

Podcast Mom's Corner: Ruang Publik Digital untuk Pemberdayaan Perempuan sebagai Ibu Ideal

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v8i2.446>

Farrany Alifia Ramadhani¹, Makroen Sanjaya², Tantan Hermansah¹

¹Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
Jl. Ir. H. Djuanda No. 95, Tangerang Selatan 15412 - Indonesia

²Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta
Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Jakarta 15419 - Indonesia

*e-mail korespondensi: alifiafar24@gmail.com

Submitted: 10 Oktober 2025, **Revised:** 10 November 2025, **Accepted:** 11 Desember 2025
Terakreditasi SINTA-4 SK Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024 sampai Vol 10(2) tahun 2027

Abstract YouTube as a digital platform, has great potential to deliver educational content. However, in reality, the majority of creators still produce mainstream entertainment content, so its educational function has not been optimized. In this context, the momscorner podcast has emerged with themes of motherhood and parenting, which have the potential to become an alternative digital public space for women to discuss the concept of the ideal mother in line with the times. This study aims to verify whether the momscorner podcast truly fulfills this role. The theoretical framework of this study refers to the public sphere theory (Habermas) and YouTube as a participatory culture (Jenkins). The research approach used is qualitative with a virtual ethnography method, with data collection through observation of podcast content and in-depth interviews with the creative team managing momscorner. This study found that the momscorner podcast is not only a medium of communication but also a discursive space that allows women to share experiences, expand their knowledge, and gain emotional support. Through content that discusses issues of parenting, child education, and mental health, this podcast helps women open up new insights into the meaning of "ideal mother." Thus, momscorner acts as a digital public space that encourages women's empowerment.

Keywords: Digital Public Space; Participatory Culture; Podcast; Women's Empowerment; Ideal Mother.

Abstrak YouTube sebagai salah satu platform digital memiliki potensi besar dalam menghadirkan konten edukatif, namun realitasnya mayoritas kreator masih memproduksi konten hiburan yang bersifat *mainstream* sehingga fungsi edukatif belum optimal. Dalam konteks ini, podcast momscorner hadir dengan mengangkat tema *motherhood* dan parenting yang berpotensi menjadi ruang publik digital alternatif bagi perempuan untuk berdiskusi mengenai konsep ibu ideal sesuai dengan perkembangan zaman. Adanya penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi apakah podcast momscorner benar-benar beroperasi memenuhi peran tersebut. Kerangka teoretis penelitian ini merujuk pada teori *public sphere* (Habermas) dan Youtube sebagai Budaya Partisipasi (Jenkins).

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode etnografi virtual, dengan pengumpulan data melalui observasi konten podcast, serta wawancara mendalam dengan tim kreatif pengelola momscorner. Studi ini menemukan bahwa podcast momscorner tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga ruang diskursif yang memungkinkan perempuan untuk saling berbagi pengalaman, memperluas pengetahuan, serta mendapatkan dukungan emosional. Melalui konten yang membahas isu pengasuhan, pendidikan anak, hingga kesehatan mental, podcast ini membantu perempuan membuka wawasan baru mengenai makna “ibu ideal”. Dengan demikian, momscorner berperan sebagai ruang publik digital yang mendorong pemberdayaan perempuan.

Kata kunci: Ruang Publik Digital; Budaya Partisipatif; Podcast; Pemberdayaan Perempuan; Ibu Ideal

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dari masa transisi media lama ke media baru seperti saat ini memberikan ruang interaksi digital yang memungkinkan individu untuk membangun relasi dan berpartisipasi ke dalam sebuah komunitas berbasis virtual atas dasar kesamaan minat, ketertarikan, maupun tujuan yang ingin dicapai. Salah satu perubahan terbesar terjadi dalam peran media sosial, yang awalnya hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, kini telah berkembang menjadi ruang publik digital yang menawarkan berbagai peluang (Ayumi & Diajeng, 2024). Ruang digital menjanjikan banyak “mainan” untuk kehidupan manusia saat ini (Gani & Anwar, 2022). Perkembangan media sosial ini menciptakan ruang interaksi digital yang tidak terbatas oleh jarak. Mayfield dalam (Kasatriyanto, 2021) menyebutkan ada beberapa karakteristik media sosial, yakni: (1) Partisipan (*participation*); (2) Keterbukaan (*openness*); (3) Percakapan (*conversation*); (4) Masyarakat (*community*), dan (5) Keterhubungan (*connectedness*).

YouTube merupakan salah satu bentuk media sosial untuk berbagi video ataupun menonton video yang dibagikan oleh berbagai pihak. Sebagai salah satu situs berbagi video terbesar di dunia, YouTube menawarkan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video dalam skala global. Kready, Shimray, Hussain, & Agarwal (2020) (dalam Nagara, 2025) mengungkapkan perhari, pengguna YouTube menghabiskan waktu 40 menit untuk menonton dan mengomentari video. Di luar fungsi pemasaran digital, YouTube menjadi medium edukatif yang memberdayakan perempuan (Prasetyo et al., 2023). Jenis konten yang terdapat di YouTube mayoritas merupakan konten hiburan.

Potensi kehadiran konten yang bersifat lebih edukatif di YouTube menjadi salah satu aspek yang belum dioptimalkan. Kebanyakan kreator konten masih membuat konten yang bersifat *mainstream*. Oleh karenanya, di masa mendatang pihak YouTube menargetkan peningkatan kreator konten dan komunitas berbasis edukasi (Rahmawan, 2018).

Podcast sebagai konten YouTube berupa diskusi audio antara host dan narasumber kini semakin populer. Podcast merupakan rekaman diskusi audio tentang topik tertentu, seperti pendidikan, perjalanan, atau isu-isu yang sedang berkembang yang awal mulanya hanya berbentuk audio. Kebanyakan *podcast* lebih bertujuan untuk *entertainment* atau hiburan, tetapi tidak hanya itu, *podcast* juga dapat memberikan konten yang bersifat edukasi kepada pendengarnya.

Survey mengungkapkan bahwa lebih dari separuh audiens secara teratur mengonsumsi konten komedi dan informasi aktual, sedangkan sepertiga pendengar konsisten mendengarkan konten bisnis dan edukasi (Oktaviansyah & Yasser, 2024).

Dalam konteks komunikasi, media sosial seperti YouTube dapat dipandang sebagai ruang publik di mana masyarakat dapat saling berbagi informasi, berdialog, serta membangun opini bersama. Konsep ruang publik (*public sphere*) yang ditawarkan oleh Jurgen Habermas (1989) menekankan pentingnya adanya diskusi publik yang rasional dan berlangsung secara bebas tanpa intervensi atau dominasi kepentingan eksternal, baik politik maupun ekonomi. Habermas menganalisis ruang publik adalah ruang di mana setiap orang dapat saling berbagi pemikiran dan membentuk pandangan bersama berdasarkan logika serta argumen yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitiannya, Dharma & Alim (2021) mengutip Hidayat (2001) menyatakan, sebagai ruang publik *virtual*, media bertugas menyediakan dan mendistribusikan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan, sekaligus menjadi wadah bagi proses pembentukan pendapat umum.

Dharma & Alim (2021) mengutip Chau (2010) berpendapat bahwa platform YouTube berhasil memfasilitasi terbentuknya budaya partisipatif di kalangan pengguna internet yang terwujud dalam bentuk diskusi di kolom komentar dan pemberian tanggapan positif melalui tombol *like* pada video yang ditayangkan.

Nugraha et al., (2019) sebagaimana dikutip Rohimah et al., (2021) mengungkapkan Indonesia teridentifikasi sebagai negara dengan pengguna media sosial yang sangat responsif, dengan rata-rata satu pengguna dapat memberikan hingga 87 komentar terhadap satu konten dalam sehari. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa Indonesia berada dalam pertukaran informasi yang produktif, di mana pengguna bukan sekadar sebagai penerima tetapi juga sebagai pencipta informasi (Rohimah et al., 2021).

