

MOTHERHOOD DALAM PERSPEKTIF FEMINISME PADA AKUN TIKTOK @MEGAKENICHIRO_OFFICIAL

Aulia Salsabilla,¹ Rahmawati Zulfiningrum²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu komputer, Universitas Dian
Nuswantoro, Semarang, Indonesia

² Kelompok Keahlian Culture, Media and Creative Industry, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia

e-mail : auliasalsabilla463@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi ruang bagi para ibu dalam menampilkan pengalaman serta nilai-nilai pengasuhan anak kepada publik. Para ibu muda atau perempuan yang telah memasuki usia siap menikah, mulai aktif mencari referensi mengenai pola asuh yang dianggap tepat dan sesuai untuk diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motherhood dalam konten tiktok @Megakenichiro_official yang dikelola oleh Erna Megawati atau Uma Mega dalam menampilkan kehidupan sehari-hari bersama anak-anaknya di Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori feminisme dan konsep motherhood serta pola asuh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi konten, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah perempuan generasi Z berusia 21–26 tahun yang merupakan pengikut aktif akun @Megakenichiro_official. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas khalayak memaknai motherhood Uma Mega sebagai bentuk keibuan yang autentik, memberdayakan, dan inspiratif. Terdapat pembagian peran antara suami dan istri serta kerjasama yang adil dalam mengasuh anak. Hal tersebut memberikan pemahaman tentang pengasuhan anak dalam motherhood yang ditampilkan. Konten motherhood di TikTok tidak hanya menjadi media ekspresi pengasuhan anak, tetapi juga menjadi ruang afirmasi bagi perempuan dalam membangun identitas ibu yang mandiri dan modern dalam pengasuhan anak di era digital.

Keywords: *feminisme, motherhood, pola asuh, TikTok*

1. PENDAHULUAN

Peran perempuan dalam keluarga, khususnya sebagai seorang ibu, telah lama menjadi pusat perhatian dalam kajian budaya, komunikasi, dan gender. Dalam konteks tradisional, sosok ibu dimaknai sebagai figur yang penyayang, sabar, lemah lembut, penuh pengorbanan, dan memiliki tanggung jawab utama dalam mengurus rumah tangga serta mendidik anak-anak. Konsep ini dikenal

dengan istilah *motherhood*, yang tidak hanya merujuk pada status biologis seorang perempuan setelah melahirkan, tetapi juga pada peran sosial dan budaya yang dilekatkan padanya (Yoshina Siautta et al., 2020). Menurut Asriani dalam Yoshina Siautta et al. (2020), dalam pandangan ibuisme, perempuan diposisikan sebagai pendamping suami, penasehat masyarakat, serta pendidik utama bagi anak-anaknya. Citra ini terus direproduksi dalam berbagai media dan menjadi ekspektasi

sosial yang kerap menekan perempuan agar memenuhi peran ideal sebagai ibu sempurna.

Namun, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara individu membentuk identitas, termasuk dalam mendefinisikan ulang peran sebagai seorang ibu. Media sosial, khususnya *TikTok* merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi yang berbasis di Singapura, dan berfungsi sebagai platform media sosial untuk membagikan video (Ardianto & Zulfiningrum, 2022). *TikTok* menjadi ruang baru yang memungkinkan perempuan mengekspresikan pengalaman keibuan secara lebih terbuka dan beragam. *TikTok* adalah aplikasi berbasis video pendek yang memiliki jutaan pengguna aktif di seluruh dunia, dengan kemampuan menjangkau audiens secara luas dan cepat. Platform ini memberikan peluang bagi individu, termasuk para ibu, untuk membagikan keseharian mereka, nilai-nilai pengasuhan, serta membentuk narasi keibuan versi mereka sendiri (Siahaan, 2023). Menurut Kalodata (2024), *TikTok* telah diunduh lebih dari 3 miliar kali secara global, menunjukkan besarnya pengaruh platform ini dalam membentuk opini publik dan budaya populer, termasuk narasi tentang *motherhood*.

Salah satu akun yang menjadi sorotan publik adalah *@megakenichiro_official*, yang dikelola oleh Erna Megawati atau yang lebih dikenal dengan sebutan Uma Mega. Dalam kontennya, Uma Mega menampilkan kehidupan sehari-hari sebagai ibu dari dua anak yang tinggal di Jepang. Ia memperlihatkan praktik pengasuhan yang aktif, penuh kasih, namun juga tegas, serta mengajarkan anak-anaknya nilai-nilai kesopanan, budaya lokal, hingga multibahasa (Jawa, Indonesia, Jepang). Kontennya yang menampilkan anak

pertamanya, Ritsuki, berbicara dalam bahasa Jawa telah menjadi viral dan banyak diperbincangkan. Respons netizen terhadap konten tersebut sangat beragam, sebagian besar mengapresiasi gaya pengasuhan Uma Mega sebagai bentuk *motherhood as experience*, namun sebagian lainnya mengkritisi pendekatannya yang dianggap terlalu tegas (Mutmainah, 2024).

