



EQUALITY. JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- Non Commercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterima	Diterbitkan
10-Mei-2026	16-Juni-2026	17-Juni-2026	30-Juni-2026
DOI : https://doi.org/10.58518/equality.v4i1.5610			

MOMFLUENCER DAN KOMUNIKASI IBU-ANAK PEREMPUAN TENTANG TUBUH DAN GENDER DI ERA MEDIA SOSIAL: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW DAN PROPOSISI TEORETIS UNTUK KONTEKS NON-BARAT

Mubarak Ahmadi

Universitas Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

E-mail: ahmadi.edy1@gmail.com

Tri Tami Gunarti

Universitas Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

E-mail: tritami033@gmail.com

ABSTRAK: Fenomena momfluencer para ibu yang membagikan pengalaman pengasuhan di media social telah mengubah secara fundamental dinamika komunikasi keluarga, khususnya dalam hubungan ibu dan anak perempuan tentang tubuh dan gender. Penelitian ini bertujuan untuk mensintesis secara sistematis literatur tentang momfluencer dan komunikasi ibu-anak perempuan, mengidentifikasi bias geografis dalam literatur global, dan merumuskan proposisi teoretis untuk penelitian di konteks non-Barat. Menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan protokol PRISMA 2020, penelitian ini menganalisis 42 artikel dari Scopus, Web of Science, dan Google Scholar (2010–2026), dengan sintesis data menggunakan pendekatan meta-etnografi. Temuan mengidentifikasi enam tema utama: (1) penguatan peran gender tradisional, (2) resistensi terhadap ideologi intensive mothering, (3) dampak pada citra tubuh dan kesehatan mental ibu, (4) komunikasi ibu-anak sebagai agen sosialisasi gender di era digital, (5) negosiasi identitas oleh anak perempuan, dan (6) praktik sharenting. Penelitian ini menemukan bias geografis yang signifikan 73,8% studi dilakukan di konteks Barat dan merumuskan enam proposisi teoretis spesifik untuk konteks non-Barat yang melibatkan nilai malu, hormat, gotong royong, extended family, norma gender lokal, dan konteks religius. Kontribusi utama penelitian ini adalah tiga hal: (1) klarifikasi konseptual yang membedakan dimensi interpersonal dan parasocial dalam komunikasi ibu-anak, (2) integrasi teori klasik sosialisasi gender dengan teori komunikasi digital kontemporer (mediatization, algorithmic imaginaries,

datafication of parenting), dan (3) konsep dualitas momfluencer sebagai agen reproduksi dan resistensi norma gender. Penelitian ini membuka agenda penelitian masa depan yang lebih inklusif secara geografis dan kultural.

Kata Kunci: momfluencer, komunikasi ibu-anak, sosialisasi gender, sharenting, systematic literature review

ABSTRACT: *The phenomenon of "momfluencers" mothers who share their parenting experiences on social media has fundamentally transformed family communication dynamics, particularly in mother-daughter relationships concerning the body and gender. This study aims to systematically synthesize the literature on momfluencers and mother-daughter communication, identify geographical biases in the global literature, and formulate theoretical propositions for research in non-Western contexts. Using a Systematic Literature Review (SLR) method guided by the PRISMA 2020 protocol, this study analyzed 42 articles from Scopus, Web of Science, and Google Scholar (2010–2026), employing a meta-ethnographic approach for data synthesis. The findings identify six main themes: (1) the reinforcement of traditional gender roles, (2) resistance to the ideology of intensive mothering, (3) the impact on mothers' body image and mental health, (4) mother-daughter communication as an agent of gender socialization in the digital era, (5) identity negotiation by daughters, and (6) sharenting practices. The study reveals a significant geographical bias 73.8% of the studies were conducted in Western contexts and formulates six specific theoretical propositions for non-Western contexts, incorporating the cultural values of malu (shame/modesty), hormat (respect), gotong royong (mutual cooperation), extended family dynamics, local gender norms, and religious contexts. The main contributions of this research are threefold: (1) conceptual clarification that distinguishes the interpersonal and parasocial dimensions in mother-daughter communication, (2) the integration of classical gender socialization theories with contemporary digital communication theories (mediatization, algorithmic imaginaries, and the datafication of parenting), and (3) the conceptualization of the duality of momfluencers as agents of both the reproduction of and resistance to gender norms. This research paves the way for a future research agenda that is more geographically and culturally inclusive.*

Keywords: momfluencer, mother-child communication, gender socialization, sharenting, systematic literature review

PENDAHULUAN

Era media sosial telah mengubah lanskap komunikasi keluarga secara fundamental, memunculkan fenomena momfluencer para ibu yang membagikan pengalaman pengasuhan dan membangun audiens besar di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Fenomena ini tidak dapat dipahami hanya sebagai praktik komunikasi interpersonal konvensional, melainkan beroperasi dalam dua dimensi yang saling beririsan: komunikasi interpersonal (antara ibu yang merupakan momfluencer dengan anak kandungnya yang tumbuh di hadapan kamera) dan komunikasi parasocial (Reinecke and Oliver 2016), antara momfluencer dengan audiens, termasuk anak perempuan yang mengonsumsi

konten tersebut sebagai figur digital. Hjarvard (Hjarvard 2013) dalam teorinya tentang mediatization of family menjelaskan bahwa keluarga kontemporer tidak lagi berkomunikasi "di luar" media, melainkan "melalui" dan "dalam" media – di mana logika platform algoritmik turut membentuk pola interaksi, ekspresi emosi, dan negosiasi identitas di dalam rumah tangga. Dalam ekosistem creator economy ini, konten dimonetisasi sehingga memunculkan ketegangan antara autentisitas dan komersialisasi, yang secara fundamental mengubah cara keibuan dipraktikkan dan direpresentasikan (Brooke Erin Duffy 2019).

Seiring bertambahnya pengikut, banyak momfluencer cenderung mengadopsi penggambaran keibuan yang konformis dan dapat dipasarkan, yang secara tidak langsung memperkuat stereotip gender yang eksklusif. (Lück-Benz et al. 2026) menemukan bahwa momfluencer dengan audiens besar justru menampilkan representasi keibuan yang semakin homogen dan terstandarisasi. Di balik estetika yang sempurna ini, (Farokhi and Holtz-Schramek 2026) memberikan kritik tajam mengenai penyebaran misinformation medis dan pengikisan pijakan feminis, yang merendahkan kerja perawatan feminis yang tidak terlihat dan tidak dibayar. Namun, media sosial juga memberi ruang bagi resistensi, (L Cates 2026) menunjukkan bahwa momfluencer di TikTok menggunakan berbagai strategi subversive mulai dari penggunaan kata-kata makian, pengungkapan diri, hingga pembelaan diri untuk menantang ideologi intensive mothering. Dualisme ini menunjukkan bahwa platform digital bukan sekadar ruang reproduksi norma, melainkan arena negosiasi identitas yang kompleks, di mana algoritma platform turut menentukan norma mana yang mendapat visibilitas dan mana yang terpinggirkan.

Untuk memahami dinamika ini, penelitian perlu merujuk pada kerangka teoretis klasik tentang sosialisasi emosi dan gender sebagai landasan analitis. (Eisenberg, Cumberland, and Spinrad 1998) menekankan bahwa sosialisasi emosi melibatkan reaksi, diskusi, dan ekspresi emosi orang tua, yang berdampak pada kompetensi emosional anak dalam proses yang bersifat bidirectional. Dimensi gender dalam sosialisasi ini sangat signifikan; Chaplin, Cole, dan Zahn-Waxler (Chaplin, Cole, and Zahn-Waxler 2005) menemukan bahwa anak perempuan cenderung mengekspresikan lebih banyak emosi submisif, dan perhatian orang tua terhadap emosi tersebut berbeda berdasarkan gender anak. Lebih lanjut, Gelman et al. (Gelman 2004) mengungkapkan bahwa sejak usia dini, ibu telah menyampaikan konsep gender secara implisit melalui percakapan sehari-hari, bahkan ketika mereka memegang keyakinan egaliter. Lytton dan Romney (Lytton and Romney 1991) mengonfirmasi bahwa dorongan terhadap aktivitas yang sesuai dengan jenis kelamin merupakan area sosialisasi gender yang paling konsisten dilakukan oleh orang tua. Namun, kerangka-kerangka klasik ini perlu diperluas untuk mengakomodasi realitas digital kontemporer, di mana pesan tentang gender dan tubuh tidak lagi hanya berasal dari ibu, tetapi juga dari algoritma, influencer, dan jaringan teman sebaya digital.

