

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang**

Sebagai negara berkembang, Indonesia terus mengalami permasalahan pembangunan dalam pemberdayaan terhadap perempuan. Hal ini terjadi karena rendahnya partisipasi perempuan dalam pembangunan (Prakoswa, 2018). Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta mencatat bahwa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan pada semua kelompok umur, baik di pedesaan maupun perkotaan cenderung lebih rendah daripada laki-laki. Pada Februari 2018, TPAK laki-laki mencapai 80,9%, sedangkan perempuan hanya mencapai 63,87% (*yogyakarta.bps.go.id*, 2018).

Masalah pembangunan dapat diselesaikan dengan memperhatikan beberapa hal dalam konsep pembangunan yaitu faktor lingkungan dan proses internal masyarakat dengan tujuan menghasilkan manusia pembangunan yang tidak hanya sebagai objek pembangunan, tetapi menjadi subjek yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan serta menyelesaikan permasalahan mereka sendiri dalam proses pembangunan, sehingga untuk mencapai konsep pembangunan, maka akan ada proses pemberdayaan yang melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi (Waskita, 2005).

Menurut Rogers (dalam Pramono, 2016), dibutuhkan komunikasi sebagai upaya pembangunan yang berperan menyediakan informasi tentang berbagai masalah dan kemungkinan pembangunan yang dapat menciptakan inovasi serta

menjadi motivasi bagi individu dan kelompok untuk meraih pencapaian dalam pembangunan yang diharapkan oleh suatu bangsa. Tujuan komunikasi pembangunan adalah untuk memajukan pembangunan yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan pengetahuan serta pendapatan rendah dengan ciri sosio-ekonomi rendah untuk menyalurkan ide-ide yang dapat diterapkan (Harun dan Ardianto, 2012, h. 33). Dalam kata lain, melalui komunikasi pembangunan, maka akan ada suatu upaya yang menjadi motivasi untuk memberdayakan kemampuan masyarakat.

Strategi komunikasi pembangunan bertujuan untuk menjangkau target audiens, menyampaikan pengajaran terkait pesan pembangunan, dan memastikan keterlibatan target audiens (Harun dan Ardianto, 2011, h. 164-166). Hal ini dirumuskan dalam 3 jenis strategi komunikasi pembangunan. Strategi pertama adalah strategi media dilakukan dengan cara mengelompokkan media yang paling banyak digunakan sehingga dapat menjangkau target audiens, strategi kedua adalah strategi desain instruksional yang berfokus memberikan pengajaran kepada target audiens melalui pengembangan model pembelajaran, dan strategi ketiga adalah strategi partisipasi yang terkait dengan keterlibatan target audiens dalam aktivitas organisasi dengan tujuan pemberdayaan.

Pemberdayaan masyarakat merupakan strategi perubahan sosial secara terencana untuk mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhan masyarakat (Saugi dan Sumarno, 2015). Dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya terhadap perempuan, tidak hanya mencakup perolehan gaji, tetapi kesempatan untuk mengembangkan diri melalui partisipasi aktif sehingga menumbuhkan konsep diri,

modal sosial yang kuat untuk bekerja dan membangun relasi di luar lingkungan keluarga (Nugroho, 2017). Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa untuk mencapai pemberdayaan dibutuhkan sebuah strategi agar mencapai perubahan sosial melalui pengembangan kemampuan pribadi individu.

Penelitian ini berfokus pada konsep pembangunan dan pemberdayaan serta jenis strategi komunikasi pembangunan untuk pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Pemerintah membentuk Usaha Mikro Kecil Menengah guna menciptakan lapangan kerja baru yang membutuhkan tenaga-tenaga kerja untuk dapat mendukung pendapatan rumah tangga (LPPI, 2015, h. 16). Hal ini juga sesuai dengan Peraturan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2010 pasal a yang berbunyi, “Bahwa Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya.” ([www.kemenpppa.go.id](http://www.kemenpppa.go.id), 2019).

Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia yang merupakan perusahaan sosial yang melakukan transformasi kain tradisional menjadi produk fungsional melalui pemberdayaan perempuan. Visi Lawe Indonesia adalah *empowering woman* untuk mengembangkan potensi diri dan kreativitas melalui pelatihan dan pengembangan fasilitas. Kepedulian Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia terhadap pengembangan kemampuan dan keterampilan perempuan Indonesia tercermin dari program-program yang dibuat dengan melakukan kerja sama dengan perempuan pada suatu wilayah di Indonesia. Melalui pemberdayaan

yang ditujukan bagi perempuan, maka perempuan dapat melatih dan mengembangkan potensi diri terutama untuk meningkatkan pemenuhan kebutuhan dalam berbagai aspek khususnya dalam bidang ekonomi ([www.laweindonesia.com](http://www.laweindonesia.com), 2019).

Fokus Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia yaitu meningkatkan kualitas tenun agar menjadi produk yang fungsional dan lebih modern dengan memberdayakan perempuan. Kendala dalam produksi tenun adalah kain tenun dibuat dengan tangan dan membutuhkan waktu pengerjaan yang lama sehingga harga produk tenun cenderung lebih mahal. Strategi yang dilakukan oleh Lawe Indonesia mengolah kain tenun menjadi produk turunan tenun yaitu barang-barang seperti gantungan kunci, tas, dompet, dan pakaian sehingga harga jual akan menurun dan daya beli masyarakat meningkat. Produksi dan pelatihan berbasis di Yogyakarta dengan pengembangan diberbagai daerah seperti Lampung, Pontianak, hingga Nusa Tenggara Timur (Ramadhan, 2017).

Warisan Budaya Takbenda Indonesia (2010) mengatakan bahwa Yogyakarta merupakan salah satu daerah utama penyebaran lurik di Pulau Jawa. Kain lurik di Yogyakarta ditenun dengan teknik amanan wareg yang artinya adalah anyaman datar atau polos. Apabila diperhatikan dari teknik pengerjaannya, teknik ini dapat dikatakan sederhana, tapi memiliki keterampilan dan kejelian untuk memadukan warna dan susunan kotak atau garis yang serasi dan seimbang sehingga menghasilkan tenun lurik yang indah.

Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia berupaya menjadikan lurik sebagai ikon Yogyakarta. Kendala yang dialami yaitu lurik yang kalah populer apabila dibandingkan dengan kain tenun tradisional lain seperti songket, sehingga produk yang dihasilkan dibuat menjadi produk-produk yang lebih mudah diterima masyarakat dan memiliki daya guna seperti perabotan rumah tangga dan pernak pernik (*terasmitra.com*, 2021).

Penelitian lain yang membahas mengenai pemberdayaan perempuan di Lawe Indonesia telah dilakukan oleh Siti Nurjanah (2019) dari Universitas Gadjah Mada dengan judul “Peran Lawe Indonesia dalam Pemberdayaan Perempuan (Studi Kasus *Craft Class* Lawe Indonesia di Yogyakarta)”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui peran Lawe Indonesia dalam pemberdayaan perempuan. Jenis penelitian tersebut adalah kualitatif dengan metode studi kasus dan pengujian keabsahan data dengan teknik triangulasi data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 peran Lawe Indonesia dalam upaya pemberdayaan perempuan yaitu peran fasilitas, peran edukatif, dan peran representatif.

Penelitian di atas memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu mengenai pemberdayaan yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Perbedaannya terdapat pada variabel yang diteliti, yang mana pemberdayaan dilihat dengan memperhatikan peran Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia, sedangkan peneliti memperhatikan aspek komunikasi pembangunan yang menggunakan strategi komunikasi pembangunan.

Penelitian lain yang membahas mengenai komunikasi pembangunan telah dilakukan oleh Peinina Ireine Nindatu (2019) dari Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan judul “Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengkaji pelaksanaan pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu bentuk komunikasi pembangunan untuk pengentasan kemiskinan. Jenis penelitian tersebut adalah kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah kajian literatur dari jurnal yang relevan dengan judul, buku, dan data sekunder. Hasil dari penelitian tersebut adalah pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari komunikasi pembangunan merupakan salah satu strategi pengentasan kemiskinan yang dilakukan berbasis partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, *monitoring* dan evaluasi serta pencapaian hasil.

Penelitian di atas memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu membahas mengenai komunikasi pembangunan. Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek dari penelitian di atas adalah komunikasi pembangunan melalui pemberdayaan masyarakat untuk pengentasan kemiskinan, sedangkan objek penelitian peneliti adalah strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan.

Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian mengenai konsep pembangunan dan pemberdayaan serta 3 jenis strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia dalam upaya menjalankan bisnis dan melakukan pemberdayaan terhadap perempuan. Dengan misi memberdayakan perempuan, diharapkan perempuan dapat berpartisipasi

secara aktif dalam kehidupan bermasyarakat, serta dapat membantu perekonomian keluarga. Tidak hanya itu, perempuan memiliki minat mengenai produksi kerajinan dan dapat mengembangkan kreativitas, memiliki pengetahuan bisnis, memiliki mitra kerja, serta memperluas interaksi dengan masyarakat.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia?”

## **3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Secara lebih rinci, penelitian ini memiliki tujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan konsep pembangunan dan pemberdayaan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia.
- b. Mendeskripsikan jenis strategi komunikasi pembangunan untuk pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia.

## **4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Secara rinci, manfaat yang diharapkan melalui penelitian ini sebagai berikut:

#### **4.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan tambahan dalam penelitian lanjutan mengenai strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan.

#### **4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia mengenai strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan.

### **5. Kerangka Teori**

Bagian awal pada kerangka teori ini membahas mengenai konsep pembangunan dan pemberdayaan perempuan yang membutuhkan komunikasi, dilanjutkan pada pembahasan mengenai strategi komunikasi pembangunan. Komunikasi pembangunan digunakan karena merupakan komunikasi yang dilakukan pada proses pembangunan untuk mencapai pemberdayaan. Untuk dapat mencapai tujuan pemberdayaan, maka dibutuhkan sebuah rancangan berupa strategi komunikasi pembangunan yang dibagi menjadi 3 jenis strategi yaitu strategi media, strategi desain instruksional, dan strategi partisipasi dikemukakan oleh Harun dan Ardianto (2011, h. 164-166).

#### **5.1 Pembangunan dan Pemberdayaan**

Pembangunan adalah upaya manusia untuk mengarahkan perubahan sosial dan kebudayaan sesuai dengan tujuan yang diharapkan yaitu mencapai pertumbuhan peradaban kehidupan sosial (Saebani, 2016, h. 5). Sasmojo (2004, h.



1) memaparkan hal serupa yaitu pembangunan merupakan suatu proses perubahan sehingga dalam pembangunan masyarakat, maka terdapat keinginan yang disepakati masyarakat dengan melakukan perubahan. Dapat dikatakan bahwa pembangunan merupakan sebuah proses yang disepakati dan dilakukan masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

Pembangunan masyarakat dapat dilihat sebagai suatu fenomena dalam masyarakat untuk dapat memahami kompetensinya sehingga potensi yang dimiliki individu dapat bermanfaat bagi dirinya dan masyarakat melalui partisipasi dengan masyarakat (Soetomo, 2009, h. 433). Konsep pembangunan dapat menjadi suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami konsep pemberdayaan yang bertujuan untuk memberdayakan orang, masyarakat, dan organisasi (Wrihatnolo dan Dwidjowijoto, 2007, h. 177).

Tujuan pembangunan masyarakat adalah membangun kembali masyarakat sebagai tempat pengalaman penting manusia, memenuhi kebutuhan manusia, dan membangun kembali struktur-struktur kesejahteraan negara, ekonomi global, birokrasi, elit profesional, dan faktor lain yang kurang berperikemanusiaan dan sulit diakses (Ife dan Tesorieso, 2008, h. 409). Dapat dikatakan bahwa melalui pembangunan masyarakat, maka akan menciptakan masyarakat yang memiliki daya untuk mencapai kemandirian dan meningkatkan kehidupannya.

Chenery dan Syrquin (dalam Sumodiningrat, 1997, h. 17) mengemukakan bahwa pembangunan akan membawa perubahan dalam proses alokasi sumber ekonomi, proses distribusi manfaat, dan proses akumulasi yang dapat meningkatkan produksi, pendapatan, dan kesejahteraan. Dengan demikian, maka

hasil dari pembangunan akan dirasakan secara merata oleh seluruh masyarakat. Chaskin dan kawan-kawan (dalam Morse, 2004, h. 81) mengemukakan bahwa upaya untuk membangun masyarakat gencar untuk dilakukan oleh pihak internal maupun eksternal masyarakat tersebut. Pembangunan masyarakat juga dijelaskan oleh Christenson dan Robinson (dalam Alfitri, 2011, h. 32) sebagai proses memperbaiki situasi sosial di masyarakat pada wilayah tertentu yang bertujuan mengembangkan dan melaksanakan tindakan sosial seperti ekonomi, kultural, dan lingkungan.

Menurut Sumodiningrat (1997, h. 4), pembangunan yang berorientasi pada masyarakat dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berperan dalam proses pembangunan sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki. Syarat dari partisipasi masyarakat selain peluang dan akses yang sama adalah memiliki niat untuk mengeluarkan kemampuan. Berdasarkan deskripsi pembangunan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa menjadi sebuah keharusan untuk memulai konsep pembangunan untuk mencapai tujuan pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) menurut Suharto (2009, h. 60) berasal dari kata '*power*' yang berkaitan dengan konsep kekuasaan. Pemberdayaan merupakan sebuah proses dan tujuan. Dikatakan proses karena merupakan kegiatan yang menggunakan kekuasaan untuk meningkatkan kemampuan individu yang lemah, sedangkan pemberdayaan adalah sebuah tujuan karena berpacu pada hasil yang ingin dicapai yaitu masyarakat yang berdaya yang memiliki kemampuan dan pengetahuan. Pemberdayaan juga merupakan kegiatan yang memerlukan proses berkelanjutan, maka dibutuhkan komunikasi yang tepat

antara inisiator program dengan masyarakat. Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa pemberdayaan membutuhkan proses yang saling bergantung dari seseorang yang memiliki kemampuan kepada orang lain untuk dapat mengembangkan kemandirian yang dimiliki serta proses untuk menyadari bahwa setiap orang memiliki kemampuan dalam dirinya untuk dapat menentukan pilihan hidupnya.

Posisi perempuan dalam pembangunan masih sebagai objek pembangunan, yang mana partisipasi perempuan dalam pembangunan masih rendah. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor sosial dan budaya patriarki yang menempatkan laki-laki dan perempuan dalam posisi yang berbeda, masih banyak kebijakan, program pembangunan, dan perundang-undangan yang belum peka terhadap *gender*, kurangnya sosialisasi ketentuan hukum yang menghapuskan diskriminasi terhadap perempuan, belum adanya pemahaman dan kesadaran terhadap *gender* oleh perencana atau pengambil keputusan, belum lengkap data pilah yang memaparkan posisi perempuan dan laki-laki yang jelas dalam pembangunan, belum maksimal kesadaran, kemauan dan konsistensi perempuan dalam pembangunan, serta kurangnya pengetahuan perempuan mengenai arah dan tujuan pembangunan (Sofiani, 2009).

Pemberdayaan perempuan merupakan bagian dari pembangunan sumber daya manusia yang bertujuan untuk meningkatkan status, posisi, dan kondisi perempuan agar dapat mencapai kemajuan yang setara dengan laki-laki, serta membangun generasi yang berkualitas. Pemberdayaan perempuan merupakan prioritas pembangunan, meliputi kualitas hidup perempuan dalam bidang

kesehatan, pendidikan, ekonomi dan politik yang selama ini masih rendah dan rentan diskriminasi serta eksploitasi. Perempuan pedesaan yang dekat dengan sumber pangan dan <sup>budaya</sup>, memegang peran yang penting, yaitu potensinya besar untuk mendapatkan alternatif, menggali nilai-nilai budaya yang dapat melestarikan alam dan lingkungan hidup (Prabosiwi, 2005).

Pemberdayaan terhadap perempuan juga dikemukakan oleh White (2003, h, 274) yang menyatakan bahwa perempuan memiliki kemampuan untuk dapat berpartisipasi dalam pembangunan dengan pernyataan sebagai berikut:

*“Women can and do negotiate, they actively resist and subvert structures of power within the world of technology as they do in any other sphere”.*

Artinya, perempuan dapat melakukan negosiasi dapat aktif dalam menolak keputusan yang tidak sesuai dengan pembangunan khususnya dalam bidang teknologi sesuai dengan kemampuan wanita dalam bidang lainnya. Dengan kata lain, perempuan mampu mempertimbangkan keputusan yang tepat untuk diterapkan pada masyarakat tempat mereka tinggal, perempuan mampu melakukan negosiasi mengenai keputusan-keputusan dalam pembangunan.

