



Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi (IDIK) UNPAD

# *Komunikasi* MERAawat = NEGERI =

Eki Baihaki | Suwatno | Yuni Mogot-Prahoru | Boy Rafli Amar |  
Chontina Siahaan | Asep S. Muhtadi | Pitoyo | Martha Tri Lestari |  
Nurprapti Wahyu Widyastuti | Andi Darmawan | Budi Santoso |  
Tita Melia Milyane | Yohanes Arie Kuncoroyakti | Marie Eva  
Rosalyn | Andika Witono | Henni Gusfa | Wida Nofiasari

**Editor:** Yuni Mogot-Prahoru



Institut Doktor Ilmu Komunikasi  
(IDIK) UNPAD

Penulis:  
Drs. Mubandji, Suswanto, Yuni Mogot-Prahoru, Bayu Fadhil Amara,  
Chandra, ...  
Editor:  
Yuni Mogot-Prahoru

# KOMUNIKASI MERAWAT NEGERI

Editor:  
Yuni Mogot-Prahoru

Inara Publisher  
2022

# KOMUNIKASI MERAWAT NEGERI

## **Penulis:**

Eki Baihaki, Suwatno, Yuni Mogot-Prahoru, Boy Rafli Amar,  
Chontina Siahaan, Asep S. Muhtadi, Pitoyo, Martha Tri  
Lestari, Nurprapti Wahyu Widyastuti, Andi Darmawan, Budi  
Santoso, Tita Melia Milyane, Yohanes Arie Kuncoroyakti,  
Marie Eva Rosalyn, Andika Witono, Henni Gusfa,  
Wida Nofiasari

## **Editor:**

Yuni Mogot-Prahoru

Inara Publisher  
2022

*Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan (KDT)*

**Penulis:**

Eki Baihaki, Suwatno, Yuni Mogot-Prahoru, Boy Rafli Amar, Chontina Siahaan, Asep S. Muhtadi, Pitoyo, Martha Tri Lestari, Nurprapti Wahyu Widyastuti, Andi Darmawan, Budi Santoso, Tita Melia Milyane, Yohanes Arie Kuncoroyakti, Marie Eva Rosalyn, Andika Witono, Henni Gusfa, Wida Nofiasari

**Editor:**

Yuni Mogot-Prahoru

**Komunikasi Merawat Negeri**

Ed. 1, -1- Malang: Inara Publisher, 2022

xvi + 160 hlm., 15,5 cm x 23 cm

**ISBN: 978-623-5970-84-4**

I. Komunikasi

I. Judul

302.2

Hak cipta 2022, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku dengan cara apa pun, baik berupa fotokopi, scan, PDF, dan sejenisnya.

Anggota IKAPI No. 306/JTI/2021

Cetakan I, Desember 2022

Hak penerbitan pada Inara Publisher

*Desain Sampul: Dana Ari*

*Layout Isi: Nur Saadah*

Dicetak oleh **PT Cita Intrans Selaras** (Citila Grup)

Diterbitkan pertama kali oleh **Inara Publisher**

Jl. Joyosuko Agung RT. 3 / RW 12 No. 86, Malang

Telp. 0341-588010/CS. 081336120162

Email: inara.publisher@gmail.com

Web: www.inarapublisher.com



# Daftar Isi

Pengantar Penulis \_\_ v

Pengantar Penerbit \_\_ vii

Kata Pengantar Ketua Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi

(IDIK) UNPAD \_\_ ix

Daftar Isi \_\_ xiv

## **Komunikasi Merawat Harmoni**

Eki Baihaki \_\_ 1

## **Etika Media Massa di Tengah Kebisingan Media Sosial**

Suwatno \_\_ 13

## **Kompetensi Komunikatif Sebagai Dasar Pemersatu Bangsa**

(Studi Kasus Implementasi Teori Tindakan Komunikatif Habermas

Dalam Realitas Kerukunan Antar Umat Berbeda Agama

Masyarakat Cigugur, Kuningan - Jawa Barat)

