

Persepsi dan Sikap Masyarakat Kota Tangerang terhadap Pemberdayaan Perempuan

Aulian Khairani¹, Ade Irfan Abdurahman¹, Alfrizha Sofyanti Azzahra¹, Irbah Zahrah Khairunnisa¹

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Syekh Yusuf
Jln. Syekh Yusuf No. 10, Kec. Tangerang Kota Tangerang, Banten
E-mail: 1akhairani@unis.ac.id

Received: June 2022; Accepted: October 2022; Published: December 2022

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pemberdayaan perempuan dipersepsikan dan digambarkan oleh masyarakat di kota Tangerang. dalam penelitian ini populasi ditentukan sebanyak 25 orang dan sampel penelitian adalah sampel jenuh yang terdiri dari 25 orang. Strategi pengumpulan data berikut dalam penelitian ini menggunakan observasi, angket dan studi pustaka. Hasilnya mengungkapkan bahwa remaja perempuan di tangerang memiliki persepsi serta sikap yang cukup baik tentang pemberdayaan perempuan. Persepsi dan sikap tersebut erat kaitannya dengan tingkat kepercayaan diri yang didapatkannya melalui media sosial namun untuk partisipasi dalam pemberdayaan di lingkungannya masih kurang.

Kata Kunci: Pemberdayaan; Perempuan; Persepsi.

PENDAHULUAN

Dari masa ke masa, berbagai perubahan terjadi di sekitar kita. Mulai dari diri kita sendiri dan sekitar kita serta dunia. Begitupun perubahan peran perempuan. Perubahannya cenderung meningkat pada segala sektor baik sosial, ekonomi, politik dan budaya. sehingga optimalisasi diri harus mulai disadari dan ditindaklanjuti mulai dari saat ini. Dalam pembangunan, perempuan secara tidak langsung mengemban peran sebagai dasar konstruksi negara. Karena dengan kontribusi perempuan, implementasi konsep-konsep pembangunan bisa dijalankan dan lebih variatif. Terutama jika ditambah dengan kesetaraan akses bagi perempuan di bidang pendidikan, kesehatan, dunia kerja, serta teknologi informasi dan komunikasi.

Komunikasi adalah segala kegiatan yang berguna untuk mengungkapkan sebuah gagasan, informasi, pengetahuan, dan interpretasi terhadap apa yang diutarakan oleh satu individu maupun kelompok kepada orang lain yang biasa terlibat baik pihak pengirim pesan maupun penerima pesan, baik secara verbal maupun non- verbal. Dengan perkembangan teknologi memicu perubahan besar dalam digitalisasi di mana semua hal dibisa dialokasikan menjadi elektronik, termasuk komunikasi itu sendiri.

Perkembangan identik dengan pembangunan. Pembangunan pada hakikatnya bertujuan meningkatkan kesejahteraan penduduk yang bukan semata mengukur tinggi pendapatan dan pertumbuhannya. Tapi juga bagaimana penurunan kemiskinan dan pemerataan pendapat antar penduduk dapat diwujudkan. Karena kemiskinan bukan sekedar aspek ekonomi, kemiskinan adalah turunan dari kultur masyarakat. Sampai saat ini, beberapa kota di Banten yang merupakan kota penyangga ibu kota negara merupakan daerah yang perkembangannya meningkat cukup

doi: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i2.3395>

© 2022 Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0

International Licenses (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

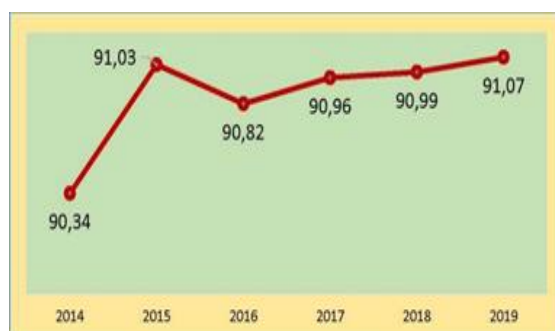
Website: <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/index>

<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id>

cukup baik dan menempati posisi atas walau masih di bawah ibu kota itu sendiri. Sehingga kesenjangan dan persaingan di tingkat Pendidikan dan gender perlu menjadi kajian tersendiri. (Susilowati & Fadhlun Nur Hakiem, 2020)

Berdasarkan perhitungan Indeks Pembangunan Gender (IPG) yang dilakukan oleh United Nations Development Programme (UNDP) capaian Indonesia tahun 2018 sebesar 93,7 meningkat tipis dibandingkan tahun 2017 sebesar 93,2. Posisi ini menempatkan Indonesia dalam kelompok negara dengan IPG tinggi dan menempati ranking 103 dunia. Indeks Pembangunan Gender merupakan ukuran yang dibentuk dengan cara merasiokan IPM perempuan dengan IPM laki-laki. Nilai IPG 100 menunjukkan tidak ada kesenjangan antara capaian pembangunan manusia laki-laki dan perempuan.