Di tengah era digital yang berkembang pesat, sebagaimana yang telah disinggung di awal bahwa platform YouTube telah mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya fitur podcast yang menawarkan ruang baru bagi berbagai komunitas untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman. Tidak hanya sekadar medium berbagi konten personal, kini bertransformasi menjadi sumber referensi dan motivasi yang signifikan bagi berbagai kalangan (El Ishaq & Mahanani, 2018), khususnya kaum ibu, sehingga para ibu dapat mengeksplorasi berbagai referensi dan *guidance* parenting hanya melalui sentuhan jari (Sugitanata, 2024).

Jika biasanya, para ibu muda mendapatkan informasi tentang *parenting* atau pengasuhan anak dari orang tua, mertua, kakak ipar atau orang-orang yang dituakan lainnya. Namun dewasa ini telah terjadi pergeseran dalam mendapatkan akses informasi tentang ilmu parenting dari media baru. Penyebarannya pun lebih meluas dan cepat. Dahulu, akses dan aktivitas parenting sebatas dalam lingkup *offline*. Namun kini bertransformasi ke ranah *online* (Giantika, 2019).

Media sosial sebagai representasi inovasi teknologi digital telah menjelma menjadi ruang komunikasi primer bagi para ibu untuk saling berinteraksi, bertukar pengalaman, dan menciptakan *support system* melalui jaringan virtual (Harahap & Adeni, 2020). Keuntungan tambahan dari media sosial adalah potensinya sebagai instrumen pemberdayaan bagi para ibu (Laksmiana & Setyawan, 2021). Platform digital ini memungkinkan para ibu untuk mengaktualisasikan diri, mendistribusikan pengetahuan, dan mengasah kemampuan baru, yang secara progresif dapat memperkuat rasa percaya diri dalam menjalankan peran keibuan (Sugitanata & djun, 2024).

Para ibu dapat mengakses beragam panduan parenting, konsep aktivitas pembelajaran, serta rekomendasi kesehatan yang relevan untuk perkembangan anak-anak mereka. Kemudahan akses ini memungkinkan para ibu untuk memberikan respons yang lebih cepat terhadap kebutuhan anak dan mengambil keputusan pengasuhan yang lebih berbasis pengetahuan (Sugitanata, 2024). Para ibu cenderung mengadopsi pola-pola pengasuhan yang dipromosikan oleh para *influencer* di bidang parenting yang kemudian mempengaruhi praktik pengasuhan mereka dalam kehidupan sehari-hari (Abidin, 2016). Di sisi lain, konstruksi norma-norma pengasuhan era digital ini terfasilitasi melalui diskursus online yang intensif, yang tidak jarang bertentangan dengan tradisi pengasuhan yang diwariskan dari generasi ke generasi (Greenhow & Lewin, 2019).

Limia (2016) berpendapat, perbincangan masyarakat mengenai peran ibu ideal melalui berbagai lini medium komunikasi secara langsung maupun tidak langsung merupakan suatu proses konstruksi sosial. Berbagai literatur terdahulu menunjukkan bahwa budaya turut berperan dalam mengkonstruksi peran ibu. Seperti (Susanti, 2022) yang mencoba mendeskripsikan ibu yang ideal adalah ibu yang berhasil dalam menjalankan perannya secara maksimal sebagai seorang ibu. Ia harus dapat membaca pribadi anak-anaknya, persoalan dan problem yang dihadapi, bagaimana berinteraksi dengan mereka, bagaimana cara mendidik, bagaimana mengajarkan al-Qur'an, dan bagaimana mengajarkan masalah-masalah yang berkaitan dengan agama dan pendidikan, serta memiliki pengetahuan tentang sarana pendidikan modern dan cara penggunaannya.

Seluruh penjelasan di atas menegaskan bahwa sebagai ibu semestinya bijaksana dan mampu mendidik anak dengan baik dalam menuju anak yang soleh dan solihah, tahu hak dan kewajibannya yang telah ditentukan oleh agama (Nurfuadi, 2016). Akan tetapi, di tengah tuntutan peran mulia tersebut, ibu masa kini dihadapkan pada tantangan dan peluang baru yang tidak kalah kompleks. Peran ibu sebagai pendidik utama nilai-nilai keagamaan tersebut kini bersinggungan dengan realitas baru di mana globalisasi hadir dengan segala dinamikanya.

Karenanya, potensi podcast sebagai media publikasi yang besar bisa menjadi salah satu alternatif media atau saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi terkait

pemberdayaan perempuan menuju ibu ideal. Sifatnya yang tidak terikat oleh media pemutar tertentu dan bisa diputarkan kapan saja dan di mana saja menjadikan media ini sangat fleksibel. Hal ini dimanfaatkan oleh Nikita Willy dan suaminya dengan membuat program Podcast YouTube yang bernama “momscorner”, sebuah konsep diskusi publik yang mengulas berbagai topik mengenai parenting dari berbagai narasumber yang berpengalaman di bidangnya.

Era digital telah mentransformasi cara perempuan mengakses informasi dan berpartisipasi dalam diskusi publik, termasuk dalam konstruksi identitas keibuan yang ideal. Podcast momscorner sebagai salah satu platform digital yang mengangkat tema-tema seputar *motherhood* dan parenting memiliki potensi untuk menjadi ruang publik alternatif bagi perempuan dalam mendiskusikan konsep “ibu ideal” yang sesuai dengan konteks kontemporer.

Namun, belum diketahui secara empiris sejauh mana podcast ini benar-benar berfungsi sebagai ruang publik digital edukatif dan memberdayakan. Permasalahan ini menjadi penting untuk dikaji dengan fokus penelitian diarahkan pada bagaimana podcast ini memberi ruang diskusi, menyebarkan pengetahuan, serta memberdayakan perempuan. Oleh karenanya, diperlukan studi mendalam untuk memverifikasi apakah podcast MomsCorner benar-benar beroperasi memenuhi peran tersebut.

Beberapa literatur terdahulu seperti Sugitanata & Aqila (2024) menunjukkan bagaimana media sosial mempengaruhi sikap dan perilaku ibu-ibu secara signifikan. Studi ini mengungkapkan pentingnya literasi digital yang kritis bagi ibu-ibu modern dalam memanfaatkan media sosial secara bijak. Kemudian Yakub (2023), fokus pada bentuk komunikasi ibu dan anak untuk menggambarkan peran ibu yang ideal dalam Islam.

Juga kajian yang menyoroti perlunya keluarga ideal lantaran memiliki peranan yang sangat penting khususnya bagi masyarakat muslim sehingga dapat terwujud generasi yang baik di tengah-tengah masyarakat (Djuned & Husna, 2020) serta studi Moeksim & Alamiyah (2025) menunjukkan bahwa sebuah makna dan interpretasi bervariasi dari satu informan ke informan lainnya.

Sejumlah literatur tersebut menjadi rujukan peneliti dalam mengkaji fenomena yang terjadi. Akan tetapi dari studi-studi tersebut, meskipun media sosial telah menjadi ruang pembelajaran yang tak terbatas, masih terdapat gap penelitian yang signifikan dalam mengkaji bagaimana platform digital dapat dioptimalkan sebagai platform edukasi berbasis keahlian (*expertise*) yang tidak hanya memberdayakan perempuan dalam mempersiapkan peran ideal sebagai ibu, tetapi juga berfungsi sebagai ruang publik digital yang memfasilitasi diskusi dan pertukaran gagasan seputar pengalaman keibuan. Ditambah riset mengenai *podcasting* dalam dunia pendidikan terbilang masih terbatas. Sebagaimana yang diungkapkan Fernandez, Sallan & Simo (2015) terdapat sejumlah literatur yang mengidentifikasi penggunaan dan fitur podcast, akan tetapi riset tentang podcast di ranah pendidikan masih terbatas.