Dalam pandangan *Adrienne Rich* sebagaimana dikutip oleh Red & Coco (2024), konsep *motherhood* terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu *motherhood as experience* dan *motherhood as institution*. *Motherhood as experience* merujuk pada pengalaman keibuan yang bersifat personal, autentik, dan membebaskan, di mana perempuan memiliki otonomi penuh dalam mendefinisikan dan menjalankan peran sebagai ibu. Ketika perempuan diberi ruang untuk merasakan dan mengekspresikan keibuannya tanpa tekanan eksternal, maka peran tersebut dapat menjadi sumber pemberdayaan, kedekatan emosional, serta hubungan relasional yang hangat. Aspek-aspek seperti otonomi, keaslian emosi, dan kebebasan menjadi inti dari pengalaman keibuan yang otentik. Sebaliknya, *motherhood as institution* menggambarkan peran keibuan yang dikonstruksi oleh sistem patriarki, di mana kontrol terhadap tubuh dan peran perempuan dilakukan oleh struktur sosial demi kepentingan laki-laki. Dalam konteks ini, keibuan menjadi alat kontrol sosial yang mengekang perempuan melalui norma gender, peran tradisional, dan pembatasan kebebasan. Perempuan diposisikan dalam peran domestik yang kaku, seperti kewajiban mengurus rumah dan tunduk pada dominasi laki-laki dalam keluarga, yang mencerminkan ketidaksetaraan dan institusionalisasi peran ibu secara sistematis.

Selanjutnya kajian ini juga mempertimbangkan teori pola asuh. *Pola asuh* menurut Kia & Murniarti (2020) secara epistemologis berasal dari dua konsep, yaitu “pola” yang berarti metode atau cara kerja, dan “asuh” yang berarti merawat, menjaga, serta mendidik anak agar mandiri. Pola asuh merupakan proses penting dalam pembentukan karakter dan moral anak, di mana peran orang tua sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan anak secara fisik, emosional, dan sosial. Anak yang dibesarkan dalam lingkungan pengasuhan yang baik dan penuh perhatian cenderung tumbuh menjadi pribadi yang sehat dan bermoral. Oleh karena itu, pola asuh mencerminkan harapan orang tua terhadap masa depan anak-anak mereka dan menjadi fondasi penting dalam pembentukan nilai serta kepribadian anak.

Menurut Hurlock (dalam Kia & Murniarti, 2020), terdapat tiga jenis pola asuh utama: otoriter, demokratis (*authoritative*), dan permisif. Dalam konten Uma Mega, gaya pengasuhan yang ditampilkan cenderung *authoritative*, yaitu tegas namun penuh kasih sayang, dengan batasan yang jelas namun responsif terhadap kebutuhan emosional anak (Retnowati & Sukmawaty, 2024). Gaya ini diyakini mampu membentuk karakter anak yang percaya diri, mandiri, serta memiliki kontrol diri yang baik. Kehadiran gaya pengasuhan ini dalam media sosial kemudian menjadi titik diskusi publik yang memunculkan berbagai persepsi tentang idealisasi peran ibu.

Berangkat dari fenomena tersebut, muncul pertanyaan bagaimana khalayak menafsirkan narasi *motherhood* yang ditampilkan dalam konten @megakenichiro_official? Apakah mereka melihatnya sebagai bentuk pengasuhan modern yang inspiratif, ataukah sekadar bentuk lain dari tekanan sosial terhadap ibu dalam

memenuhi ekspektasi publik?. Dalam konteks ini, penelitian ini menjadi penting untuk memahami seperti apa *motherhood* dalam perspektif teori feminisme pada pengasuhan anak yang ditampilkan oleh Uma Mega di konten tiktoknya.

Penelitian ini berfokus untuk menggali pemaknaan khalayak terhadap narasi *motherhood* dalam konten Uma Mega, dengan menggunakan teori feminisme Adrienne Rich, serta pola asuh anak. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi khususnya budaya populer dan dinamika peran gender yang ditampilkan dalam ruang digital.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini beranggapan bahwa realitas sosial terbentuk melalui interpretasi individu berdasarkan pengalaman dan latar belakang sosial-budaya mereka (Umanailo, 2019; Mulyana, 2010). Pendekatan kualitatif dianggap tepat karena fokus penelitian ini adalah memahami secara mendalam bagaimana khalayak memaknai *motherhood* dalam konten *TikTok* @megakenichiro_official. Tujuan utama penelitian ini bukan untuk menggeneralisasi, tetapi mengeksplorasi makna dari sudut pandang subjektif informan. Desain yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk memaparkan fenomena secara detail. Subjek penelitian adalah konten *TikTok* @megakenichiro_official dan seperti apa perspektif khalayak terhadap *motherhood* yang ditampilkan. Sumber data terdiri dari data primer (wawancara dengan followers akun tersebut) dan data sekunder (literatur, artikel,

dokumen digital, dan jurnal ilmiah yang relevan).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi tidak terstruktur terhadap konten video *TikTok*, wawancara mendalam dengan informan, serta dokumentasi berupa tangkapan layar, visual *feeds*, dan arsip konten yang relevan. Wawancara digunakan untuk menggali makna subjektif dari khalayak terhadap pola pengasuhan dan representasi keibuan yang diperlihatkan oleh Uma Mega. Dokumentasi mendukung bukti visual dalam menganalisis narasi dan simbol dalam konten. Ketiga metode ini dilakukan menggunakan triangulasi untuk memastikan validitas data.