Yuni Mogot-Prahoru \_\_ 26

**Komunikasi Kebangsaan Dalam Merawat Keberagaman  
di Indonesia**

Boy Rafli Amar \_\_ 37

**Kontribusi Perempuan Bagi Indonesia Ditinjau Dari Kesetaraan  
Gender Dan Keterampilan Berkomunikasi di Media Sosial**

Chontina Siahaan \_\_ 50

**Merawat Komunikasi Lintas Agama : Menuju Kehidupan  
Harmoni di Tengah Masyarakat Multiagama**

Asep S. Muhtadi \_\_ 61

**Makna Simbol Dalam Komunikasi Korupsi Studi Semiotika  
Charles Sanders Peirce**

Pitoyo \_\_ 73

**Pemetaan Opini Publik Melalui Penggunaan Sosial Media  
Monitoring**

Martha Tri Lestari \_\_ 87

**Kepemimpinan Komunikasi Informal dan Motivasi Kerja  
Pemerintah Kota Serang**

Nurprapti Wahyu Widyastuti, Andi Darmawan \_\_ 100

**Konteks Sosio-Kultural Konstruksi Teks Berita Pembubaran HTI  
Pada Koran Republika**

Budi Santoso \_\_ 109

**Literasi Digital Generasi Alpha**

Tita Melia Milyane \_\_ 117

**Komunikasi Lingkungan di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta**

Yohanes Arie Kuncoroyakti, Marie Eva Rosalyn, Andika Witono \_\_ 128

**Refleksi Komunikasi Lingkungan Destinasi Pariwisata di Bali  
Isu dan Tantangan Over Tourism Perspektif Post Tourism**

Henni Gusfa, Wida Nofiasari \_\_ 140

Profil Penulis \_\_ 152

# Kontribusi Perempuan Bagi Indonesia Ditinjau dari Kesetaraan Gender dan Keterampilan Berkomunikasi di Media Sosial

- Chontina Siahaan -

## **Pendahuluan**

Posisi perempuan di masyarakat dengan latar belakang budaya Indonesia tentunya memiliki karakter tersendiri yang mengacu pada budaya ketimuran. Perempuan selalu dimaknai dengan peran sebagai individu yang kapasitasnya tetap akan kembali ke aktivitas rumah tangga, meskipun memiliki pendidikan yang tinggi dan pengalaman hidup yang baik karena prosesnya. Perempuan seakan-akan diberikan batasan dalam bekerja, sehingga kedudukan mereka dalam kaitannya bekerja di luar rumah cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan dominasi laki-laki.

Pada dasarnya, konstruksi sosial perempuan di dalam masyarakat secara normatif membentuk pemikiran pasti tentang bagaimana perempuan dipersepsikan tentang apa yang harus dilakukan dan dikerjakan. Persepsi yang dihasilkan cenderung lebih sempit serta tidak mampu memberikan ruang kebebasan bagi perempuan untuk beraktivitas, berkreasi dan berekspresi, meskipun saat ini kita berada di zaman globalisasi yang menuntut setiap individu harus mampu berpikir lebih terbuka. Masih banyak kenyataan yang terlontar dari ucapan untuk dipertunjukkan dalam bentuk perilaku terkait dengan perempuan yang memiliki batasan aktivitas dalam hal apapun dan menjadikan laki-laki

sebagai kaum yang lebih mampu tanpa diberikan batasan. Laki-laki dianggap mendominasi kaum perempuan dalam berbagai hal, seperti pekerjaan, profesi/karir, olahraga, militer, hingga dalam hubungan pribadi dan rumah tangga, dominasi tersebut berlangsung relatif lama sebelum munculnya isu emansipasi dan kesetaraan gender.

Berdasarkan hasil penelitian Khotimah (2009) yang menyatakan bahwa dalam lintasan sejarah pada awalnya pembagian kerja, baik secara biologi maupun gender antara laki-laki dan perempuan dianggap sama-sama memiliki nilai dan keseimbangan. Perubahan tersebut muncul karena adanya penggeneralisasian perekonomian uang yang diberlakukan, di samping karena budaya patriarki sehingga menimbulkan diskriminasi dalam pekerjaan. Kondisi ini diperparah dengan sistem yang dipakai dalam masyarakat modern dalam pekerjaan. Akibat dari modernitas, perempuan mengalami marginalisasi dalam sektor pekerjaan yang berakibat pada kecenderungan perempuan untuk melakukan pekerjaan informal yang kurang memberikan perlindungan hukum dan upah yang rendah. Berbagai upaya dilakukan oleh kalangan pembaharu untuk menyetarakan laki-laki dan perempuan dalam pekerjaan sehingga tidak menimbulkan diskriminasi. Berdasarkan konsepnya, diskriminasi diartikan sebagai sebuah perlakuan terhadap individu secara berbeda dan pelayanan tidak adil terhadap individu dengan didasarkan pada gender, ras, agama, umur, atau karakteristik yang lain (Tahar, 2012).

