

KOMUNIKASI KONTEMPORER

Dinamika Budaya,
Jurnalisme, &
Kehumasan

Editor: Edi Santoso

KOMUNIKASI KONTEMPORER

Dunia komunikasi melaju cepat, merasuk dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Komunikasi telah menjadikan keterhubungan antarmanusia penuh warna, baik dalam konteks komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, atau komunikasi massa. Kualitas interaksi antarmanusia pun dilihat dari kualitas komunikasinya. Maka, membaca atau menyimak potret komunikasi manusia (human communication) pada dasarnya juga melihat kehidupan manusia itu sendiri.

Berbagai kajian dan profesi pun lahir dari dunia komunikasi, misalnya kehumasan (public relations), komunikasi pemasaran, dan jurnalisme. Kehumasan kini bahkan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sebuah institusi yang berurusan dengan publik. Ketika dunia iklan mengalami penurunan, humas naik daun. Strategi 'soft campaign' humas dirasa semakin sesuai dengan karakter masyarakat yang menginginkan kesetaraan di antara partisipan komunikasi.

Begitu juga komunikasi pemasaran semakin relevan, ketika citra adalah segala-galanya. Orang, produk atau lembaga yang ingin sukses di mata publik mutlak melakukan pengelolaan komunikasi dengan khalayak. Program-program promosi wajib mengindahkan prinsip-prinsip komunikasi yang baik. Komunikasi pemasaran pun kita temukan di berbagai lembaga, baik swasta ataupun pemerintah, untuk berbagai program kampanye atau promosi.

Sementara itu, jurnalisme tak pernah kehilangan relevansinya, ketika kebutuhan akan informasi (berita) selalu ada. Isu-isu seputar kompetensi jurnalis pun selalu menarik dibicarakan, ketika kunci dari kegiatan mencari, mengolah, dan menyebarkan kabar tersebut adalah sosok jurnalis itu sendiri. Jurnalis tak semata dituntut menggali data, tetapi juga membangun makna.

Di luar tema di atas, dalam buku ini juga dikupas tema komunikasi dalam singgungan personal, sosial, politik, dan budaya. Komunikasi keluarga, misalnya, menjadi perhatian banyak peneliti, mengingat isu keluarga selalu seksi untuk dibicarakan. Dalam konteks itu, komunikasi dalam ranah sosial dan interpersonal tak mungkin diabaikan.



978-602-7369-05-4



KOMUNIKASI KONTEMPORER: DINAMIKA BUDAYA, JURNALISME, & KEHUMASAN

Editor:
Edi Santoso

Diterbitkan oleh:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman
bekerjsama dengan:
Yayasan Literasi Bangsa

*Komunikasi Kontemporer: Dinamika Budaya,
Jurnalisme, dan Kehumasan*

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Right Reserved

Cetakan Pertama, 2018

ISBN : 978-602-7369-05-4

PENULIS :

- Rose Emmaria Tarigan
- Nofha Rina
- Dea Varanida
- Riyono Gede Trisoko, Elti Martina
- Adhiningasih Prabhawati
- Siti Machmiyah, Pratiwi Wahyu Widiarti dan Chatia Hastasari
- Zikri Fachrul Nurhadi
- Imam Faisal Hamzah
- Lisa Adhrianti
- Agus Ganjar Runtiko
- Galuh Bayuardi, Dian Equanti, Egi Pratama Rizqi
- Iwan Koswara
- Evi Hafizah
- Achmad Fauzi Amnur, Risma Kartika
- Fatmawati
- Herlina Agustin
- Sri Budi Lestari
- Edi Kusmayadi, Subkhan Agung, Ahmad Satori

EDITOR : Edi Santoso

REVIEWER : Agung Noegroho, Tyas Retno Wulan, Hariyadi, Nanang Martono,
Lutfi Makhasin, Alizar Isna, Wahyuningrat, Ayusia Shabita Kusuma, Elpeni
Fitrah, Agus Haryanto, S. Bekti Istiyanto

DESAIN SAMPUL & TATA LETAK : B. Satria

PENERBIT:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman

bekerjasama dengan:

Yayasan Literasi Bangsa

Jl Brigjen Encung, Gg. Karang Indah 2 No 6 Purwokerto

www.literasibangsa.org

KATA PENGANTAR

Dunia komunikasi melaju cepat, merasuk dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Komunikasi telah menjadikan keterhubungan antarmanusia penuh warna, baik dalam konteks komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, atau komunikasi massa. Kualitas interaksi antarmanusia pun dilihat dari kualitas komunikasinya. Maka, membaca atau menyimak potret komunikasi manusia (*human communication*) pada dasarnya juga melihat kehidupan manusia itu sendiri.

