

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK KOTA SAMARINDA DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI PEREMPUAN KOTA SAMARINDA

Ismah Maulidah¹, Endang Erawan², Annisa Wahyuni Arsyad³

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ini yaitu menyusun pesan, menetapkan metode dan penggunaan media. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan empat komponen yaitu pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian, strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kota Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan Kota Samarinda, peneliti menemukan banyaknya kelemahan dalam perumusan strategi yaitu dalam penyusunan pesan yang akan disampaikan pada saat kegiatan sosialisasi dan bimbingan teknis, menetapkan metode penyampaian dan pelaksanaan yaitu kegiatan sosialisasi dan bimbingan teknis yang dilaksanakan hanya satu kali dan tidak berulang serta penggunaan media strategi komunikasi seperti materi power point dan lembar biodata yang dibagikan kepada peserta kegiatan yang masih jauh dari kata baik dan tepat untuk digunakan dalam penyampaian pesan strategi komunikasi.

Strategi komunikasi yang digunakan DP2PA Kota Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan Kota Samarinda melalui kegiatan sosialisasi secara langsung yang merupakan kegiatan untuk menyampaikan, menginformasikan, mengembangkan serta mengarahkan dan mengedukasi masyarakat khususnya perempuan sebagai agen perubahan agar dapat mengelola dan mengolah hasil dari usaha pangan yang dimiliki tentang pentingnya mengurus surat ijin usaha pangan, bagaimana mengelola hasil pangan sesuai dengan standar kesehatan, serta bagaimana cara memasarkan hasil pangan yang sudah di olah melalui media online yang dimiliki pemerintah. Sehingga diharapkan dengan adanya sosialisasi ini masyarakat khususnya perempuan yang memiliki usaha bisa menerapkannya dikehidupannya.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Kemandirian Ekonomi Perempuan.*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: ismahm01@gmail.com

² Dosen Pembimbing I dan Pengajar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing II dan Pengajar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Rendahnya tingkat partisipasi perempuan di Kalimantan Timur masih rendah dibanding tingkat partisipasi kerja laki-laki, berdasarkan hasil survei Sosial Ekonomi nasional (Susenas) tahun 2017 menunjukkan persentase penduduk laki-laki dan perempuan di Indonesia hampir berimbang, yakni 50,24 persen dan 49,76 persen. Namun, kondisi tersebut tidak mencerminkan jumlah tenaga kerja laki-laki dan perempuan yang aktif dalam perekonomian. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan masih jauh dibawah laki-laki, berkisar antara 49 hingga 51 persen. Data tersebut diambil dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada tahun 2011-2015. Karena disebabkan keterbatasan yang dihadapi oleh perempuan seperti peluang dan kesempatan yang terbatas dalam mengakses dan mengontrol sumberdaya, keterampilan dan pendidikan yang rendah, hambatan ideologis perempuan yang terkait rumah tangga serta kendala tertentu, yaitu perempuan harus melakukan fungsi reproduksi, produksi dan fungsi sosial secara bersamaan di masyarakat. (pikiran-rakyat.com, diakses 9 Desember 2018).

Berdasarkan hasil evaluasi pembangunan dalam segi perspektif gender di Provinsi Kalimantan timur yang menggunakan beberapa indikator diantaranya adalah Indeks Pembangunan Gender (IPG) dan Indeks Pemberdayaan Gender (IDG). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat angka IPG Kaltim sebesar 85,62 persen dengan kata lain angka ini menggambarkan masih terdapatnya gap antara laki-laki dan perempuan di Provinsi Kalimantan Timur, baik dalam segi kesehatan reproduksi, pemberdayaan dan aktivitas ekonomi. Adapun angka IDG Kaltim sebesar 56,64 persen lebih rendah dari IDG nasional sebesar 71,74 persen, angka ini menunjukkan bahwa tingkat pemberdayaan perempuan di Kaltim dalam dunia politik dan ekonomi jauh dari harapan.

Dalam hal peningkatan ekonomi perempuan di Indonesia khususnya di Kota Samarinda, perempuan memiliki keterbatasan dalam menjalankan aktivitasnya, keterbatasan tersebut seperti rendahnya pendidikan, keterampilan, sedikitnya kesempatan kerja, dan juga hambatan ideologis perempuan yang terkait rumah tangga. Selain itu perempuan juga dihadapkan pada kendala tertentu yang dikenal dengan istilah “triple burden of women”, yaitu perempuan harus melakukan fungsi reproduksi, produksi dan fungsi sosial secara bersamaan di masyarakat. Hal tersebut menyebabkan kesempatan perempuan untuk memanfaatkan peluang ekonomi yang ada menjadi sangat terbatas.