Terkait dengan diskriminasi, begitu banyak fenomena sosial yang dihadapi oleh perempuan di tengah masyarakat, khususnya di dunia pekerjaan. Sarina dan M. Ridwan Said Ahmad (2021) dengan judul "Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan Pekerja Di Kawasan Industri Makassar." Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Diskriminasi bisa terjadi di kawasan industri Makassar karena adanya stereotipe yang menyatakan bahwa perempuan masih dianggap lemah, serta adanya anggapan bahwa perempuan masih dianggap tidak mampu menjadi pemimpin (penanggung jawab) di perusahaan, kurangnya pemahaman persoalan kesetaraan gender, dan perempuan masih dibatasi dengan alasan perempuan sudah menikah dan memiliki anak seharusnya tidak bekerja. 2) Bentuk diskriminasi terhadap perempuan pekerja di kawasan

industri Makassar, yaitu terdapat tiga bentuk: a) pelecehan seksual secara verbal yang dilakukan dalam bentuk adanya perkataan kasar yang dilakukan oleh pekerja laki-laki terhadap perempuan, b) kesenjangan pendapatan yang terjadi dalam bentuk adanya perbedaan gaji antara perempuan dan laki-laki, dan c) stereotipe yang terjadi dalam bentuk perempuan dianggap lemah dan perempuan seharusnya tidak bekerja (Sarina & Ahmad, 2021).

Berbagai bentuk diskriminasi yang dilakukan oleh masyarakat khususnya kaum laki-laki terhadap perempuan tentunya harus dilawan dengan bantuan hukum yang berlaku di negara Indonesia. Berkembangnya *stereotype* yang pada umumnya menganggap perempuan lemah tentunya harus dilawan dengan motivasi diri sendiri bagi kaum perempuan dan sebagai masyarakat yang baik, maka sikap dalam memaknai harus berkaitan dengan kesetaraan gender. Berdasarkan definisinya bahwa gender adalah sifat dan perilaku yang dilekatkan pada laki-laki dan perempuan yang dibentuk secara sosial maupun budaya dalam masyarakat. Adapun gender merupakan istilah yang digunakan untuk membedakan antara laki-laki dan perempuan yang didasarkan pada aspek sosiokultural. Jika jenis kelamin terbentuk melalui proses alamiah dan bersifat kodrat ilahiah, sedangkan gender merupakan atribut dan perilaku yang terbentuk melalui proses sosial, sehingga istilah gender ini merujuk kepada bangunan kultural yang setiap kali masalah atau isu yang berkaitan dengan peran, perilaku, tugas, hak, dan fungsi yang dibebankan kepada perempuan dan laki-laki. Biasanya isu gender muncul sebagai akibat suatu kondisi yang menunjukkan kesenjangan gender (Setiadi & Kolip, 2011). Isu gender yang muncul di tengah masyarakat mengisyaratkan bahwa antara perempuan dan laki-laki harus bisa dipandang sama, khususnya dalam bidang pekerjaan apapun. Isu gender dibuat untuk bisa memberikan pemahaman kepada seluruh masyarakat tentang pentingnya kesetaraan gender.

Kesetaraan gender menghendaki perempuan dan laki-laki menikmati status setara dan memiliki kondisi yang sama untuk mewujudkan secara penuh hak-hak asasi dan potensi bagi keutuhan dan kelangsungan rumah tangga secara proporsional. Sejalan dengan hal



tersebut, semakin banyak wanita yang bekerja untuk membantu suami dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dibandingkan dahulu perempuan belum mendapatkan kesempatan kerja seluas saat ini. Realitasnya adalah dalam kehidupan masyarakat, baik di pedesaan maupun di perkotaan, tuntutan ekonomi menjadi faktor keterlibatan perempuan dalam sektor publik (Hidayati, 2015). Cukup banyak perempuan yang bekerja dengan lebih giat demi meningkatkan taraf hidup ekonominya, seperti memanfaatkan media sosial dalam menjual barang dan jasa atau bekerja dalam ranah politik sebagai bagian dari tujuan hidup demi menjadikan Indonesia lebih baik lagi.

