

# Tantangan Menjadi "Digital Moms"

Pikiran Rakyat, Selasa, 22 Desember 2020

**P**EMBUKAAN Kongres Perempuan Indonesia pertama pada 22 Desember 1928 menjadi tonggak sejarah munculnya gagasan Hari Ibu di Indonesia yang kemudian dikukuhkan pada Kongres Perempuan Indonesia 1938. Sejak itulah, tanggal 22 Desember diperingati sebagai Hari Ibu.

Semangat awal para perempuan Indonesia kala itu adalah kesetaraan dan emansipasi wanita. Hari Ibu awalnya diperingati untuk mengenang jasa dan semangat perempuan dalam memperjuangkan kemerdekaan.

Saat ini peringatan Hari Ibu dimaknai sebagai momen untuk menghargai jasa ibu dalam berbagai hal, seperti peran seorang ibu dalam keluarga, baik untuk suami maupun anak-anak, bahkan peran ibu di ranah publik.

## Tantangan

Tantangan yang dihadapi ibu zaman dulu berbeda dengan era kini. Para ibu tidak hanya dituntut untuk menjaga dan mendampingi suami di dalam keluarga tetapi juga harus mampu memberikan kontribusi dalam segala hal, termasuk dalam meningkatkan kualitas hidup keluarga.

Ibu kekinian berhadapan dengan generasi yang tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi seperti media digi-



## Dedeh Fardiah

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung

tal. Perkembangan media digital menyebabkan pola dalam mendidik anak-anak menuntut perubahan.

Di era serbadigital, orangtua dituntut untuk tidak ketinggalan zaman, harus selangkah lebih maju dibandingkan anak-anak mereka, walau realitasnya justru anak-anak lebih pintar dalam memanfaatkan media digital.

Ibu sebagai salah satu komponen pendidik anak dalam keluarga harus memiliki kepekaan dalam menghadapi media digital.

Pada masa pandemi ini, banyak ibu yang mengeluhkan soal pekerjaan tambahan karena harus mendampingi dan mengajari anak menyelesaikan tugas-tugas sekolah.

Bagi anak usia remaja agak mending karena mereka sudah bisa melakukan akses secara mandiri bahkan lebih jago ketimbang ibunya.

Namun bagi anak usia PAUD, TK, bahkan SD, ada kerja ekstra yang diperankan oleh ibu selain tentang pemahaman substansi materi pembelajaran yang diberikan sekolah, juga bagaimana memanfaatkan teknologi

ketika berlangsungnya proses belajar mengajar.

Tak heran, yang terjadi justru yang lebih repot mengerjakan tugas anaknya adalah sang ibu karena harus memotret, memvideokan kegiatan belajar anak, memeriksa tugas anak, dan mengirimkannya kepada guru dan menyiapkan pembelajaran daring.

Fenomena lain ketika ibu dihadapkan pada media digital adalah pola perilaku belanja *online*. Muncul istilah *digital moms* yaitu para ibu yang umumnya memilih untuk berbelanja secara *online*.

Apalagi sejak pandemi Covid-19, berbelanja *online* menjadi pilihan utama yang aman dan nyaman.

Berdasarkan *ecommerce IQ*, firma riset pasar spesialis data dan *insight e-commerce* di Asia Tenggara, mengungkapkan fakta, 66% perempuan Indonesia yang sudah menjadi seorang ibu lebih suka belanja *online* daripada konvensional.

Dilemanya, di era digital, penipuan berbasis manipulasi psikologis dilakukan lewat banyak sisi. Salah satu

bentuk kejahatan digital yang sering kita temui seperti penipuan *online* terutama pada perilaku belanja *online*.

Kejadian *seller* menipu konsumen ataupun konsumen menipu *seller*, tipe kejahatan ini sering kita lihat di media sosial yang menargetkan orang-orang dari semua latar belakang, usia, dan tingkat pendapatan, tidak terkecuali kalangan ibu.

## Terpapar hoaks

Tantangan lain seorang ibu di era media digital adalah bagaimana menghadapi banjirnya informasi hoaks. Ibu menjadi salah satu kelompok perempuan yang rentan terhadap munculnya hoaks.

Mafindo (2019) mencatat, kaum perempuan lebih mudah terpapar informasi hoaks karena faktor psikologis dan emosi perempuan yang tidak stabil ketika menerima informasi. Kaum perempuan lebih cenderung mudah untuk menyebarkan informasi yang mereka percaya benar.

Kaum perempuan mudah dipicu dengan hoaks-hoaks yang menyangkut kehidupannya dan kehidupan orang terdekatnya. Kondisi ini yang menyebabkan pihak-pihak tertentu sengaja memanfaatkan perempuan sebagai target hoaks.

Dengan berbagai tantangan yang dihadapi ibu dalam menghadapi kemajuan tek-

nologi media digital, peran ibu jelas lebih berat karena kondisi eksternal semakin kompleks.

Oleh karena itu, ibu-ibu kekinian harus menerapkan strategi komunikasi menggunakan pendekatan dialog untuk mendidik anak-anak generasi digital.

Namun, yang menjadi catatan penting, walaupun zaman telah berubah dan teknologi berkembang pesat, nilai-nilai yang dipegang harus tetap sama dalam menanamkan nilai-nilai kejujuran, kerja keras, menghormati orang lain, menghormati orangtua, dan peduli terhadap orang lain.

Menjadi *digital moms*, seorang ibu harus terus meningkatkan kapabilitas mereka dalam literasi digital sehingga mampu menggunakan media digital secara bijak ketika mendidik anak-anak dan berinteraksi dengan keluarga, mampu menjadi konsumen yang cerdas pada saat belanja secara *online* sesuai kebutuhan dan kepentingannya.

Selain itu, memiliki sikap kritis dalam mencermati maraknya berita hoaks yang muncul, sehingga selalu tabayun dalam mencari sumber yang jelas ketika mendapat informasi hoaks, dengan prinsip saring dulu sebelum *sharing*. Selamat Hari Ibu para *digital moms*.\*\*\*