Oleh karena itu program pemberdayaan bagi perempuan di bidang ekonomi sangat diperlukan karena pada dasarnya perempuan memiliki potensi yang luar biasa dalam perekonomian terutama dalam pengaturan ekonomi rumah tangga.

Upaya pencapaian kesuksesan ini, tentu saja tidak lepas dari strategi komunikasi yang telah dipersiapkan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Samarinda, agar program ini dapat berjalan dengan baik. Dalam sebuah lembaga, rencana strategi sangatlah dibutuhkan karena berkaitan dengan strategi komunikasi, yang nantinya didalamnya akan tergambar jelas hal-hal apa saja yang harus dilakukan sehingga tujuan dapat dicapai dengan efektif. Berbicara mengenai strategi komunikasi berarti juga berbicara mengenai proses komunikasi. Dimana proses komunikasi ini merupakan serangkaian tahapan

berurutan yang melibatkan komponen-komponen komunikasi berupa komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Peneliti tertarik mengambil judul ini dalam proses meningkatkan kemandirian perempuan berjalan cukup baik agar menghindari kekerasan terhadap perempuan di Samarinda, namun belum keseluruhan wilayah Samarinda terorganisir mendapatkan program ini sepenuhnya.

Dengan melihat uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah tersebut secara ilmiah melalui skripsi yang berjudul **“Strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan di Kota Samarinda”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan di Kota Samarinda ?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu : Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan di Kota Samarinda.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penulisan penelitian skripsi adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dan kontribusi pemikiran bagi pengembangan studi ilmu pengetahuan pada umumnya dan Ilmu komunikasi pada khususnya, terutama mengenai Strategi Komunikasi dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan.
2. Manfaat Praktis
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda dalam merancang, merumuskan pesan komunikasi yang tepat dalam menjalankan strategi komunikasi.

KERANGKA DASAR TEORI

Model Lasswell

Model Komunikasi Lasswell (dalam Mulyana, 2010:135). salah satu model komunikasi yang paling tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, seorang ahli ilmu politik dari *Yale University*. Dia menggunakan lima pertanyaan yang perlu

ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi yaitu, *who* (siapa), *says what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (unsur pengaruh/efek). Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung/tidaklangsung dengan maksud memberikan dampak/effect kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Effendy (2008:35), merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi.

Perumusan Strategi Komunikasi

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak, cara ini merupakan persuasi dalam arti yang sesungguhnya.

Dalam Arifin (1994) agar pesan yang disampaikan kepada sasaran menjadi efektif, maka diperlukan rumusan strategi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyusun pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dalam pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Pesan yang disampaikan dengan cara tatap muka ataupun dengan menggunakan media komunikasi, isinya bisa berupa hiburan, informasi, nasihat, ilmu pengetahuan.

Perhatian adalah pengamanan yang terpusat. Dengan demikian awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Jadi, proses tersebut harus bermula dari perhatian, sehingga pesan komunikasi yang tidak menarik perhatian, tidak akan menciptakan efektivitas.

2. Menetapkan Metode

Seperti yang dikutip dalam Arifin (1994 : 73) dalam dunia komunikasi pada teknik penyampaian atau mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedangkan yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud

yang dikandung. Oleh karena itu yang pertama menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu Redundancy (Repetition) dan Canalizing. sedang yang kedua menurut bentuk isinya dikenal dengan teknik-teknik: informatif, persuasif, edukatif dan koersif.

- a. Redundancy (repetition) cara mempengaruhi khalayak dengan cara menulangi pesan kepada khalayak.
- b. Canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasil, maka harus memenuhi nilai-nilai standard kelompok dan secara berangsur-angsur merubah ke arah yang dikehendaki.
- c. Teknik informatif adalah bentuk suatu isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan memberikan penerangan.
- d. Persuasif berarti mempengaruhi dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak yang diduga pikirannya maupun perasaannya.
- e. Teknik edukatif berarti sebagai salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat, fakta, dan pengalaman dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.
- f. Koersif berarti mempengaruhi banyak khalayak dengan cara memaksa. Teknik ini biasa dimanifestasikan dalam bentuk peraturan, perintah maupun intimidasi.

3. Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai alat penyalur, ide dalam rangka merebut pengaruh khalayak adalah suatu hal yang merupakan keharusan, karena media dapat menjangkau khalayak yang cukup besar. Media merupakan alat penyalur, juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan karena masing-masing medium mempunyai kelemahan tersendiri sebagai alat.

Pemberdayaan Perempuan

Menurut Parawansa (2006:79), pemberdayaan perempuan adalah agenda bangsa yang secara keseluruhan menjadi tanggung jawab bersama pemerintah dan masyarakat. Disamping itu, pemberdayaan perempuan perlu disiapkan dan dilaksanakan secara terencana, terarah, terpadu dan berlanjut. Tujuan pemberdayaan perempuan untuk mempertahankan nilai-nilai persatuan dan kesatuan serta nilai historis perjuangan kaum perempuan. Hal ini dilakukan dalam rangka melanjutkan usaha pemberdayaan perempuan serta kesejahteraan keluarga dan masyarakat.

Kemandirian Ekonomi Perempuan

Parker (2005:227) juga mengemukakan bahwa kemandirian juga berarti adanya kepercayaan terhadap ide diri sendiri. Kemandirian berkenaan dengan

kemampuan menyelesaikan suatu hal sampai tuntas. Kemandirian berkenaan dengan dimilikinya tingkat kompetensi fisik tertentu sehingga hilangnya kekuatan atau koordinasi tidak akan pernah terjadi ditengah upaya seseorang mencapai sasaran. Kemandirian berarti tidak adanya keragu-raguan dalam menetapkan tujuan dan tidak dibatasi oleh kekuatan akan kegagalan.

Kemandirian ekonomi yaitu kemampuan untuk mengatur, memenuhi, mengatasi masalah ekonomi sendiri sehingga tidak tergantung terhadap orang lain. (Havighurst, 1972)

Sedangkan menurut Fergus (dalam Hidayat, 2006:42) mengemukakan bahwa desakan ekonomi (bagi ibu yang berpendidikan SD ke bawah) tampaknya lebih merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan ibu untuk masuk ke pasar kerja.

Menurut Wulansari (2011:25), ada beberapa motif perempuan bekerja yaitu antara lain karena kebutuhan finansial, kebutuhan sosial-relasional dan kebutuhan aktualisasi diri. Perempuan miskin di desa maupun di kota merupakan kelompok terbesar yang terus-menerus mencari peluang kerja demi memenuhi kebutuhan dasar. Mereka bekerja sebagai buruh tani, pembantu rumah tangga, pemulung atau buruh pabrik.

Faktor kesempatan kerja dan faktor untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi inilah yang pada hakekatnya menghantarkan kaum wanita untuk bekerja di sektor publik.

Definisi Konsepsional

Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan di Kota Samarinda adalah suatu cara dan manajemen untuk mencapai suatu usaha perempuan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan melepaskan diri dari orangtua atau orang dewasa untuk mengerjakan sesuatu atas dorongan diri sendiri dan kepercayaan diri tanpa adanya pengaruh dari lingkungan dan ketergantungan pada orang lain, adanya kebebasan mengambil inisiatif untuk mengatur kebutuhan sendiri, dan mampu memecahkan persoalan dan hambatan yang dihadapi tanpa bantuan orang lain. Karena pada dasarnya perempuan memiliki potensi yang luar biasa dalam perekonomian terutama dalam pengaturan ekonomi rumah tangga.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan

Kota Samarinda, ditinjau dari :

- a. Menyusun Pesan
- b. Menetapkan Teknik
- c. Penggunaan Media

SUMBER DATA

Dalam penelitian ini, sumber data yang didapat berasal dari:

a. Data Primer

Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dari sumber asli yang dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang memberikan data yang berjumlah 3 orang yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Terlibat dalam proses strategi komunikasi dan kegiatan sosialisasi.
- b. Terlibat secara langsung dalam proses sosialisasi dan penyuluhan terkait Meningkatkan Kemandirian Perempuan.
- c. Menjadi bagian dalam kegiatan serta terlibat dalam strategi komunikasi Dinas P2PA Kota Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan kota Samarinda yang diharapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Ibu Drg. Deasy Evriyani selaku Kepala bidang Kualitas Perempuan dan Kualitas Keluarga Dinas P2PA Kota Samarinda sebagai *key informan*. Karena dinilai mempunyai kriteria seperti di paparkan di atas.

