lapangan di PT PLN UID Riau dan Kepri selama dua bulan pada tahun 2024. Pada masa studi, penulis aktif dalam organisasi di dalam kampus, seperti SUSKATV sebagai Editor periode 2021-2024.