Di sinilah konsep algorithmic imaginaries (Bucher 2017) menjadi relevan

untuk menjelaskan bagaimana ibu dan anak perempuan membayangkan, menafsirkan, dan merespons logika algoritmik yang mengatur visibilitas konten mereka. Anak perempuan kini harus menavigasi ketegangan antara nilai tradisional dari ibu dan cita-cita kecantikan kontemporer yang dipromosikan oleh feed algoritmik – sebuah fenomena yang (Livingstone, Mascheroni, and Stoilova 2017) sebut sebagai digital parenting in a datafied world. Dalam konteks ini, praktik sharenting menjadi dimensi etis yang kompleks. (Van den Abeele, Hudders, and Vanwesenbeeck 2025) menemukan bahwa meskipun kehadiran anak dalam konten momfluencer dianggap lebih autentik, hal itu juga memicu kesadaran privasi dan literasi periklanan moral yang dapat memengaruhi keterlibatan audiens secara negatif. (Van den Abeele, Hudders, et al. 2025) lebih lanjut menunjukkan bahwa momfluencer yang menerapkan teknik anti-sharenting justru berpotensi mengedukasi pengikutnya. Namun, ketegangan antara autentisitas dan privasi ini belum dieksplorasi secara memadai dari perspektif komunikasi keluarga, terutama terkait bagaimana pesan tentang tubuh dan gender dinegosiasikan dalam interaksi ibu-anak di tengah komodifikasi keibuan.

Meskipun literatur tentang momfluencer dan sosialisasi gender berkembang pesat, terdapat kesenjangan kritis yang menjadi titik tolak penelitian ini. Pertama, kesenjangan konseptual: literatur yang ada sering kali mencampurkan komunikasi interpersonal (ibu-anak kandung dalam konteks momfluencer) dengan komunikasi parasocial (anak perempuan sebagai audiens momfluencer), tanpa membedakan mekanisme dan dampak kedua dimensi ini secara eksplisit. Kedua, kesenjangan teoretis: studi yang ada masih mengandalkan kerangka klasik seperti sosialisasi emosi dan perolehan gender, tanpa mengintegrasikan teori komunikasi digital kontemporer seperti mediatization, algorithmic imaginaries, dan datafication of parenting. Ketiga, kesenjangan geografis: mayoritas studi dilakukan di konteks Barat individualistik, sementara konteks non-Barat dengan nilai kolektivisme, struktur extended family, dan norma gender yang berbeda nyaris tidak tersentuh. Keempat, kesenjangan disipliner: studi didominasi oleh lensa psikologi, sosiologi, dan pemasaran, sementara perspektif Ilmu Komunikasi yang menekankan pada proses negosiasi makna masih sangat terbatas. Kelima, kesenjangan etis: dimensi privasi, kesejahteraan anak, dan komodifikasi keibuan belum dieksplorasi secara memadai dalam literatur komunikasi keluarga.

Berangkat dari kelima kesenjangan tersebut, penelitian ini mengajukan pertanyaan utama: Bagaimana komunikasi ibu-anak perempuan tentang citra tubuh dan peran gender dibentuk, dimediasi, dan dinegosiasikan melalui media social, baik dalam dimensi interpersonal maupun parasocial, khususnya dalam konteks budaya momfluencer, dan apa saja bias geografis dalam korpus literatur ini? Pertanyaan ini diuraikan menjadi lima pertanyaan turunan. Pertama, bagaimana literatur membedakan dan mengintegrasikan dimensi interpersonal dan parasocial dalam komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender? Kedua, apa saja tema dominan, pola komunikasi, dan kerangka teoretis yang digunakan dalam literatur terkait? Ketiga, bagaimana momfluencer memengaruhi strategi

komunikasi ibu, persepsi diri ibu, dan transmisi cita-cita kecantikan kepada anak perempuan mereka? Keempat, bagaimana anak perempuan menegosiasikan ketegangan antara nilai tradisional dan cita-cita kontemporer di media sosial, serta bagaimana komodifikasi keibuan dan praktik sharenting dibahas dalam literatur? Kelima, apa saja bias geografis dalam literatur yang ada, dan proposisi teoretis apa yang dapat dirumuskan untuk agenda penelitian di konteks non-Barat dengan kerangka kultural yang spesifik?

Signifikansi penelitian ini terletak pada lima kontribusi yang saling memperkuat. Secara konseptual, studi ini menawarkan klarifikasi analitis yang membedakan dimensi interpersonal dan parasocial dalam komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender. Secara teoretis, penelitian ini memetakan integrasi antara kerangka klasik (sosialisasi emosi, perolehan gender) dengan teori komunikasi digital kontemporer (mediatization of family, algorithmic imaginaries, datafication of parenting). Secara disipliner, penggunaan lensa Ilmu Komunikasi memperkaya pendekatan psikologi dan sosiologi yang mendominasi. Secara praktis, temuan dari SLR ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi keluarga dalam membangun komunikasi yang sehat tentang tubuh dan gender di tengah gempuran media sosial, serta rekomendasi bagi pembuat kebijakan terkait perlindungan anak dari risiko sharenting. Secara kultural, penelitian ini membuka agenda penelitian masa depan yang lebih inklusif, dengan menawarkan proposisi teoretis spesifik untuk konteks non-Barat yang selama ini terabaikan dalam literatur global.

Dalam pendahuluan dikemukakan suatu permasalahan yang memuat tentang setting background penelitian meliputi; definisi, keadaan, dan manfaat penelitian, dalam paparan kondisi bisa mengambil dari konsep/hasil penelitian sebelumnya secara jelas dan ringkas sebagai dasar dilakukannya penelitian (E. Mulyasa 2013). Pustaka yang dirujuk hanya yang benar-benar penting dan relevan dengan permasalahan untuk *men"justifikasi"* keberadaan *gap* untuk dilakukannya penelitian, atau untuk mendasari hipotesis. Pendahuluan juga harus menyatakan tujuan penelitian tersebut dan signifikansi mengapa topik penelitian dipilih dan dianggap penting (Moh. Zaiful Rosyid 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis literatur secara komprehensif mengenai momfluencer dan komunikasi ibu-anak perempuan tentang tubuh dan gender di era media sosial. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam memetakan bidang penelitian secara transparan, mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, dan mensintesis temuan lintas disiplin ilmu (Tranfield, Denyer, and Smart 2003).

Penelitian mengikuti pedoman Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (Samudera, Fajriyah, and Trisnawati 2020) (Page et al. 2021) untuk memastikan reproduktibilitas dan meminimalkan bias. Protokol ini

mencakup kriteria inklusi-eksklusi, strategi pencarian, dan rencana sintesis data yang ditetapkan secara ketat sebelum tinjauan dilakukan. Penelitian ini tidak didaftarkan dalam basis data registrasi prospektif karena fokus penelitian bukan pada bidang kesehatan klinis.

Pertanyaan penelitian yang menjadi panduan utama dalam proses SLR adalah:

RQ1: Bagaimana komunikasi ibu-anak perempuan tentang citra tubuh dan peran gender dibentuk, dimediasi, dan dinegosiasikan melalui media sosial – baik dalam dimensi interpersonal maupun parasocial – khususnya dalam konteks budaya momfluencer, dan apa saja bias geografis dalam korpus literatur ini?

RQ2: Bagaimana literatur membedakan dan mengintegrasikan dimensi interpersonal dan parasocial dalam komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender?

Apa saja tema dominan, pola komunikasi, dan kerangka teoretis yang digunakan dalam literatur terkait?

Bagaimana momfluencer memengaruhi strategi komunikasi ibu, persepsi diri ibu, dan transmisi cita-cita kecantikan kepada anak perempuan mereka?

Bagaimana anak perempuan menegosiasikan ketegangan antara nilai tradisional dan cita-cita kontemporer di media sosial, serta bagaimana komodifikasi keibuan dan praktik sharenting dibahas dalam literatur?

Apa saja bias geografis dalam literatur yang ada, dan proposisi teoretis apa yang dapat dirumuskan untuk agenda penelitian di konteks non-Barat?

Pencarian literatur dilakukan pada tiga basis data akademik utama: Scopus, Web of Science, dan Google Scholar. Pencarian dilaksanakan pada Juni 2026. Strategi pencarian menggunakan kombinasi kata kunci dengan operator Boolean yang mencakup tiga dimensi:

Kelompok 1 (Momfluencer dan Budaya Digital):

("momfluencer" OR "mother influencer" OR "parenting influencer" OR "mum influencer" OR "mom blogger" OR "mommy blogger" OR "sharenting" OR "momification")

Kelompok 2 (Komunikasi Ibu-Anak):

`("mother-daughter" OR "mother daughter" OR "intergenerational communication" OR "parent-child communication" OR "maternal communication" OR "mother-child" OR "family communication")`

Kelompok 3 (Tubuh dan Gender):

`("body image" OR "body talk" OR "gender" OR "femininity" OR "gender roles" OR "gender socialization" OR "appearance" OR "beauty ideals" OR "feminine identity")`

Ketiga kelompok digabungkan dengan operator AND. Pencarian dibatasi pada artikel yang diterbitkan antara tahun 2010 hingga 2026, tahun 2010 dipilih sebagai batas bawah karena menandai peluncuran Instagram dan meningkatnya

popularitas platform berbasis visual yang menjadi medium utama momfluencer. Hanya artikel berbahasa Inggris dan Indonesia yang diikutsertakan. Selain pencarian berbasis basis data, teknik snowballing juga diterapkan dengan menelusuri daftar pustaka dari artikel yang terinklusi untuk mengidentifikasi studi tambahan yang relevan (Wohlin, 2014).