Sehingga dalam rangka membangun ibu ideal, peneliti memandang penting untuk mengkaji kompetensi keilmuan yang harus dimiliki seorang ibu sebagai fondasi dalam melaksanakan fungsi pengasuhan dan pendidikan terhadap anak-anaknya dengan fokus pada bagaimana podcast momscorner berkontribusi sebagai konstruksi dan penyaluran pengetahuan dalam pengembangan kapasitas keibuan. Karenanya, kajian ini menitikberatkan pada bagaimana podcast momscorner berperan sebagai ruang publik digital yang memfasilitasi pertukaran gagasan, pengalaman, dan pengetahuan tentang keibuan di masyarakat digital Indonesia.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini berpijak pada dua teori dalam kajian komunikasi dan media, yakni ruang publik digital dan budaya partisipatif.

Pertama, teori ruang publik digital dari Jurgen Habermas. Schuler & Day (2004) dalam (Jati, 2016) menyebutkan ruang publik dapat dipahami melalui tiga karakteristik utama, yakni: *pertama*, ruang publik sebagai wadah atau platform yang menyediakan basis interaksi bagi masyarakat untuk melakukan komunikasi. *Kedua*, ruang publik sebagai entitas publik itu sendiri, yang mengisyaratkan bahwa partisipasi masyarakat memegang peranan sentral dalam merealisasikan proses demokrasi partisipatif dari tingkat akar rumput. *Ketiga*, ruang publik sebagai mediator atau instrumen yang berfungsi menyalurkan aspirasi dari tingkat akar rumput kepada pemangku kebijakan di level atas.

Dalam perkembangannya, ruang publik tidak hanya bersifat fisik dan dapat diinderakan, melainkan telah bertransformasi pada ruang non-fisik dan tidak dapat diinderakan secara langsung namun dapat disaksikan sebagai sebuah realitas. Habermas dalam Robi'ah (2020) mengidentifikasi

pergeseran peran media dari fasilitator diskusi publik yang aktif membentuk, mengonstruksi, dan membatasi wacana publik sesuai kepentingan institusi media.

Ruang publik virtual berfungsi sebagai alternatif digital yang lebih luas, bebas, dan terbuka dibanding ruang publik konvensional. Platform ini memanfaatkan jaringan internet untuk menciptakan arena interaksi yang tidak terbatas ruang dan waktu. Media sosial merupakan wujud konkret ruang publik virtual yang dikaji dalam penelitian ini.

Dalam buku Hadirman (1993), Habermas mengemukakan bahwa komunikasi yang efektif dalam suatu diskusi dapat tercapai dengan baik apabila didasarkan pada empat klaim kesahihan, sebagai berikut:

(1) Klaim Kebenaran (*truth*), klaim ini menyoroti apakah informasi yang disampaikan di YouTube MomsCorner mengenai topik “keibuan” sesuai dengan fakta yang sebenarnya;

(2) Klaim Ketepatan (*rightness*), klaim ini berfokus pada keberhasilan membangun konsensus mengenai norma-norma sosial yang diterima bersama;

(3) Klaim Kejujuran (*sincerety*), klaim ini mengacu pada sejauh mana koherensi antara niat, ekspresi, dan tindakan channel YouTube momscorner dalam menyampaikan informasi;

(4) Klaim Komprehensibilitas (*comprehensibility*), klaim ini menekankan pada kejelasan dan keterpahaman informasi yang disampaikan. Informasi yang disampaikan pada YouTube MomsCorner harus dapat dipahami dengan jelas oleh audiens, sehingga para perempuan dapat menambah pengetahuan mereka dalam konteks “keibuan”.

Kedua, kerangka teori ini mengacu pada teori budaya partisipasi yang diperkenalkan oleh Jenkins. Era digital telah menjadikan internet sebagai teknologi fundamental yang mendukung seluruh aktivitas komunikasi manusia. Internet berkembang melampaui fungsinya sebagai medium atau instrumen komunikasi, melainkan menjadi kekuatan yang menggerakkan transformasi masyarakat dalam dimensi sosial, budaya, dan politik.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Tredinnick (2006) dalam Rohimah et al., (2021) ketika teknologi berperan sebagai penggerak perubahan dan memicu munculnya budaya baru dari penggunaannya, maka lahirlah fenomena yang disebut *internet culture*. *Internet culture* dapat diartikan sebagai praktik sosial dan sistem nilai komunikasi yang dijalankan oleh pengguna melalui dunia maya.

Murwani (2017) menyebutkan budaya internet mencakup rangkaian aktivitas penciptaan, penyebaran, dan konsumsi informasi melalui jaringan internet oleh para penggunanya. Implikasinya, semakin beragamnya aktivitas virtual akan melahirkan bentuk-bentuk partisipasi yang semakin bervariasi.

Aktivitas komunikasi virtual memerlukan partisipasi sebagai elemen fundamental. Tredinnick (2006) dalam Rohimah et al., (2021) menegaskan tingkat partisipasi yang tinggi terhadap suatu konten berpotensi memperluas jangkauannya, sehingga meningkatkan peluang konten tersebut untuk mencapai status viral. Kontinuitas aktivitas partisipatif ini pada akhirnya membentuk fenomena yang dikenal sebagai budaya partisipasi.

Meminjam teori Henry Jenkins yang dikutip oleh Rohimah et al., (2021), Jenkins memperkenalkan konsep budaya partisipasi dalam era komunikasi sosial dengan mengidentifikasi empat bentuk budaya partisipasi meliputi: afiliasi, ekspresi, kolaborasi pemecahan masalah, dan sirkulasi.

Afiliasi (*affiliations*) merujuk pada upaya integrasi dengan pengguna lain melalui berbagai platform, baik dalam format formal maupun informal, *online* maupun *offline*. Ekspresi (*expressions*) *terwujud* melalui kreativitas yang lahir dari proses berafiliasi dengan komunikasi digital. Kolaborasi pemecahan masalah (*collaborative problem solving*) melibatkan kerjasama kelompok untuk pengembangan pengetahuan dan penyelesaian permasalahan bersama. Sirkulasi (*circulations*) mencakup aktivitas pembentukan aliran informasi yang bertujuan mengoptimalkan kualitas dan ketajaman informasi.

METODE PENELITIAN

Studi ini dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dan metode etnografi virtual. Studi ini menggunakan paradigma konstruktivisme sebab paradigma ini menekankan karakter realitas yang jamak dan lentur. Jamak dalam pengertian bahwa realitas bisa direntangkan dan dibentuk sesuai dengan tindakan-tindakan bertujuan dari pelaku

manusia yang juga memiliki tujuan. Sederhananya, konstruktivisme ini ialah informasi yang beredar di dunia dimasukkan oleh peneliti untuk diolah dan diciptakan, kemudian dikeluarkan sebagai pengetahuan baru (Ronda, 2018).

Melalui metode etnografi virtual sebagaimana didefinisikan oleh Nasrullah (2017) digunakan untuk mengungkap realitas, baik tampak maupun tidak, dari komunikasi termediasi komputer di antara entitas (anggota) komunitas virtual di internet. Di internet entitas secara bersamaan dapat berperan menjadi produser sekaligus sebagai konsumen dari konten di akun media sosial milik entitas itu sendiri (Iskandar & Irawati, 2023). Jenis penelitian dengan menggunakan metode ini dianggap tepat untuk digunakan sebab penulis melakukan penelitian di ruang siber, tepatnya di media sosial instagram.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui berbagai cara, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan sifat terbuka dan dilakukan secara tidak terstruktur, observasi secara daring, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil dari wawancara dan observasi menjadi sumber data utama yang akan digunakan peneliti, diperkuat dengan data sekunder yang didapat dari artikel, jurnal, ataupun sumber informasi online yang relevan dengan topik penelitian.