Menurut Colleta (dalam Soetomo, 2009, h. 227), kekuatan utama dalam pembangunan masyarakat adalah masyarakat itu sendiri, yang mana tujuan dari proses pembangunan adalah pemberdayaan yang dapat merangsang unsur-unsur yang dapat menunjang pembangunan dengan kemampuan masyarakat sendiri. Keberhasilan pemberdayaan terhadap masyarakat menurut Schuler, Hashemi, dan Riley (dalam Syukri, 2012), dapat dilihat dari tingkat keberdayaan masyarakat yang bersangkutan dan meliputi kemampuan ekonomi, mengakses manfaat

kesejahteraan, serta budaya dan politik. Berdasarkan aspek tersebut, terdapat keterkaitan antara pemberdayaan dengan empat dimensi kekuasaan sebagai berikut:

- a. Kekuasaan di dalam (*power within*), yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan keinginan untuk berubah.
- b. Kekuasaan untuk (*power to*), yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu untuk berubah dan meningkatkan kesempatan untuk memperoleh akses.
- c. Kekuasaan atas (*power over*), yang bertujuan untuk membawa perubahan pada hambatan-hambatan sumber dan kekuasaan pada lingkungan keluarga dan masyarakat.
- d. Kekuasaan dengan (*power with*), yang bertujuan meningkatkan solidaritas atau tindakan bersama dengan orang lain untuk menghadapi hambatan-hambatan sumber dan kekuasaan pada lingkungan keluarga dan masyarakat.

Menurut Alfitri (2011, h. 23), pemberdayaan adalah upaya untuk menggunakan *power* dalam mencapai suatu tujuan yaitu pengembangan diri. Konsep pembangunan masyarakat merupakan upaya yang dilakukan agar seseorang dapat meningkatkan kualitas hidupnya melalui pembangunan partisipatif yang melibatkan masyarakat melalui pemberdayaan (Suswanto, Handoko, dan Sabiq, 2013, h. 300).

Paradigma pemberdayaan masyarakat adalah memberikan intervensi yang bersifat memihak untuk dapat menguatkan daya individu yang memiliki perhatian untuk mengembangkan layanan dalam organisasi yang peka terhadap kebutuhan masyarakat, memaksimalkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi, serta mendukung terciptanya kerjasama dengan beberapa organisasi untuk dapat menumbuhkan minat masyarakat (Jahya, 2014, h. 57-58). Secara garis besar dapat dikatakan bahwa konsep pembangunan merupakan upaya pemberdayaan yang melibatkan masyarakat karena dengan adanya individu yang berdaya, maka akan ada pengembangan diri untuk meningkatkan kualitas hidup.

## **5.2 Komunikasi Pembangunan**

Faktor komunikasi memiliki peranan yang sangat penting, tidak hanya mencakup keberhasilan pembangunan, tetapi bagi pendidikan masyarakat (Cahyandito, 2010). Komunikasi memiliki peran yang penting dalam terbentuknya tindakan komunikatif masyarakat (Setyowati, 2019). Dalam komunikasi pembangunan, komunikasi merupakan suatu inisiatif yang melibatkan perubahan perilaku secara sukarela. Komunikasi merupakan hal penting untuk memberi informasi, membujuk, mendengarkan, mengumpulkan data, mendidik, melatih, dan mengelola perubahan (Servaes, 2008, h. 96).

Peran komunikasi dalam komunikasi pembangunan menurut Rogers (dalam Servaes, 2008, h. 165) adalah sebagai agen untuk menransfer inovasi teknologi dari agen pembangunan kepada klien dan menciptakan perubahan melalui peningkatan individu sebagai anggota masyarakat. Rogers dan Shoemaker (dalam

Kholil, Sahrul, dan Diaurrahman, 2017) mengemukakan tugas-tugas dari komunikasi pembangunan adalah sebagai berikut:

- a. Menumbuhkan keinginan untuk dapat melakukan perubahan. Hal ini dilakukan terutama bagi masyarakat yang belum maju dengan ciri-ciri rendahnya aspirasi, kurang perencanaan, motivasi yang rendah, dan pasrah terhadap nasib hidup.
- b. Melakukan perubahan dengan membina hubungan (*change relationship*). Membangun keakraban akan menciptakan rasa percaya, jujur, dan empati. Hal ini dapat menjadi permulaan sebelum seseorang yang akan diberdayakan dapat menerima perubahan sosial.
- c. Mendiagnosa permasalahan yang dialami oleh masyarakat. Diagnosa permasalahan akan menciptakan solusi untuk dapat menemukan kebutuhan yang diperlukan masyarakat serta strategi pembangunan yang sesuai untuk dapat mencapai tujuan pemberdayaan.
- d. Menciptakan keinginan untuk melakukan perubahan dalam diri sendiri. Untuk dapat melakukan perubahan dibutuhkan sebuah motivasi yang tepat untuk dapat diterapkan dalam diri individu. Hal ini dapat dilakukan untuk menciptakan minat untuk dapat melakukan perubahan.
- e. Merencanakan tindakan nyata dalam pembaharuan. Tindakan nyata untuk dapat melakukan perubahan dalam diri seseorang dapat dilakukan dengan pemberian rekomendasi, *reward* terhadap pekerjaan yang dilakukan, serta saran yang membangun.
- f. Menjaga kestabilan perubahan dan mencegah terjadinya *drop out*. Untuk dapat mencapai tujuan pemberdayaan, dibutuhkan strategi komunikasi pembangunan

dengan pemberian informasi atau pesan-pesan yang menunjang, sehingga individu yang akan diberdayakan merasa nyaman dalam menjalani program.

- g. Mencapai suatu terminal hubungan. Untuk dapat mengembangkan kemampuan seseorang, maka dibutuhkan pengenalan untuk dapat mengetahui kebutuhan yang sesuai pada setiap karakter individu. Hal ini dapat dilakukan untuk menciptakan inovasi-inovasi agar individu yang diberdayakan memiliki kepercayaan pada kemampuan yang dimilikinya untuk dapat membuat perubahan bagi kehidupannya.

Choudhury (2011) mengemukakan bahwa komunikasi pembangunan memiliki dua fungsi utama yaitu fungsi mengubah peran individu karena adanya perubahan sosial untuk meningkatkan kualitas hidup dan fungsi sosial dengan berusaha untuk mempertahankan nilai-nilai yang ditetapkan oleh masyarakat. Harun dan Ardianto (2011, h. 161) menyatakan bahwa dalam komunikasi pembangunan, hal yang diutamakan adalah kegiatan mendidik dan memotivasi masyarakat. Tujuannya adalah menanamkan gagasan-gagasan, sikap mental, dan mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan Indonesia sebagai negara berkembang. Menurut Schramm (dalam Rinawati, 2005), tugas pokok komunikasi dalam membangun perubahan sosial adalah sebagai berikut:

- a. Menyampaikan kepada masyarakat mengenai informasi pembangunan nasional sehingga perhatian masyarakat akan berpusat pada kebutuhan untuk melakukan perubahan, kesempatan dan cara melakukan perubahan, sarana perubahan, dan upaya membangkitkan aspirasi nasional.



- b. Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan serta dapat memperluas dialog yang melibatkan semua pihak untuk mengadakan perubahan.
- c. Mendidik tenaga kerja yang diperlukan dalam proses pembangunan sehingga dengan keterampilan yang dimiliki akan mengubah hidup mereka.

Dengan kata lain, komunikasi pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan pembangunan melalui tindakan-tindakan, salah satunya melalui pemberdayaan. Dalam penelitian ini, maka konteks komunikasi pembangunan berfokus pada pemberdayaan perempuan.

### **5.3 Strategi Komunikasi Pembangunan**

Menurut Mintzberg (dalam Sitokdana dan Tanaamah, 2016), strategi adalah pola atau rencana yang terintegrasi dengan tujuan dari sebuah organisasi. Dengan adanya strategi, maka organisasi akan memiliki panduan untuk menjalankan operasional, menentukan pengambilan keputusan, dan alokasi sumber daya. Tanpa adanya strategi, organisasi sulit untuk menentukan arah organisasi dan tidak mengetahui hasil yang diharapkan.