Proses analisis data diperoleh melalui wawancara dengan narasumber followers aktif akun *TikTok* @Megakenichiro_official yaitu perempuan yang tergolong generasi Z berusia 21-26 tahun. Bagi generasi Z, media sosial bukan hanya tempat untuk berbagi konten atau menghabiskan waktu luang, tetapi juga menjadi platform utama untuk membentuk dan mengekspresikan personal branding mereka (Sabila & Tawaqal, 2025). Data dianalisis sejak proses wawancara berlangsung untuk mengidentifikasi pola makna yang muncul. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi penting, kemudian disajikan secara sistematis agar memudahkan interpretasi. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi guna menguji konsistensi dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian (Sugiyono, 2016). Melalui tahapan ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara utuh mengenai pandangan khalayak terhadap *motherhood* dalam perspektif teori feminisme yang ditampilkan dalam konten *TikTok* @megakenichiro_official.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena dinilai mampu menggali makna secara mendalam dan terperinci atas fenomena yang diteliti. Menurut Moleong (2018), pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk memahami realitas sosial yang kompleks, memungkinkan peneliti terlibat langsung di lapangan, serta lebih peka terhadap konteks sosial budaya responden. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memperoleh data yang jelas, rinci, dan relevan dalam memahami *motherhood* yang ditampilkan melalui konten *TikTok* @megakenichiro_official.

Peneliti mengelompokkan respon berdasarkan teori *motherhood as experience* dan *motherhood as institution*. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap konten *TikTok* sebagai bentuk triangulasi data untuk memperkuat validitas hasil penelitian. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana khalayak memaknai representasi keibuan yang ditampilkan oleh Uma Mega dalam praktik pengasuhan anak.

***Motherhood* Sebagai Pengalaman (*motherhood as experience*)**

A. Otonomi Terhadap *Motherhood* Uma Mega

Konsep *motherhood* sebagai bentuk otonomi tercermin kuat dalam gaya pengasuhan Uma Mega yang ditampilkan dalam konten *TikTok*-nya. Ia menunjukkan kebebasan dalam mendidik anak-anak dengan caranya sendiri, tanpa tunduk pada ekspektasi sosial atau stereotip ibu ideal. Melalui penggunaan tiga bahasa dan gaya komunikasi tegas namun penuh kasih, Uma Mega tampil sebagai ibu

yang mandiri dan autentik. Hal ini menarik perhatian para pengikutnya, terutama dari generasi Z, baik yang belum menikah maupun yang telah berkeluarga, karena mereka melihat nilai-nilai kemandirian dan ketulusan yang menginspirasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para narasumber merespon secara positif gaya *motherhood* Uma Mega, yang dinilai unik, bebas, dan efektif. Mereka mengapresiasi interaksi yang hangat antara ibu dan anak serta nilai-nilai lokal yang tetap dijaga meski tinggal di luar negeri yang dimana memberikan pemahaman kepada khalayak tentang *motherhood*. Seperti yang terdapat pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Konten TikTok Uma Mega masak bersama anak-anaknya

**Sumber: Dokumentasi TikTok
@megakenichiro_official 2025**

Konten sehari-hari seperti memasak, mengajarkan doa, atau membiarkan anak mandiri menjadi daya tarik tersendiri yang memperkuat persepsi bahwa Uma Mega menjalankan peran keibuannya dengan penuh kesadaran, kendali, dan kebebasan. Khalayak yang menandakan penerimaan dan dukungan terhadap otonomi dalam peran keibuan yang ditampilkan.

B. Pemberdayaan Terhadap *Motherhood* Mega Ernawati

Pemberdayaan dalam konteks *motherhood* pada konten TikTok Uma Mega terlihat dari bagaimana ia menjalankan peran keibuan secara sadar, mandiri, dan reflektif. Ia tidak hanya mendidik anak-anak dengan disiplin dan kasih sayang, tetapi juga menanamkan nilai-nilai seperti kemandirian, spiritualitas, dan kebebasan berekspresi. Gaya pengasuhannya yang *authoritative* menjadi inspirasi bagi perempuan, baik yang belum menikah maupun yang sudah berkeluarga. Mereka memaknai gaya Uma Mega sebagai bentuk pemberdayaan emosional dan sosial, yang memperkuat hubungan ibu-anak dan membentuk karakter positif sejak dini. Mayoritas khalayak menunjukkan penerimaan penuh terhadap gaya pengasuhan yang kuat namun hangat. Berikut merupakan contoh kontennya pada Gambar 2.