Nilai IPG dibawah 100 menunjukkan bahwa masih ada kesenjangan capaian pembangunan manusia yaitu pembangunan perempuan masih di bawah laki-laki. IPG Nasional dalam kurun waktu lima tahun (2014-2019) mengalami perkembangan meningkat, dari sebesar 90,34 pada tahun 2014 menjadi 91,07 pada tahun 2019. Adanya fluktuasi nilai IPG ini akibat perubahan dari sisi kecepatan capaian pembangunan laki-laki lebih tinggi dibanding perempuan.



Gambar 1

Perkembangan Indeks Pembangunan Gender (IPG) Nasional Tahun 2014-2019 (BPS, 2020)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa pada 2019 merupakan tahun yang menempati titik tertinggi dalam IPG yang memiliki arti, menurunnya kesenjangan terhadap capaian pembangunan antara laki-laki dan perempuan. Bahkan jika melihat pada data mengenai capaian IPG antar provinsi di Indonesia, Banten masuk dalam kategori provinsi yang IPG-nya tinggi yaitu pada angka 91,67. Dan Tangerang tentu menjadi wilayah perhitungan di dalamnya dan menunjukkan 0,6 angka di atas IPG Nasional. (Setiyani, 2020)

Pemberdayaan perempuan merupakan bagian dari pembangunan. Semisal memberi peran kepada perempuan dalam berbagai kegiatan atau pemberian akses sumber daya yang setara dalam aspek kehidupan. Karena pada dasarnya perempuan memiliki potensi yang sama dengan laki-laki dalam berbagai sektor kehidupan. Walaupun di beberapa kota, peran perempuan sedikit demi sedikit meningkat, namun tidak dipungkiri gap antar kesadaran dan pemberdayaan terhadap perempuan itu sendiri masih tinggi. (HAR ABIYYU, 2022)

Indonesia sebagai negara dengan sumber daya yang melimpah, perlu menyiapkan sumber daya manusia yang mumpuni dalam pengelolaan sumber daya alamnya melalui teknologi. Dengan adanya peran perempuan maka perkembangan dan pengembangan wilayah, daerah dan negara bisa terwujud. Namun konsep mengenai hal tersebut masih menjadi pertanyaan di masyarakat. Apakah persepsi dan sikap yang baik terhadap keberadaan dan pemberdayaan perempuan sudah terwujud di masyarakat. Karena dengan persepsi yang baik, akan muncul sikap yang baik pula terhadap perempuan

TINJAUAN LITERATUR

Difusi inovasi menjelaskan bagaimana inovasi diperkenalkan dan diadopsi oleh berbagai komunitas. Ketika inovasi teknologi baru diperkenalkan, mereka melewati serangkaian tahapan sebelum diadopsi secara luas (Cahyani et al., 2022):

1. Kebanyakan orang mengetahui inovasi, seringkali melalui informasi dari media
2. Inovasi akan diadopsi oleh sekelompok kecil inovator dari pengguna awal
3. Pemimpin opini belajar dari adaptor awal kemudian mencoba inovasi itu sendiri
4. Jika opinion leader merasa bermanfaat maka mereka akan mendorong teman atau pengikut opini mereka
5. Setelah kebanyakan orang mengadopsi inovasi, kelompok yang lamban atau yang terlambat mengadopsi untuk membuat perubahan.

Difusi adalah suatu proses ketika inovasi komunikasi di sebarakan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu tertentu terhadap individu lainnya pada suatu sistem sosial. Roger, menyebutkan definisi difusi inovasi sebagai berikut: "Communication is a process in which participants create and share information with one another in order to reach a mutual understanding."

Proses difusi inovasi menurut Sumardjo (2016) melibatkan beberapa unsur diantaranya, Inovasi, Saluran Komunikasi, Jangka Waktu dan Sistem Sosial:

1. Inovasi: gagasan, tindakan, barang, atau cara-cara yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi SISTERNET akan diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menggunakannya.
2. Saluran komunikasi: alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Dalam memilih aplikasi SISTERNET sebagai saluran komunikasi, sumber perlu memperhatikan (a) tujuan diadakannya komunikasi dan (b) karakteristik penerima.
3. Jangka waktu: proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui SISTERNET sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya dan pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi; (b) keinovatifan seseorang: relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi; dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
4. Sistem sosial: terkait dengan fungsi aplikasi SISTERNET dalam memecahkan masalah dan mencapai tujuan bersama.