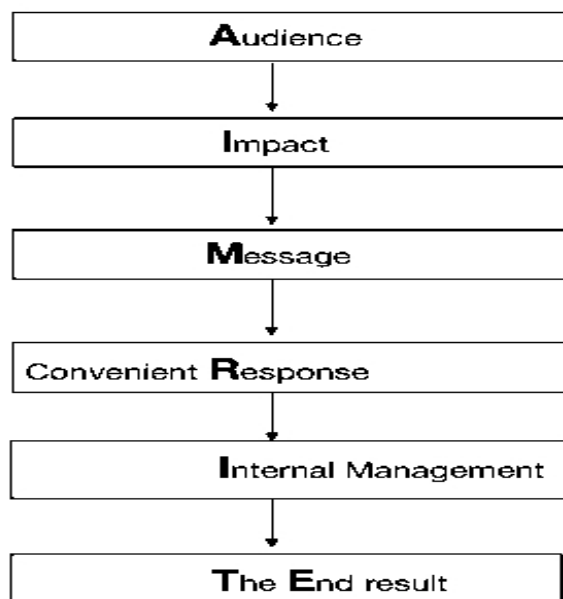
Strategi komunikasi menurut Rogers (dalam Wijaya, 2015) merupakan sebuah rancangan yang dibuat untuk mengatur tingkah laku manusia dengan melakukan transfer ide-ide baru. Oleh karena itu, strategi komunikasi diperlukan dalam proses pembangunan agar dapat menciptakan komunikasi yang efektif untuk dapat melakukan pemberdayaan dan melakukan konsensus perubahan (Wijaya, 2015). Menurut Harun dan Ardianto (2011, h. 164-166), strategi

komunikasi pembangunan menggunakan strategi untuk mencapai kebutuhan pembangunan sebagai berikut:

### 5.3.1 Strategi Media

Strategi media dilakukan dengan mengelompokkan media yang paling banyak digunakan oleh target komunikasi pembangunan. Strategi ini dimulai dengan menentukan media terbaik dengan *budget* rendah untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan, atau mengingat suatu hal (Harun dan Ardianto, 2011, h. 164-166). Strategi media mencakup *audience* (audiens), *impact* (dampak), *message* (pesan), *response* (tanggapan), *internal management* (manajemen internal), dan *the end result* (hasil akhir) (Tapp, 2005). Deskripsi strategi perencanaan media dapat dilihat pada Gambar 1.1 sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Strategi Perencanaan Media**



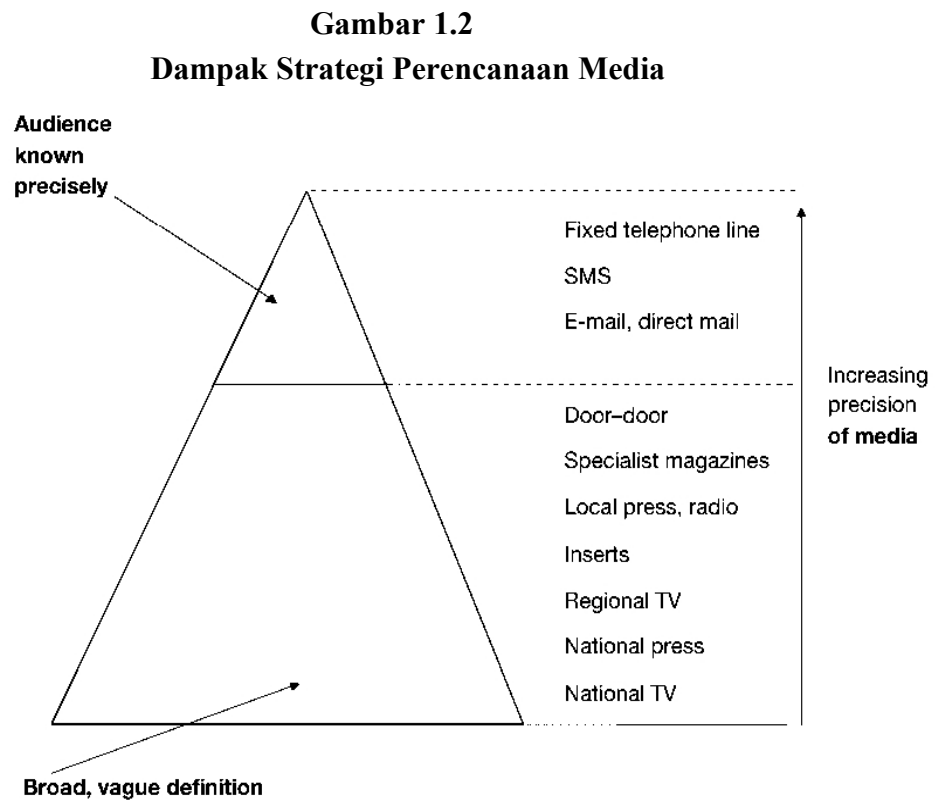
(Tapp, 2005, h. 136)

a. *Audience* (Audiens)

Audiens menjadi variabel yang penting karena dalam pemilihan media sangat dipengaruhi oleh target audiens yang dituju. Melalui pemilihan audiens yang tepat, maka media yang dipilih harus sesuai dengan target audiens. Hal yang harus diperhatikan adalah media yang digunakan harus mencapai target audiens yang dituju secara efisien.

b. *Impact* (Dampak)

Untuk dapat memprediksi dampak dari media yang digunakan bergantung pada dua faktor utama yang dijelaskan dalam Gambar 1.2 berikut:



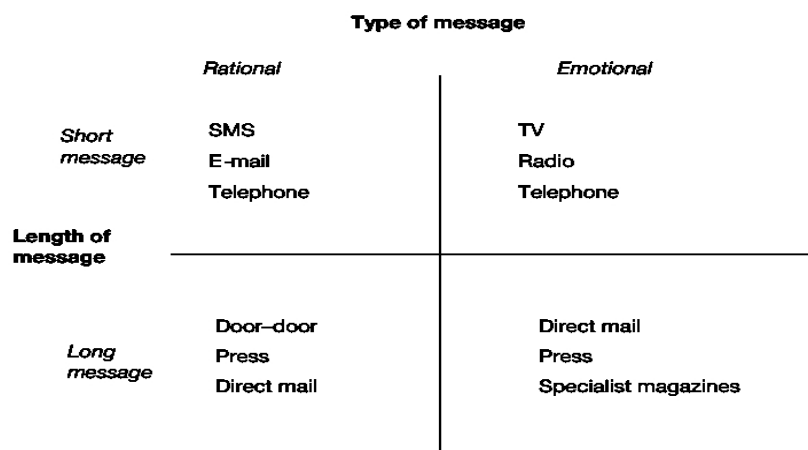
(Tapp, 2005, h. 137)

Komunikator harus dapat memastikan dampak dari media yang dapat berupa peluang atau kekacauan melalui dua faktor. Faktor yang pertama adalah sejauh mana media dapat langsung menjangkau audiens melalui telepon, SMS, *email*, dan pesan langsung. Sedangkan faktor yang kedua adalah menggunakan media yang tidak langsung menjangkau audiens melalui *door-door*, majalah spesialis, pers lokal, radio, tv regional, pers nasional, maupun tv nasional.

c. *Message* (Pesan)

Komunikator menentukan pesan yang ingin disampaikan sehingga informasi akan langsung sampai pada target audiens. Media yang digunakan dapat membantu memastikan pesan dengan jelas tersampaikan. Penjelasan mengenai pesan dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:

**Gambar 1.3**  
**Pesan Strategi Media**



(Tapp, 2005, h. 138)

Untuk dapat menyampaikan pesan melalui media, maka dibedakan dengan melihat panjangnya pesan yaitu pesan pendek dan pesan panjang serta tipe pesan yaitu rasional dan emosional. Untuk pesan pendek dengan tipe pesan rasional maka dapat digunakan SMS, email, dan telepon, sedangkan pesan pendek dengan tipe pesan emosional maka dapat digunakan TV, radio, dan telepon. Untuk pesan panjang dengan tipe pesan rasional maka dapat digunakan *door-door*, *press*, dan surat langsung, sedangkan pesan panjang dengan tipe pesan emosional maka dapat digunakan pesan langsung, *press*, dan majalah spesialis.

d. *Response* (Tanggapan)

Tanggapan merupakan tindakan audiens terhadap media yang digunakan oleh komunikator. Hal yang penting dilakukan komunikator adalah media yang digunakan harus lebih cepat menimbulkan tanggapan dari target audiens.

e. *Internal Management* (Manajemen Internal)

Manajemen internal harus dapat memastikan bahwa mereka dapat mempertimbangkan media yang akan digunakan serta memiliki kapasitas untuk mengelola media tersebut.

f. *The End Result* (Hasil Akhir)

Hasil akhir merupakan evaluasi untuk menentukan keberhasilan dari strategi media yang digunakan oleh komunikator yang berisi pemilihan target audiens, dampak media yang digunakan, pesan yang disampaikan melalui media tersebut, tanggapan target audiens terhadap media yang digunakan, serta pemilihan dan pengelolaan media oleh manajemen internal.