Gambar 2. Ritsuki yang bertanggung jawab membawa barangnya sendiri

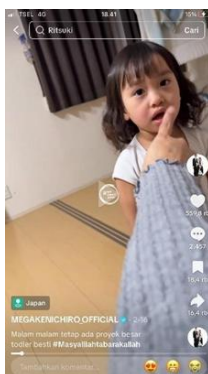
**Sumber: Dokumentasi TikTok
@megakenichiro_official 2025**

Beberapa narasumber juga mengakui menerapkan nilai yang sama dalam kehidupan nyata, seperti memberikan ruang bagi anak untuk mengekspresikan emosi, melibatkan anak dalam aktivitas rumah tangga, serta mengajarkan tanggung jawab dan

kemandirian. Namun, ada pula yang menerima sebagian nilai Uma Mega tetapi belum sepenuhnya meniru atau mengadopsinya secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui *motherhood* dapat diterima dengan cara yang beragam, tergantung pada konteks dan kesiapan masing-masing individu dalam menjalani peran keibuan.

C. Keaslian Emosi dan Peran terhadap *Motherhood* Uma Mega

Keaslian emosi dalam konteks *motherhood* ditunjukkan Uma Mega melalui ekspresi yang jujur, baik dalam momen bahagia maupun tantangan sebagai ibu. Ia memperlihatkan dinamika kehidupan sehari-hari secara natural tanpa upaya pencitraan berlebihan, seperti rasa lelah, kesal, hingga komunikasi khas ibu Indonesia yang membangun kedekatan emosional dengan audiens. Berdasarkan wawancara, mayoritas perempuan yang belum menikah, seperti JL, SV, dan AL, menilai Uma Mega sebagai sosok ibu yang autentik. Mereka mengapresiasi kejujurannya dalam menampilkan emosi serta gaya parenting yang tidak dibuat-buat, yang mereka nilai sebagai cerminan ibu sesungguhnya. Resepsi mereka menunjukkan penerimaan penuh terhadap gaya parenting realistis Uma Mega. Berikut contoh kontennya yang terletak pada Gambar 3.



Gambar 3. Uma Mega yang Menasihati Tingkah Nakal Ritsuki

Sumber : Dokumentasi *Tiktok*

@Megakenichiro_Official 2025

Hal serupa juga diungkapkan oleh narasumber yang sudah menikah, baik yang belum maupun sudah memiliki anak. FC, RS, dan AD menilai ekspresi marah, tegas, hingga gaya komunikasi Uma Mega mencerminkan keaslian seorang ibu. Sementara itu, NF, AZ, dan YS, yang merupakan ibu muda, mengungkapkan bahwa konten Uma Mega sangat *relatable* dengan pengalaman pribadi mereka, seperti mengurus balita, memasak, hingga berlibur bersama keluarga.

Hal ini mengindikasikan adanya keterhubungan emosional yang kuat karena mereka melihat kehidupan Uma Mega sebagai refleksi kehidupan nyata mereka. Dengan demikian, keaslian emosi Uma Mega dalam kontennya berperan besar dalam membentuk persepsi positif dan keterikatan penonton, sekaligus memperkuat representasi *motherhood* yang jujur dan manusiawi.

D. Kebebasan Mendefinisikan *Motherhood*

Kebebasan dalam mendefinisikan *motherhood* berarti setiap ibu berhak menjalani peran keibuannya sesuai karakter, nilai, dan situasi hidup masing-masing, tanpa terpaku pada standar sosial yang kaku. Dalam kontennya, Uma Mega menunjukkan bahwa menjadi ibu tidak harus selalu lembut atau sempurna. Ia menerapkan pola asuh *authoritative* yang tegas namun penuh kasih sayang, membesarkan anak-anaknya dengan pendekatan khas seperti penggunaan multibahasa dan pelibatan anak dalam aktivitas rumah. Gaya pengasuhannya dianggap autentik

dan fleksibel, memberikan ruang bagi setiap ibu untuk menemukan dan menjalani caranya sendiri.

Hasil wawancara dengan perempuan Gen Z dari berbagai status menunjukkan bahwa hampir seluruh informan menilai Uma Mega berhasil merepresentasikan kebebasan dalam pola pengasuhan. JL, SV, AL, hingga RS menyatakan bahwa tidak ada satu formula mutlak dalam mendidik anak, dan Uma Mega menjadi contoh bahwa keberhasilan bisa datang dari pendekatan yang unik dan kontekstual. Informan ibu muda seperti NF, AZ, dan YS juga mengamini bahwa setiap anak berbeda, dan ibu adalah sosok yang paling memahami kebutuhan anaknya. Oleh karena itu, *motherhood* adalah ruang yang seharusnya terbuka untuk didefinisikan secara personal dan mandiri oleh setiap ibu.