Kemudian informan pendukung yaitu orang-orang yang hadir dalam kegiatan serta pelaksanaan strategi komunikasi dan pihak yang berkerja sama dalam kegiatan. Maupun informan tambahan seperti masyarakat juga turut menjadi sumber dalam penelitian ini dikarenakan untuk mengetahui dari sudut pandang masyarakat, apakah strategi yang selama ini sudah berjalan dengan baik.

Informan tersebut akan memberikan informasi yang akurat dimana informasi tersebut dapat melengkapi data-data yang dianggap kurang dan sekiranya dibutuhkan. Peneliti memilih Ibu Rahayu selaku Kasi Pelembagaan Pengurastamaan Gender dan Pemberdayaan Perempuan (PPG & PP) Bidang Ekonomi dan Sosial Dinas P2PA Kota Samarinda sebagai informan pendukung dan 1 orang peserta sosialisasi yaitu Ibu Jusmawati.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber tidak langsung biasanya berupa data dokumentasi, arsip-arsip, serta buku-buku ilmiah. Untuk menunjang penelitian ini diambil dari data-data yang berupa dokumen-dokumen yang berasal dari data yang dimiliki di kantor Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Samarinda.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini, yaitu:

a. Observasi

Menurut Nasution (Sugiyono, 2009:226) adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Data alias fakta mengenai dunia kenyataan diperoleh melalui observasi. Manfaatnya adalah peneliti lebih mampu memahami konteks data dalam situasi sosial. Saat melakukan observasi, peneliti mengumpulkan data-data tentang Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kota Samarinda.

b. Wawancara

Di gunakan untuk memperoleh informasi dengan mendengarkan dan mencatat informasi jawaban yang telah dikemukakan informan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat atau ide-idenya.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data pengumpulan data sekunder, berupa arsip, dokumen, serta foto-foto di lokasi penelitian yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis berusaha menggambarkan Strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Samarinda dalam meningkatkan kemandirian perempuan di Kota Samarinda. Karena penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka penulis menggunakan analisis dan deskriptif kualitatif. sedangkan untuk menganalisa data kualitatif menurut Milles dan Hubberman serta Johnny Saldana, (2014:14), terdiri dari 4 komponen, antara lain :

1. Pengumpulan data yaitu data pertama atau data mentah dikumpulkan dalam suatu penelitian.
2. *Data reduction* atau penyederhanaan data yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan dengan membuat abstraksi, mengubah data mentah yang dikumpulkan dari penelitian kedalam catatan yang telah disortir atau diperiksa. Tahap ini merupakan tahap analisa data yang dipertajam atau memusatkan, membuat dan sekaligus dapat dibuktikan.
3. Penyajian data yaitu menyusun informasi dengan cara tertentu sehingga diperlukan memungkinkan penarikan kesimpulan/pengambilan tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.
4. Penarikan kesimpulan yaitu sebagai langkah akhir yang meliputi pemberian makna berdasarkan pemahaman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dalam Meningkatkan Kemandirian Perempuan Kota Samarinda

Untuk mencapai tujuan dalam melakukan kegiatan sosialisasi meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan, maka Dinas P2PA Kota Samarinda melalui Sosialisasi dan Bimbingan Teknis dari narasumber yang ahli di bidangnya dengan upaya meningkatkan kemandirian perempuan perlu didukung oleh satu strategi komunikasi yang efektif agar hal-hal yang disampaikan dalam melakukan sosialisasi dan bimbingan teknis bisa berjalan dengan benar, maka dalam penyusunan suatu strategi komunikasi, ada hal inti dalam penyusunan strategi komunikasi, yaitu menyusun pesan, menetapkan teknik, dan penggunaan media.

Dengan menggunakan hal tersebut, maka kita dapat mengetahui strategi komunikasi apa yang digunakan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dalam Meningkatkan Kemandirian Perempuan Kota Samarinda.

1. Menyusun Pesan

Dalam penyusunan pesan yang disampaikan, Dinas P2PA Kota Samarinda telah memenuhi kriteria keberhasilan penyampaian pesan menurut Wilbur Schramm dalam Arifin (1994: 68). Namun menurut fakta di lapangan, dalam proses penyusunan strategi komunikasi Dinas P2PA Kota Samarinda tidak terstruktur karena tidak memiliki SOP yang sesuai. Hal ini dikarenakan tidak adanya data dan pengetahuan tentang strategi komunikasi yang benar.