Rogers juga menjelaskan bahwa dalam difusi inovasi terdapat empat tahapan, diantaranya:

1. Pengetahuan: kesadaran individu akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi.
2. Persuasi: individu membentuk sikap setuju atau tidak setuju terhadap inovasi.
3. Keputusan: individu melibatkan diri pada aktivitas yang mengarah pada pilihan untuk menerima atau menolak inovasi.
4. Konfirmasi: individu mencari penguatan (dukungan) terhadap keputusan yang telah dibuatnya, tapi ia mungkin berbalik keputusan jika ia memperoleh isi pernyataan pernyataan yang bertentangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menjelaskan mengenai prosedur dengan menggunakan data dari sampel yang dapat diamati. Penelitian ini akan dilaksanakan agar dapat mendapatkan gambaran secara objektif mengenai difusi inovasi Aplikasi SISTERNET dalam mengoptimalkan diri perempuan. Penelitian ini dilaksanakan secara online kepada

perempuan-perempuan usia 17-24 tahun di Tangerang Raya, yaitu Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan.

Karena populasi pengguna Aplikasi SISTERNET belum diketahui, maka. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan pertimbangan peneliti mengenai sampel-sampel mana yang paling sesuai, seperti perempuan yang ingin konsultasi tentang pengembangan karir, melaporkan kekerasan, dll.

Berdasarkan studi-studi kajian komunikasi terdahulu yang menggunakan teori difusi inovasi dengan menggunakan Teknik Sampel Purposive, ditemukan bahwa jumlah sample per kelompok dalam populasi ada pada kisaran 30-50 sampel. (Lihat Anderson et al., 2008). Jadi target sampel penelitian ini sebanyak 150 perempuan usia 17-24 di Tangerang Raya dengan rincian sebagai berikut.

Table 1 Target Populasi Sample

Wilayah	target
Kota Tangerang	50 perempuan
Kabupaten Tangerang	50 perempuan
Kota Tang. Selatan	50 perempuan
Total	150 perempuan

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survey, yaitu dengan menyebarkan secara langsung daftar pernyataan berupa kuesioner tertutup yang akan diisi oleh pengguna Aplikasi SISTERNET. Kuesioner terdiri dari bagian berisi identitas responden, bagian petunjuk pengisian, dan bagian terakhir berisi sejumlah pernyataan yang terstruktur.

Pengisian kuesioner dilaksanakan secara online menggunakan aplikasi google form. Setelah formulir survei disebar maka responden atau sampel diminta untuk mengisi googleform yang telah dirancang. Peneliti kemudian melakukan editing data untuk melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistensi dan kelengkapan data dilakukan setelah data terkumpul.

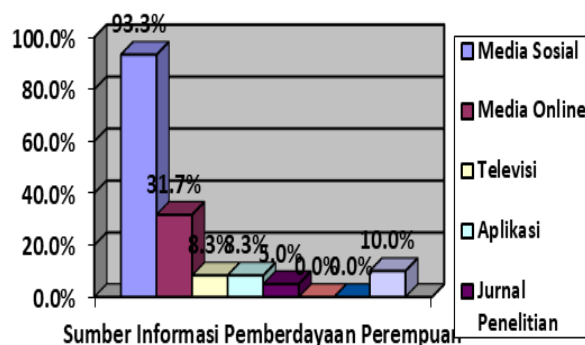
HASIL DAN PEMBAHASAN

Program SHARE-CARE-INSPIRE. Program ini bisa diikuti oleh remaja – dewasa guna meningkatkan skill dan kemampuan peserta. Program ini diakan satu periode yang disebut batch. Program ini terdiri dari tiga aspek, yang pertama SHARE, meliputi cerita sister yang mana perempuan dapat berbagi pengalamannya melalui artikel yang dibuat dan sudah disetujui pihak sisternet.co.id. selanjutnya sister community, berupa kumpulan komunitas-komunitas perempuan, bahkan bisa membuat komunitas sendiri. Dan yang terakhir sister trip, yang mana sister trip ini merupakan kegiatan perempuan tersebut mengunjungi tempat bersejarah ataupun berkuliner. Yang kedua CARE, care day merupakan kelas yang diadakan oleh sisternet.co.id, topik pembahasannya pun beragam mulai dari Traveling, Writing, Online Strategy, Financial Planning, Personal Branding, Career Tips, dan berbagai topik seru lainnya. CARE DAY juga akan memberikan kelas bonus TOT (Training of Trainers). Dalam program CARE, terdapat juga giving back, yaitu menunjukkan kepedulian anggota dengan berbagi ilmu kepada perempuan lain di komunitasnya. dan yang terakhir INSPIRE, yaitu tahap dimana perempuan merealisasikan project yang dipilihnya. Bisa membuat bisnis, karya kreasi, bahkan sosial.