Penyajian data yaitu dengan menganalisis data, hasil wawancara dengan informan, dan temuan hasil observasi dalam bentuk tulisan. Nasrullah (2017) menawarkan pendekatan untuk mendeskripsikan entitas melalui Analisis Media Siber (AMS). Hal ini bertujuan untuk melihat bagaimana posisi entitas dalam level mikro (teks) maupun makro (konteks). Febryani & Maulitaya (2023) mengutip (Nasrullah, 2017) menjabarkan dalam tulisannya bahwa pada level mikro peneliti harus menelusuri bagaimana perangkat internet tersebut, terdapat tautan apa saja, dan hal lainnya yang tampak di permukaan.

Pada praktiknya, Nasrullah (2018) menyebutkan analisis media siber terbagi menjadi empat level, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*).

Peneliti memperoleh data primer dengan mengumpulkan dan menganalisis interaksi yang terjadi dalam beberapa video edukasi parenting yang diunggah di channel YouTube Nikita Willy Official. Metode penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai eksistensi podcast momscorner sebagai platform yang membahas tema-tema keibuan dan *parenting* di masyarakat digital Indonesia, serta memberikan rekomendasi praktis untuk memaksimalkan ruang publik digital dalam mendorong pemberdayaan perempuan agar menjadi ibu yang ideal.

HASIL PENELITIAN

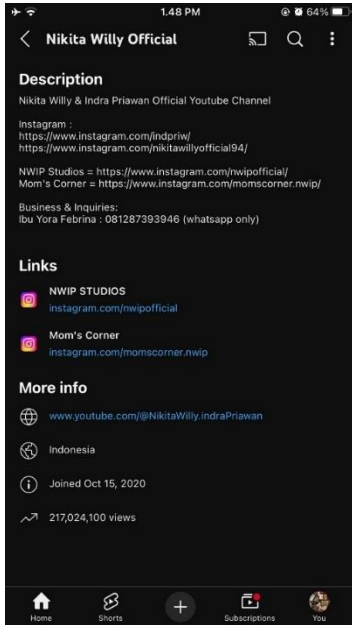
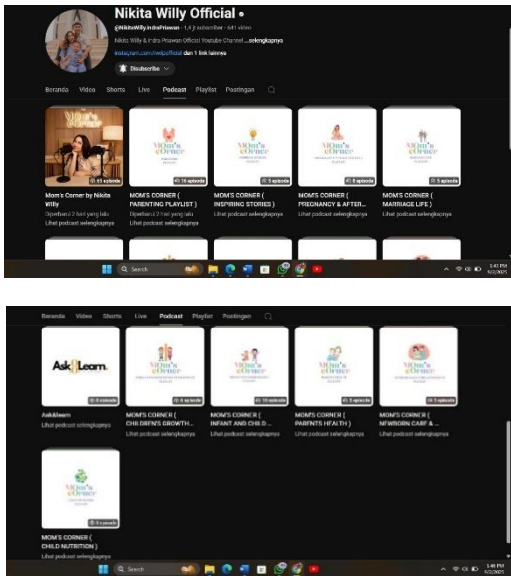
Akun YouTube Nikita Willy Official yang resmi dibuat pada 15 Oktober 2020 memiliki 1,4 juta *subscriber* dengan total unggahan sebanyak 641 video termasuk kategori podcast momscorner dan Ask&Learn, yakni program terbaru yang menjadi bagian dari momscorner. Fokus penelitian ini adalah respons dan interaksi para ibu dalam kolom komentar podcast momscorner pada kanal YouTube Nikita Willy yang menjadi sasaran primer pemberdayaan perempuan dalam konteks parenting.

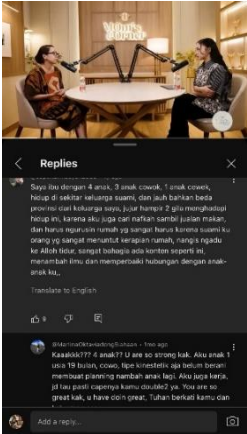
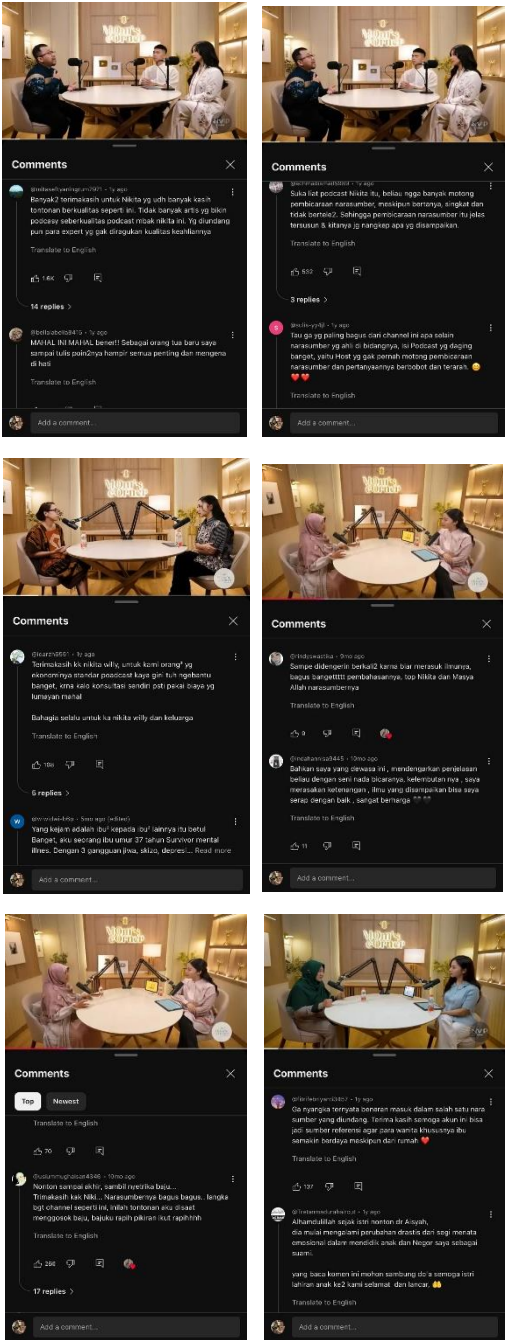
Melalui observasi mendalam terhadap pola komunikasi, bentuk partisipasi, dan dinamika diskusi yang terjadi di ruang komentar, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana platform digital tersebut berfungsi sebagai ruang publik digital yang memfasilitasi pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan dukungan emosional antar ibu.

Untuk memperkuat temuan dan memperoleh perspektif yang lebih komprehensif, peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan tim pengelola momscorner guna menggali motivasi, strategi konten, dan visi jangka panjang di balik inisiasi dan keberlanjutan program podcast tersebut, serta memahami bagaimana tim momscorner memposisikan platform tersebut sebagai instrumen pemberdayaan perempuan dalam menavigasi peran sebagai ibu ideal di era digital.

Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti menggunakan Analisis Media Siber (AMS) untuk menganalisis hasil penelitian sebagai panduan dalam menganalisis etnografi virtual yang dibagi ke dalam beberapa level. Berikut ini merupakan beberapa artefak budaya dalam akun podcast Mom's Corner yang peneliti temukan selama melakukan observasi berdasarkan level dalam analisis AMS:

Tabel 1. Artefak Budaya pada Podcast momscorner

LEVEL	ARTEFAK	KETERANGAN
Level Ruang media (<i>media space</i>)		Di ruang media, pada bagian penjelasan profil yang disebut juga sebagai deskripsi saluran (<i>channel description</i>) di akun YouTube Nikita Willy Official, terdapat link menuju media lain seperti Instagram dan WhatsApp. Akun ini rutin membagikan berbagai konten dengan topik tertentu, mulai dari parenting, kesehatan ibu dan nutrisi anak, kesehatan mental ibu, reproduksi wanita, kehidupan dalam pernikahan, dan kisah inspiratif.
Level Dokumen Media (<i>media archive</i>)		Dalam Dokumen Media, setiap postingan pada program podcast momcorner disertai dengan tagar (#) momscorner dan #ask&learn yang merupakan bagian dari podcast momscorner. Ciri khas dari podcast ini adalah format yang sangat sederhana dan langsung ke pokok pembahasan, di mana podcast dimulai dengan sapaan singkat dan pengenalan narasumber tanpa <i>opening</i> yang berlebihan, kemudian diakhiri dengan menutup percakapan secara singkat di akhir.

Level Media (<i>media object</i>)		Interaksi pada podcast momscorner terfasilitasi melalui fitur <i>like</i> dan kolom komentar yang mendorong partisipasi aktif netizen dalam berpendapat dan bertukar pengalaman, sementara pembuat konten turut merespons dengan memberikan <i>love/like</i> pada setiap komentar yang masuk.
Level Pengalaman (<i>experiential stories</i>)		Di level ini, tergambar secara makro bagaimana narasi-narasi pengalaman berpengaruh pada kehidupan praktis para pengikut akun yang menjadi objek penelitian. Kolom komentar menunjukkan antusiasme tinggi netizen yang merasakan manfaat nyata dari podcast momscorner sebagai sumber edukasi yang relevan untuk berbagai kalangan, utamanya ibu. Keberagaman cara konsumsi konten ini juga terlihat dari testimoni ibu-ibu yang memanfaatkan waktu aktivitas sehari-hari seperti menyetrrika sambil mendengarkan podcast untuk menambah wawasan. Terdapat pula testimoni mengesankan dari seorang suami yang mengamati perubahan positif pada istrinya, khususnya dalam hal pengelolaan emosi, yang menandakan bahwa konten podcast momscorner tidak hanya bersifat informatif tetapi juga aplikatif.

Podcast MomsCorner untuk Pemberdayaan Perempuan sebagai Ibu Ideal

Sebagai sebuah ruang publik digital, video-video podcast yang diproduksi oleh momscorner berupaya untuk memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan bagi perempuan, baik ibu maupun calon ibu. Hal ini menjadi penting karena media sebagai ruang publik tidak hanya bertugas menyajikan dan menyebarkan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan sikap, tetapi juga berfungsi memfasilitasi terbentuknya opini publik (Hidayat, 2001).

Terdapat beberapa alasan mengapa para perempuan memilih podcast momscorner pada kanal YouTube Nikita Willy sebagai saluran informasi pengetahuan, yaitu: (1) podcast ini menyajikan berbagai topik seputar parenting yang relevan dengan kebutuhan para ibu dalam menjalankan peran pengasuhan; (2) kehadiran narasumber yang merupakan pakar dengan kredibilitas tinggi memastikan bahwa informasi yang disampaikan memiliki kualitas dan validitas yang dapat dipertanggungjawabkan; (3) pendekatan komunikasinya yang tidak menggurui.

Pola komunikasi yang terjalin antara host dan narasumber menunjukkan interaksi yang santun, mengalir, dan saling menghargai, sehingga mendukung terciptanya atmosfer diskusi yang informatif sekaligus nyaman untuk didengarkan oleh audiens.

Awalnya YouTube hanya digunakan sebagai media hiburan, namun seiring perkembangan zaman, platform ini berkembang menjadi sarana multifungsi, seperti sumber informasi dan sarana belajar (Aziz, 2023). Jika pada abad ke-18 Habermas memandang kafe, salon, dan perkumpulan sebagai ruang diskusi publik (*public sphere*), maka kini internet berfungsi sebagai arena virtual untuk merespons realitas sosial. Terlebih masyarakat di Indonesia cenderung lebih mudah memahami informasi melalui budaya tutur kata dibandingkan membaca teks. Karena itu, podcast sebagai media baru memanfaatkan karakter suara untuk menyampaikan informasi dan pendidikan agar pesan lebih mudah diterima dan dipahami (Oktaviansyah & Fikry, 2024).

Podcast momscorner yang berada pada akun YouTube Nikita Willy Official merupakan sebuah kanal yang menyediakan konten perbincangan para orang tua khususnya ibu. Podcast momscorner yang hadir di kanal YouTube Nikita Willy tersebut menawarkan perspektif segar dalam dunia *parenting* digital Indonesia. momscorner dikemas dalam format obrolan santai namun pembahasannya substantif. Sebagai seorang ibu muda yang juga figur publik, Nikita Willy berupaya menciptakan ruang diskusi yang autentik dan bermanfaat bagi para ibu.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Habermas bahwa komunikasi efektif dalam suatu diskusi akan tercapai dengan baik bila berlandaskan pada empat klaim kesahihan, yaitu:

Pertama, klaim kebenaran (*truth*). Berdasarkan analisis mengenai klaim ini, didapati bahwa informasi yang disajikan dalam podcast momscorner memiliki tingkat akuntabilitas tinggi karena disampaikan langsung oleh narasumber yang merupakan ahli pada bidangnya, sehingga menjamin kredibilitas serta kualitas konten yang diproduksi.

Pemilihan narasumber juga dilakukan melalui proses *background checking* yang ketat, dengan menilai rekam jejak, pengalaman, dan kontribusi narasumber dalam bidang keahliannya. Hal ini menunjukkan bahwa legitimasi narasumber tidak didasarkan pada popularitas atau viralitas di media sosial, melainkan pada kompetensi dan reputasi profesional yang terukur, sehingga informasi yang diberikan tidak hanya relevan tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan secara akademis maupun praktis. Hal ini diungkapkan langsung oleh tim kreatif momscorner:

“Untuk pemilihan narasumber itu aku selalu melakukan *background checking* terlebih dahulu. Topik, gelar, dan gaya bahasa narasumber tersebut sangat menjadi pertimbangan. Aku juga riset sosial medianya, seaktif apa media sosialnya. Testimoni juga turut menjadi perhatian. Namun keaktifan atau ke-viral-an narasumber tersebut di media sosial bukan menjadi penentu, balik lagi yang benar-benar menjadi penentu adalah sejauh mana kredibilitas narasumber tersebut di bidangnya. Karena momscorner ini tujuannya memang ingin memberikan konten yang inspiratif, mengedukasi, tapi dengan guest expert yang kredibel.” (N, tim kreatif podcast momscorner)

Kedua, klaim ketepatan (*rightness*). Dari klaim ini peneliti menganalisis bahwa podcast momscorner menerapkan pendekatan yang sangat responsif terhadap kebutuhan audiensnya dengan mendasarkan konten informasi pada permintaan langsung dari kolom komentar yang diutarakan oleh para audiens, utamanya ibu-ibu. Dengan komposisi audiens yang didominasi 70% berusia 25-40 tahun, podcast ini secara strategis memfokuskan pembahasan pada topik-topik yang benar-benar

relevan dan dibutuhkan oleh target audiens. Hal ini menunjukkan adanya proses komunikasi dua arah yang mencerminkan budaya partisipasi dalam ruang publik digital, di mana audiens turut memengaruhi arah pembahasan. Dengan demikian, topik-topik yang diangkat memiliki tingkat penerimaan yang tinggi karena sesuai dengan kebutuhan nyata audiens.