Dinas P2PA sejauh ini telah memiliki program dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan Kota Samarinda, yaitu Bimbingan Teknis Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) Perempuan Menuju Desa Prima, Gerakan Perempuan Terampil Usaha Mandiri (GEMPUR), Sinergi Kesetaraan Gender Wujudkan Samarinda Sejahtera (SEGER WARAS), Pemasaran Digital Online, Prosedur Pengurusan Ijin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga dan Keamanan Pangan) yang dilaksanakan hanya dalam satu hari. Program kegiatan ini dilakukan dalam satu hari dikarenakan tidak adanya anggaran yang diberikan oleh pemerintah kota untuk melaksanakan program kegiatan tersebut. Sehingga dalam melaksanakan program kegiatan ini Dinas P2PA Kota Samarinda meminta bantuan kepada OPD (Organisasi Perangkat Daerah) lainnya yang terkait dalam memberikan materi yang akan disampaikan dalam sosialisasi dan bimbingan teknis.

Program kegiatan yang dilaksanakan Dinas P2PA Kota Samarinda ini diperuntukan untuk perempuan yaitu ibu rumah tangga yang cerai atau ditinggal meninggal suaminya, ibu rumah tangga yang miskin serta pelaku industri kreatif rumah tangga yang pemiliknya perempuan yang dikoordinasi melalui setiap keluarahan yang ada di Kota Samarinda agar dapat hadir mengikuti kegiatan tersebut sebagai peserta.

Dalam melaksanakan program kegiatan Dinas P2PA Kota Samarinda juga mengalami kendala di lapangan yaitu kurangnya tim untuk mengelola dan

menjalankan program kegiatan. Tidak adanya relawan dan terbatasnya staf Dinas P2PA Kota Samarinda mengharuskan program kegiatan ini dilaksanakan dalam satu hari yang sama agar mengurangi beban biaya dan menghemat waktu Dinas P2PA Kota Samarinda kedepannya.

Kurangnya pengetahuan dan tidak adanya struktur dalam penyusunan pesan yang baik dalam strategi komunikasi yang dilakukan Dinas P2PA Kota Samarinda menjadi suatu kelemahan yang dimiliki Dinas P2PA dalam proses penyusunan strategi komunikasi. Karena tidak adanya data dan pengetahuan tentang bagaimana menyusun dan menjalankan strategi komunikasi yang benar dan terstruktur maka strategi komunikasi yang dijalankan Dinas P2PA Kota Samarinda tidak bisa dikatakan berhasil dalam penyusunan pesannya.

2. Menetapkan Metode

Mengacu pada apa yang dituliskan Arifin bahwa dalam dunia komunikasi ada dua metode penyampaian pesan. Pertama menurut cara pelaksanaannya. Kedua menurut bentuk isinya. Berdasarkan dari hal tersebut maka teknik penyampaian pesan yang digunakan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda menurut cara pelaksanaannya memilih menggunakan metode sosialisasi dan bimbingan teknis untuk menyampaikan pesan. Namun, program kegiatan ini baru berjalan satu kali dan belum ada kelanjutannya. Hal ini dikarenakan terbatasnya anggaran untuk melaksanakan program kegiatan tersebut. Sehingga program kegiatan tersebut dilaksanakan di satu hari yang sama.

Bukan hanya terbatasnya anggaran yang menjadi kelemahan Dinas P2PA Kota Samarinda dalam melaksanakan program kegiatan kemandirian ekonomi ini tetapi juga keterbatasan panitia yang dapat turut serta dalam melaksanakan program kegiatan tersebut. Pelaksanaan program-program kegiatan yang berjalan di satu hari yang sama yang seharusnya bisa dilaksanakan dihari dan waktu yang berbeda, tetapi dikarenakan keterbatasannya anggaran sehingga program-program tersebut harus berjalan dihari yang sama dengan satu panitia yang sama. Tidak adanya tim khusus yang bertanggung jawab dalam meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan, serta tidak adanya keikutsertaan relawan ataupun pihak swasta dalam berlangsungnya program kegiatan ini menjadikan Dinas P2PA Kota Samarinda hanya bisa melaksanakan program kegiatan dengan memaksimalkan anggaran dan tenaga panitia yang ada.