Berbagai kajian dan profesi pun lahir dari dunia komunikasi, misalnya kehumasan (*public relations*), komunikasi pemasaran, dan jurnalisme. Kehumasan kini bahkan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sebuah institusi yang berurusan dengan publik. Ketika dunia iklan mengalami penurunan, humas naik daun. Strategi 'soft campaign' humas dirasa semakin sesuai dengan karakter masyarakat yang menginginkan kesetaraan di antara partisipan komunikasi.

Begitu juga komunikasi pemasaran semakin relevan, ketika citra adalah segala-galanya. Orang, produk atau lembaga yang ingin sukses di mata publik mutlak melakukan pengelolaan komunikasi dengan khalayak. Program-program promosi wajib mengindahkan prinsip-prinsip komunikasi yang baik. Komunikasi pemasaran pun kita temukan di berbagai lembaga, baik swasta ataupun pemerintah, untuk berbagai program kampanye atau promosi.

Sementara itu, jurnalisme tak pernah kehilangan relevansinya, ketika kebutuhan akan informasi (berita) selalu ada. Isu-isu seputar kompetensi jurnalis pun selalu menarik dibicarakan, ketika kunci dari kegiatan mencari, mengolah, dan menyebarkan kabar tersebut adalah sosok jurnalis itu sendiri. Jurnalis tak semata dituntut menggali data, tetapi juga membangun makna.

Di luar tema di atas, dalam buku ini juga dikupas tema komunikasi dalam singgungan personal, sosial, politik, dan budaya. Komunikasi keluarga, misalnya, menjadi perhatian banyak peneliti, mengingat isu keluarga selalu seksi untuk dibicarakan. Dalam konteks itu, komunikasi dalam ranah sosial dan interpersonal tak mungkin diabaikan.

Atas kontribusi para penulis, kami sampaikan apresiasi setinggi-tingginya. Berbagai tulisan buah penelitian ini, kiranya akan menambah kaya kepustakaan kita di bidang komunikasi, selain juga mungkin bisa dimanfaatkan secara praktis oleh masyarakat umum.

Akhirnya, kami selaku editor mohon maaf jika dalam menyajikan tulisan ini banyak khilaf dan salah. Semoga semangat kolaboratif ini terus terjaga, sehingga di masa mendatang akan terbangun karya-karya akademik lain yang lebih baik. Amiin..

Purwokerto, Agustus 2018

Editor
Edi Santoso

KATA PENGANTAR	iii
BAGIAN 1. JURNALISME, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KEHUMASAN	
Urgensi Kompetensi Komunikasi Sains Pewarta dalam Pemberitaan Hasil Kajian Ilmiah Terkait Bencana	3
Peran Media dalam Pekerjaan Public Relations.....	17
Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata Alam Kabupaten Muara Enim	29
Memahami Mood dalam Komunikasi Produk Pariwisata Guna Mendapatkan <i>Spiritual Branding</i>	41
Strategi Promosi <i>Ecotourism</i> Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat Melalui Pendekatan <i>Integrated Marketing Communication</i>	53
Evaluasi Bauran Promosi Even Dewan Kesenian Jakarta dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penonton	71
Pengabaian Komunikasi Konservasi Pada Tayangan Wisata Alam dan Petualangan di Televisi	89
BAGIAN 2. KOMUNIKASI DAN KONSTRUKSI BUDAYA	
Keberagaman Etnis Dan Budaya Sebagai Pembangunan Bangsa Indonesia (Studi Komunikasi Antar Budaya Antara Etnis Tionghoa Dengan Etnis Melayu Dan Dayak Di Singkawang)	105
Kajian Opera Tari Jawa <i>Langen Mandra Wanara</i> Gaya Yogyakarta dalam Perspektif Komunikasi Seni	119
Makna Simbol dalam Upacara Adat Balimau Kasai di Kabupaten Kampar.....	139
Konsumerisme dan Romantisme Prewedding	149
Posisi Perempuan dalam Konstruksi Media dan <i>Peer Grup</i>	163