sisternet.co.id merupakan suatu situs web yang menaungi perempuan untuk berkembang, bukan hanya mengasah skill dan menambah pengetahuan. Tetapi sisternet.co.id membantu perempuan merealisasikannya, mulai dari bisnis, karya kreasi ataupun sosial melalui rangkaian fitur ataupun prorannya. Bahkan jika mengikuti rangkaian kelasnya akan mendapatkan nilai atau course tersendiri bagi anggota.

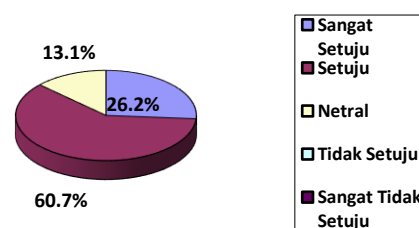
Di beberapa layanannya seringkali membahas tentang bisnis, seperti webinar yang diadakan kebanyakan tentang bisnis, artikel-artikel yang membahas bisnis, bahkan terdapat sub fitur toko sister dalam fitur daily life. Hal itu membuktikan bahwa sisternet.co.id juga memiliki tujuan untuk memperdayakan perempuan.

Memiliki banyak bahan bacaan artikel, dan memeiliki kesempatan untuk membuat artikel. Mendapatkan pelatihan-pelatihan, juga berkesempatan melatih perempuan lain. Sama seperti prinsipnya saling berbagi, peduli, dan terinspirasi. Hal itu bisa menjadi acuan dalam menilai pembauran situs web tersebut.



Gambar 2. Persepsi dan Sikap Perempuan terhadap Aplikasi Sisternet

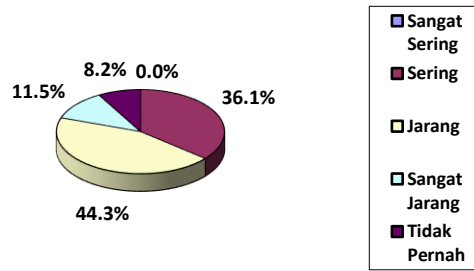
Responden menyatakan bahwa mereka mendapatkan informasi tentang pemberdayaan dan pengembangan diri perempuan dari Media Sosial 93,3%, Media Online 31,7%, Televisi 8,3% Aplikasi Android 8,3%, Sumber Lain 10,3%.



Gambar 3. Motivasi Pemberdayaan dan Pengembangan diri

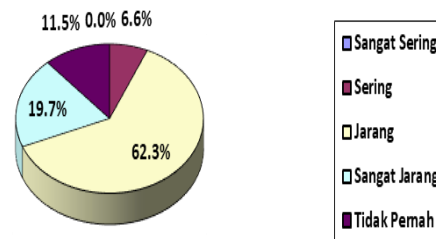
Responden memiliki motivasi pemberdayaan dan pengembangan diri yang tinggi. 60,7% Setuju Bahwa mereka memiliki motivasi untuk pemberdayaan dan pengembangan diri, 26,2% menyatakan sangat setuju, dan 13,1% menyatakan netral.

Meski memiliki motivasi yang tinggi dalam pengembangan dan pemberdayaan diri, namun kesempatan responden dalam mengikuti pelatihan baik secara online maupun offline tampaknya masih rendah.



Gambar 4. Diagram Responden Yang Mengikuti Pelatihan Online

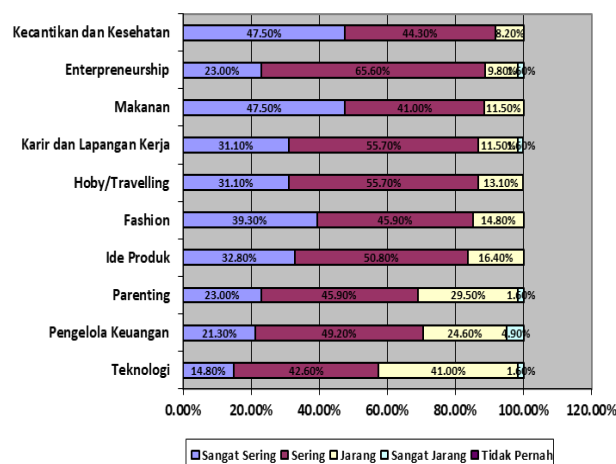
Pada pelatihan online ada 36,1% responden yang menyatakan sering mengikuti pelatihan offline. Sisanya 44,3% jarang, 11,5% sangat jarang dan 8,2% tidak pernah.