### 5.3.2 Strategi Desain Instruksional

Strategi desain instruksional berfokus untuk memberikan pembelajaran pada individu yang menjadi sasaran komunikasi pembangunan melalui pengembangan bahan-bahan belajar yang digunakan dalam proses pengajaran. Strategi ini dibagi dalam 3 tahapan yaitu tahap perencanaan, tahapan implementasi, dan tahapan evaluasi (Harun dan Ardianto, 2011, h. 164-166). Konsep pengembangan kapasitas masyarakat menekankan perlunya pendidikan untuk pembangunan yang akan membawa perubahan sikap dan perilaku (Warburton, 2009).

Dick dan Carrey (dalam Sanjaya, 2008, h. 75-76), mengemukakan lima tahapan pembelajaran dalam strategi desain instruksional yang terdiri dari *preinstructional activities* (tahap awal pembelajaran), *content presentation* (penyajian isi), *learner participation* (partisipasi peserta didik), *assesment* (penilaian), serta *follow-through activities* (kegiatan tindak lanjut), yang secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut:

a. *Preinstructional Activities* (Tahap Awal Pembelajaran)

Tahap awal pembelajaran terdiri dari kegiatan menarik perhatian, menjelaskan tujuan pembelajaran, dan mengingatkan keterampilan.

b. *Content Presentation* (Penyajian isi)

Tahap ini merupakan tahapan menjelaskan materi dan memberikan pembelajaran.

c. *Learner Participation* (Partisipasi Peserta Didik)

Tahap ini terdiri dari pemberian latihan dan umpan balik dari peserta didik.

d. *Assesment* (Penilaian)

Dalam tahapan ini, dilakukan tes untuk menguji kemampuan peserta didik berdasarkan materi yang telah diberikan melalui tahapan tes awal, tes keterampilan, dan tes akhir untuk melihat kapasitas penerimaan pembelajaran oleh peserta didik.

e. *Follow-Through Activities* (Kegiatan Tindak Lanjut)

Tahap ini merupakan tahapan pemberian bantuan untuk mengingat kembali materi yang sudah dipelajari dan evaluasi mengenai materi pembelajaran dengan harapan isi pembelajaran dan kompetensi dapat diterapkan sesuai minat dan bidang peserta didik.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi desain instruksional diperlukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi individu dalam proses pembangunan yang tujuannya adalah sebagai upaya pemberdayaan.

### **5.3.3 Strategi Partisipasi**

Strategi partisipasi digunakan dengan melibatkan sasaran komunikasi pembangunan dalam aktivitas organisasi untuk menciptakan pengalaman keikutsertaan sasaran dari komunikasi pembangunan (Harun dan Ardianto, 2011, h. 164-166). Menurut Cohen dan Uphoff (dalam Nikkah dan Redzuan, 2009), partisipasi merupakan keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, melaksanakan program, serta keterlibatan dalam evaluasi program-program pembangunan.

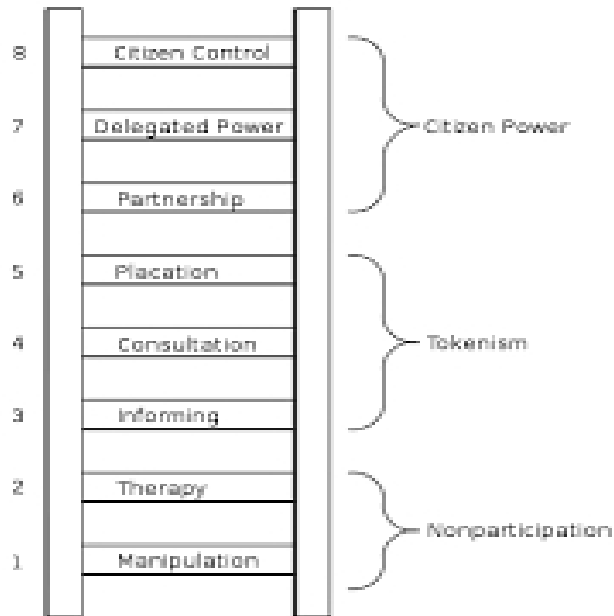
Semakin banyak orang yang berpartisipasi, maka akan semakin ideal kepemilikan dan proses pemberdayaan terhadap masyarakat (Tesoriero dan Ife, 2008, h. 285). Conyers (1991, h. 154-155) mengemukakan pentingnya partisipasi sebagai berikut:

- a. Partisipasi masyarakat merupakan sebuah alat guna memperoleh informasi terkait kondisi, kebutuhan, serta sikap masyarakat. Tanpa adanya partisipasi dalam program pembangunan dan proyek-proyek akan mengalami kegagalan.
- b. Masyarakat akan cenderung mempercayai proyek atau program pembangunan apabila merasa dirinya dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaan sehingga mengetahui secara mendalam proyek tersebut yang menciptakan rasa memiliki masyarakat terhadap proyek atau program pembangunan yang dirancang.
- c. Partisipasi menjadi hak demokrasi bagi masyarakat untuk dapat dilibatkan dalam pembangunan terhadap dirinya sendiri.

Untuk dapat melihat tingkat partisipasi masyarakat, Arnstein (1969, h. 216) mengemukakan suatu pola yang bertingkat (*ladder pattern*), yang terdiri dari delapan tingkatan di mana tingkatan paling bawah merupakan tingkat partisipasi paling rendah dan lemah, sedangkan tingkatan paling atas merupakan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi dan kuat. Delapan tingkat partisipasi masyarakat dipaparkan dalam Gambar 1.4 sebagai berikut:



**Gambar 1.4**  
**Delapan Tingkat Partisipasi Masyarakat**



(Arnstein, 1969, h. 217)

Tingkatan terbawah adalah *manipulation* (manipulasi) dan *therapy* (terapi) yang menggambarkan kelompok *non participation* (tidak partisipatif) yang mana dimaksudkan bahwa individu yang dituju tidak memegang perencanaan atau melakukan program, tetapi sebagai individu yang dididik.

Tingkatan selanjutnya adalah *informing* (memberi informasi), *consultation* (konsultasi), dan *placation* (penempatan) berada pada kelompok *tokenism* (semu). Dalam kelompok ini, masyarakat tidak memiliki kekuatan untuk memastikan bahwa pandangan mereka akan diperhatikan oleh individu yang memiliki kekuasaan, yang memiliki sedikit kekuatan untuk menyampaikan ide hanya tingkatan *placation* (penempatan) tetapi keputusan hanya akan berada pada individu yang memiliki kekuasaan.

Tingkatan atas yang terdiri dari *partnership* (kemitraan), *delegated power* (kuasa yang dideligasi), dan *citizen control* (kendali warga) berada pada kelompok *citizen power* (kekuatan masyarakat). Pada tingkat ini, masyarakat memiliki kekuatan dalam mengambil keputusan.