“Kak Niki suka dan sering banget ambil topik dari pertanyaan-pertanyaan atau request-an netizen momscorner di kolom komentar. Jadi memang Kak Niki sangat open, kalau memang topik tersebut sesuai dengan batasan topik momscorner, maka akan kita tampung, tapi kalau tidak sesuai ya tidak bisa ditampung.” (N, tim kreatif podcast momscorner)

Ketiga, klaim kejujuran (*sincerety*). Berdasarkan hasil wawancara dengan tim kreatif momscorner, diketahui bahwa Nikita Willy sebagai pemilik konten memiliki visi menjadikan podcast MomsCorner sebagai platform yang berfokus pada isu-isu keibuan dengan pendekatan yang mendukung dan menguatkan para ibu.

Tujuan jangka panjang momscorner diarahkan untuk berkembang menjadi sumber rujukan yang kredibel dalam bidang parenting, kesehatan dan mental anak, dan isu terkait lainnya. Orientasi ini menunjukkan bahwa produksi konten tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui perencanaan yang sistematis dan berlandaskan pada prinsip akuntabilitas, sehingga diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang berkualitas bagi para ibu sekaligus memperkuat posisinya sebagai ruang publik digital yang terpercaya.

Dalam sebuah wawancara, tim kreatif momscorner mengungkapkan niat Nikita Willy sebagai pemilik konten, sebagai berikut:

“Aku dan Kak Niki kan sama-sama sebagai ibu ya, jadi memang kami di sini sama-sama belajar. MomsCorner ini memang sebagai wadah curhat para ibu.” (N, tim kreatif podcast momscorner)

Keempat, klaim komprehensibilitas (*comprehensibility*). Hasil observasi terhadap podcast momscorner menunjukkan bahwa sejumlah kontennya memperoleh respons positif dari audiens, yang terlihat dari komentar berisi apresiasi serta pengakuan bahwa informasi yang disampaikan dirasakan sangat bermanfaat. Temuan ini mengindikasikan bahwa momscorner berfungsi sebagai sarana edukasi digital yang efektif, di mana audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, podcast ini dapat dipandang sebagai media partisipatif yang mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pengetahuan dan perilaku audiens, khususnya para ibu dalam menjalankan peran keibuan. Selaku tim kreatif, N turut menyatakan bahwa:

“Sejauh ini alhamdulillah komentar atau tanggapan yang kami dapatkan bersifat positif.”

Seluruh hasil analisis tersebut nampaknya sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Ambarwati (2005), dalam ruang publik, masyarakat membangun argumentasi rasional untuk mendorong kemajuan bersama. Ruang publik hanya dapat berfungsi efektif apabila informasi yang disajikan memiliki kualitas, mudah diakses, dapat dipercaya, serta mampu mendukung terciptanya diskusi yang bermutu.

Bentuk dan Budaya Partisipasi di Kalangan Perempuan

Kehadiran podcast pada era komunikasi digital saat ini membuat informasi pengetahuan semakin mudah diakses di media sosial, termasuk podcast. Sehingga antar *podcaster* berupaya untuk selalu meningkatkan kualitas konten melalui aktifitas partisipasi. Beragamnya fitur pada YouTube memudahkan para *podcaster* untuk saling berinteraksi membuat aktifitas partisipasi menjadi semakin sering terjadi. Dengan demikian, partisipasi tidak sekadar menjadi sebuah aktivitas, tetapi dapat berkembang menjadi sebuah budaya partisipasi (Jenkins et al., 2009). Sebagai bagian dari budaya, partisipasi memiliki bentuk-bentuk dasar yang biasanya diwujudkan melalui tindakan berulang. Dalam Afifatur (2021), Jenkins (2016) menerangkan bahwa budaya partisipasi terbentuk dari berbagai aktivitas kontributif dan partisipatif yang dilakukan secara terus menerus.

Pengulangan tindakan tersebut memperkuat budaya partisipasi yang tercipta, termasuk budaya partisipasi di kalangan perempuan dan para ibu. Oleh karena itu, peneliti berusaha menguraikan aktivitas partisipasi yang dilakukan oleh para perempuan baik yang sudah menjadi ibu maupun calon ibu dalam podcast momscorner ke dalam empat bentuk, yakni: *Penggabungan/Affiliasi (affiliations)*. Para pendengar, khususnya kalangan ibu-ibu, tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga menunjukkan keterlibatan aktif mereka dalam komunitas digital momscorner. Bentuk keterlibatan tersebut terlihat dari tindakan mereka menjadi *subscriber*, mengikuti akun media sosial, hingga konsisten hadir pada setiap episode baru yang ditayangkan.

Pola ini menggambarkan adanya afiliasi, yaitu perasaan memiliki dan keterikatan terhadap suatu komunitas. Dengan kata lain, momscorner berhasil membangun hubungan emosional sekaligus interaktif dengan audiensnya. Keterikatan ini memperlihatkan komunitas digital yang dibangun tidak hanya menjadi ruang konsumsi informasi, tetapi juga wadah partisipasi kebersamaan bagi para ibu. Jika dikaitkan dengan konsep budaya partisipasi yang dijelaskan oleh Jenkins (2016), pola interaksi audiens ini menunjukkan bahwa momscorner bukan sekadar platform penyampai informasi, melainkan ruang sosial tempat individu merasa memiliki, terhubung, dan ikut serta dalam aktivitas komunitas. Afiliasi yang terbangun memperlihatkan bagaimana audiens tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga bagian dari proses penguatan identitas dan keberlangsungan komunitas digital tersebut.

Ekspresi (expressions). Audiens momscorner menunjukkan ekspresi diri mereka melalui berbagai bentuk interaksi, seperti memberikan respon berupa fitur *like*, memberikan komentar, atau mengajukan pertanyaan di kolom komentar. Tidak sedikit dari mereka yang juga berbagi pengalaman pribadi terkait parenting, yang kemudian memperkaya diskusi dalam setiap konten. Dengan adanya ruang ekspresi tersebut, momscorner menjadi wadah kolaboratif yang mendorong terjadinya pertukaran ide, pengalaman, dan pengetahuan. Interaksi ini memperlihatkan bagaimana budaya partisipasi berfungsi untuk memperkuat ikatan komunitas digital, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap kualitas konten yang dihasilkan.

Kolaborasi pemecahan masalah (collaborative problem solving). Diskusi yang muncul di kolom komentar podcast momscorner membuka ruang bagi audiens untuk saling berbagi pengalaman, tips, dan solusi terkait permasalahan pengasuhan. Selain itu, tim kreatif momscorner juga merespons masukan audiens dengan menghadirkan topik sesuai kebutuhan mereka, sehingga terjalin kolaborasi dalam menentukan arah konten. Dengan terjalinnya kolaborasi tersebut, arah konten momscorner tidak lagi sepenuhnya ditentukan secara sepihak oleh kreator, melainkan dibentuk bersama melalui kontribusi audiens. Hal ini memperlihatkan bagaimana budaya partisipasi bekerja dengan menciptakan hubungan timbal balik yang produktif antara kreator dan komunitas digital.



Gambar 1. Postingan Podcast #momscorner 31 dr. Kanya Ayu, Sp.A |

Sirkulasi (circulations). Partisipasi audiens dalam menyebarkan episode podcast ke media sosial pribadi menunjukkan bahwa informasi dan nilai-nilai yang dibawa podcast momscorner dapat memperkuat fungsi podcast sebagai ruang publik digital yang edukatif dan partisipatif. Dengan demikian, audiens berperan penting dalam menjaga keberlangsungan komunitas digital momscorner, karena mereka tidak hanya memperluas akses terhadap konten, tetapi juga memperkuat posisi podcast sebagai media bersama untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.