BAGIAN 3. KOMUNIKASI SOSIAL, INTERPERSONAL DAN
KELUARGA

Pola Komunikasi Interpersonal Pada Pekerja Wanita di Mlangi
Nogotirto Yogyakarta181

Komunikasi Keluarga 4.0193

Komunikasi Sosial Perempuan Tomboy205

BAGIAN 4. KOMUNIKASI VIRTUAL DAN POLITIK

Dinamika Psikososial Komunikasi Virtual225

Evolusi Sistem Bahasa dan Teknologi Komunikasi, Ruang Virtual dan
Budaya.....233

Komunikasi Politik Bagi Penanaman Nilai-Nilai Kebangsaan (Analisis
Penerapan Teknik Sosialisasi Politik Melalui Lagu dan Lambang Negara
Indonesia pada Anak Usia Dini)243

Komunikasi Politik Antar Elit Dalam Pemilihan Kepala Daerah Calon
Tunggal di Kabupaten Tasikmalaya257

POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA PEKERJA WANITA DI MLANGI NOGOTIRTO YOGYAKARTA

Siti Machmiah, Pratiwi Wahyu Widiarti dan Chatia Hastasari

PENDAHULUAN

Mlangi merupakan sebuah desa yang terkenal dengan kampung santri, di sana terdapat banyak sekali pondok pesantren salaf (kuno) dengan lingkungan yang religius. Banyak warga masyarakat Mlangi yang sejak kecil sudah masuk ke pondok pesantren ataupun mengikuti kegiatan mengaji di pondok pesantren di Mlangi. Masyarakat desa Mlangi menganggap bahwa mengaji atau memahami agama merupakan suatu keharusan, dibandingkan dengan sekolah. Berbeda dengan saat ini, dahulu masyarakat Mlangi sangat jarang yang bersekolah tau duduk di bangku sekolah formal. Kalaupun mereka sekolah hanya sebatas sampai SD atau SMP saja karena kaum santri di desa Mlangi menganggap sekolah bukanlah hal yang penting. Dengan pandangan seperti itulah maka banyak sekali warga Mlangi yang hanya menyelesaikan sekolah hanya pada jenjang SMP saja, setelahnya mereka tetap mengaji dan mempelajari agama di pondok pesantren.

Selepas lulus dari pondok pesantren dan khatam mengkaji agama pada usia dewasa, bagi laki laki mereka biasanya akan mencari pekerjaan di sekitar Mlangi atau bahkan bekerja di luar Mlangi, bahkan menjadi TKI di luar negara. Bagi perempuan, mereka biasanya akan menikah muda. Setelah menikah, kondisi perekonomian mereka kemudian dijunjung bersama, hal inilah yang pada akhirnya membuat wanita di Mlangi memutuskan untuk bekerja membantu suaminya. Beberapa wanita di Mlangi bahkan ada yang pernah menjadi TKW di Arab ,Malaysia, Hongkong untuk dapat membantu perekonomian keluarga. Tingkat pendidikan laki laki dan wanita di Mlangi yang umumnya masih tergolong rendah ternyata tidak membuat wanita menjadi orang yang subordinat. Perempuan di sana yang sebagian besar bekerja ternyata mempunyai penghasilan yang jauh lebih besar dibandingkan laki-laki. Hal ini membuat wanita mempunyai peran penting demi jalannya kehidupan dalam rumah tangganya.

Demi jalannya kehidupan dalam rumah tangganya sering terjadi wania harus ikut bekerja supaya anak-anak tetap bisa sekolah. Selain itu kebutuhan hidup yang semakin banyak juga menuntut wanita ikut serta dalam mencari nafkah. Menurut Budiman (1985:52)

perempuan di desa lebih banyak bekerja disebabkan oleh faktor kemiskinan. Karena penghasilan suami yang kurang, maka perempuan desa terpaksa untuk mencari pekerjaan yang lebih menghasilkan. Ditambah lagi, pekerjaan di desa pada umumnya tidak menuntut pendidikan yang tinggi, sehingga faktor pendidikan untuk perempuan di desa tidak terlalu menghambat mereka untuk bekerja. Pendapat senada juga diungkapkan oleh Wolfman (1993:16-17) bahwa kebanyakan kaum perempuan pergi bekerja karena terdesak keharusan berbuat demikian. Mereka merupakan bagian dari tenaga kerja dan kebutuhan ekonomi yang semakin luas, mereka merupakan bagian dari revolusi kaum konsumen yang ingin memiliki barang-barang seperti yang diiklankan lewat televisi dan surat kabar. Kaum perempuan yang lainnya mencari pekerjaan, sebab mereka memperoleh pendidikan yang mendorong mereka bekerja demi kebebasan dan pemenuhan diri.