Berikut Gambar 4 merupakan salah satu isi kontennya.



Gambar 4. Uma Mega yang Sedang Berlibur Dengan Keluarganya

**Sumber : Dokumentasi *TikTok*
@Megakenichiro_official 2025**

Berdasarkan wawancara kepada perempuan yang sudah menikah, belum menikah serta ibu muda, seluruh narasumber mempersepsikan hubungan Uma Mega dengan anak-anaknya sebagai hangat dan penuh kasih

sayang. FC (22) menyoroti pengajaran nilai kasih antar kakak-adik, sementara RS (26) melihat keadilan dan *quality time* sebagai fondasi relasi yang harmonis. AD (22) menilai ekspresi cinta tidak hanya terlihat dari sikap lembut, tetapi juga dari perhatian yang konsisten meski kadang emosional. Dari kategori ibu muda, NF (23) dan AZ (24) melihat kehangatan hubungan dalam keseharian dan momen sederhana seperti perayaan ulang tahun, sedangkan YS (21) mengapresiasi ketulusan kasih sayang Uma Mega yang tampak dari interaksi penuh perhatian, meskipun disampaikan dengan nada tinggi

Narasumber menunjukkan penerimaan penuh terhadap representasi kelekatan emosional sebagai inti dari peran *motherhood* yang ditampilkan oleh Uma Mega dalam konten *TikTok*-nya.

E. Kehangatan dan Kedekatan Relasional Terhadap Motherhood Uma Mega

Dalam konteks *motherhood*, kelekatan emosional menjadi aspek penting yang tercermin dari kehadiran ibu secara fisik dan emosional, komunikasi yang terbuka, serta perhatian yang konsisten. Hal ini tampak jelas dalam konten *TikTok* Uma Mega yang memperlihatkan interaksi hangat bersama kedua anaknya, Natsuki dan Ritsuki mulai dari aktivitas memasak, bermain, hingga momen emosional ketika anak bersedih. Kehangatan tersebut juga diakui oleh narasumber yang belum menikah seperti JL, SV, dan AL yang menilai bahwa keakraban Uma Mega dengan anak-anaknya terasa natural dan menjadi daya tarik utama kontennya. Mereka menerima nilai-nilai keibuan yang ditampilkan secara positif.

Pandangan serupa juga datang dari

perempuan yang sudah menikah dan ibu muda. FC dan RS menyoroti pengajaran nilai kasih sayang serta kebersamaan sebagai fondasi relasi keluarga, sementara AD mengapresiasi bentuk kasih yang tetap terasa meski ekspresif. Narasumber seperti NF, AZ, dan YS juga menilai bahwa relasi Uma Mega dengan anak-anaknya terlihat tulus dan hangat. Keseluruhan respon menunjukkan penerimaan penuh terhadap representasi keibuan Uma Mega sebagai bentuk *motherhood* yang otentik, relevan, dan emosional. Berikut pada Gambar 5 merupakan contoh kontennya.



Gambar 5. Interaksi Uma Mega ketika Ritsuki sedih

**Sumber: Dokumentasi TikTok
@megakenichiro_official 2025**

Motherhood Sebagai Institusi (motherhood as institution)

A. Norma Sosial atau Stereotip Gender Terhadap *Motherhood* Erna Megawati

Konten TikTok @Megakenichiro_official kerap menampilkan sosok Uma Mega sebagai ibu yang mandiri, cekatan, dan cerdas emosional. Ia digambarkan mampu mengasuh anak, mengurus rumah, menciptakan konten, dan beradaptasi di lingkungan asing tanpa menampilkan kesan sempurna, tetapi justru realistis. Respon narasumber yang belum menikah seperti JL dan SV mengapresiasi nilai kemandirian yang ditampilkan, mereka

tidak serta-merta menjadikannya sebagai standar mutlak. Sebaliknya, AL (22) justru menganggap konten Uma Mega sebagai representasi positif perempuan mandiri yang harus diteladani. Seperti pada Gambar 6 dibawah ini.



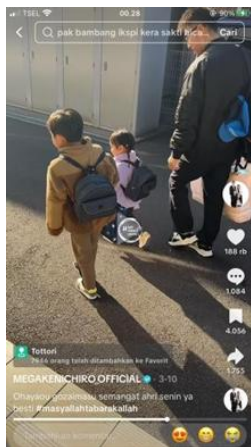
Gambar 6. Uma Mega yang sedang menjemput anak-anaknya pulang sekolah saat hujan

**Sumber: Dokumentasi TikTok
@megakenichiro_official 2025**

Sementara itu, narasumber perempuan yang sudah menikah atau menjadi ibu muda memiliki resepsi yang lebih variatif. FC dan RS melihat bahwa Uma Mega hanya berusaha menjadi ibu terbaik tanpa menciptakan tekanan untuk menjadi sempurna. AD, NF, dan YS menghargai nilai-nilai yang ditampilkan namun tetap kritis terhadap ekspektasi ibu ideal. AZ menolak standar tunggal keibuan dan menekankan bahwa setiap ibu ideal dengan caranya masing-masing. Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa *motherhood* dalam konten Uma Mega diterima secara positif, namun tetap ditanggapi secara reflektif oleh khalayak yang menyadari keragaman kondisi dan konstruksi gender dalam kehidupan nyata.