Bentuk partisipasi para perempuan, khususnya ibu yang berjumlah sekitar 70% dalam podcast momscorner tersebut selaras dengan pemikiran Rehia (2015) dan Khairah & Tambunan (2019) yang dikutip oleh Ramadhani et al., (2022) yang menyatakan bahwa pada umumnya kaum perempuan adalah pengguna media sosial terbanyak. Hal ini berlandaskan pada karakteristik media sosial yang mencakup partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan, sehingga memberi kesempatan bagi perempuan untuk menyampaikan aspirasi, perasaan, maupun gagasannya kepada teman, kolega, maupun keluarga. Bagi para ibu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana bersosialisasi sekaligus sebagai media untuk memperoleh informasi terkait kebutuhan mereka sehari-hari.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik benang merah bahwa dalam perspektif komunikasi Islam, media sosial tepatnya podcast momscorner tidak hanya berperan sebagai sarana dakwah semata. Lebih dari itu, podcast momscorner juga memiliki fungsi penting sebagai wadah ukhuwah, yaitu mempererat persaudaraan dan kebersamaan antarsesama. Melalui interaksi di ruang digital, setiap perempuan dapat membangun jejaring yang saling mendukung, saling melengkapi, serta memberikan manfaat nyata bagi kehidupan sehari-hari.

Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang menekankan bahwa sebaik-baik manusia adalah mereka yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya. Dengan demikian, penggunaan media sosial dalam konteks Islam tidak hanya sebatas penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga menghadirkan nilai-nilai kemanusiaan yang memperkuat solidaritas, empati, dan kepedulian sosial. Pada titik ini, komunikasi di media sosial, utamanya podcast momscorner dapat menjadi instrumen strategis untuk mewujudkan dakwah yang inklusif sekaligus membangun tatanan sosial yang harmonis dan penuh kebermanfaatannya (Abdullah, 2022).

Sebagaimana dinyatakan Alex Sobur (2001) dikutip Abdullah (2022), ruang ukhuwah dalam media sosial memiliki nilai dakwah yang mendidik karena pesan-pesan dapat disampaikan dengan cara yang kreatif, santun, luwes, dan bijak. Sejalan dengan pandangan Islam sebagai agama syi'ar, penyebaran ajaran tidak hanya menuntut kecepatan, tetapi juga ketepatan dalam berkomunikasi dengan memegang etika dan keterampilan komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Dalam konteks ini, media sosial dipahami bukan sekadar ruang pertukaran pesan, melainkan juga wahana dakwah yang menuntut internalisasi nilai dan prinsip Islam, di mana nilai seperti *tabayun* dan hikmah menjadi pedoman agar komunikasi digital tetap beradab dan mengutamakan kepentingan bersama. Sebagaimana diajarkan pula dalam Islam bahwa terdapat etika komunikasi yang banyak disinggung dalam Al-Qur'an yang dapat diterapkan ketika berinteraksi dalam media sosial. Arindita et al., (2022) menjabarkan, diantaranya:

(1) *Qaulan Kariman* (QS. Al-Isra': 23), berarti berbicara yang agung dan penuh kemuliaan kepada siapapun, khususnya kepada yang lebih tua sehingga tidak diperkenankan berkata kasar atau membentak yang dapat menyakiti hati. Sebagai host, Nikita Willy memperlihatkan praktik komunikasi yang sejalan dengan prinsip *qaulan kariman*. Sikapnya yang tidak memotong pembicaraan, mendengarkan dengan penuh perhatian, serta menggunakan tutur kata yang lembut dan sopan menunjukkan penghargaan terhadap narasumber;

(2) *Qaulan Ma'rufa* (QS. An-Nisa: 5) mengacu pada perkataan yang mendidik dan mengajak kepada kebaikan. Konten podcast momscorner menyajikan informasi yang mendidik, bermanfaat, dan penuh kebaikan. Pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mengandung nilai etis dan inspiratif, sehingga menjadi media komunikasi yang positif bagi audiens;

(3) *Qaulan Maisura* (QS. Al-Isra': 28), adalah ucapan yang disampaikan dengan lembut, memberikan keyakinan serta mudah dipahami. Sejalan dengan prinsip ini, para narasumber dalam podcast momscorner menggunakan bahasa yang lembut, sederhana dan jelas sehingga informasi dapat diterima secara efektif oleh audiens;

(4) *Qaulan Baligha* (QS. An-Nisa:63), merujuk pada nasihat yang menyentuh hati nurani dan memberi pengaruh mendalam. Penjelasan para narasumber kerap kali menggunakan bahasa yang mampu menyentuh hati audiens;

(5) *Qaulan Layyinan* (QS. Thaha: 44), menekankan pentingnya bertutur kata dengan cara yang mudah diterima oleh orang lain. Pada komunikasi ini, interaksi antara host dan narasumber dalam podcast momscorner dibangun dengan nuansa santai dan bersahabat menyerupai relasi murid yang penuh perhatian terhadap penjelasan gurunya serta penyampaian pesan penuh kelembutan sehingga mampu menciptakan kenyamanan dan memperoleh apresiasi positif dari audiens;

(6) *Qaulan Sadidan* (QS. An-Nisa: 9), mengandung makna ucapan yang benar, jujur, serta terbebas dari kebohongan. Kebenaran yang dimaksud ialah perkataan yang sejalan dengan Al-Qur'an, As-Sunnah, dan ilmu pengetahuan. Penjelasan yang disampaikan para narasumber dalam podcast momscorner dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah karena didasarkan pada keahlian dan kredibilitas mereka dalam bidang yang dibahas.

Prinsip-prinsip tersebut tampak pada podcast momscorner sehingga memberi manfaat nyata bagi audiens. Selain itu, praktik penyampaian pesan edukatif dalam podcast momscorner juga tampaknya telah merefleksikan fungsi utama komunikasi Islam, diantaranya ialah informasi, memberikan keyakinan, mengingatkan, memberikan motivasi, berkontribusi penting dalam kehidupan sosial, memberikan bimbingan, memberikan kepuasan spiritual, dan menghibur (Mahadi, 2019). Alhasil, podcast ini bukan sekadar media edukasi, tetapi juga wujud praktik komunikasi Islam yang relevan dengan semangat ukhuwah.

KESIMPULAN

Podcast Mom's Corner telah menunjukkan bagaimana platform digital dapat menjadi ruang publik yang efektif untuk pemberdayaan perempuan. Melalui konten yang relevan dan narasumber ahli, podcast ini tidak hanya memberikan informasi praktis bagi ibu modern, tetapi juga menciptakan komunitas virtual yang mendukung transformasi peran perempuan dalam masyarakat. Interaksi dua arah yang difasilitasi menciptakan dialog konstruktif antara pengelola, narasumber, dan audiens. Podcast Mom's Corner telah membuktikan potensinya sebagai medium pemberdayaan perempuan dengan memaksimalkan dampak positif melalui pendekatan inklusif yang menjangkau ibu-ibu dari berbagai kalangan. Berdasarkan temuan ini, podcast Mom's Corner dapat mengembangkan program kemitraan strategis dengan organisasi perempuan lokal untuk meningkatkan dampak yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S.I. (2022). Menciptakan Komunikasi Media Sosial yang Beradab. *Hikmah*, 16(1), 140-141.
- Abidin, C. (2016). Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?: Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*, 2(2).
- Achmad, Z.A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 131.
- Alim, S., & Dharma, A.F. (2021). Youtube Sebagai Ruang Publik Alternatif Bagi Anak Muda. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 8-9.
- Ambarwati, P. (2005). *Televisi dan Ruang Publik: Kajian Kritis Terhadap Fungsi RCTI sebagai Ruang Publik*. Depok: Universitas Indonesia.
- Arindita, M.S., et al. (2022). Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam. *Jurnal Agama, Sosial dan Budaya (Religion)*, 1(5), 18-19.
- Ayumi, N., Ramadhani, D. (2024). Dinamika Sosial Di Balik Fenomena Emak-Emak Mendadak Menjadi Konten Kreator. *Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 1(3), 119.
- Aziz, T. (2023). Pemberdayaan Media Youtube "Nussa Official" sebagai Sarana Pengembangan Nilai Moral dan Agama Pada Anak. *KIDDO: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 4(2), 114.
- Burhan, B. (2007). *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana.
- Buseri, K. (1990). *Pendidikan Keluarga dalam Islam*. Yogyakarta: Bina Usaha.
- Chau, C. (2010). *YouTube as a Participatory Culture*. *New Directions for Youth Development*, 128, 65-74.