Berubahnya peran perempuan ini, membawa konsekuensi pada perubahan peran laki-laki, sekaligus tatanan sosial yang ada. Sebagai contoh dalam lingkup keluarga, dengan bekerjanya seorang ibu, maka seorang ibu juga berperan sebagai pemberi nafkah keluarga, yang tentunya mempengaruhi ketersediaan waktu dan tenaga seorang ibu untuk berperan di dalam mengurus rumah tangga serta mengasuh anak. Sebaliknya karena istri atau ibu bekerja di luar rumah maka seorang ayah diharapkan juga dapat mengisi peran-peran domestik seperti mengasuh anak dan pekerjaan keluarga lainnya.

Besarnya penghasilan yang didapatkan dari wanita yang bekerja di Mlangi ini rupanya mempengaruhi pola komunikasi interpersonal wanita dengan suaminya. Seorang istri / wanita yang bekerja mereka kemudian memiliki porsi dalam mengambil keputusan dalam keluarga. Berbeda dengan pola komunikasi suami istri yang istrinya tidak bekerja, biasanya suami sebagai pencari nafkah atau pemimpin keluarga juga bertindak sebagai pengambil keputusan. Dengan menggunakan metode kualitatif peneliti akan mengupas bagaimana pola komunikasi interpersonal pada pekerja wanita di Desa Mlangi Nogotirto Yogyakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Komunikasi

Dalam pengertian yang sangat umum, perilaku menunjukkan tindakan atau respon dari sesuatu atau sistem apapun dalam hubungan dengan lingkungan atau situasi (Gould and Kolb, 1984:245). Definisi perilaku juga diungkapkan oleh Mc Donald (1960:167) yaitu sebagai respon

atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau segala sesuatu yang dilakukan olehnya. Perilaku bukanlah sikap akan tetapi sikap merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu (Hapsari, 2006:3).

Rakhmat (2007:32-40) menyebutkan secara garis besar ada dua faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu:

1. faktor biologis

Menurut Wilson (dalam Rakhmat, 2007:34) perilaku sosial seseorang sudah dibimbing oleh aturan-aturan yang sudah diprogram secara genetic dalam jiwa manusia. Struktur biologis manusia (genetika, sistem syaraf dan sistem hormonal) sangat mempengaruhi perilaku manusia. Struktur genetic misalnya mempengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi, dan emosi. Sistem saraf mengatur pekerjaan otak dan proses pengolahan informasi dalam jiwa manusia. Sistem hormonal bukan saja mempengaruhi mekanisme biologis, tetapi juga proses psikologis.

2. faktor sosiopsikologis

Karena manusia makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Kita dapat mengklasifikasinya ke dalam tiga komponen yaitu; komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif. Komponen pertama, yang merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui oleh manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

Berdasarkan definisi perilaku yang telah diungkapkan sebelumnya, perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada. Atau dengan kata lain, perilaku komunikasi adalah cara-cara berfikir, berpengetahuan dan berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut oleh seseorang, keluarga atau masyarakat dalam menyebarkan atau mencari informasi. Perilaku komunikasi juga berarti tindakan responden dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada di dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat (Hapsari, 2006:3).

Jika mengikuti pengertian komunikasi dengan model linier, maka perilaku komunikasi berarti tindakan atau respon terhadap sumber dan

pesan. Sedangkan jika mengikuti model transaksional, maka perilaku komunikasi berarti tindakan seseorang sebagai pelaku komunikasi, karena di sini komunikasi diartikan sebagai saling berbagi pengalaman atau *the sharing of experience* (Tubbs and Sylvia dalam Hapsari,2006:3)

Komunikasi Interpersonal

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan orang lain dalam kehidupan sosialnya. Abraham Maslow menguraikan salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan sosial. Seseorang tidak dapat hidup sendiri, diperlukan kerjasama dalam lingkungan pergaulan sosialnya. Salah satu hal yang harus dilakukan agar diterima secara sosial oleh orang lain adalah berkomunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). sifat komunikasi ini adalah : (a) spontan dan informal ; (b) saling menerima feedback secara maksimal ; (c) partisipan berperan fleksibel (Trenholm dan Jensen dalam Suranto, 2011 : 3). Komunikasi interpersonal merupakan sebuah kegiatan yang paling sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomenologi

Pendekatan fenomenologi pada dasarnya lebih mengutamakan pada rasionalisme dan realitas yang ada. Kaum fenomenologis menegaskan mengenai aspek subjektif dari perilaku orang. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa hingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa kehidupannya (Moleong,1990:9). Dalam pandangan fenomenologi, sesuatu yang tampak itu pasti bermakna menurut subjek yang menampakkannya itu, karena setiap fenomena berasal dari kesadaran manusia sehingga fenomena pasti ada maknanya (Bungin, 2007:3).

Ada beberapa ciri pokok fenomenologi yang dilakukan oleh peneliti fenomenologi:

- 1.Fenomenologi cenderung mempertentangkannya dengan "naturalisme" yaitu yang disebut dengan objektivisme dan positivisme, yang telah berkembang sejak jaman Reainsans dan ilmu pengetahuan modern dan teknologi.
2. Secara pasti, fenomenologi cenderung memastikan kognisi yang mengacu pada apa yang dinamakan oleh Husserl, evidens yang dalam

hal ini merupakan kesadaran tentang sesuatu benda itu sendiri secara jelas dan berbeda dengan yang lainnya mencakupi untuk sesuatu dari segi itu.

3. Fenomenologi cenderung percaya bahwa hanya sesuatu benda yang ada dalam dunia alam dan budaya (Moleong, 2004:15)

Fenomenologi yang dijelaskan oleh Alfred Schutz menjelaskan bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti. Pemahaman secara subjektif terhadap sesuatu tindakan sangat menentukan terhadap kelangsungan proses interaksi sosial, baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya serta yang akan bereaksi atau bertindak sesuai yang dimaksud oleh aktor (Alamanda, 1992:70).

Seperti yang telah dijelaskan di atas, terdapat dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi yaitu *fenomenologi transendental* dari Edmund Huserrl dan *fenomenologi sosial* yang digambarkan oleh Alfred Schutz. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz yang lebih aktif terhadap dunia sosial. Melalui pendekatan tersebut, peneliti gunakan untuk meneliti komunikasi wanita bekerja dengan suaminya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan fenomenologis dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan dalam penentuan informan, penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling* atau sampling bertujuan yang dilakukan dengan cara mengambil subjek sebagai informan bukan didasarkan strata, random atau daerah, melainkan didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto, 2002:117), untuk penelitian ini terdapat dua kriteria informan ; 1. Wanita di Mlangi yang bersuami dan masih hidup suaminya. 2. Wanita yang bekerja untuk membantu perekonomian keluarga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SELINTAS MENGENAI MASYARAKAT DESA MLANGI

Desa Mlangi Nogotirto berada di Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman Yogyakarta. Desa yang sangat kental dengan budaya pesantren ini memiliki cira khas tersendiri, pesantren pesantren tua masih ada di

desa ini. Sebut saja pondok pesantren As-Salafiyah, pondok pesantren Al-Falahiyah, pondok pesantren kuno dan masih terdapat pondok pesantren-pondok pesantren lainnya. Desa Mlangi juga dikenal sebagai desa santri. Budaya santri masih kental di dalamnya, di desa tersebut bahkan terdapat aturan untuk berpakaian sopan dan rapi. Budaya yang lainnya yang kental dengan tradisi NU seperti tahlilan, selamatan masih terus terjaga hingga sekarang.

Warga desa Mlangi kebanyakan pernah belajar di sejumlah pondok pesantren di desa tersebut atau di pondok pesantren di luar Mlangi. Tidak ada perbedaan, laki laki maupun perempuan belajar agama di sejumlah pondok pesantren. Bahkan warga masyarakat desa Mlangi lebih memilih untuk belajar agama dibandingkan dengan sekolah formal seperti SD, SMP, atau ke tingkatan yang lebih tinggi. Berbeda dengan keadaan generasi masyarakat Mlangi sekarang yang sudah terbuka dengan pendidikan umum/ formal sehingga pondok pesantren di Mlangi mulai bertransformasi kepada pendidikan agama dan umum yang dipadukan.