Berikut adalah penjelasan secara rinci mengenai masing-masing anak tangga pada tiap kelompok, yang dimulai dari tingkatan paling bawah hingga tingkatan paling atas menurut Arnstein (1969, h. 218-223).

a. *Manipulation* (Manipulasi)

Tingkatan paling bawah ini menunjukkan adanya distorsi partisipasi hubungan masyarakat oleh pemegang kekuasaan, di mana masyarakat hanya dimanipulasi dari pemegang kekuasaan untuk memperoleh persetujuan dari masyarakat dalam menjalankan program.

b. *Therapy* (Terapi)

Pada tingkatan ini, ada masyarakat yang memanfaatkan kesempatan dengan mengatasnamakan partisipasi masyarakat. Masyarakat pada tingkatan ini tidak benar-benar terlibat dalam kegiatan, akan tetapi ini menjadi sebuah metode untuk mengubah pola pikir masyarakat seolah mereka benar-benar terlibat.

c. *Informing* (Memberi Informasi)

Pada tingkatan ini, masyarakat akan diberikan informasi mengenai perencanaan program yang akan dilakukan oleh pemegang kekuasaan, akan tetapi masyarakat tidak memiliki hak untuk mengambil keputusan. Masyarakat hanya akan memperoleh informasi setelah perencanaan memasuki tahap

terakhir sehingga masyarakat memiliki sedikit kesempatan untuk mempengaruhi program yang dirancang.

d. *Consultation* (Konsultasi)

Pada tingkatan ini, komunikasi yang dilakukan antara pemegang kekuasaan dan masyarakat terjadi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan ide dan gagasan yang mereka miliki, walaupun pada tingkatan ini tidak ada jaminan bahwa gagasan masyarakat dapat diperhitungkan. Partisipasi hanya diukur berdasarkan jumlah masyarakat yang terlibat dalam penyampaian gagasan langsung maupun pengisian kuesioner yang dilakukan pemegang kekuasaan untuk menjalankan program.

e. *Placation* (Penempatan)

Pada tingkatan ini, masyarakat mulai memiliki pengaruh yang memungkinkan akses yang langsung terhadap proses pengambilan keputusan. Walaupun masyarakat sudah dapat berpartisipasi dalam tingkatan ini, tetapi belum ada keuntungan yang didapatkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan hak dan kewajiban masyarakat masih bersifat ambigu.

f. *Partnership* (Kemitraan)

Pada tingkatan ini, kekuasaan didistribusikan kembali melalui negosiasi antara masyarakat dan pemegang kekuasaan. Dalam kata lain, masyarakat mempunyai hak untuk berunding dengan pemegang kekuasaan mengenai gagasan yang dimiliki. Terdapat tanggung jawab yang seimbang pada tingkatan ini dan merupakan tingkatan yang efektif ketika pengambilan keputusan terorganisir dengan baik antara masyarakat dan pemegang kekuasaan. Tidak ada keputusan

sepihak pada tingkatan kemitraan ini, dikarenakan masyarakat memiliki hak untuk dapat bernegosiasi.

g. *Delegated Power* (Kuasa yang Dideligasi)

Pada tingkatan ini, negosiasi antara masyarakat dan pemegang kekuasaan membuat warga negara mencapai otoritas pengambilan keputusan yang dominan atas rencana atau program tertentu. Pada tingkatan ini, tidak ada tekanan kepada masyarakat karena memiliki hak atas keputusan pemegang kekuasaan.

h. *Citizen Control* (Kendali Warga)

Pada tingkatan ini, masyarakat memegang kendali dalam mengatur program yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat. Partisipasi masyarakat pada tingkatan ini dalam bentuk negosiasi pada pihak yang akan melakukan perubahan dan memiliki hak dalam pengambilan keputusan. Kekuatan masyarakat pada tingkatan ini menjamin masyarakat untuk dapat merencanakan program sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang sebenarnya secara bertanggung jawab.

Menurut Craig dan Mayo (dalam Prasajo, 2004), partisipasi merupakan komponen penting dalam upaya pertumbuhan kemandirian dan proses pemberdayaan bagi masyarakat, karena melalui partisipasi, maka pembangunan dapat menjangkau masyarakat terlemah melalui upaya membangkitkan semangat hidup individu untuk dapat menolong dirinya sendiri. Dapat dikatakan bahwa strategi partisipasi merupakan aspek penting dalam strategi komunikasi pembangunan. Dengan adanya partisipasi masyarakat untuk dapat melakukan

perubahan, maka program yang direncanakan akan sesuai dengan tujuan pembangunan.

## **6. Kerangka Konsep**

Pembangunan masyarakat dapat dilihat sebagai suatu fenomena dalam masyarakat untuk dapat memahami kompetensinya sehingga potensi yang dimiliki individu dapat bermanfaat bagi dirinya dan masyarakat melalui partisipasi dengan masyarakat (Soetomo, 2009, h. 433). Hal ini sesuai dengan pernyataan Chenery dan Syrquin (dalam Sumodiningrat, 1997, h. 17) yang mengemukakan bahwa pembangunan akan membawa perubahan dalam proses alokasi sumber ekonomi, proses distribusi manfaat, dan proses akumulasi yang dapat meningkatkan produksi, pendapatan, dan kesejahteraan.

Colleta (dalam Soetomo, 2009, h. 227) memaparkan bahwa kekuatan utama dalam pembangunan masyarakat adalah masyarakat itu sendiri, yang mana tujuan dari proses pembangunan adalah pemberdayaan yang dapat merangsang unsur-unsur yang dapat menunjang pembangunan dengan kemampuan masyarakat sendiri. White (2003, h. 274) yang menyatakan bahwa perempuan dapat melakukan negosiasi dapat aktif dalam menolak keputusan yang tidak sesuai dengan pembangunan khususnya dalam bidang teknologi sesuai dengan kemampuan wanita dalam bidang lainnya.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting, tidak hanya mencakup keberhasilan pembangunan, tetapi bagi pendidikan masyarakat (Cahyandito, 2010). Rogers (dalam Servaes, 2008, h. 165) mengatakan bahwa peran

komunikasi dalam pembangunan adalah sebagai agen untuk menransfer inovasi teknologi dari agen pembangunan.

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Colle (dalam Servaes, 2008, h. 96) yang mengatakan bahwa komunikasi memiliki peran penting yang melibatkan perubahan perilaku secara sukarela. Komunikasi diperlukan untuk mengingatkan seseorang mengenai aturan dalam melatih seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Upaya dalam komunikasi pembangunan melibatkan orang-orang untuk mengembangkan diri dan juga organisasi. Untuk dapat menjalankan upaya tersebut sesuai dengan keinginan, maka dibutuhkan tindakan sukarela.

Konteks komunikasi pembangunan berfokus pada pemberdayaan perempuan. Pemberdayaan menurut Suharto (2009, h. 60) berasal dari kata '*power*' yang berkaitan dengan konsep kekuasaan. Pemberdayaan adalah sebuah tujuan karena berpacu pada hasil yang ingin dicapai yaitu masyarakat yang berdaya yang memiliki kemampuan dan pengetahuan. Choudhury (2011) mengemukakan bahwa komunikasi pembangunan memiliki dua fungsi utama yaitu fungsi mengubah peran individu karena adanya perubahan sosial untuk meningkatkan kualitas hidup dan fungsi sosial dengan berusaha untuk mempertahankan nilai-nilai yang ditetapkan oleh masyarakat.

Komunikasi pembangunan dapat dikatakan berhasil apabila menggunakan strategi yang jelas, perencanaan sistematis, dan manajemen yang ketat. Hal ini sesuai dengan pemaparan Servaes (2008, h. 138) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi harus disesuaikan dengan kondisi-kondisi tertentu yang dihadapi, sehingga untuk mencapai tujuan pemberdayaan, maka (Harun dan Ardianto (2011,

h. 164-166) membagi strategi komunikasi pembangunan dalam 3 jenis sebagai berikut:

1) Strategi Media

Strategi media digunakan oleh komunikator untuk mengelompokkan media yang paling sering digunakan oleh target audiens. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau target audiens dengan memperhatikan media terbaik untuk mempopulerkan, memantapkan, mengajarkan, dan mengingat suatu hal. Tapp (2005) menentukan media yang digunakan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mencakup *audience* (audiens), *impact* (dampak), *message* (pesan), *response* (tanggapan), *internal management* (manajemen internal), dan *the end result* (hasil akhir).

2) Strategi desain instruksional

Strategi desain instruksional berfokus pada pembelajaran terhadap target audiens yang menjadi sasaran strategi untuk mencapai tujuan pemberdayaan. Strategi ini bertujuan untuk mengembangkan materi dan pola pembelajaran. Kegiatan dalam strategi desain instruksional dibagi menjadi 3 tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi.