B. Kontrol Patriarki Terhadap *Motherhood* yang Ditampilkan

Konten TikTok @Megakenichiro_official memperlihatkan Uma Mega sebagai sosok ibu yang memikul banyak tanggung jawab domestik, mulai dari mengurus rumah, anak, hingga menciptakan konten digital, meskipun suaminya juga terlihat sesekali membantu. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan sebagian besar narasumber menempatkan diri dan mereka menyadari bahwa peran suami tampak lebih terbatas karena alasan pekerjaan, dan beban rumah tangga lebih banyak ditanggung Uma Mega. Meski mereka menghargai bentuk dukungan yang ada, para narasumber ini tetap mencermati adanya ketimpangan pembagian peran yang mencerminkan kontrol patriarki dalam kehidupan keluarga. Berikut contoh kontennya pada Gambar 7 dibawah ini.



Gambar 7. Suami Uma Mega yang mengantar anak-anaknya ke sekolah

Sumber: Dokumentasi TikTok

@megakenichiro_official 2025

Namun, terdapat pula narasumber yang menerima dan menganggap bahwa keterlibatan suami Uma Mega sudah cukup dan sesuai dengan norma tradisional, yakni suami sebagai pencari nafkah dan istri sebagai

pengurus rumah tangga. Mereka menilai kehadiran emosional dan partisipasi suami dalam momen-momen tertentu sebagai bentuk dukungan yang ideal.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun generasi muda mulai menunjukkan kesadaran kritis terhadap ketidaksetaraan gender dalam peran domestik, banyak dari mereka masih memaklumi atau menerima norma patriarkal yang telah mengakar, terutama dalam konteks *motherhood*.

C. Penindasan atau Pembatasan Peran Ibu dalam Konten TikTok @Megakenichiro_official

Konten TikTok @Megakenichiro_official memperlihatkan kehidupan Uma Mega sebagai ibu rumah tangga yang aktif, berdedikasi penuh dalam peran domestik sekaligus produktif sebagai *content creator*. Gambaran ini memicu beragam resepsi dari perempuan, khususnya terkait apakah *motherhood* dalam konten tersebut merepresentasikan bentuk pembatasan terhadap perempuan. Sebagian besar narasumber mengakui bahwa *motherhood* memang menyita banyak waktu dan ruang pribadi, tetapi tetap melihat adanya peluang bagi perempuan untuk berkarya dan memiliki waktu bagi diri sendiri melalui pengelolaan waktu yang bijak. Mereka cenderung memahami bahwa peran keibuan dalam konten Uma Mega bukan semata bentuk penindasan, melainkan bisa juga merupakan pilihan sadar atau hasil dari adaptasi terhadap kondisi keluarga dan pekerjaan.

Sementara itu, sebagian kecil responden menolak bahwa *motherhood* adalah bentuk pembatasan. Mereka menilai peran sebagai ibu justru merupakan kontribusi besar terhadap keluarga dan masyarakat, serta

memandang Uma Mega sebagai sosok yang berhasil memadukan peran domestik dan profesional. Di sisi lain, ada pula responden yang menerima sepenuhnya gambaran keibuan dalam konten sebagai hal wajar dan ideal yakni bahwa menjadi ibu memang menyita waktu sepenuhnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap *motherhood* dalam media sosial tidak bersifat tunggal, melainkan dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman, nilai-nilai pribadi, serta pemahaman masing-masing individu terhadap peran gender.

D. Ketidaksetaraan Peran Gender Terhadap *Motherhood* dalam Konten TikTok @Megakenichiro_official

Konten TikTok @Megakenichiro_official menampilkan dinamika rumah tangga Uma Mega dan suaminya yang cenderung egaliter, dengan menunjukkan bentuk kerja sama dalam pengasuhan anak dan pekerjaan domestik. Mayoritas narasumber dari kalangan perempuan, baik yang belum menikah, sudah menikah, maupun ibu muda, mereka menerima dan menyetujui narasi bahwa pembagian peran dalam rumah tangga tersebut adil dan saling mendukung. Para responden menilai bahwa meskipun suami Uma Mega bekerja di luar kota, ia tetap terlibat dalam aktivitas rumah saat berada di rumah, seperti memasak, mencuci piring, atau antar-jemput anak. Sikap kooperatif ini dinilai mencerminkan hubungan pernikahan yang sehat dan mendukung gagasan *co-parenting*.