Warga desa Mlangi generasi dulu sangat jarang yang bersekolah tinggi, kebanyakan mereka paling tinggi bersekolah hanya pada tingkat SMP saja karena mereka menganggap sekolah formal atau umum tidak penting, bahkan ada yang tidak sekolah sama sekali karena murni belajar di pondok pesantren saja. Setelah mereka lulus dari pesantren, biasanya bagi mereka yang laki- laki akan bekerja. Namun, dengan pendidikan formal yang hanya sampai SD atau SMP, mereka bekerja di sektor informal dengan pendapatan yang terbatas atau minim. Bagi perempuan, biasanya mereka kemudian memutuskan untuk menikah muda atau sebelumnya bekerja di sektor informal pula. Setelah menikah, para wanita akan membantu suaminya dalam memenuhi kebutuhan keluarga mereka.

Dua dari informan bahkan mengaku pernah menjadi TKW di Arab untuk 2 tahun setelah menikah, dan hasil dari bekerja di luar negeri tersebut digunakan untuk membangun rumah.

"Kulo pernah dados TKW ten Arab 2 tahun, artone ngge ndamel griyo."

"(Saya pernah jadi TKW di Arab 2 tahun, uangnya digunakan untuk membangun rumah)."

Pola Komunikasi pekerja wanita dengan suaminya

Wanita di Mlangi bekerja informal untuk dapat membantu perekonomian keluarga. Ada beberapa sektor informal yang umumnya dapat dikerjakan oleh wanita di Mlangi. Seperti menjadi penjahit borongan, menjadi pengasuh bayi / anak, membuka warung atau salon dan sektor

informal lainnya. Dengan latar belakang pendidikan yang tidak tinggi, wanita dan lelaki di Mlangi sama sama bekerja di sektor informal. Sehingga istri dan suami pun sama sama mempunyai penghasilan. Keputusan wanita sebagai istri bekerja tentunya diawali dengan komunikasi interpersonal dengan suami. Suami sebagai kepala keluarga yang memberikan ijin istrinya untuk bekerja.

Keharmonisan keluarga ditandai dengan komunikasi interpersonal antara wanita dengan suaminya secara baik dan efektif. Dalam (Suranto, 2011 : 80), terdapat 5 hukum komunikasi efektif menurut perspektif The 5 Inevitable Laws of Effective Communication atau lima hukum komunikasi efektif. Lima hukum komunikasi interpersonal pekerja wanita dengan suaminya meliputi : Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble.

1. Respect

Sikap menghargai antara suami dan istri menjadi hal yang penting dalam keberlangsungan rumah tangga. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Durotul Yatimah, dia dan suaminya berusaha untuk selalu menghargai satu sama lainnya. Ia pernah bekerja menjadi TKW di Arab Saudi selama 2 tahun setelah bermusyawarah dengan suaminya. Suaminya mendukung keputusannya demi untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Kala itu, mereka belum punya rumah, bekerja 2 tahun di Arab menjadikan perekonomian mereka membaik, meskipun anak terpaksa ditinggalkan bersama suaminya (Wawancara dengan Ibu Durrotul Yatimah, 16 Mei 2018).

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu Aci Tiffani yang bersuamikan seorang Duda. Ia menuntut suaminya untuk selalu terbuka terhadap pemberian nafkah pada anak dari istri sebelumnya, karena baginya hal itu menjadikannya lebih merasa dihargai.

"Aku mintanya sama suamiku, aku tetap boleh kerja setelah menikah, aku orangnya bosanan, kalau tidak kerja malah gak biasa, kan aku dan suamiku bertemu di tempat kerjaku dulu di Kafe. Suamiku menyanggupi, kalau tidak menyanggupi ya dulu aku gak mau nikah sama dia. Aku juga menghargai suamiku kerja di Magelang kadang sampai malam. Ya udah sepakat, aku buka salon sambil mengurus anakku yang masih bayi"

Suami dan istri yang dapat membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka tercipta kerjasama yang menghasilkan sinergi sehingga meningkatlah kualitas hubungan suami dan istri.

Hal serupa diungkapkan oleh ibu Syarifatul Anis bahwa kehidupan rumah tangganya akan berlangsung baik jika mereka saling mengerti dan

memahami satu sama lain. Ibu Syarifatul Anis sepakat untuk mengasuh anaknya yang masih berusia 3 tahun di rumah, sambil dia bekerja dengan menjadi pengasuh bayi dari tetangganya. Dengan begitu, ia dan suami saling bisa menopang perekonomian keluarga. Anak terjaga karena dia bekerja dengan mengasuh anak tetangganya yang dititipkan di rumahnya. Bahkan ungkapnya, anaknya dan anak asuhnya tersebut dapat akrab (wawancara Mei 2018)

Menurut ibu Munifatul Akhiriyah, suaminya menghargai keputusannya untuk bekerja sebagai guru di PAUD dekat rumahnya, hal itu dilakukan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih bagi keluarganya.