3) Strategi Partisipasi

Strategi partisipasi merupakan kerja sama antara komunitas dan pertumbuhan pribadi (*community participation and personal growth*). Strategi ini bertujuan melibatkan target audiens sebagai individu yang sederajat (*equal*) untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Untuk dapat melihat tingkat partisipasi masyarakat, Arnstein (1969) mengemukakan suatu pola yang

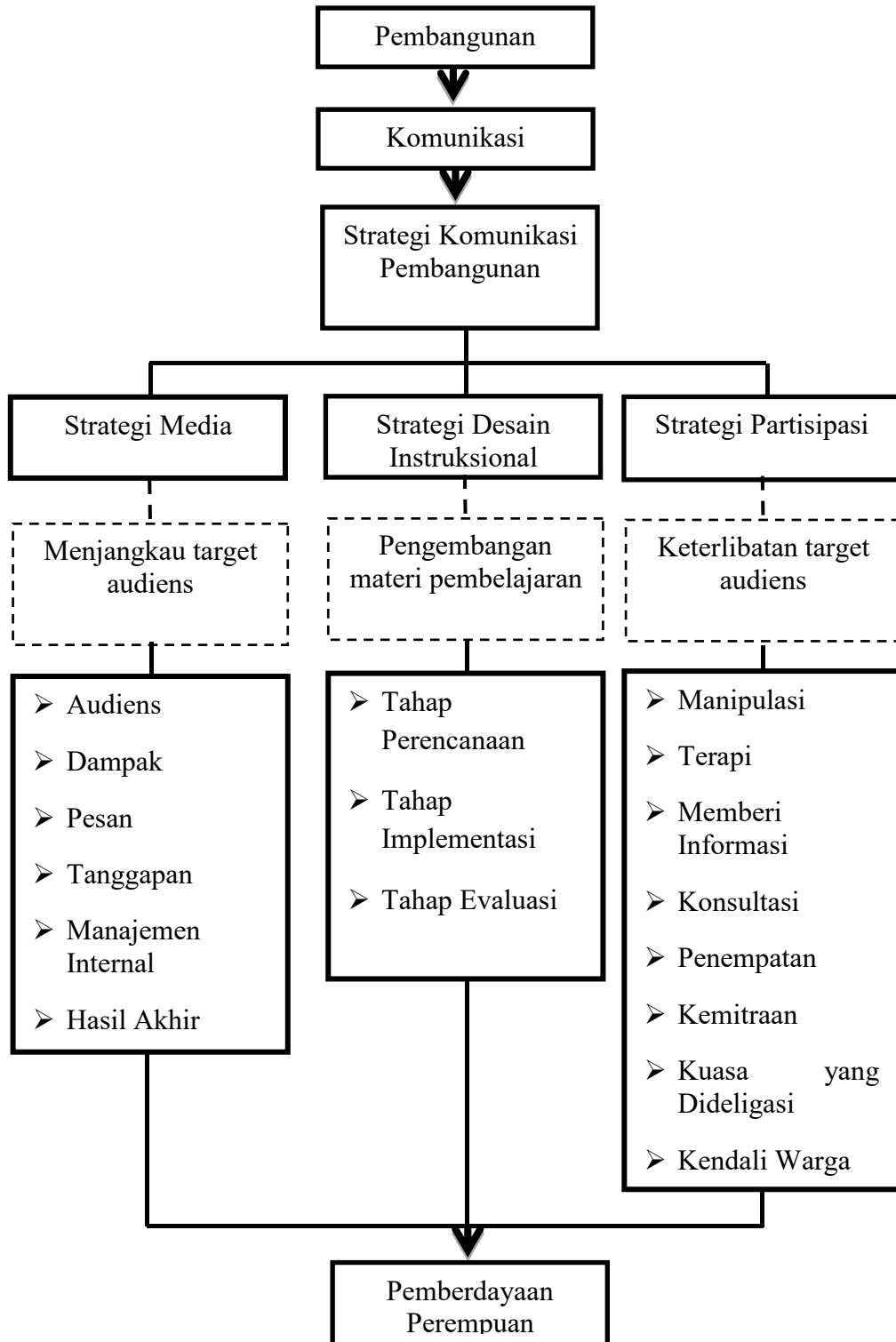
bertingkat (*ladder pattern*). Tingkatan partisipasi tersebut, yaitu: 1) *Manipulation* (Manipulasi), 2) *Therapy* (Terapi), 3) *Informing* (Memberi Informasi), 4) *Consultation* (Konsultasi), 5) *Placation* (Penempatan), 6) *Partnership* (Kemitraan), 7) *Delegated power* (Kuasa yang dideligasi) dan 8) *Citizen control* (Kontrol warga) (Arnstein, 1969, h. 217). Tahapan strategi partisipasi menjadi hal yang penting dikarenakan masyarakat terlibat langsung dalam pengambilan keputusan melalui gagasan dan ide-ide.

Strategi komunikasi pembangunan akan memudahkan komunikator untuk mencapai tujuan pemberdayaan terhadap perempuan. Manfaat besar dari pemberdayaan adalah memungkinkan individu mengembangkan kemampuan terpendam yang dimiliki melalui peningkatan output dan kinerja (*the increased and job performance*) yang menempatkan masyarakat memiliki kemampuan untuk dapat mengambil tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan dan mengatur pekerjaan sesuai dengan kebutuhan (Sumaryadi, 2005, h. 143).

Fokus dari penelitian ini adalah mendeskripsikan konsep pembangunan dan pemberdayaan serta menjabarkan strategi komunikasi pembangunan berdasarkan 3 jenis strategi komunikasi pembangunan yang tujuan akhirnya adalah pemberdayaan perempuan Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Berikut merupakan Skema 1.1 kerangka konsep yang dibuat peneliti untuk membantu memudahkan kerangka berpikir dalam penelitian ini:



**Skema 1.1**  
**Skema Kerangka Konsep**



(Digambarkan Berdasarkan Deskripsi Kerangka Konsep, 2021)

## **7. Metodologi Penelitian**

Pada bagian metodologi penelitian ini, peneliti memaparkan jenis penelitian, metode penelitian, lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, serta teknik pengumpulan data yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

### **7.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif. Menurut Kirk dan Miller (dalam Pujileksono, 2015, h. 35), penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kekhasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Menurut Gorman dan Clayton (dalam Kuswarno, 2010, h. 46), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memproses pencarian data berdasarkan konteks kejadian secara langsung untuk dapat melukiskan kejadian yang sebenarnya yang juga melibatkan perspektif peneliti. Peneliti memaparkan data yang diperoleh selama studi kasus mengenai strategi komunikasi pembangunan dalam upaya pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia.

Penelitian sosial yang menggunakan deskriptif kualitatif yang memiliki tujuan untuk mengungkapkan suatu fenomena yang memberikan gambaran secara objektif mengenai kondisi objek penelitian (Amiruddin, 2016, h.49). Whitney (dalam Nazir, 2011, h. 54), juga mengatakan bahwa melalui metode deskriptif

kualitatif, peneliti dapat mempelajari masalah-masalah, situasi, kegiatan, aturan, sikap, pandangan, dan proses yang berlangsung dalam masyarakat.

Peneliti menggunakan deskriptif kualitatif untuk memaparkan dan menjelaskan lebih dalam mengenai strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan yang dilakukan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia.

## **7.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Menurut Maxfield (dalam Nazir, 2011, h. 57), studi kasus merupakan penelitian tentang subjek penelitian yang berkaitan dengan suatu fase spesifik dari keseluruhan personalitas yang memiliki manfaat untuk dapat mendukung studi-studi besar di kemudian hari.

Menurut Rahardjo (2017), studi kasus merupakan suatu rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, rinci, dan mendalam mengenai suatu peristiwa, program, dan aktivitas. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka studi kasus dapat diartikan sebagai sebuah kajian yang secara rinci membahas suatu fenomena yang diangkat dalam penelitian dengan melakukan pengamatan yang intensif.

Studi kasus yang dipilih dalam penelitian ini yaitu pada strategi komunikasi pembangunan yang dijalankan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia yang memiliki tujuan untuk dapat memberdayakan potensi yang dimiliki oleh perempuan sehingga menciptakan kemandirian bagi perempuan

yang terlibat dalam proses komunikasi pembangunan untuk dapat mencapai pemberdayaan. Oleh karena itu, maka perlu dikaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia untuk dapat mengembangkan potensi perempuan.

Penelitian ini memiliki ciri khas yaitu membahas strategi komunikasi pembangunan yang mencakup konsep pembangunan dan pemberdayaan yang membutuhkan aspek komunikasi dengan menggunakan 3 jenis strategi komunikasi pembangunan yang tujuan akhirnya adalah pemberdayaan. Peneliti membahas secara mendalam mengenai strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia untuk dapat memberdayakan perempuan.