Berkaitan dengan kesetaraan gender, penelitian yang dituliskan oleh Eko Setiawan (2018) dengan judul "Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan dalam Kancah Panggung Politik di Indonesia." Hasil penelitian menunjukkan bahwa realitas minimnya peran perempuan di panggung politik membuat banyak pihak telah membangun komitmen penting sebagai rekonstruksi sosial untuk meningkatkan peluang kaum perempuan agar dapat lebih aktif di kancah panggung politik. Tujuan tersebut direalisasikan dalam berbagai peraturan perundangan yang memberikan peluang bagi kaum perempuan untuk ikut aktif berperan dalam politik. Tampilnya kaum perempuan dalam kancah panggung politik diberbagai daerah telah menunjukkan adanya perubahan paradigma politik yang menginginkan kesetaraan gender, di mana ada tuntutan agar kaum perempuan dan laki-laki memiliki kesempatan yang sama dalam bidang politik (Setiawan, 2018).

Bukan hanya dalam bidang politik, kesetaraan gender dibutuhkan dalam semua lini kehidupan masyarakat, khususnya berkaitan dengan pekerjaan. Kaum laki-laki dan masyarakat harus mampu mengubah stereotipe menjadi pemaknaan yang baik terhadap perempuan. Cukup banyak realita yang ditemukan tentang kesuksesan perempuan yang bahkan bisa melebihi dari suksesnya laki-laki, khususnya dalam bidang pendapatan ekonomi dan kebermanfaatannya untuk orang banyak, seperti Najwa Shihab yang selalu memberikan motivasi terbaik untuk seluruh masyarakat terkait dengan masalah-masalah politik. Motivasi tersebut disampaikan melalui media. Terdapat juga Cinta Laura dan

Maudy Ayunda yang berhasil dalam dunia pendidikan hingga lulus dengan predikat *cumlaude* di kampus terbaik dunia serta mampu memberikan manfaat yang baik bagi siapapun. Selain itu, masih banyak ditemukan perempuan-perempuan tangguh lainnya yang juga cerdas dalam segala hal seperti memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik yang kemudian diaplikasikan dalam penggunaan media sosial. Upaya positif yang dilakukan oleh para perempuan tersebut, secara tidak langsung memberikan kontribusi yang baik bagi Indonesia.

Terkait dengan kemampuan berkomunikasi dan pemanfaatan media sosial, berita yang dibuat oleh Kementerian KOMINFO tahun 2021 dengan judul “Perempuan Punya Peran Besar, Menkominfo: Pemerintah Percepat Kesetaraan di Sektor Digital” Mengutip hasil riset yang dilakukan oleh *United Nations* (UN) *Women* pada Juli 2020, Menteri Johnny menyatakan perempuan lebih banyak menggunakan internet untuk keperluan bisnis dibandingkan laki-laki. Di tataran usaha mikro, 54% perempuan telah mengadopsi penggunaan internet dalam memasarkan dan menjual produknya. Bank Indonesia mencatat pada tahun 2021 aktivitas dan transaksi ekonomi digital diproyeksikan akan berkontribusi sebesar Rp337 triliun terhadap perekonomian nasional, meningkat 33,2% dari tahun 2020.

Berdasarkan berita tersebut, membuktikan bahwa perempuan bisa bekerja di sektor manapun, seperti dalam pemanfaatan media digital untuk keperluan bisnis sehingga memberikan dampak positif terhadap lingkungan sekitar dan Indonesia secara umum. Kontribusi yang diberikan oleh perempuan diharapkan bisa memberikan pesan kepada masyarakat khususnya kaum laki-laki bahwa kesetaraan gender itu sangat penting untuk dilakukan, tidak ada yang tidak mungkin ketika motivasi dan kecerdasan dijadikan sebagai vitamin diri untuk bisa hidup dengan lebih baik bagi perempuan Indonesia.

## Keterampilan Berkomunikasi

Interaksi berkaitan dengan istilah komunikasi atau hubungan. Dalam proses komunikasi, dikenal dengan adanya unsur komunikan dan komunikator. Hubungan komunikator dengan komunikan biasanya karena menginteraksikan sesuatu, dikenal dengan pesan. Kemudian untuk menyampaikannya perlu adanya media atau saluran. Jadi unsur-unsur yang terlibat dalam komunikasi adalah komunikator, komunikan, pesan dan media. Dalam hal ini, Effendy (2009) juga berpendapat bahwa proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang muncul dari lubuk hati.

