

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab ibu rumah tangga di Desa Pabatu, Kota Tebing Tinggi, memilih menjadi *Content Creator* di Facebook, bagaimana fenomena tersebut memengaruhi kehidupan keluarga, serta strategi yang digunakan dalam mencapai monetisasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap beberapa informan yang aktif sebagai *Content Creator*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama ibu rumah tangga terjun ke dunia *Content Creator* dipengaruhi oleh rasa penasaran, minimnya modal, serta adanya inspirasi dari keberhasilan orang lain. Aktivitas ini membawa perubahan signifikan dalam kehidupan keluarga, baik berupa dukungan maupun resistensi dari suami dan lingkungan sekitar. Sebagian besar ibu mampu membagi peran domestik dengan aktivitas digital, meskipun menghadapi tantangan berupa manajemen waktu, keterbatasan keterampilan editing, kejenuhan, hingga stigma sosial. Strategi yang digunakan untuk mempertahankan konsistensi dan menghasilkan monetisasi antara lain dengan menyiapkan stok video, memanfaatkan perangkat sederhana, meningkatkan keterampilan digital secara otodidak, serta membangun engagement dengan audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran ibu rumah tangga tidak lagi terbatas pada ranah domestik, melainkan berkembang ke ranah digital yang produktif, sekaligus membuka peluang kemandirian ekonomi melalui platform Facebook.

Kata Kunci: Ibu Rumah Tangga, *Content Creator*, Facebook, Fenomenologi, Monetisasi, Peran Ganda, Strategi Digital

ABSTRACT

This study aims to explore the reasons why housewives in Pabatu Village, Tebing Tinggi City, choose to become Content Creators on Facebook, how this phenomenon affects family life, and the strategies they employ to achieve monetization. The research adopts a qualitative approach with a phenomenological method, using in-depth interviews, observation, and documentation with several informants who are actively working as Content Creators. The findings reveal that the main motivations for housewives to engage in content creation are curiosity, low capital requirements, and inspiration from the success of others. This activity brings significant changes to family life, ranging from support to resistance from husbands and the surrounding environment. Most housewives are able to balance domestic roles with digital activities, despite facing challenges such as time management, limited editing skills, fatigue, and social stigma. The strategies used to maintain consistency and generate monetization include preparing video stock, utilizing simple devices, self-taught digital skill improvement, and building engagement with audiences. The study concludes that the role of housewives is no longer confined to the domestic sphere but has expanded into a productive digital space, opening opportunities for economic independence through the Facebook platform.

Keywords: *Housewives, Content Creator, Facebook, Phenomenology, Monetization, Digital Strategie*