### **7.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi *workshop* dan *craft class* Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia berada di Jalan Tegal Kenongo RT 3/RW 8, No. 82, DK 4, Tirtonimolo, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dan alamat *showroom* yang berada di Jalan Prof Dr Ki Amri Yahya, No. 6, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **7.4 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek dari penelitian yang dilakukan adalah strategi komunikasi pembangunan dalam upaya pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Subjek dalam penelitian ini adalah mereka yang terlibat dalam proses komunikasi pembangunan dan dapat dibagi menjadi tiga kategori. Kategori pertama adalah manajerial yang berjumlah 2 narasumber,

kategori kedua adalah pekerja tetap yang berjumlah 2 narasumber, dan kategori ketiga adalah perempuan binaan yang berjumlah 2 narasumber. Subjek dalam penelitian ini dapat dilihat melalui Tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Narasumber Penelitian**

<b>Manajerial Lawe Indonesia</b>		<b>Keterangan</b>
1.	<b>Manager Program (M1)</b> (Divisi Program, bekerja di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia sejak tahun 2014).	Memiliki tanggung jawab untuk mengawasi segala aktivitas yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia, merancang program, dan mengimplementasikan program sosial termasuk membangun relasi dengan pihak-pihak luar.
2.	<b>Manager Unit Bisnis (M2)</b> (Divisi program dan promosi, bekerja di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia sejak tahun 2007).	Memiliki tanggung jawab untuk mengawasi segala aktivitas yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia, merancang, dan mengimplementasikan program sosial, termasuk menjadi juru bicara Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia, serta melakukan rancangan promosi.
<b>Pekerja Tetap Lawe Indonesia</b>		<b>Keterangan</b>
1.	<b>Manager produksi (P1)</b> (Divisi Produksi, bekerja di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia sejak tahun 2007)	Memiliki tanggung jawab atas segala aktivitas produksi yang ada di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia.
2.	<b>Karyawan finishing (P2)</b> (Divisi <i>finishing</i> , bekerja di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia sejak tahun 2008).	Memiliki tugas untuk memastikan <i>Quality Control</i> (QC) agar tidak terdapat <i>reject</i> pada produk serta memastikan kebersihan setiap produk setelah proses produksi dan sebelum produk siap untuk dijual.
<b>Perempuan Binaan Lawe Indonesia</b>		<b>Keterangan</b>
1.	<b>Perempuan Binaan 1 (PB1)</b>	Termasuk salah satu perempuan yang paling lama memperoleh binaan dari

	(Memperoleh binaan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia sejak tahun 2004).	Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Narasumber rutin memperoleh bahan jahitan untuk menjahit tas dan gantungan kunci untuk produksi reguler
2.	<b>Perempuan Binaan 2 (PB2)</b> (Memperoleh binaan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia sejak tahun 2017).	Narasumber memperoleh pelatihan menjahit. Narasumber menerima order dari Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia berupa boneka.

(Digambarkan berdasarkan hasil wawancara, 2019)

## 7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur standar dan sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan oleh peneliti (Nazir, 2011, h. 174). Idrus (2007, h. 119) mengemukakan bahwa untuk dapat membuat sebuah kesimpulan, peneliti membutuhkan serangkaian data sebagai pendukung dari subjek yang tepat, maka dalam proses pengumpulan data peneliti menentukan subjek penelitian dan kategori data yang dibutuhkan. Menurut Bungin (2007, h. 107), dalam metode pengumpulan data kualitatif yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data serta teknik analisis data adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), bahan dokumenter, dan observasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sebanyak 3 kali pada tanggal 4 September 2019, 3 Oktober 2019, dan 7 Agustus 2020, sehingga teknik pengumpulan data berdasarkan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan dengan bertatap muka antara peneliti dengan informan menggunakan cara tanya jawab untuk tujuan penelitian (Bungin, 2007, h. 108). Wawancara mendalam menjadi data primer yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan 3 kategori narasumber, yaitu manajerial, pekerja tetap dan perempuan yang memperoleh binaan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia.

Wawancara dengan manajerial dibutuhkan untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman manajerial mengenai konsep pembangunan dan pemberdayaan dan jenis strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan dari pihak manajerial terhadap pekerja tetap dan perempuan yang memperoleh binaan. Pemilihan 2 orang manajerial sebagai narasumber untuk memperoleh informasi yang berkesinambungan antara satu narasumber dan narasumber lain.

Peneliti melakukan wawancara terhadap pekerja tetap mengenai konsep pembangunan dan pemberdayaan yang dipahami, komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh manajerial terhadap pekerja tetap, dan respon pekerja tetap terhadap strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pihak manajerial. Pemilihan 2 orang pekerja tetap dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh kesesuaian informasi antara manajerial dengan pekerja tetap yang telah memperoleh proses pelatihan hingga memperoleh pekerjaan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Peneliti dapat menyimpulkan

keberhasilan strategi komunikasi pembangunan melalui pernyataan-pernyataan yang dikemukakan pekerja tetap.

Peneliti melakukan wawancara dengan perempuan yang memperoleh binaan mengenai pemahaman mengenai konsep pembangunan dan pemberdayaan, komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pihak manajerial maupun pekerja tetap terhadap perempuan yang memperoleh binaan, serta respon perempuan yang memperoleh binaan mengenai strategi komunikasi pembangunan yang sudah dilakukan.

Pemilihan 2 narasumber yaitu perempuan yang memperoleh binaan sebagai narasumber dilakukan peneliti terhadap perempuan yang telah mendapatkan pelatihan selama 15 tahun dan perempuan yang mendapatkan pelatihan selama 2 tahun. Perbedaan jangka waktu perolehan pembinaan terhadap perempuan dilakukan oleh penelitian untuk melihat keberlanjutan dari strategi komunikasi pembangunan yang telah dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Perempuan yang memperoleh binaan merupakan perempuan yang menjadi target dari program komunikasi pembangunan. Untuk dapat memastikan keberhasilan strategi komunikasi pembangunan, maka wawancara mendalam dilakukan dengan narasumber yang berjumlah enam orang.

#### b. Dokumenter

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen-dokumen sebagai data sekunder untuk mendukung data primer melalui dokumen yang dimiliki



oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Dokumen yang digunakan oleh peneliti merupakan arsip data yang dibuat dan disimpan oleh manajerial Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Data tersebut mencakup dokumentasi program yang sudah dilaksanakan, buku petunjuk yang berisi materi program yang telah dilaksanakan, dan identitas pekerja tetap dan perempuan yang memperoleh binaan dan masih menjalin komunikasi dengan pihak Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia untuk dapat dilibatkan dalam program baru maupun keterlibatan dalam produksi produk.

## **8. Teknik Analisis Data**

Analisa data merupakan cara untuk dapat memberikan arti dan makna dari data yang diperoleh untuk dapat memecahkan masalah penelitian (Nazar, 2011, h. 346). Haberman dan Miles (dalam Idrus, 2009, h. 147-148) mengemukakan model analisis data yang disebut dengan model interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

### **8.1 Pengumpulan Data**

Tahap ini peneliti mengumpulkan data penelitian berupa dokumenter, kata-kata, fenomena, dan foto yang diperoleh peneliti dengan teknik pengumpulan data yang digunakan. Dalam proses pengumpulan data penelitian dibantu dengan *recorder* dan kamera.

## **8.2 Reduksi Data**

Pada tahap reduksi data yang merupakan proses pemulihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data berdasarkan data yang penulis dapat selama berada di lapangan (Idrus, 2009, h, 150). Proses reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyeleksi data yang diperoleh berdasarkan wawancara dengan manajerial pekerja tetap, dan perempuan yang telah dibina oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia. Seleksi data disesuaikan dengan identifikasi strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan.

## **8.3 Penyajian Data**

Tahap penyajian data yaitu menampilkan sekumpulan informasi yang telah tersusun untuk memungkinkan adanya penarikan kesimpulan, dengan demikian peneliti akan lebih mudah untuk memahami situasi yang sedang terjadi dan tindakan yang akan dilakukan (Idrus, 2009, h, 151). Penyajian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menampilkan, mendeskripsikan, serta menjabarkan data-data yang diperoleh selama melakukan penelitian di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia berdasarkan wawancara mendalam dan dokumen yang diperoleh peneliti.

## **8.4 Penarikan Kesimpulan**

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi yang merupakan penarikan makna dari data yang telah ditampilkan (Idrus, 2009, h, 151-152). Penarikan

kesimpulan pada penelitian ini disesuaikan dengan judul dari penelitian yaitu strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan di Usaha Mikro Kecil Menengah Lawe Indonesia dan dengan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan pada bagian tujuan penelitian dengan bantuan kerangka teori dan kerangka konsep untuk memperoleh alur penelitian yang tepat sehingga dapat ditarik kesimpulan yang tepat. Pembahasan dalam penelitian ini berisi konsep pembangunan dan pemberdayaan serta strategi komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan perempuan.