Namun, terdapat pula beberapa responden yang mencermati bahwa beban pekerjaan rumah tangga cenderung masih lebih banyak ditanggung oleh Uma Mega. Mereka mengakui bahwa meskipun terdapat

dukungan dari pihak suami, pembagian tersebut belum sepenuhnya seimbang akibat faktor pekerjaan dan waktu. Hal ini mencerminkan kesadaran akan *ketimpangan gender* yang bersifat laten, di mana tanggung jawab emosional dan kerja ganda tetap dominan berada di pihak perempuan. Dengan demikian, meskipun konten Uma Mega dinilai banyak merepresentasikan kesetaraan gender dalam keluarga, persepsi audiens terhadapnya tetap dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan nilai sosial yang mereka anut.

E. Institusional Peran Ibu Dalam Konten TikTok @Megakenichiro_official

Konten TikTok @Megakenichiro_official menampilkan institusional *motherhood* melalui figur Uma Mega sebagai sosok ibu yang tangguh, penyayang, dan adaptif dalam menjalani peran domestik sekaligus publik. Mayoritas narasumber, baik yang belum menikah, sudah menikah, maupun ibu muda, mereka menerima dan menyetujui gambaran peran ibu yang ditampilkan dalam konten Uma Mega sebagai sesuatu yang ideal, inspiratif, dan pantas dicontoh. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka merasa semakin siap menjadi ibu atau menilai gaya pengasuhan Uma Mega sebagai wujud kasih sayang dan ketegasan yang seimbang. Mereka menganggap bahwa *motherhood* tidak hanya tentang pengorbanan, tetapi juga tentang kekuatan, perencanaan, dan cinta yang mendalam.

Namun, satu narasumber yakni JL (22), yang meskipun merasa terinspirasi dan lebih siap menjadi ibu setelah menonton konten Uma Mega, tetap menyadari bahwa kesiapan tersebut sangat dipengaruhi oleh banyak faktor lain seperti dukungan pasangan dan

kondisi kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten Uma Mega berhasil memperkuat narasi institusional tentang *motherhood* yang positif, khalayak tetap mengkaji ulang makna tersebut berdasarkan pengalaman dan harapan personal mereka. Keseluruhan temuan menunjukkan bahwa *motherhood* yang ditampilkan Uma Mega dilihat bukan sebagai peran yang mengekang, melainkan sebagai bentuk aktualisasi diri yang adaptif dan bermakna dalam konteks sosial dan budaya modern.

Berdasarkan hasil penelitian, representasi *motherhood* dalam perspektif teori feminisme yang ditampilkan melalui konten TikTok @Megakenichiro_official memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk pemahaman khalayak terhadap peran keibuan di era digital. Khalayak memaknai gaya pengasuhan yang ditampilkan oleh Uma Mega sebagai bentuk *motherhood* yang mandiri, hangat, tegas, serta realistis. Gaya pengasuhan ini sekaligus mencerminkan nilai-nilai pemberdayaan perempuan. Mereka mengapresiasi bagaimana Uma Mega menampilkan aspek emosional, kebebasan dalam mendidik anak, serta keterlibatan aktif sebagai seorang ibu tanpa meninggalkan jati diri dan kemandiriannya. Meskipun beberapa responden menyadari adanya ketimpangan gender dan tekanan institusional yang masih melekat dalam struktur sosial, mereka tetap melihat sosok Uma Mega sebagai representasi ibu modern yang adaptif terhadap perubahan zaman dan inspiratif dalam menjalankan fungsinya. Temuan ini menunjukkan bahwa khalayak tidak bersifat pasif dalam menerima pesan media, tetapi justru aktif dalam menafsirkan konten berdasarkan pengalaman hidup, nilai budaya, dan pandangan personal mereka mengenai peran perempuan. Bahkan,

dalam beberapa tanggapan, muncul harapan agar lebih banyak figur publik perempuan yang menunjukkan pola pengasuhan yang berani, reflektif, dan tidak terjebak dalam stereotip ibu sempurna. Gambar 8 berikut merupakan visualisasi dari hasil tersebut.