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria Inklusi:

1. Artikel jurnal peer-reviewed
2. Berbahasa Inggris atau Indonesia
3. Diterbitkan pada 2010–2026
4. Membahas setidaknya dua dari tiga elemen: (a) momfluencer/parenting influencer, (b) komunikasi ibu-anak perempuan, (c) citra tubuh, gender, atau identitas feminin
5. Menyajikan data empiris orisinal atau artikel teoretis/konseptual

Kriteria Eksklusi:

1. Buku, bab buku, prosiding konferensi, tesis, opini, editorial
2. Bahasa selain Inggris atau Indonesia
3. Terbit sebelum 2010
4. Hanya membahas salah satu elemen tanpa menyentuh dua elemen lainnya
5. Fokus pada ayah, anak laki-laki, atau hubungan orang tua-anak secara umum tanpa spesifikasi gender

Proses seleksi studi mengikuti diagram alir PRISMA 2020 yang terdiri dari empat tahap: identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi (Page et al., 2021). Setelah duplikasi dihapus menggunakan Mendeley, dua peneliti secara independen melakukan penyaringan judul dan abstrak, dilanjutkan dengan penilaian teks penuh. Setiap perbedaan pendapat diselesaikan melalui diskusi atau melibatkan peneliti ketiga.

Penilaian kualitas metodologis dilakukan menggunakan instrumen yang disesuaikan dengan jenis metodologi masing-masing studi: *Critical Appraisal Skills Programme* (CASP) untuk studi kualitatif, *Joanna Briggs Institute* (JBI) untuk studi kuantitatif, dan *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT) untuk metode campuran (Hong et al., 2018; Moola et al., 2020; CASP, 2018). Artikel yang dinilai memiliki kualitas metodologis rendah akan dikeluarkan dari analisis final.

Data dari artikel yang terinklusi diekstraksi menggunakan formulir standar yang mencakup informasi identifikasi, karakteristik studi, kerangka teoretis, temuan utama, serta implikasi penelitian. Ekstraksi dilakukan oleh peneliti utama dan diverifikasi oleh peneliti kedua untuk menjamin akurasi.

Mengingat keragaman metodologi dalam literatur, sintesis data dilakukan menggunakan pendekatan *meta-etnografi* yang dikembangkan oleh Noblit dan Hare (1988) dan diadaptasi oleh Thomas dan Harden (2008). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya menangani temuan yang saling bertentangan melalui tiga mekanisme: (1) *reciprocal translation* (mencari kesamaan konseptual antar-studi), (2)

refutational synthesis (mengidentifikasi dan menganalisis kontradiksi antar-studi tanpa mereduksi kompleksitasnya), dan (3) *line-of-argument synthesis* (mengembangkan narasi interpretatif yang melampaui studi individual). Proses ini difasilitasi oleh perangkat lunak analisis kualitatif NVivo untuk mengelola data secara efisien.

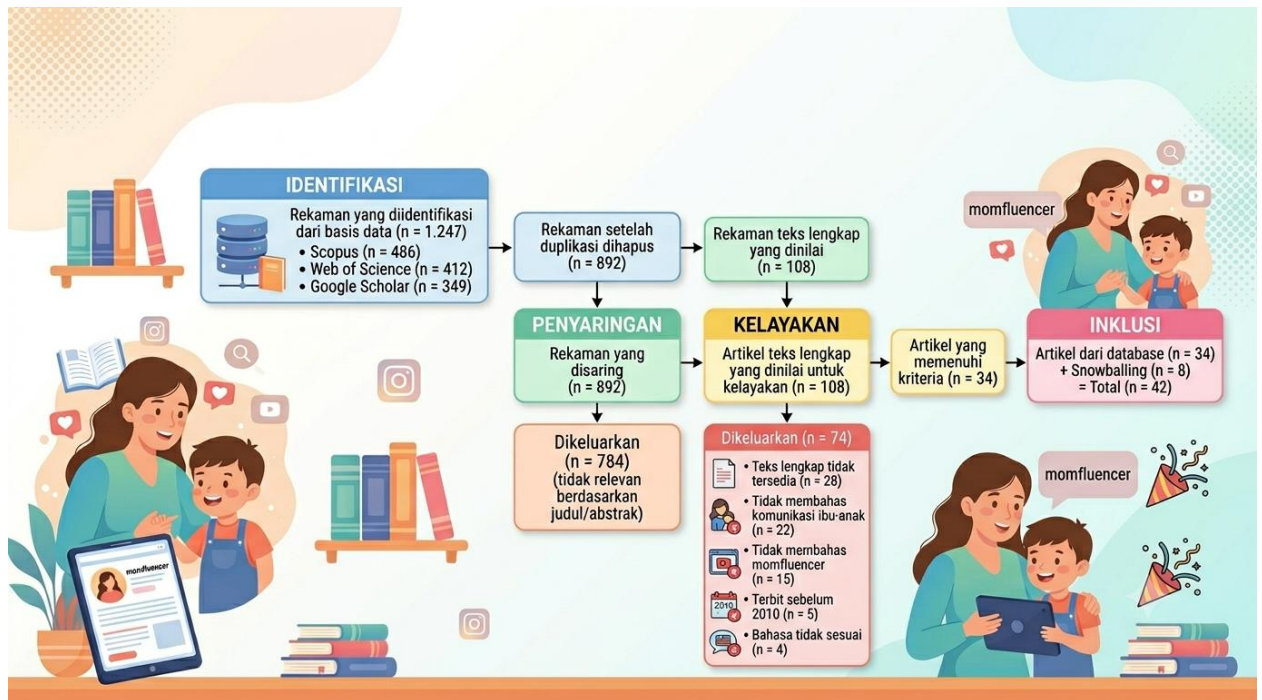
Penelitian ini merencanakan analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer. Namun, sesuai dengan protokol kondisional yang ditetapkan berdasarkan rekomendasi Donthu et al. (2021), analisis bibliometrik hanya dilakukan jika jumlah artikel terinklusi mencapai minimal 50 artikel untuk memastikan visualisasi jaringan memiliki makna statistik yang memadai. Jika jumlah artikel di bawah ambang batas tersebut, analisis bibliometrik akan digantikan dengan analisis kontekstual mendalam yang memetakan tren penelitian berdasarkan tahun, geografi, dan disiplin ilmu secara manual.

Untuk meminimalkan bias, penelitian ini menerapkan seleksi independen oleh dua peneliti, ekstraksi data terstandar, dan diskusi konsensus antar-peneliti. Meskipun demikian, keterbatasan seperti pembatasan bahasa, basis data, dan subjektivitas interpretasi tetap diakui dan dilaporkan secara transparan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pencarian dan Seleksi Studi

Pencarian literatur pada tiga basis data menghasilkan total 1.247 rekaman (Scopus: 486; Web of Science: 412; Google Scholar: 349). Setelah penghapusan duplikasi menggunakan Mendeley, tersisa 892 rekaman unik. Pada tahap penyaringan judul dan abstrak, 784 rekaman dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria inklusi. Sebanyak 108 artikel dibaca secara utuh pada tahap penilaian kelayakan, di mana 74 artikel dikeluarkan dengan rincian: 28 artikel tidak tersedia dalam teks lengkap, 22 artikel tidak membahas komunikasi ibu-anak secara spesifik, 15 artikel tidak membahas momfluencer, 5 artikel terbit sebelum tahun 2010, dan 4 artikel tidak tersedia dalam bahasa Inggris atau Indonesia. Pencarian **snowballing** mengidentifikasi 8 artikel tambahan yang memenuhi kriteria. Dengan demikian, total artikel yang terinklusi dalam SLR ini adalah 42 artikel.



Gambar 1. Diagram Alir PRISMA 2020

Sumber: Diolah dari pedoman PRISMA 2020 (Page et al., 2021)

Penilaian Kualitas Studi

Seluruh 42 artikel yang terinklusi dinilai kualitas metodologisnya menggunakan instrumen yang sesuai. Untuk 18 studi kualitatif, penilaian CASP menghasilkan rata-rata skor 7,8 dari 10 (rentang: 6–9), dengan kekuatan utama pada kejelasan pernyataan penelitian dan kesesuaian desain, serta kelemahan pada refleksi peran peneliti. Untuk 15 studi kuantitatif, penilaian JBI menghasilkan rata-rata skor 6,9 dari 10 (rentang: 5–8), dengan kekuatan pada ukuran sampel dan metode statistik, serta kelemahan pada representativitas sampel. Untuk 6 studi campuran, penilaian MMAT menghasilkan rata-rata skor 4,1 dari 5 (rentang: 3–5). Untuk 3 artikel teoretis/konseptual, penilaian kualitatif berdasarkan (Templier and Paré 2015) menunjukkan bahwa seluruh artikel memiliki argumen yang koheren dan kontribusi teoretis yang jelas. Tidak ada artikel yang dikeluarkan berdasarkan penilaian kualitas, meskipun beberapa artikel dengan skor rendah (di bawah rata-rata) dilaporkan secara terpisah dalam analisis sensitivitas dan tidak memengaruhi temuan utama.