Gambar 4. Diagram Responden Yang Mengikuti Pelatihan Online

Pada pelatihan offline hanya ada 6,6% responden yang menyatakan sering mengikuti pelatihan offline. Sisanya 62,3% jarang, 19,7% sangat jarang dan 11,5% tidak pernah.

Adapun jenis informasi pemberdayaan dan pengembangan diri perempuan yang diminati/dicari oleh responden dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 5. Jenis Informasi Pemberdayaan dan Pengembangan Diri yang diminati

Bagan diatas menunjukkan bahwa informasi tentang kecantikan dan kesehatan menjadi informasi yang paling dicari dengan total responden yang menyatakan sangat sering dan sering ada 91,8%, urutan kedua informasi tentang entrepreneurship total 88,6%, ketiga informasi tentang makanan 88,5%, keempat, informasi tentang karir dan lapangan kerja total 86,8%, kelima informasi tentang

Hoby/Travelling total 86,8%, keenam informasi tentang fashion total 85,2%, ketujuh informasi tentang ide produk total 83,6%, kedelapan informasi tentang parenting total 68,9%, kesembilan informasi tentang pengelolaan keuangan 70,5%, kesepuluh informasi tentang teknologi total 57,4%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Persepsi dan Sikap Perempuan terhadap Pemberdayaan dan Pengembangan diri perempuan adalah sebagai berikut: Sumber informasi tertinggi berasal dari media sosial (93,3), Motivasi sebesar 60,7%, Sering Mengikuti Pelatihan Online 36,1%, Sering Mengikuti Pelatihan Offline 6,6% dan Informasi Tentang Kecantikan Dan Kesehatan Menjadi Informasi Yang Paling Dicari Dengan Total Responden Yang Menyatakan Sangat Sering dan Sering Ada 91,8%. (2) Ada Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Adopsi Inovasi Sisternet sebesar 30,5%. (3) Ada Pengaruh Motivasi Konsumsi Inovasi terhadap Kepuasan Inovasi Sisternet 43,3%

Saran atas hasil penelitian ini adalah (1) Pemberdayaan perempuan bukanlah hal yang cukup hanya dipersepsikan semata, namun perlu ada Langkah nyata tindak lanjut di kemudian hari. (2) Selain memperbanyak informasi, cek ulang mengenai kebenaran informasi tersebut juga diperlukan. Dan sebagai perempuan, usahakan mulai untuk menjadi pionir, dan bukan sekedar pengikut. Agar pemberdayaan perempuan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, D., Raine, K. D., Plotnikoff, R. C., Cook, K., Barrett, L., & Smith, C. (2008). Baseline assessment
- Cahyani, V. R. N., Astuti, R. S., & Santoso, R. S. (2022). DIFUSI INOVASI PELAYANAN PUBLIK DI RSUD PROF. DR. MARGONO SOEKARJO PURWOKERTO. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(3), 29–41.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo
- Effendy, O., U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Hardiansyah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media
- Moenir, H., A., S. (2014). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyadi, D. (2015). *Studi Kebijakan dan Pelayanan Publik*. Bandung: Alfabeta Mulyana
- Rahardjo, M.(2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Anderson, D., Raine, K. D., Plotnikoff, R. C., Cook, K., Barrett, L., & Smith, C. (2008). Cahyani, V. R. N., Astuti, R. S., & Santoso, R. S. (2022). DIFUSI INOVASI PELAYANAN PUBLIK DI RSUD PROF. DR. MARGONO SOEKARJO PURWOKERTO. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(3), 29–41.
- Baseline assessment of organizational capacity for health promotion within regional health authorities in Alberta, Canada. *Promotion & Education*, 15(2), 6–14. <https://doi.org/10.1177/1025382308090339>

Stanley J. Baran, & Dennis K. Davis. (2015). *Mass Communication Theory Foundations, Ferment, and Future*. Cengage Learning.

Sumardjo. (2016). *Pengertian Komunikasi Inovasi*. *Komunikasi Inovasi*, Sumardjo 2014, 1–60