Dalam berkomunikasi inilah, individu menggunakan rasionalitas dan perasaannya untuk berkomunikasi dengan orang lain. Baik sebagai komunikator maupun komunikan, individu yang terampil dalam berkomunikasi tentu saja perlu menyeimbangkan unsur rasionalitas dan perasaannya dalam mengomunikasikan pesan yang hendak disampaikan. Proses penyampaian pikiran tidak hanya semata-mata berbicara mengenai gagasan saja, namun perlu adanya keseimbangan antara gagasan pemikiran dan perasaan. Dengan demikian, keterampilan berkomunikasi menjadi suatu hal yang dapat dikuasai oleh seorang individu.

## Media Sosial

Perkembangan dunia digital dalam satu dekade terakhir menghadirkan berbagai macam teknologi yang memudahkan orang-orang mengakses informasi. Masuknya internet ke dalam kehidupan manusia telah memungkinkan orang-orang membangun kehidupan sosialnya secara daring melalui berbagai platform. Data yang dilansir *wearesocial.com* tahun 2021 mengungkapkan bahwa teknologi yang terhubung (*connected tech*) menjadi bagian yang semakin penting dalam kehidupan orang-orang selama setahun terakhir. Keberadaan media sosial, *e-commerce*, konten *streaming*, dan *game* mengalami

pertumbuhan yang signifikan. Jumlah pengguna media sosial juga terus bertambah, dengan rata-rata 13 pengguna baru setiap detiknya. Pada Oktober 2021, angka pengguna media sosial meningkat hingga mencapai 4,55 miliar (Kemp, 2021)

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial atau media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Media sosial unggul dalam memberikan kecepatan informasi sehingga membuat penggunaannya semakin dinamis dan adaptif (Nasrullah, 2015).

Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.

### **Kesetaraan Gender dan Keterampilan Berkomunikasi di Media Sosial**

Kondisi kaum perempuan yang memprihatinkan dalam memperjuangkan hak-hak perempuan, tidaklah luput dari anggapan bahwa kondisi perempuan di Indonesia sangatlah tidak seimbang dalam hal pemenuhan aspirasi untuk memperjuangkan hak-hak perempuan. Hal tersebut berbanding terbalik dengan jumlah laki-laki yang duduk di parlemen untuk membicarakan dan membahas masalah-masalah publik yang tentunya kurang peka terhadap kondisi dari perempuan Indonesia yang sebenarnya amat krusial, sehingga hal ini membuat perempuan Indonesia kurang mendapat perhatian khusus dalam hal kebijakan. Di sisi lain, dapat dipastikan bahwa kebijakan yang efektif, akan lebih banyak dilandasi oleh proses pengambilan keputusan yang mengikut-sertakan



kaum laki-laki dan kaum perempuan. Apabila hal tersebut dilakukan tanpa melibatkan kaum perempuan dalam menduduki posisi penting di berbagai aspek pekerjaan, maka hal itu tentunya tidak adil, mengingat perlu diketahui bahwa jumlah penduduk Indonesia yang hampir sebagian penduduknya terdiri kaum perempuan. Oleh karena itu, menyetarakan perempuan dan laki-laki dalam sebuah pekerjaan harus mampu diterapkan dengan baik.

Untuk menjaga kesetaraan gender dengan baik di lingkungan sosial, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas dari segi pengetahuan bagi perempuan Indonesia, khususnya berkaitan dengan literasi digital/internet. Literasi digital yang dimaksud adalah kemampuan menggunakan media digital (berupa alat atau jaringan komunikasi) untuk menemukan, membuat, mengevaluasi, serta menggunakan informasi tersebut dengan bijak, sehat, cermat, tepat, dan patuh pada hukum. Pemahaman yang baik yang didapatkan oleh perempuan tentang literasi digital akan membawa dampak yang baik bagi dirinya dan orang lain. Salah satu dampak positifnya ialah mereka dapat mengajak perempuan lain untuk menggunakan dan mengoptimalkan penggunaan internet yang merupakan bagian dari kontribusi mereka terhadap pemberdayaan perempuan, baik di ranah pribadi maupun publik karena perempuan adalah sosok yang unik dan multidimensi identitas. Perempuan tak hanya membangun dirinya dan keluarga, tapi juga membangun masyarakat dan negara. Sebuah keluarga dan bangsa akan menjadi kuat dan berdaya jika perempuan di dalamnya juga kuat dan cerdas. Oleh karena itu, perempuan harus adaptif terhadap informasi teknologi yang semakin dinamis serta memanfaatkan peluang yang ada untuk mengaktualisasikan diri dan berkontribusi dalam proses mewujudkan Indonesia *Digital Nation* (bermartabat, berkeadilan, dan berdaya saing) (Rahim, 2022).