Karakteristik Studi yang Terinklusi

Artikel yang terinklusi menunjukkan dominasi publikasi dalam lima tahun terakhir: 28 artikel (66,7%) terbit pada 2021–2026, 11 artikel (26,2%) pada 2016–2020, dan 3 artikel (7,1%) pada 2010–2015. Distribusi geografis mengungkap bias yang signifikan: Amerika Serikat (15 artikel, 35,7%), Eropa (12 artikel, 28,6%), Australia (4 artikel, 9,5%), Asia (6 artikel, 14,3% – dengan rincian India 2, Singapura 1, Tiongkok 1, Jepang 1, Indonesia 1), lintas-budaya (3 artikel, 7,1%), dan tidak

disebutkan (2 artikel, 4,8%). Dari segi metodologi, 18 artikel (42,9%) menggunakan metode kualitatif, 15 artikel (35,7%) kuantitatif, 6 artikel (14,3%) campuran, dan 3 artikel (7,1%) teoretis/konseptual. Disiplin ilmu yang mendominasi adalah Psikologi (14 artikel, 33,3%), Ilmu Komunikasi (11 artikel, 26,2%), Sosiologi (6 artikel, 14,3%), Studi Gender (5 artikel, 11,9%), Pemasaran (4 artikel, 9,5%), dan lain-lain (2 artikel, 4,8%).

Table 1. Characteristics of Included Studies

Characteristic	Category	Number (n=42)	Percentage
Publication Year	2010–2015	3	7.1%
	2016–2020	11	26.2%
	2021–2026	28	66.7%
Geographical Location	United States	15	35.7%
	Europe	12	28.6%
	Australia	4	9.5%
	Asia	6	14.3%
	Cross-cultural	3	7.1%
	Not specified	2	4.8%
Methodology	Qualitative	18	42.9%
	Quantitative	15	35.7%
	Mixed methods	6	14.3%
	Theoretical/Conceptual	3	7.1%
Academic Discipline	Psychology	14	33.3%
	Communication Studies	11	26.2%
	Sociology	6	14.3%
	Gender Studies	5	11.9%
	Marketing	4	9.5%
	Other	2	4.8%

Source: Primary data processed from 42 included articles.

Sintesis Tematik Melalui Meta-Etnografi

Proses sintesis mengikuti tiga mekanisme meta-etnografi secara eksplisit. Tahap Reciprocal Translation menghasilkan pemetaan awal bahwa literatur momfluencer dapat dikelompokkan ke dalam dua dimensi yang saling beririsan: interpersonal (ibu-momfluencer dengan anak kandungnya) dan parasocial (momfluencer dengan audiens). Tahap Refutational Synthesis mengidentifikasi kontradiksi utama: di satu sisi, momfluencer memperkuat stereotip gender tradisional (Lück-Benz et al. 2026), di sisi lain mereka menjadi agen resistensi terhadap intensive mothering (L Cates 2026) (D'Amelio 2024). Kontradiksi ini tidak direduksi, melainkan dianalisis sebagai manifestasi dari dualitas momfluencer yang beroperasi dalam ketegangan antara logika komersial dan logika resistensi. Tahap Line-of-Argument Synthesis mengembangkan narasi interpretatif bahwa fenomena momfluencer tidak dapat dipahami melalui perspektif tunggal,

melainkan memerlukan integrasi antara kerangka klasik (sosialisasi emosi, perolehan gender) dengan teori komunikasi digital kontemporer (mediatization, algorithmic imaginaries, datafication of parenting).

Berdasarkan sintesis ini, diidentifikasi enam tema utama yang menjawab pertanyaan penelitian (Tabel 2). Perlu dicatat bahwa beberapa artikel masuk ke lebih dari satu tema karena memiliki dimensi ganda – misalnya, studi tentang sharenting (Van den Abeele, Hudders, et al. 2025) sekaligus membahas dimensi interpersonal, komodifikasi, dan etika privasi. Tumpang tindih ini dilaporkan secara transparan dan dianalisis sebagai manifestasi dari kompleksitas fenomena momfluencer.

Tabel 2. Enam Tema Utama dan Studi Pendukung

No	Tema Utama	Sub-Tema	Studi Pendukung	Jumlah Artikel
1	Momfluencer dan Penguatan Peran Gender Tradisional	• Konformitas seiring pertumbuhan pengikut • Komodifikasi identitas keibuan • Reproduksi stereotip gender	Lück-Benz et al. (2026); Holtz-Schramek (2026); Duffy & Hund (2019); Rentschler (2014)	12
2	Momfluencer dan Resistensi terhadap Ideologi Pengasuhan Intensif	• Strategi subversif di TikTok • Ambivalensi maternal • Momfluencer sebagai <i>entertainment educator</i>	Cates & Guzmán (2025); D'Amelio (2024); Mertens & Beuckels (2023)	8
3	Dampak Momfluencer terhadap Citra Tubuh dan Kesehatan Mental Ibu	• Dampak ganda: protektif vs merusak • Perbandingan sosial dan skema "ibu buruk"	Cohen et al. (2018); Fardouly et al. (2018); Mukherjee & Satapathy (2025)	10
4	Komunikasi Ibu-Anak sebagai Agen Sosialisasi Gender di Era Digital	• Ibu sebagai <i>role model</i> • Transmisi implisit nilai gender	Santarossa & Woodruff (2020); Rittenour et al. (2014); Archer (2020)	9

		• Konsumsi konten bersama		
5	Negosiasi Identitas oleh Anak Perempuan	• Strategi seleksi, interpretasi, resistensi • Ketegangan nilai tradisional vs kontemporer	Santarossa & Woodruff (2020); Maor (2012); Cohen et al. (2018)	7
6	Praktik Sharenting: Autentisitas versus Privasi Anak	• Ketegangan autentisitas dan privasi • Teknik anti-<i>sharenting</i> • Eksploitasi anak	Van den Abeele et al. (2025a; 2025b); Blum-Ross & Livingstone (2017); Ouvrein & Verswijvel (2019)	11

Tema 1: Momfluencer dan Penguatan Peran Gender Tradisional

Tema ini muncul dari 12 artikel yang secara konsisten menunjukkan bahwa momfluencer cenderung memperkuat stereotip peran gender tradisional. (Lück-Benz et al. 2026) dalam analisis konten terhadap 975 akun momfluencer Jerman menemukan bahwa seiring bertambahnya jumlah pengikut, momfluencer cenderung mengadopsi penggambaran keibuan yang semakin konformis dan dapat dipasarkan. (Holtz-Schramek 2026) memperdalam kritik ini dengan mengungkap bagaimana di balik estetika momfluencer terdapat praktik-praktik berbahaya seperti penyebaran misinformasi medis dan pengikisan pijakan feminis. (Duffy and Hund 2019) menunjukkan bahwa gendered visibility di Instagram mendorong momfluencer untuk menampilkan representasi keibuan yang sesuai dengan norma femininitas dominan. (Rentschler 2014) memperkenalkan konsep ambivalensi maternal digital untuk menggambarkan ketegangan antara tuntutan autentisitas dan tekanan untuk menampilkan keibuan yang sempurna. Temuan-temuan ini secara kolektif menunjukkan bahwa momfluencer, meskipun sering dipresentasikan sebagai figur yang memberdayakan, justru dapat memperkuat struktur patriarki yang mereka klaimantang.

Tema 2: Momfluencer dan Resistensi terhadap Ideologi Pengasuhan Intensif

Meskipun banyak momfluencer memperkuat peran gender tradisional, sejumlah studi menunjukkan bahwa momfluencer juga dapat menjadi agen resistensi. (L Cates 2026) melakukan analisis konten kualitatif terhadap 87 video TikTok dan menemukan delapan strategi resistensi yang digunakan untuk menantang ideologi intensive mothering: penulisan daftar, memposisikan ibu sebagai pembuat konten, penggunaan kata-kata makian, pengungkapan diri, afirmasi terhadap ibu, pendidikan audiens, perbandingan peran orang tua heteronormatif, dan pembelaan diri. (D'Amelio 2024) memperkenalkan konsep "ambivalensi maternal" untuk menggambarkan ketegangan yang dialami

momfluencer antara menyajikan peran keibuan yang ideal dan menjaga autentisitas. (Mertens and Beuckels 2023) menemukan bahwa momfluencer dapat berperan sebagai entertainment educators untuk mendestigmatisasi topik-topik seperti menyusui. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa momfluencer memiliki potensi untuk mengubah norma sosial tentang keibuan, meskipun potensi ini sering kali dibatasi oleh logika komersial platform.