- Djuned, M., & Husna, A. (2020). Konsep Keluarga Ideal dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Tematik. *Tafse: Journal of Qur'anic Studies*, 591, 55-71.
- El Ishaq, R., & Mahanani, P. A. R. (2018). Media Sosial, Ruang Publik, dan Budaya 'Pop'. *ETTISAL: Journal of Communication*, 3(1), 15-27.
- Fajriyah, N., Qodariah, L & M. Marisa, F. (2019). Komparasi *Parenting Self-Efficacy* Pada Ibu Usia Remaja dan Dewasa di Kecamatan Banjarharjo Brebes. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi (Journal Psychology of Science and Profession)*, 3(1), 13.
- Febryani, A., & Maulitaya, L. (2023). Fenomena Curhat Secara Anonim di Akun *Menfess* Twitter (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @collegemenfess). *Padaringan: Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 5(3), 158.
- Fernandez, V., Jose, M.S., & Pep Simo. (2015). *Past, Present and Future of Podcasting in Higher Education*. In book: *Exploring Learning & Teaching in Higher Education*, DOI: 10.1007/978-3-642-55352-3_14
- Gani, R., Anwar, C.R. (2022). Berdaya Internet: Nyaman dan Aman Ketika Bermain di Ruang Digital. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD)*, 2(2), 115.
- Giantika, G.G. (2019). Pemanfaatan Blog Pribadi di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 6.
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2019). Social Media and Education: Reconceptualizing the Boundaries of Formal and Informal Learning. Dalam *Social Media and Education* (hlm. 6-30). Routledge.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press, Great Britain.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.
- Hardiman, F.B. (1993). *Menuju Masyarakat Komunikatif*. Kanisius: Yogyakarta.
- Hidayat, D.N. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Yogyakarta: LkiS.
- Iskandar, F.A., Irawati, I. (2023). Penelitian Etnografi Virtual dalam Mengkaji Fenomena Masyarakat Informasi di Media Sosial: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal ANUVA*, 7(4), 682-683.
- Jati, W.R. (2016). *Cyberspace*, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 27.
- Jenkins, H. (2016). *The Poachers and the Stormtroopers: Cultural Convergence in the Digital Age*. In *Les Cultes Mediatiques*. <https://doi.org/10.4000/books.pur.24185> diakses September 2025.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robinson, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- Kasatriyanto, B., dan Wibowo, A. A. (2021). Borobudur dalam Budaya Digital: Merancang Podcast YouTube untuk Komunikasi Arkeologi Publik. *Jurnal Borobudur*, 15(1), 53-57.
- Kasmianti. (2018). Eksistensi Ibu Sebagai Pendidik Anak Usia Dini dan Dampaknya Bagi Kualitas Pendidikan Anak. *Scolae: Journal of Pedagogy*, 1(1), 27.
- Kready, J.S., A., Hussain, M. N., & Agarwal, N. (2020). *YouTube Data Collection Using Parallel Processing*. *IEEE International Parallel and Distributed Processing Symposium Workshops*, 1119-1122.
- Laksana, D. S., & Setyawan, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Media Sosial Sebagai Media Promosi UMKM Era New Normal di Desa Gunungsari, Kecamatan Kasreman, Kabupaten Ngawi. *Bulletin Pemberdayaan Masyarakat dan Desa*, 1(1), 20-26.
- Laura, K., Lee, F. V., Pranoto, E., Gunawan, K., Lim, K., Fransisca, C., Widya, W., & Christine, N. (2024). Dampak Perkembangan Teknologi Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(2), 31-34.
- Limia, P. (2016). Konstruksi Sosial Ibu Bekerja vs Ibu Rumah Tangga: Analisis Semiotika Terhadap Iklan Frisian Flag Mama. *Semiotika*, 10(1), 129.
- Mahadi, U. (2019). Komunikasi Islam dalam Lintas Budaya. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(2), 280-281.
- Moeksim, T.P., & Alamiyah, S. Syarifah. (2025). Analisis Resepsi Mengenai Stunting Pada Akun Youtube Nikita Willy Official (Analysis of Mother's Reception of the Mom's Corner Podcast on the Nikita Willy Official Youtube Channel with Medical Experts Regarding Stunting). *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 418.

- Muji. (2021). Peran Ibu Pada Pola Pendidikan Anak Dalam Keluarga (Telaah .S. Al-Baqarah: 233, Luqman: 14 & Al-Ahof: 15). *Tadiban: Journal of Islamic Education*, 2(1), 02-11.
- Nagara, M.A. (2025). Deepfake dan Distorsi Ruang Publik Digital: Analisis Teori Public Sphere Jurgen Habermas. *Jurnal Komunikasi & Media Digital*, 3(1), 45.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 281.
- Nugraha, R. A., Sudrajat, B., & Putri, P. S. (2019). Fenomena Meme di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Sosio*, 4(3).
- Nurfuadi. (2016). Urgensi Profile Ibu Dalam Pendidikan Anak di Keluarga. *Jurnal Misykah*, 1(2), 88.
- Oktaviansyah, V.D., Fikry, Y. (2024). Peran Podcast Sebagai Media Informasi dan Hiburan (Studi Kualitatif Pengguna Memilih Podcast Sebagai Media Informasi dan Hiburan). *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 3(1), 4.
- Oktaviansyah, V.D., dan Fikry, Y. (2024). Peran Podcast Sebagai Media Informasi dan Hiburan (Studi Kualitatif Pengguna Memilih Podcast Sebagai Media Informasi dan Hiburan). *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 3(1), 4-8.
- Prasetyo, J.H., et al. (2023). Optimalisasi Fitur YouTube Sebagai Media Pemberdayaan Ekonomi Lembaga Muslimah Wahdah Islamiyah. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(2), 47.
- Rahmawan, D. (2018). Potensi YouTube Sebagai Media Edukasi Bagi Anak Muda. *Jurnal Edulib*, 8(8), 81-86.
- Robi'ah, S. N. Hidayatur. (2020). Media Sosial sebagai Ruang Publik Virtual Bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Publique*, 1(1): 25-26.
- Rohimah, Af. (2021). Komunikasi Virtual: Budaya Partisipasi Foodgram Muslim. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 165.
- Rohiman, A et al. (2021). Komunikasi Virtual: Budaya Partisipasi Foodgram Muslim. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 167-168.
- Ronda, A.M. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Indigo Media.
- Schuler, D & Day, P. (2004). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. London: MIT Press.
- Sugitanata, A. (2024). Membumikan Fikih Flexi-Parenting Sebagai Suatu Pendekatan dalam Pengasuhan Anak di Era Modern. *At-Ta'awun: Jurnal Mu'amalah dan Hukum Islam*, 3(1), 20-49.
- Sugitanata, A., & Aqila, S. (2024). Transformasi Pengasuhan Anak di Era Digital: Analisis Fenomena "Sosmedika Mom" dan Dampaknya terhadap Ibu-Ibu Modern. *Spectrum: Journal of Gender and Children Studies*, 4(1), 19-24.
- Tredinnick, L. (2006). *Digital Information Contexts: Theoretical Approaches to Understanding Digital Information*. Chandos Publishing.
- Yakub, M., & Damayanti, M. F., & Fadhillah, Indah. (2023). Representasi Ibu Ideal dalam Islam: Komunikasi Intrapersonal antara Ibu dan Anak pada Film *Ali dan Ratu-ratu Queens*. *Wardah: Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan*, 24(1), 76-90.