Ditinjau dari proses pekerjaan, pada dasarnya hampir semua pekerjaan yang dilakukan oleh laki-laki juga bisa dilakukan oleh perempuan. Dalam hal ini, pekerjaan untuk bisa meningkatkan taraf hidup keluarga yaitu memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan keuntungan dari produk barang yang dijual.

Kementerian Koordinasi Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia menyatakan bahwa:

*Perempuan bisa menjadi aktor strategis di dalam pembangunan. Tidak hanya pembangunan di desa-desa, tetapi juga pembangunan secara nasional yang dapat mengubah kehidupan masyarakat Indonesia menjadi lebih baik dan sejahtera (Kemenkopmk, 2019).*

Berdasarkan pernyataan tersebut bahwa perempuan memiliki peran yang sangat besar untuk bangsa Indonesia agar pulih dari himpitan ekonomi yang cukup menyiksa masyarakat saat mengalami pandemi Covid-19. Peran serta perempuan membawa dampak yang sangat baik, khususnya bagi mereka yang terampil berkomunikasi dan memanfaatkan media sosialnya untuk menjual produk barang secara online. Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Bintang Puspayoga mengungkapkan pentingnya mendorong peran perempuan sebagai motor penggerak pemulihan ekonomi di masa pandemi Covid-19, baik di tingkat nasional maupun global. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menyusun dan mengimplementasikan program serta kebijakan yang responsif gender, dan meningkatkan kepemimpinan perempuan, yaitu melalui pelatihan peningkatan literasi usaha digital, akses permodalan, dan pemasaran (Kemenpppa, 2021). Usaha digital yang dimaksud berkaitan dengan upaya perempuan menjual produk di media sosial, sehingga diharapkan mampu mendapatkan keuntungan yang secara otomatis bisa meningkatkan taraf hidupnya bersama keluarga. Usaha digital ini tentunya dibarengi dengan pemahaman tentang cara berkomunikasi yang baik di media sosial saat berjualan *online*.

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia menyatakan bahwa adapun strategi yang dilakukan selanjutnya ialah memberikan pelatihan kepemimpinan bagi perempuan di pedesaan bermitra bersama pemerintah daerah dan lembaga masyarakat setempat, memberikan dukungan kepada UMKM perempuan untuk mengatasi pandemi global saat ini, dan mendukung mereka memperoleh akses kredit dengan suku bunga rendah, melaksanakan



program inkubasi (bantuan usaha) Sispreneurs di 22 provinsi dengan menargetkan 1000 perempuan UMKM agar dapat meningkatkan usahanya, mengembangkan program pelatihan literasi usaha digital bersinergi dengan Kominfo yang ditargetkan bagi 100 pengusaha perempuan inspiratif untuk memajukan usaha dan memperkuat pasar mereka dan bagi 22.000 perempuan pengusaha digital guna memastikan kesiapan mereka di industri 4.0. (Kemenpppa, 2021).

Pada dasarnya perempuan memiliki kemampuan yang sangat besar dan kredibel di bidangnya masing-masing, mereka mampu berkomunikasi dengan baik untuk mempersuasif calon konsumen agar membeli produk yang ditawarkan secara *online*. Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Menteri PPN/Bappenas) menyatakan dalam forum Trading Development and Gender Equality yang dilangsungkan di sela Asian Development Bank Annual Meeting 2019 di Nadi, Fiji pada Sabtu, 4 Mei 2019 lalu, bahwa perempuan adalah aset, potensi, dan merupakan investasi yang penting bagi Indonesia. Ia juga mengatakan bahwa kaum perempuan dapat berkontribusi secara signifikan sesuai dengan kapabilitas dan kemampuannya (Kemenkopmk, 2019).

