

Komunikasi Partisipasi Perempuan Kepala Keluarga Melalui *Entrepreneurship*

Safira Anindya Hartoyo

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jakarta

safiraanindya@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Realitas kedudukan Perempuan kepala keluarga (Pekka) di Indonesia masih belum sepenuhnya diakui. Masyarakat belum sepenuhnya dapat menerima status perempuan sebagai kepala keluarga secara sosial. Kondisi ini terjadi karena perempuan kepala keluarga memiliki peranan ganda, sebagai ibu, kepala keluarga, tulang punggung pencari nafkah, mendidik dan membesarkan anak, serta pembuat keputusan dalam keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi partisipatif yang dilakukan perempuan kepala keluarga melalui *entrepreneurship*. Penelitian ini menggunakan teori konsep diri (perempuan kepala keluarga yang memiliki kesadaran akan dirinya yang tidak memiliki penghasilan untuk menghidupi keluarga dan dikaitkan dengan konsep diri yang bersifat negatif menjadi konsep diri yang positif). Metode penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, menjadi pendekatan yang tepat untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengalaman seseorang terhadap suatu fenomena. Teknik penelitian yang digunakan adalah observasi partisipan, dan wawancara kepada tujuh informan penelitian. Hasil dari penelitian ini yakni keberhasilan komunikasi partisipatif yang dilakukan oleh perempuan kepala keluarga untuk kemandirian ekonomi keluarga melalui *entrepreneurship* dan mengikuti komunitas Pekka sebagai rumah kedua perempuan kepala keluarga untuk berproses menjadi mandiri.

Kata Kunci: *Entrepreneurship*, Komunikasi Partisipatif, Perempuan Kepala

Keluarga

Communication of Women Heads of Family Participation through Entrepreneurship

Safira Anindya Hartoyo

Communication Sciences, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

safiraanindya@upnvj.ac.id

ABSTRACT

The reality of the position of the female head of the family (Pekka) in Indonesia is still not fully recognized. Society has not been able to fully accept the status of women as heads of families socially. This condition occurs because the female head of the family has a dual role, as mother, head of the family, backbone of the breadwinner, educating and raising children, and decision maker in the family. This study aims to determine participatory communication carried out by women heads of families through entrepreneurship. This study uses self-concept theory (female heads of families who have awareness of themselves who have no income to support the family and are associated with negative self-concept into positive self-concept). Qualitative type research method with phenomenological approach, becomes the right approach to examine more deeply about one's experience of a phenomenon. The research technique used was participant observation, and interviews with seven research informants. The result of this study is the success of participatory communication carried out by women heads of families for family economic independence through entrepreneurship and following the Pekka community as the second home of the female head of the family to process becoming independent.

KeyWords: Entrepreneurship, Participatory communication, Women Heads of Family