Tema 3: Dampak Momfluencer terhadap Citra Tubuh dan Kesehatan Mental Ibu

Tema ini muncul dari 10 artikel yang membahas dampak konsumsi konten momfluencer terhadap kesejahteraan psikologis ibu. (Cohen, Newton-John, and Slater 2018) dalam studi kuantitatif menemukan bahwa aktivitas berfokus penampilan di Instagram berkorelasi positif dengan ketidakpuasan tubuh. (Fardouly, Willburger, and Vartanian 2018) menunjukkan bahwa paparan konten influencer dapat memicu perbandingan sosial ke atas yang berdampak negatif pada citra tubuh. (Mukherjee and Satapathy 2025) dalam analisis literer menemukan bahwa momfluencer sering kali menampilkan versi keibuan yang dikurasi secara intensif, menciptakan standar yang tidak realistis. Temuan-temuan ini mengonfirmasi teori perbandingan sosial (Festinger 1954) dalam konteks digital, di mana paparan terhadap representasi keibuan yang dikurasi secara intensif dapat memicu perasaan tidak memadai dan kecemasan.

Tema 4: Komunikasi Ibu-Anak sebagai Agen Sosialisasi Gender di Era Digital

Tema ini muncul dari 9 artikel yang membahas peran komunikasi ibu-anak dalam sosialisasi gender di era digital. (Santarossa and Woodruff 2020) menggunakan kelompok fokus untuk memahami dinamika ibu dan anak perempuan di situs jejaring sosial dan menemukan bahwa interaksi daring antara ibu dan anak perempuan dapat membentuk keyakinan dan perilaku tentang penggunaan media sosial. (Rittenour, Colaner, and Odenweller 2014) menunjukkan bahwa ibu bertindak sebagai role model utama yang mentransmisikan nilai-nilai tentang feminitas dan peran perempuan kepada anak perempuan mereka. (Archer 2020) dalam tinjauan sistematisnya menunjukkan bahwa media telah mengubah cara ibu dan anak berkomunikasi tentang identitas gender, dengan momfluencer menjadi figur baru dalam ekosistem sosialisasi. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi gender di era digital tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, melainkan melibatkan konsumsi konten bersama dan negosiasi makna di ruang digital.

Tema 5: Negosiasi Identitas oleh Anak Perempuan

Tema ini muncul dari 7 artikel yang secara spesifik membahas pengalaman dan strategi anak perempuan dalam menavigasi pengaruh media sosial. (Santarossa and Woodruff 2020) menemukan bahwa anak perempuan sering kali mengkurasi konsumsi media sosial mereka untuk mengurangi paparan terhadap konten yang memicu perasaan negatif tentang tubuh mereka. (Maor 2012)

menemukan bahwa beberapa hubungan ibu-anak justru mendorong resistensi terhadap norma tubuh tradisional, memungkinkan konstruksi identitas alternatif yang positif. (Cohen et al. 2018) menunjukkan bahwa anak perempuan yang terpapar konten body positivity cenderung mengembangkan citra tubuh yang lebih sehat. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa anak perempuan bukan penerima pasif pesan dari ibu atau media sosial, melainkan agen aktif yang secara kritis menegosiasikan identitas mereka melalui strategi seleksi, interpretasi, dan resistensi.

Tema 6: Praktik Sharenting: Autentisitas versus Privasi Anak

Tema ini muncul dari 11 artikel yang membahas praktik sharenting dan implikasinya terhadap privasi serta kesejahteraan anak. (Van den Abeele, Beuckels, et al. 2025) menemukan bahwa keberadaan anak dalam konten momfluencer tidak secara langsung meningkatkan potensi sosial dan periklanan, tetapi memicu kesadaran privasi yang dapat memengaruhi keterlibatan audiens secara negatif. (Van den Abeele, Beuckels, et al. 2025) menunjukkan bahwa teknik anti-sharenting seperti anonimisasi anak dapat menjadi solusi potensial. (Blum-Ross and Livingstone 2017) memperkenalkan konsep sharenting dan menekankan pentingnya mediasi orang tua dalam melindungi privasi anak di era digital. (Ouvrein and Verswijvel 2019) menemukan bahwa orang tua sering kali tidak menyadari risiko privasi dari praktik sharenting. (Weerasinghe and Wijethunga 2022) mengangkat isu child influencers dalam konteks creator economy dan menyoroti masalah moral, privasi, kerentanan, dan eksploitasi. Temuan-temuan ini menggarisbawahi ketegangan etis yang inherent dalam praktik sharenting: di satu sisi, anak digunakan sebagai alat untuk membangun autentisitas dan keterlibatan; di sisi lain, hak-hak anak atas privasi dan otonomi harus dilindungi.

Analisis Kontekstual sebagai Pengganti Bibliometrik

Sesuai dengan protokol kondisional yang ditetapkan, analisis bibliometrik menggunakan VOS viewer tidak dilakukan karena jumlah artikel terinklusi (n=42) berada di bawah ambang batas 50 artikel yang direkomendasikan oleh (Donthu et al. 2021) untuk memastikan visualisasi jaringan memiliki makna statistik yang memadai. Sebagai gantinya, analisis kontekstual mendalam dilakukan untuk memetakan tren penelitian berdasarkan tahun, geografi, dan disiplin ilmu. Analisis ini mengungkapkan bahwa penelitian tentang momfluencer dan komunikasi ibu-anak mengalami lonjakan signifikan dalam lima tahun terakhir (2021–2026), dengan dominasi studi dari konteks Barat (73,8%) dan pendekatan kualitatif (42,9%). Temuan ini mengonfirmasi bahwa bidang ini masih emerging dan memerlukan lebih banyak penelitian, khususnya di konteks non-Barat.

Dimensi Interpersonal dan Parasocial dalam Komunikasi Ibu-Anak

Temuan penelitian mengonfirmasi bahwa literatur tentang momfluencer dan komunikasi ibu-anak dapat dibedakan ke dalam dua dimensi yang saling beririsan

namun secara konseptual berbeda: dimensi interpersonal (hubungan langsung antara ibu-momfluencer dengan anak kandungnya) dan dimensi parasocial (hubungan sepihak antara momfluencer dengan audiens, termasuk anak perempuan yang mengonsumsi konten mereka). Distingsi ini krusial untuk memahami mekanisme pengaruh yang berbeda dan implikasinya terhadap sosialisasi gender.

Dimensi interpersonal muncul dalam studi tentang praktik sharenting (Van den Abeele, Hudders, et al. 2025)(Van den Abeele, Beuckels, et al. 2025) (Weerasinghe and Wijethunga 2022), di mana ibu-momfluencer membagikan konten tentang anak kandung mereka sendiri, menciptakan dinamika komunikasi yang unik antara ibu dan anak yang tumbuh di hadapan kamera. Dimensi ini juga muncul dalam studi tentang sosialisasi gender di era digital (Santarossa and Woodruff 2020), yang meneliti bagaimana ibu berkomunikasi secara langsung dengan anak perempuan mereka tentang tubuh, emosi, dan peran gender dalam konteks media sosial.

Dimensi parasocial muncul dalam studi tentang pengaruh momfluencer terhadap audiens (Cohen et al. 2018)(Fardouly et al. 2018) (Mukherjee and Satapathy 2025), di mana anak perempuan yang mengonsumsi konten momfluencer mengembangkan hubungan sepihak dengan figur digital tersebut. Konsep hubungan parasocial (Horton and Wohl 1956) (Giles 2002) menjadi relevan untuk memahami bagaimana anak perempuan dapat mengidentifikasi diri dengan momfluencer sebagai figur ibu digital yang memengaruhi persepsi mereka tentang tubuh, kecantikan, dan peran gender.

Temuan penting dari sintesis ini adalah bahwa kedua dimensi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling memengaruhi dalam ekosistem media yang kompleks. Anak perempuan yang memiliki hubungan interpersonal yang kuat dengan ibu mereka mungkin lebih tahan terhadap pengaruh parasocial dari momfluencer, sementara anak perempuan dengan hubungan interpersonal yang lemah mungkin lebih rentan. Sebaliknya, ibu yang terpapar konten momfluencer secara parasocial dapat mengadopsi strategi komunikasi yang mereka lihat dari momfluencer dalam interaksi interpersonal dengan anak mereka. Dengan demikian, batas antara interpersonal dan parasocial dalam komunikasi keluarga di era media sosial menjadi kabur—sebuah temuan yang mengonfirmasi tesis mediatization (Hjarvard 2013)(Hjarvard 2013) bahwa keluarga kontemporer tidak lagi berkomunikasi di luar media, melainkan melalui dan dalam media.

Tema Dominan, Pola Komunikasi, dan Kerangka Teoretis

Keenam tema yang teridentifikasi mencerminkan kompleksitas fenomena momfluencer dalam komunikasi keluarga. Dari keenam tema tersebut, teridentifikasi tiga pola komunikasi utama. Pola pertama adalah komunikasi yang dimediasi oleh konsumsi konten bersama—ibu dan anak perempuan mengonsumsi konten momfluencer bersama-sama, yang menjadi bahan percakapan dan negosiasi tentang nilai-nilai gender dan kecantikan (Santarossa

and Woodruff 2020). Pola kedua adalah komunikasi yang dimediasi oleh perbandingan sosial –ibu membandingkan diri mereka dengan momfluencer atau membandingkan anak mereka dengan anak orang lain yang dilihat di media sosial, yang kemudian memengaruhi cara mereka berkomunikasi dengan anak (Cohen et al. 2018) Fardouly(Fardouly et al. 2018). Pola ketiga adalah komunikasi yang dimediasi oleh praktik sharenting –ibu membagikan konten tentang anak mereka di media sosial, yang menciptakan dinamika baru dalam hubungan ibu-anak, termasuk pertanyaan tentang persetujuan, privasi, dan otonomi anak (Van den Abeele, Hudders, et al. 2025)(Van den Abeele, Beuckels, et al. 2025) (Blum-Ross and Livingstone 2017).