Jika berdasarkan teknik pelaksanaannya maka hal ini tidak sesuai dengan standar terlaksananya strategi komunikasi yang benar, dikarenakan program kegiatan ini baru dilaksanakan satu kali dan belum ada kelanjutannya, serta kurangnya panitia pelaksanaan dan tidak adanya tim khusus kemandirian ekonomi perempuan dalam melaksanakan program kegiatan. Agar strategi komunikasi dapat dikatakan berhasil maka dalam teknik pelaksanaannya harus dilaksanakan lebih dari satu kali serta dilaksanakan oleh tim khusus yang ahli dibidangnya sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dijalankan dengan baik oleh penerima pesan.

Jika berdasarkan bentuk isinya yaitu melalui teknik informatif, persuasif, dan edukatif. Teknik penyampaian pesan memiliki pengaruh kepada tingkat pemahaman khalayak. Pesan yang bersifat informatif berarti pemberian informasi kepada khalayak. Pesan yang bersifat persuasif yaitu pesan yang disampaikan pastilah terdapat ajakan untuk perubahan dan perilaku. Serta edukatif yaitu memberikan edukasi kepada khalayak. Pastinya khalayak membutuhkan edukasi agar lebih memahami pesan yang di berikan seperti bagaimana meningkatkan kemandirian kita sebagai perempuan terutama dalam mengelola hasil pangan rumahan. Pesan yang disampaikan menggunakan ketiga metode tersebut mempunyai kemungkinan besar untuk bisa dipahami oleh khalayak karena ketika pesan tersebut disampaikan akan lebih jelas dan mudah dipahami dengan pemberian informasi, persuasi dan edukasi.

Dalam teknik penyampaian pesannya bisa dikatakan berhasil karena pesan yang diberikan informatif, persuasif serta edukatif. Hal ini dikarenakan peserta yang mengikuti program kegiatan tersebut membutuhkan pesan yang diberikan oleh Dinas P2PA Kota Samarinda. Pesan tersebut berisi informasi yang diperlukan peserta yaitu ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha pangan, bagaimana cara untuk mengolah dan mengelola hasil usahanya agar dapat bersaing di era digital dan memenuhi standar kesehatan pangan.

3. Penggunaan Media

Sosialisasi dan bimbingan teknis dalam penelitian ini diartikan sebagai proses penyebarluasan pesan mengenai meningkatkan kemandirian perempuan di bidang ekonomi yang dilaksanakan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda melalui sosialisasi dan bimbingan teknis “DESA PRIMA” untuk diberikan kepada khalayak. Dengan demikian agar semua khalayak dapat memperoleh pesan mengenai “DESA PRIMA” maka dibutuhkan penggunaan media komunikasi yang tepat untuk membantu menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang belum mengetahui “DESA PRIMA”.

Dinas P2PA Kota Samarinda memilih beberapa media komunikasi yang disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai. Media yang digunakan yaitu berupa banner yang dipasang pada saat kegiatan berlangsung, serta materi power point yang dibawakan narasumber agar materi yang disampaikan lebih mudah diterima peserta. Serta lembar biodata yang disebar dan diberikan kepada peserta untuk di isi mengenai usaha apa yang dimiliki.

Jika dilihat dari media yang digunakan Dinas P2PA Kota Samarinda dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dapat dikatakan tidak termasuk dalam media komunikasi. Hal ini dikarenakan media komunikasi merupakan alat penyampaian pesan, dan yang termasuk dalam alat penyampaian pesan yang digunakan Dinas P2PA Kota Samarinda hanyalah banner. Sedangkan materi power point dan lembar biodata peserta bukan termasuk media komunikasi, sehingga dapat dikatakan media yang digunakan Dinas P2PA Kota Samarinda masih kurang tepat sebagai alat penyampaian pesan strategi komunikasi karena hanya ada satu media yang tepat.