Peran keibuan dalam media sosial semakin mengalami pergeseran menuju konstruksi yang lebih realistis, dinamis, dan memberdayakan. Wulandari dan Yuliana (2021) menyatakan bahwa ibu masa kini tidak hanya menjalankan fungsi pengasuhan tradisional, tetapi juga menjadi figur digital yang aktif dalam menyuarakan nilai-nilai

feminisme kultural melalui konten daring. Selaras dengan itu, Putri dan Lestari (2022) menemukan bahwa TikTok menjadi ruang strategis bagi ibu untuk menyampaikan pola asuh positif secara komunikatif dan menarik, yang memperkuat citra keibuan modern yang tegas namun tetap hangat. Sementara itu, Anggraini (2023) dalam studi resepsinya menunjukkan bahwa khalayak perempuan cenderung memaknai konten motherhood di TikTok sebagai bentuk representasi keibuan yang lebih dekat dengan realitas sehari-hari, sehingga menumbuhkan empati dan keterhubungan emosional antara pembuat konten dan penontonnya.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan bahwa sebagian besar informan memaknai peran keibuan Uma Mega sebagai positif, inspiratif, dan memberdayakan, karena dinilai otentik, tegas, penuh kasih, pembagian peran antara suami dan istri serta kerjasama yang adil dalam mengasuh anak serta tidak terikat standar sosial tertentu. Gaya pengasuhan yang ia tampilkan seperti penggunaan tiga bahasa dan respons terhadap kritik dianggap mencerminkan kebebasan menjalani *motherhood* sebagai pengalaman personal. Namun pada sisi *motherhood* sebagai institusi, khalayak tetap menyadari adanya norma stereotip gender, seperti peran domestik perempuan. Meski begitu, mereka tetap mengapresiasi semangat Uma Mega. Secara keseluruhan, *TikTok* dilihat sebagai ruang alternatif bagi perempuan untuk mengekspresikan identitas keibuannya secara modern dan bebas. Karena zaman sekarang menjadi ibu tidak harus bersifat tradisional atau hanya berdasarkan inspirasi satu orang saja, melainkan bisa dari berbagai macam

pandangan untuk diterapkan dan disesuaikan dalam pengasuhan anak. Kesimpulannya penelitian ini menghasilkan pemahaman kepada khalayak tentang *motherhood*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. D. (2023). Resepsi khalayak terhadap konten motherhood di TikTok: Studi pada perempuan milenial. *Jurnal Kajian Komunikasi dan Budaya*, 7(1), 88–97.
- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022). *Penggunaan TikTok sebagai personal branding Benjamin Master Adhisurya (iben_ma)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nuswantoro.
- Kalodata. (2024). *Tiktok statistik 2024: Data, tren, dan wawasan pemasaran yang perlu Anda ketahui*. Diakses dari <https://www.kalodata.com/id/blog/2024/07/tiktok-statistik-2024-data-tren-dan-wawasan-pemasaran-yang-perlu-anda-ketahui/>
- Kia, A. D., & Murniarti, E. (2020). Pengaruh pola asuh orang tua dalam peningkatan prestasi belajar anak. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 13(3), 264–278.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi, cetakan ke-36). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mutmainah, R. (2024). *Analisis tanggapan netizen terhadap gaya pengasuhan dalam TikTok Uma Mega*. [Artikel tidak dipublikasikan, dikutip dalam penelitian].
- Putri, A. R., & Lestari, D. M. (2022). Representasi pola asuh positif dalam konten video TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 120–130. <https://doi.org/10.1234/jkd.v4i2.2022>
- Red, T., & Coco, D. A. N. (2024). Sosok perempuan dalam konsep. [Artikel/teks dikutip sebagai penafsiran Adrienne Rich].
- Retnowati, D. A., & Sukmawaty, N. I. P. (2024). The effect of authoritative

- parenting style on individual development: A literature review. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(1), 205–209. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.1.2662>
- Rich, A. C. (1986). *Blood, bread, and poetry: Selected prose, 1979–1985*. New York, NY: W. W. Norton.
- Sabila, K., & Tawaqal, R.S., (2025). The Phenomeneon of FoMO (Fear of Missing Out) Culture on Tiktok Social Media among Gen Z Fenomena Budaya FoMO (Fear of Missing Out) di Media Sosial Tiktok pada Kalangan Gen Z.
- Siahaan, R. A. (2023). In quest of mother's worth: How millennial instamoms' sharenting revisits women's traditional roles. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(2), Article 6.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-10). Bandung: Alfabeta.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma konstruktivis. *Metodologi Penelitian*, October, 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Yoshina Siautta, S., Widyaningrum, A. Y., & Setyarinata, A. W. (2020). Selubung ketidakadilan peran gender dalam motherhood pada film *Athirah*. *Tuturlogi*, 1(3), 165–183. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.001.03.2>
- Uljanatunnisa. (2023). Analisis resepsi konten pada akun TikTok @vmuliana terhadap kebutuhan informasi akan career preparation. *Medium*, 11(2), 50–63. [https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11\(02\).13503](https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11(02).13503)
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma konstruktivis. *Metodologi Penelitian*, October, 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Wulandari, M., & Yuliana, S. (2021). Motherhood dan feminisme dalam media sosial: Studi konstruksi peran ibu di era digital. *Jurnal Gender dan Media*, 3(1), 45–58.
- Yoshina Siautta, S., Widyaningrum, A. Y., & Setyarinata, A. W. (2020). Selubung ketidakadilan peran gender dalam motherhood pada film *Athirah*. *Tuturlogi*, 1(3), 165–183. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.001.03.2>