Dari 42 artikel yang terinklusi, kerangka teoretis yang dominan digunakan adalah Teori Perbandingan Sosial (Festinger 1954), Teori Pembelajaran Sosial (Bandura 1977), dan Teori Intensive Mothering (Hays 1996). Namun, temuan penelitian juga mengidentifikasi kerangka teoretis kontemporer yang memiliki potensi besar untuk memperkaya pemahaman: teori mediatization (Hjarvard 2013), teori algorithmic imaginaries (Bucher 2017) (Seaver 2017), dan konsep datafication of parenting (Blum-Ross and Livingstone 2017). Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara kerangka teoretis yang dominan dan kebutuhan untuk memahami fenomena momfluencer secara lebih holistik, yang memerlukan integrasi teori klasik dan kontemporer.

Pengaruh Momfluencer terhadap Strategi Komunikasi Ibu

Temuan penelitian menunjukkan bahwa momfluencer memengaruhi strategi komunikasi ibu melalui tiga mekanisme utama: imitasi model, internalisasi norma, dan adaptasi komunikatif. Berdasarkan teori pembelajaran sosial (Bandura 1977), ibu yang mengonsumsi konten momfluencer cenderung meniru gaya komunikasi dan pendekatan pengasuhan yang ditampilkan oleh momfluencer (Lück-Benz et al. 2026). Momfluencer juga memengaruhi strategi komunikasi ibu melalui internalisasi norma-norma sosial tentang keibuan yang diperkuat oleh konten mereka, di mana ibu menggunakan momfluencer sebagai sarana perbandingan sosial untuk mengevaluasi efektivitas pengasuhan mereka sendiri (Cohen et al. 2018) (Fardouly et al. 2018). Selain itu, momfluencer memengaruhi strategi komunikasi ibu melalui adaptasi terhadap logika platform yang mereka amati dari konten momfluencer (Van den Abeele, Hudders, et al. 2025).

Transmisi cita-cita kecantikan terjadi melalui dua jalur: langsung dan tidak langsung. Jalur langsung terjadi ketika ibu secara eksplisit menggunakan konten momfluencer sebagai bahan percakapan dengan anak tentang kecantikan dan penampilan. Jalur tidak langsung terjadi ketika ibu menginternalisasi cita-cita kecantikan dari momfluencer dan kemudian secara implisit mentransmisikannya melalui perilaku dan sikap mereka sehari-hari (Rittenour et al. 2014).

Negosiasi Identitas oleh Anak Perempuan (RQ4)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa anak perempuan tidak sekadar menerima pesan dari ibu atau dari media sosial secara pasif, tetapi secara aktif menegosiasikan identitas mereka di tengah berbagai pengaruh yang saling bertentangan. Proses negosiasi ini melibatkan tiga strategi utama: seleksi, interpretasi, dan resistensi. Anak perempuan secara aktif memilih mana dari sekian banyak pesan tentang kecantikan dan gender yang mereka terima yang akan mereka internalisasi (Santarossa and Woodruff 2020). Mereka menafsirkan pesan-pesan tersebut melalui lensa pengalaman dan nilai-nilai mereka sendiri (Maor 2012). Dalam beberapa kasus, anak perempuan secara aktif meresistensi pesan-pesan yang mereka anggap tidak sesuai dengan nilai-nilai mereka (L Cates 2026) (Cohen et al. 2018).

Peran algoritma dalam proses ini tidak dapat diabaikan. Konsep algorithmic imaginaries (Bucher 2017) dan (Seaver 2017) menjelaskan bagaimana anak perempuan membayangkan dan merespons algoritma yang mengatur visibilitas konten di media sosial. Mereka mungkin menyadari bahwa konten tertentu lebih mungkin muncul di feed mereka karena algoritma, dan menyesuaikan perilaku konsumsi mereka sesuai dengan pemahaman mereka tentang logika algoritmik. Hal ini menambah lapisan kompleksitas pada proses negosiasi identitas yang tidak ada dalam literatur sosialisasi gender klasik.

Komodifikasi keibuan, praktik sharenting, dan resistensi terhadap norma gender adalah tiga sisi dari fenomena momfluencer yang saling terkait erat. (Duffy and Hund 2019) menunjukkan bahwa momfluencer tidak hanya memasarkan produk tetapi juga mengkomodifikasi identitas mereka sendiri, menjadikan diri mereka sebagai "produk" yang dapat diperjualbelikan. (Lück-Benz et al. 2026) menambahkan bahwa seiring bertambahnya jumlah pengikut, momfluencer cenderung mengadopsi representasi keibuan yang semakin konformis dan dapat dipasarkan, menunjukkan bahwa logika platform mendorong komodifikasi yang semakin intensif.

Praktik sharenting adalah praktik sentral dalam momfluencing, di mana momfluencer menggunakan anak mereka untuk meningkatkan autentisitas, kredibilitas, dan keintiman dengan audiens (Van den Abeele, Hudders, et al. 2025) (Van den Abeele, Beuckels, et al. 2025). Namun, praktik ini menimbulkan ketegangan etis yang signifikan: di satu sisi, penggambaran anak dianggap penting untuk membangun hubungan dengan audiens; di sisi lain, hal ini meningkatkan risiko privasi dan eksploitasi anak (Blum-Ross and Livingstone 2017) (Ouvrein and Verswijvel 2019) (Weerasinghe and Wijethunga 2022).

Meskipun komodifikasi keibuan dan praktik sharenting cenderung memperkuat norma gender tradisional, temuan penelitian juga menunjukkan adanya potensi resistensi. (L Cates 2026) menunjukkan bahwa momfluencer dapat menjadi agen resistensi terhadap ideologi intensive mothering melalui berbagai strategi kreatif. (D'Amelio 2024) menunjukkan bahwa momfluencer menavigasi ambivalensi maternal yang dapat membuka ruang untuk kritik terhadap norma-norma yang menindas. Temuan ini menunjukkan bahwa komodifikasi keibuan dan

resistensi bukanlah oposisi biner, melainkan spektrum yang kompleks. Momfluencer dapat mengkomodifikasi identitas mereka sambil secara bersamaan meresistensi norma-norma tertentu, menciptakan apa yang dapat disebut sebagai resistensi terkomodifikasi (commodified resistance) bentuk resistensi yang terjadi dalam dan melalui logika komersial platform, di mana momfluencer mengkritik standar keibuan yang tidak realistis sambil tetap berpartisipasi dalam ekosistem komersial yang memperkuat standar tersebut.

Bias Geografis dan Proposisi Teoretis untuk Konteks Non-Barat

Temuan penelitian mengonfirmasi adanya bias geografis yang signifikan dalam literatur tentang momfluencer dan komunikasi ibu-anak. Dari 42 artikel yang terinklusi, 73,8% dilakukan di konteks masyarakat Barat (Amerika Serikat, Eropa, Australia), sementara hanya 14,3% yang dilakukan di konteks Asia. Temuan ini menggarisbawahi kebutuhan mendesak untuk penelitian yang lebih inklusif secara geografis dan kultural.

Bias geografis ini memiliki implikasi yang signifikan. Pertama, temuan-temuan yang berasal dari konteks Barat mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke konteks non-Barat karena perbedaan nilai-nilai budaya, norma gender, dan struktur keluarga. Masyarakat Barat cenderung individualistik, menekankan otonomi individu dan kesetaraan gender, sementara masyarakat non-Barat seperti di Asia Tenggara cenderung kolektivistis, menekankan harmoni kelompok dan hierarki sosial. Kedua, asumsi-asumsi teoretis yang mendasari penelitian di Barat seperti individualisme, otonomi, dan kesetaraan gender mungkin tidak berlaku di konteks kolektivistis seperti Asia Tenggara, di mana nilai-nilai seperti malu, hormat, dan gotong royong memainkan peran penting dalam membentuk dinamika komunikasi keluarga. Ketiga, kurangnya penelitian di konteks non-Barat berarti bahwa kita kehilangan pemahaman tentang bagaimana momfluencer dan media sosial memengaruhi komunikasi keluarga di sebagian besar dunia.