Terbatasnya media komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan dikarenakan tidak adanya anggaran untuk dapat memenuhi kriteria media komunikasi yang harus digunakan dalam strategi komunikasi, media yang digunakan pada saat program kegiatan merupakan sumbangan dari OPD (Organisasi Perangkat Daerah) yang terkait dalam program kegiatan tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian di lapangan mengenai Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kota Samarinda, maka penulis menarik suatu kesimpulan yang dirumuskan kembali dengan kalimat yang lebih lengkap sesuai dengan hasil pembahasan yaitu sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Strategi Dinas P2PA Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kota Samarinda

Dinas P2PA Kota Samarinda memiliki tugas meningkatkan kemandirian para perempuan melalui strategi yang dimilikinya. Strategi Komunikasi yang dimiliki Dinas P2PA Kota Samarinda yaitu Strategi SINERGRITAS dengan cara memfasilitasi organisasi perempuan di Kota Samarinda, yaitu menghubungi ketua organisasi melalui GOW (Gabungan Organisasi Wanita) lalu melakukan kunjungan koordinasi diskusi mengenai rencana-rencana yang dimiliki oleh Dinas P2PA Kota Samarinda yang bisa digunakan atau dilaksanakan oleh organisasi wanita dan kegiatan dan rencana apa yang dimiliki oleh organisasi wanita yang bisa difasilitasi dan didukung oleh Dinas P2PA Kota Samarinda serta rencana apa yang perlu dilakukan kedepannya untuk meningkatkan kemandirian perempuan.

Strategi yang dimiliki Dinas P2PA Kota Samarinda dalam meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kota Samarinda yaitu salah satunya program unggulan “DESA PRIMA” Desa Perempuan Indonesia Mandiri atau yang sekarang disebut menjadi Desa Industri Rumahan. Program ini bertujuan untuk mewujudkan Perempuan Indonesia yang maju dan mandiri bidang ekonomi melalui pengembangan kegiatan ekonomi produktif untuk mendukung terciptanya kondisi kehidupan yang lebih sehat dan sejahtera baik dilingkungan keluarga maupun masyarakat.

Meningkatkan sumber daya manusia perempuan dibidang ekonomi untuk dapat meningkatkan kontribusi dan keikutsertaan kaum perempuan dalam berbagai sektor kehidupan. Memperluas kesempatan bagi kaum perempuan untuk mengembangkan potensi dirinya serta meningkatkan kesejahteraan hidupnya melalui pengembangan ekonomi produktif. Mengintegrasikan Model DESA PRIMA dengan beberapa kegiatan yang dilaksanakan ditingkat kelurahan, seperti Kampung KB, Kelurahan Responsif Gender dan lain-lain.

2. Kendala-kendala yang Menghambat Dinas P2PA Kota Samarinda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan sosial perempuan Kota Samarinda:

- a. Terbatasnya sumber daya manusia, yaitu tidak memilikinya tim khusus untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan. Tentu saja hal ini menjadi penghambat dalam memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat.
- b. Terbatasnya anggaran yang dimiliki Dinas P2PA Kota Samarinda menjadi salah satu faktor terbesar penghambat dalam pelaksanaan program-program yang dimiliki oleh Dinas P2 PA Kota Samarinda
- c. Ketidakikutsertaan pihak swasta atau pengusaha untuk dapat mendukung pelaksanaan program yang dimiliki Dinas P2PA Kota Samarinda baik untuk memfasilitasi tenaga ataupun biaya.

Saran

Adapun saran yang hendak peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Diharapkan Dinas P2PA Kota Samarinda dapat menyusun rancangan strategi komunikasi dengan baik dan benar secara struktur, dengan adanya rancangan strategi komunikasi yang baik dalam menyusun pesan seperti merumuskan masalah yang akan di angkat dan menetapkan segmentasi yang akan dituju dan tujuan dari di adakannya kegiatan tersebut harus sesuai dengan strategi komunikasi, lalu menetapkan metode seperti metode apa yang akan digunakan, misalnya melalui kegiatan sosialisasi atau bimbingan teknis dan harus direncanakan dengan baik dan berulang-ulang tidak hanya sekali, serta penggunaan media yang akan digunakan nantinya seperti brosur, pamflet dan poster untuk media cetak, lalu penyebaran informasi melalui radio dan media sosial sebagai media promosi juga sangat diperlukan bukan hanya isi materi yang akan di sampaikan dan tak lupa menyebarkan kuisisioner di akhir kegiatan, sehingga hal ini dapat menjadi tolak ukur keberhasilan program-program yang akan dilaksanakan dengan strategi komunikasi.
2. Diharapkan Dinas P2PA Kota Samarinda dapat melakukan rekrutmen terbuka sumber daya manusia (SDM) khususnya di bidang kemandirian ekonomi perempuan misalnya dengan mengajak kerjasama organisasi yang ada di Kota Samarinda untuk dapat ikut serta membantu dalam menyampaikan informasi mengenai kemandirian ekonomi perempuan karena Dinas P2PA Kota Samarinda tidak memiliki sumber daya manusia di bidang tersebut yang berfungsi untuk memberikan informasi dan pengetahuan mengenai bagaimana menjadi perempuan yang mandiri di jaman yang sekarang ini.
3. Mengingat tidak adanya anggaran yang diberikan Pemerintah Kota khusus untuk Program kemandirian ekonomi perempuan perlunya manajemen keuangan atau anggaran dengan sebaik-baiknya dengan memprioritaskan kegiatan terpenting terlebih dahulu, mengingat anggaran yang dimiliki sangat terbatas. Dinas P2PA Kota Samarinda seharusnya bisa lebih memperjuangkan hak untuk mendapatkan anggaran yang dapat digunakan untuk melaksanakan program-program kegiatan yang sudah di rencanakan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan Kota Samarinda
4. Perlunya menjalin kerjasama dengan pihak swasta untuk mendukung