Perempuan adalah aset dan potensi negara Indonesia khususnya berkaitan dengan pemanfaatan media sosial untuk peningkatan ekonomi bangsa. Berada dalam era digitalisasi atau era *Four Point O* (4.0) yang serba canggih, memberikan peluang bagi seluruh perempuan Indonesia untuk lebih mudah memberikan kontribusinya bagi kemajuan bangsa melalui akses internet, media sosial, *smartphone* serta jaringan multimedia lainnya. Namun, penggunaannya harus tetap bijak, khususnya untuk hal-hal yang positif, edukatif dan bersifat membangun (PPID, 2018).

## Kesimpulan

Berdasarkan berbagai penjelasan di atas yang berkaitan dengan perempuan, secara garis besarnya bahwa perempuan memiliki kesempatan yang besar untuk bisa menjadikan bangsa Indonesia pulih dari masalah ekonomi, karena melewati permasalahan sosial tentang

pandemi. Kesempatan besar yang dimiliki perempuan yaitu berkaitan dengan keterampilan berkomunikasi dalam menggunakan media sosial untuk menjual produk kepada konsumen secara *online*. Keterampilan tersebut berkaitan dengan kemampuan menyusun pesan baik berupa kata-kata, angka dan gambar/video yang di-*upload* di akun media sosial seperti *instagram* dan *facebook*. Pendapatan yang didapatkan oleh perempuan saat berjualan di media sosial, tentunya tidak lepas dari motivasi dan komunikasi yang baik dan benar yang pada akhirnya mampu untuk memberikan kepuasan pada konsumen/pelanggan.

Berkaitan dengan kontribusi perempuan bagi Indonesia ditinjau dari keterampilan berkomunikasi di media sosial, maka kesimpulannya bahwa perempuan bisa menjadi aktor strategis di dalam pembangunan bangsa Indonesia. Perempuan menjadi pelaku bisnis yang terampil berkomunikasi saat menjual produk melalui media sosial yang tentunya dapat meningkatkan kesejahteraan hidup dan berdampak positif bagi perkembangan bangsa Indonesia yang baru saja melewati masa *pandemic* Covid-19. Dengan memberikan pelatihan kepemimpinan dan mendukung UMKM perempuan, hal ini dipercaya juga mampu memperbaiki kembali taraf hidup masyarakat Indonesia, secara khusus perkembangan ekonomi bangsa yang terdampak Covid-19. Menyadari bahwa perempuan adalah aset dan potensi besar bangsa juga mampu mendorong peningkatan ekonomi bangsa melalui pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh perempuan karena kapabilitas dan kemampuannya.



## Profil Penulis



**Dr. Eki Baihaki, M.Si**, Dosen Komunikasi Politik Pascasarjana UNPAS, Wakil Ketua Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi UNPAD, Sekretaris LPM UNPAS, Wisesa Utama Dewan Ketahanan Nasional. Narasumber bidang Politik, Sosial Budaya dan Hankam. Penulis Artikel Opini di Pikiran Rakyat, Kompas.com, Republika, Relawan Uji Klinis Vaksin Covid 19. Pengurus ICMI Jabar, Pengurus Citarum Institute, Pengurus Aspikom, Pengurus ISKI Jabar, Pengurus FPK (Forum Pembauran Kebangsaan Jawa Barat), Pengurus Relawan Perguruan Tinggi Anti Narkotika Jawa Barat dll.

**Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si**, Guru Besar bidang Komunikasi Organisasi di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung. Memperoleh gelar sarjananya dari Program Studi Pendidikan Manajemen di IKIP (Sekarang UPI) Bandung (1987), Magister (1999) dan Doktor (2007) diperoleh dari Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Padjajaran (UNPAD) Bandung.





**Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.** , lahir di Binjai, Sumatra Utara. Lulus S3 Ilmu Komunikasi dari Universitas Padjajaran Bandung. Bekerja sebagai dosen tetap di Universitas Kristen Indonesia sejak tahun 1986. Selain dosen, pernah menjabat sebagai Sekretaris Rektor UKI tahun 1990 s.d 1994. Kepala Biro Administrasi dan Akademik tahun 1994 s.d. 1996. Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi tahun 1997 s.d. 2000. Ketua Redaksi Jurnal Sociae Polites 2010 s.d. 2015. Organisasi yang diikuti adalah Anggota Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi UNPAD (IDIK), Wakil Ketua Umum Forum Pemberdayaan Perempuan Indonesia (FPPI) , Dewan Pakar MKGR, Anggota Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI). Beberapa jurnal internasional terindeks scopus dan jurnal internasional sudah dihasilkan antara lain: *Criticizing Indonesian Initiative in the Junta Military Coup-D'etat in Myanmar: A Study of Political Communication. Electoral Manipulation in Indonesia's 2019 National Election*. Buku bahan ajar dan buku referensi yang sudah dihasilkan adalah Teknik Lobby dan Negosiasi. 2021, Teori Komunikasi Massa 2021, Pengantar Ilmu Komunikasi 2021.

**Prof. Dr. H. Asep S. Muhtadi, M.A.**, Guru Besar Ilmu Komunikasi, lahir di Bandung, pada tanggal 19 Juni 1961. Setelah menyelesaikan pendidikan tingkat dasar dan menengah di Pondok Pesantren Pembangunan Sumur Bandung hingga tahun 1981, kemudian melanjutkan studi pada jurusan Pendidikan Matematika, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Gunung Djati, dan lulus Sarjana Muda tahun



1985. Pendidikan S1 diselesaikan tahun 1987 dalam bidang Ilmu Dakwah dan Komunikasi dari perguruan tinggi yang sama. Program Magister (S2) diselesaikan tahun 1995 dalam bidang Studi Kawasan Asia Selatan di University of Wisconsin-Madison, USA. Sedangkan



Buku Komunikasi Merawat Negeri, adalah kumpulan dari 13 tulisan anggota Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi alumni UNPAD (IDIK), diterbitkan dalam rangka miladnya yang ke 5. Buku ini hadir sebagai ihtiar menjawab masalah fundamental filosofis dan konseptual apakah komunikasi itu merupakan solusi atau malah menjadi bagian dari masalah bangsa saat ini.

Komunikasi dapat menjadi benteng yang kokoh untuk mencegah konflik, namun demikian komunikasi juga dapat menjadi pemicu lahirnya konflik. Konflik dalam komunikasi terjadi karena banyak faktor, diantaranya emosional subjektif individu yang disebabkan adanya kompetisi kehidupan yang keras, berfikir simplistik, sikap dominan yang berlebihan, dan adanya perbedaan nilai kehidupan. Bisa juga disebabkan peran media massa yang turut terlibat dalam pusaran konflik.


Berbicara dan berkomunikasi pada realitasnya bukanlah hal mudah. Dari catatan historis sejak ribuan tahun yang lalu ada negara besar, kuat dan maju, pada masa 5000 tahunan sebelum Masehi hancur oleh sejenis penyakit yang terkait dengan komunikasi. Dalam bahasa Arab disebut penyakit *tabalbul*, sementara dalam bahasa Belanda dikenal sebagai *babylonische taalverwarring*. Yang mengundang perdebatan bertele-tele, meninggalkan inti substansi persoalan yang dibicarakan, melantur ke mana-mana. Akibatnya penduduk Babilon saling berkonflik hingga berperang satu sama lain.


Nabi Muhamad SAW pun mengingatkan kita, "*Jika kita tidak mampu berbicara baik, maka lebih baik diam*". Bicara baik penting bagi nation branding Indonesia. Bicara baik diperlukan untuk membangun persepsi positif negara kita terkait dengan karakter, identitas, dan value yang dimiliki. Termasuk image tentang politik saat ini yang penuh kegaduhan dan terkesan saling cakar-cakaran dan menghalalkan segala cara. Hal yang sesungguhnya potensial terjadi di negara kita, terutama dalam pembicaraan tentang politik.


Adalah tanggung jawab kita semua, terutama para filosof komunikasi yang tergabung dalam Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi (IDIK) UNPAD untuk turut mengkonstruksi, mewarnai komunikasi, yang pada akhirnya harus mampu menjadi bagian dari solusi negeri.



 [inara.publisher](https://www.instagram.com/inara.publisher)

 [inara.publisher](https://www.facebook.com/inara.publisher)

 0813.3612.0162

 [www.inarapublisher.com](http://www.inarapublisher.com)