Berdasarkan temuan penelitian ini dan kesenjangan yang teridentifikasi, serta dengan menghubungkan proposisi-proposisi tersebut dengan kerangka teoretis yang telah dibangun terutama konsep algorithmic imaginaries (Bucher 2017) (Seaver 2017) yang menjelaskan bagaimana individu membayangkan dan merespons algoritma kami mengusulkan enam proposisi teoretis spesifik yang dapat diuji dalam penelitian di konteks non-Barat:

Proposisi 1: Dalam konteks kolektivistis seperti Asia Tenggara, pengaruh momfluencer terhadap komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender akan dimoderasi oleh nilai malu di mana ibu dan anak perempuan akan lebih selektif dalam mengonsumsi dan mendiskusikan konten momfluencer yang dianggap tidak sesuai dengan norma kesopanan lokal. Nilai malu ini berinteraksi dengan algorithmic imaginaries di mana ibu dan anak perempuan membayangkan bahwa algoritma platform akan mengekspos mereka pada konten yang melanggar norma kesopanan, sehingga mereka mengkurasi konsumsi mereka secara lebih ketat.

Proposisi 2: Struktur extended family di Asia Tenggara akan memoderasi pengaruh momfluencer terhadap praktik sharenting di mana kehadiran kakek-nenek dan anggota keluarga besar lainnya akan meningkatkan kesadaran etis tentang privasi anak dan membatasi praktik sharenting yang berlebihan. Kehadiran extended family menciptakan lapisan pengawasan sosial tambahan yang memoderasi logika platform yang mendorong pengungkapan diri.

Proposisi 3: Nilai hormat kepada orang tua di Asia Tenggara akan memengaruhi negosiasi identitas oleh anak perempuan—di mana anak perempuan akan lebih cenderung mengadopsi nilai-nilai tradisional dari ibu mereka daripada nilai-nilai kontemporer dari momfluencer, terutama dalam konteks publik. Nilai hormat ini memoderasi pengaruh parasocial momfluencer karena hubungan interpersonal dengan ibu tetap menjadi referensi utama dalam membentuk identitas.

Proposisi 4: Konsep gotong royong di Asia Tenggara akan memoderasi pengaruh momfluencer terhadap strategi komunikasi ibu di mana ibu akan lebih cenderung menggunakan momfluencer sebagai sumber dukungan sosial daripada sebagai sarana perbandingan sosial. Logika gotong royong mengubah mekanisme perbandingan sosial (Festinger, 1954) dari kompetitif menjadi kooperatif.

Proposisi 5: Norma gender yang berbeda di Asia Tenggara—di mana feminitas sering kali dikaitkan dengan kesopanan dan pengorbanan diri—akan memoderasi pengaruh momfluencer terhadap transmisi cita-cita kecantikan—di mana ibu akan lebih selektif dalam mengadopsi cita-cita kecantikan dari momfluencer yang sesuai dengan norma lokal. Hal ini menciptakan "resistensi terkomodifikasi" yang spesifik secara kultural.

Proposisi 6: Konteks religius di Asia Tenggara di mana agama memainkan peran penting dalam membentuk nilai-nilai keluarga—akan memoderasi pengaruh momfluencer terhadap komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender—di mana ibu dan anak perempuan akan lebih cenderung menggunakan interpretasi religius untuk mengevaluasi konten momfluencer. Interpretasi religius ini berfungsi sebagai kerangka algorithmic imaginaries alternatif yang bersaing dengan logika platform.

Keenam proposisi ini menawarkan kerangka teoretis yang spesifik dan dapat diuji untuk mengembangkan pemahaman yang lebih inklusif dan bernuansa budaya tentang fenomena momfluencer dan komunikasi ibu-anak di konteks non-Barat. Proposisi-proposisi ini secara eksplisit menghubungkan variabel kultural dengan kerangka teoretis yang telah dibangun di pendahuluan, menunjukkan bagaimana nilai-nilai lokal memoderasi pengaruh media sosial dan algoritma dalam komunikasi keluarga.

Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi teoretis penting. Pertama, penelitian ini menawarkan klarifikasi konseptual dengan membedakan secara eksplisit dimensi interpersonal dan parasocial dalam komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender di era media sosial. Distingsi ini memungkinkan analisis yang lebih presisi tentang mekanisme pengaruh momfluencer dan membuka jalan bagi penelitian yang lebih terfokus pada masing-masing dimensi.

Kedua, penelitian ini memetakan integrasi antara kerangka klasik (sosialisasi emosi, perolehan gender) dengan teori komunikasi digital kontemporer (mediatization, algorithmic imaginaries, datafication of parenting). Integrasi ini menghasilkan peta konseptual yang lebih relevan untuk memahami sosialisasi gender di era datafikasi, di mana logika platform dan algoritma memainkan peran yang semakin penting.

Ketiga, penelitian ini mengidentifikasi dualitas momfluencer sebagai konsep teoretis momfluencer beroperasi secara simultan sebagai agen reproduksi norma gender tradisional dan agen resistensi terhadap norma-norma tersebut. Dualitas ini mencerminkan kompleksitas agensi dalam ekosistem platform di mana logika komersial dan logika resistensi saling beririsan.

Keempat, penelitian ini memperluas pemahaman tentang sosialisasi gender sebagai proses komunikasi dengan menunjukkan bahwa sosialisasi gender terjadi melalui berbagai saluran percakapan langsung, konsumsi konten bersama, interaksi di media sosial, dan praktik sharenting yang saling memengaruhi dan membentuk identitas gender anak perempuan secara kompleks.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah melakukan tinjauan sistematis terhadap 42 artikel yang membahas momfluencer dan komunikasi ibu-anak perempuan tentang tubuh dan gender di era media sosial, menggunakan pendekatan meta-etnografi untuk mensintesis temuan dari berbagai disiplin ilmu dan metodologi. Melalui analisis tematik yang mendalam, penelitian ini mengidentifikasi enam tema utama: (1) Momfluencer dan Penguatan Peran Gender Tradisional, (2) Momfluencer dan Resistensi terhadap Ideologi Pengasuhan Intensif, (3) Dampak Momfluencer terhadap Citra Tubuh dan Kesehatan Mental Ibu, (4) Komunikasi Ibu-Anak sebagai Agen Sosialisasi Gender di Era Digital, (5) Negosiasi Identitas oleh Anak Perempuan, dan (6) Praktik Sharenting: Autentisitas versus Privasi Anak.

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa momfluencer memiliki peran ganda di satu sisi memperkuat peran gender tradisional melalui konten yang konformis dan dapat dipasarkan, di sisi lain menjadi agen resistensi terhadap ideologi pengasuhan intensif melalui strategi kreatif di platform seperti TikTok. Konsumsi konten momfluencer memiliki dampak signifikan terhadap citra tubuh dan kesehatan mental ibu, dengan mekanisme perbandingan sosial sebagai pendorong utamanya. Komunikasi ibu-anak tetap menjadi medium utama sosialisasi gender, tetapi di era media sosial proses ini menjadi lebih kompleks

karena anak perempuan harus menavigasi ketegangan antara nilai-nilai tradisional dari keluarga dan cita-cita kontemporer dari platform digital. Praktik sharenting menciptakan ketegangan etis antara autentisitas dan privasi anak, dengan teknik anti-sharenting muncul sebagai solusi potensial.

Kontribusi utama penelitian ini adalah tiga hal: (1) klarifikasi konseptual yang membedakan secara eksplisit dimensi interpersonal dan parasocial dalam komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender di era media sosial, sebuah distingsi yang selama ini kabur dalam literatur; (2) integrasi teori klasik sosialisasi gender (Eisenberg et al. 1998)(Bandura 1977) (Festinger 1954) dengan teori komunikasi digital kontemporer (mediatization, algorithmic imaginaries, datafication of parenting), menghasilkan kerangka konseptual yang lebih relevan untuk memahami sosialisasi gender di era datafikasi; dan (3) konsep dualitas momfluencer sebagai agen reproduksi dan resistensi norma gender, yang mencerminkan kompleksitas agensi dalam ekosistem platform di mana logika komersial dan logika resistensi saling beririsan. Kontribusi-kontribusi ini memperkaya pemahaman tentang komunikasi keluarga di era digital dan membuka jalan bagi penelitian yang lebih presisi tentang mekanisme pengaruh momfluencer.

Keterbatasan penelitian termasuk keterbatasan cakupan pencarian, jenis publikasi, bahasa, dan generalisasi telah diakui. Enam proposisi teoretis spesifik telah dirumuskan untuk agenda penelitian di konteks non-Barat, dengan fokus pada peran nilai malu, hormat, gotong royong, struktur extended family, norma gender lokal, dan konteks religius dalam memoderasi pengaruh momfluencer terhadap komunikasi ibu-anak tentang tubuh dan gender. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mensintesis pengetahuan yang ada tetapi juga membuka jalan bagi penelitian masa depan yang lebih inklusif dan bernuansa budaya.