pelaksanaan program-program yang dimiliki Dinas P2PA Kota Samarinda di kemudian hari agar tidak terhambat oleh anggaran yang belum diberikan Pemerintah Kota. Tidak hanya dalam bentuk kerjasama dana tetapi juga kerjasama dalam memberikan tenaga bantuan untuk membantu menyebarluaskan dan menginformasikan isi dari program-program yang ingin dilaksanakan nantinya.

Daftar Pustaka

- Ali, M. & Asrori, M. 2008. *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV. Amriko
- Astuti, A. D. 2011. *Perkembangan Masa Perempuan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Bogdan, Robert dan Steven Taylor. 2008. *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi. Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaplin, J.P. 2011. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hasan, Alwi. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Hasanah. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: LPM UIN.
- Hidayat, A. 2006. *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia: Aplikasi Konsep dan Proses*. Jakarta. Salemba Medika.
- Milles, B. Mathew, A. Michael Huberman dan Johny Saldana, 2014. *Qualitative Data Analysis*. Edisi Ketiga. Sage Publications, Inc.
- Moleong, 2008. *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Monks, F.J. 2002. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagian*. Cet. 14.: Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, J. Dwi dan Suyanto, Bagong (editor). 2007. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan Edisi Ketiga*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Parawansa, Khofifah Indar. 2006. *Mengukur Paradigma Menembus Tradisi*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia
- Parker, D. K. 2005. *Menumbuhkan Kemandirian dan Harga Diri Anak*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.
- Sudarwati, D. Jupriono. 2003. *Betina, Wanita, Perempuan: Telaah Semanteksikal, Semantik Historis, Pragmatic*. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.
- Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*.

Bandung: PT Refika Aditama.

Tong, Rosmerie. 2004. *Feminist Thought*. Yogyakarta: Jalasutra

Wulansari, Dewi. 2011. *Sosiologi: Konsep dan Teori*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Sumber Internet :

<http://kaltim.prokal.co/read/news/267907-lima-bulan-di-samarinda-sudah-400-pasangan-cerai-perkara-kdrt-sulit-rujuk.html>, di akses 18 Oktober 2018.

<http://unilla.ac.id>, di akses 2 Desember 2018).

<http://www.kompasiana.com>, diakses 9 Desember 2018).

<http://www.pikiran-rakyat.com>, diakses 9 Desember 2018.

<https://media.neliti.com/media/publications/140246-ID-keterlibatan-perempuan-dalam-mewujudkan.pdf> diakses 9 Desember 2018

<https://media.neliti.com/media/publications/35511-ID-reformulasi-norma-hak-dan-kewajiban-suami-istri-dalam-hukum-keluarga-di-indonesi.pdf> diakses 10 september 2019

<https://www.korankaltim.com/citizen-journalism/read/21472/peran-perempuan-pada-pembangunan-kaltim> di akses 5 September 2019

<http://digilib.unila.ac.id/3987/15/BAB%20II.pdf> di akses 15 september 2019

http://etheses.uin-malang.ac.id/1254/6/11410086_Bab_2.pdf di akses 15 september 2019

<http://www.koalisperempuan.or.id/2016/03/07/uu-perkawinan-mendiskriminasi-perempuan/> diakses 10 September 2019

<http://kaltim.tribunnews.com/2017/01/26/angka-perceraian-di-samarinda-aling-tinggi-se-kalimantan-sehari-hakim-tangani-40-perkara>, di akses 18 Oktober 2018.