BIBLIOGRAFI

- Archer, Catherine. 2020. "The Mediated Mother: A Systematic Review of the Literature on Motherhood, Media, and Mental Health." *Women's Studies International Forum* 82:102386. doi: 10.1016/j.wsif.2020.102386.
- Bandura, Albert. 1977. *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Blum-Ross, Alicia, and Sonia Livingstone. 2017. "'Sharenting,' Parent Mediation, and Children's Online Safety." *Journal of Media Law* 9(2):203–26. doi: 10.1080/17577632.2017.1370123.
- Brooke Erin Duffy, Emily Hund. 2019. "Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind." *USC Annenberg International Journal of Communication* 13.
- Bucher, Taina. 2017. "The Algorithmic Imaginary: Exploring the Ordinary Affects of Facebook Algorithms." *Information, Communication & Society* 20(1):30–44. doi: 10.1080/1369118X.2016.1154086.
- Chaplin, Tara M., Pamela M. Cole, and Carolyn Zahn-Waxler. 2005. "Parental

- Socialization of Emotion Expression: Gender Differences and Relations to Child Adjustment." *Emotion* 5(1):80–88. doi: 10.1037/1528-3542.5.1.80.
- Cohen, Rachel, Toby Newton-John, and Amy Slater. 2018. "The Relationship between Facebook and Instagram Appearance-Focused Activities and Body Dissatisfaction." *New Media & Society* 20(9):3243–61. doi: 10.1177/1461444817740088.
- D'Amelio, Maria Elena. 2024. "Like a Natural Mom: Social Media Influencers and Digital Maternal Ambivalence in Italy." *Celebrity Studies*. doi: 10.1080/19392397.2024.2306194.
- Donthu, Naveen, Satish Kumar, Debmalya Mukherjee, Nripendra Pandey, and Weng Marc Lim. 2021. "How to Conduct a Bibliometric Analysis: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research* 133:285–96. doi: 10.1016/j.jbusres.2021.04.070.
- Duffy, Brooke Erin, and Emily Hund. 2019. "Gendered Visibility on Social Media: Exploring Instagram's Gendered Affordances." *International Journal of Communication* 13:1161–80.
- E. Mulyasa. 2013. *Pengembangan Dan Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Eisenberg, Nancy, Amanda Cumberland, and Tracy L. Spinrad. 1998. "Parental Socialization of Emotion." *Psychological Inquiry* 9(4):241–73. doi: 10.1207/s15327965pli0904_1.
- Fardouly, Jasmine, B. K. Willburger, and Lenny R. Vartanian. 2018. "Instagram Use and Young Women's Body Image Concerns: The Role of Appearance-Related Social Media Engagement." *New Media & Society* 20(4):1380–95. doi: 10.1177/1461444817694499.
- Farokhi, Zeinab, and Evangeline (Vange) Holtz-Schramek. 2026. "CANTech Justice: Grassroots Responses to Digital Bias and Technological Power in the Canadian Context." *Diversity & Inclusion Research* 3(1). doi: 10.1002/dvr2.70041.
- Festinger, Leon. 1954. "A Theory of Social Comparison Processes." *Human Relations* 7(2):117–40. doi: 10.1177/001872675400700202.
- Gelman, Andrew. 2004. "Parameterization and Bayesian Modeling." *Journal of the American Statistical Association* 99(466):537–45. doi: 10.1198/016214504000000458.
- Giles, David C. 2002. "Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research." *Media Psychology* 4(3):279–305. doi: 10.1207/S1532785XMEP0403_04.
- Hays, Sharon. 1996. *The Cultural Contradictions of Motherhood*. Yale University Press.
- Hjarvard, Stig. 2013. *The Mediatization Of Culture And Society*. First Edit. USA & Canada: Routledge Taylor and Francis Group.
- Holtz-Schramek, E. 2026. "Parts & Labours: Momfluencers and Momification." Pp. 259–72 in *The need to rename tech*. Springer.
- Horton, Donald, and R. Richard Wohl. 1956. "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance." *Psychiatry* 19(3):215–29.

- doi: 10.1080/00332747.1956.11023049.
- L Cates, L. Guzmán. 2026. "#BadMomsOfTikTok: How US Momfluencers Engage Social Media to Subvert Notions of Intensive Mothering." Pp. 315–32 in *The Palgrave Handbook of Parenthood in Popular Culture*, edited by H. W. H. Elizabeth Podnieks. Springer Nature Switzerland.
- Livingstone, Sonia, Giovanna Mascheroni, and Mariya Stoilova. 2017. *The Internet of Things: A New Challenge for Children's Rights and Policies*. EU Kids Online, LSE.
- Lück-Benz, Julia, Claudia Wegener, Shari Adlung, and Friederike Jage-D'Aprile. 2026. "Motherhood Curated: A Content Analysis of Momfluencer Representations by Audience Size." *European Journal of Communication* 41(3):226–46. doi: 10.1177/02673231261416007.
- Lytton, Hugh, and David M. Romney. 1991. "Parents' Differential Socialization of Boys and Girls: A Meta-Analysis." *Psychological Bulletin* 109(2):267–96. doi: 10.1037/0033-2909.109.2.267.
- Maor, Maya. 2012. "Fat Women: The Role of the Mother-Daughter Relationship Revisited." *Women's Studies International Forum* 35(2):97–108. doi: 10.1016/j.wsif.2012.01.002.
- Mertens, E., and E. Beuckels. 2023. "Momfluencers as Entertainment Educators to Promote Breastfeeding: A Conceptual Framework." *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap* 51(3):303–22. doi: 10.5117/TCW2023.3.005.MERT.
- Moh. Zaiful Rosyid, H. S. N. S. 2021. *RAGAM MEDIA PEMBELAJARAN*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Mukherjee, S., and A. Satapathy. 2025. "Mom Celebrities of Instagram: A Literary Analysis of Momfluencing Culture in Ellery Lloyd's *People Like Her* (2021)." *Celebrity Studies*. doi: 10.1080/19392397.2025.2540763.
- Ouvrein, Gaëlle, and Karen Verswijvel. 2019. "Sharenting: Parental Adoration or Public Humiliation? A Focus Group Study on Parents' Experiences with Sharenting." *Media International Australia* 173(1):13–25. doi: 10.1177/1329878X19876917.
- Page, Matthew J., Joanne E. McKenzie, Patrick M. Bossuyt, Isabelle Boutron, Tammy C. Hoffmann, Cynthia D. Mulrow, and David Moher. 2021. "The PRISMA 2020 Statement: An Updated Guideline for Reporting Systematic Reviews." *BMJ* 372:n71. doi: 10.1136/bmj.n71.
- Reinecke, Leonard, and Mary Beth Oliver, eds. 2016. *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being*. Routledge.
- Rentschler, Carrie A. 2014. "#safetyselfie: Digital Maternal Ambivalence Online." *Feminist Media Studies* 14(6):1063–66. doi: 10.1080/14680777.2014.930563.
- Rittenour, Christine E., Colleen Warner Colaner, and Kelly G. Odenweller. 2014. "Mothers' Identities and Gender Socialization of Daughters." *Southern Communication Journal* 79(3):215–34. doi: 10.1080/1041794X.2014.895869.
- Samudera, Wahyu Sukma, Novita Fajriyah, and Ida Trisnawati. 2020. "Efektivitas Mobile Health Intervention Terhadap Manajemen Diri Dan Kontrol Glikemik Pada Pasien Dengan Diabetes Melitus Tipe 2: A Systematic Review." *Jurnal*

- Penelitian Kesehatan "SUARA FORIKES" (Journal of Health Research "Forikes Voice")* 11(4). doi: 10.33846/sf11403.
- Santarossa, Sara, and Sarah J. Woodruff. 2020. "Using Focus Groups to Understand the Dynamics of Mothers and Daughters on Social Networking Sites." *Journal of Child and Family Studies* 29(10):2850–67. doi: 10.1007/s10826-020-01756-8.
- Seaver, Nick. 2017. "Algorithms as Culture: Some Tactics for the Ethnography of Algorithmic Systems." *Big Data & Society* 4(2):1–12. doi: 10.1177/2053951717738104.
- Templier, Mathieu, and Guy Paré. 2015. "A Framework for Guiding and Evaluating Literature Reviews." *Communications of the Association for Information Systems* 37(1):112–37. doi: 10.17705/1CAIS.03706.
- Tranfield, David, David Denyer, and Palminder Smart. 2003. "Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review." *British Journal of Management* 14(3):207–22. doi: 10.1111/1467-8551.00375.
- Van den Abeele, E., E. Beuckels, L. Hudders, and I. Vanwesenbeeck. 2025. "Cute but Concerning: Investigating the Impact of Portraying Children in Momfluencer Content on Engagement, Advertising Value and Advertising Effectiveness." *International Journal of Advertising* 44(3):484–515. doi: 10.1080/02650487.2024.2371183.
- Van den Abeele, E., L. Hudders, and I. Vanwesenbeeck. 2025. "The (Un)Necessity of Child Portrayal in Momfluencer Content: Exploring Mothers' Perspectives on Influencer Sharenting through in-Depth Interviews." *Information, Communication & Society* 28(7):1287–1307. doi: 10.1080/1369118X.2024.2352625.
- Weerasinghe, K., and C. Wijethunga. 2022. "Child Influencers in the Creator Economy – The Good, the Bad and the Ugly." in *Proceedings of the Australasian Conference on Information Systems 2022*. Australasian Association for Information Systems.