“Suami menghargai keputusan saya untuk bekerja di Paud dekat rumah juga sambil menjahit baju borongan, yang penting anak tetap saya pegang. Sebelumnya yang bekerja hanya suami, sehingga saya ijin dulu untuk bisa bekerja. Setelah bekerja, saya dan suami tetap saling mendukung meskipun suami sebagai penentu kebijakan yang dominan.”

Sedangkan ibu Umi Mafazah yang juga pernah bekerja sebagai TKW di Malaysia, mengatakan bahwa suami juga berusaha untuk mendengarkan masukan darinya jika terkait tentang keputusan keluarga seperti masalah perekonomian rumahtangga atau tentang pendidikan anaknya. Dia berpendapat bahwa usia yang sudah tua, sebaiknya untuk membangun komunikasi yang baik dengan suaminya harus mempunyai sifat untuk saling menghargai dan menghormati (wawancara Mei 2018).

2. Empathy

Empati adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Ibu Umi Mafazah merasakan bagaimana penerimaannya pada suaminya yang bekerja dengan berjualan alat rumah tangga di pasar dengan cara berkeliling kadang tidak menghasilkan banyak uang, bahkan sehari tidak pasti berapa penghasilannya. Baginya, dengan menjahit dan menjadi tukang memasak di lingkungan tetangganya dapat meringankan beban suami sebagai pencari nafkah utama.

“saya berusaha untuk memahami suami, yang penting saya dan suami tidak saling diam atau mendingkan.”

Komunikasi empatik dilakukan dengan memahami dan mendengar orang lain terlebih dahulu, membangun keterbukaan dan kepercayaan diperlukan bagi ibu Durrotul Yatimah, keputusan suaminya adalah yang terbaik, dia berusaha untuk mengerti bahwa suami adalah penentu kebijakan utama. Dengan memahami suami, ia merasa hubungan

interpersonal dan komunikasi berjalan baik. Begitupun dengan suaminya yang juga berempati padanya.

Rasa empati akan meningkatkan kemampuan suami dan istri untuk dapat menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang memudahkan komunikasi menerima pesan. Dengan memahami pasangan, maka empati terhadap kebutuhan, keinginan, minat, harapan, dan kesenangan akan tumbuh. Jadi sebelum membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, pasangan perlu mengerti dan memahami dengan empati sehingga pesan dapat tersampaikan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan.

3. Audible

Makna audible antara lain ; dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka audible berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Ibu Aci Tiffany merasakan bahwa suaminya selalu mendengarkan apa keluhan kesahnya dan kemuaunnya, hal itu yang menjadikannya merasa nyaman dengan suaminya. Keinginannya selalu dituruti oleh suaminya. Suaminya yang duda (cerai hidup) bekerja di sektor tambang sellau meluangkan waktunya untuk mendengarkan masukan dari istrinya setelah selesai bekerja. Setiap minggunya, mereka meluangkan waktu untuk berlibur bersama anaknya yang kini berusia 10 bulan (wawancara Mei 2018).

Hal senada diungkapkan oleh ibu Syarifatul Anis yang suaminya selalu berusaha untuk meluangkan waktunya untuk berdiskusi berdua, permasalahan atau apapun keadaan suami dan istri selaku diceritakan bersama sehingga keduanya dapat saling memberikan respon komunikasi yang baik.

Hambatan dalam komunikasi pekerja wanita dengan suaminya

Meskipun pasangan suami istri sudah berusaha untuk berkomunikasi dengan baik, namun komunikasi dapat menjadi gagal karena berbagai alasan, hal ini dikarenakan karena adanya hambatan-hambatan tertentu. Berikut beberapa hambatan dalam komunikasi interpersonal :

1. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Ibu Aci Tiffany mengungkapkan bahwa suami memiliki budaya yang berbeda, lebih kejawaan sedangkan Ibu Aci Tiffany yang asli Mlangi tidak berasal dari keluarga kejawaan. Menurut Ibu Aci, yang menjadi hambatan dalam berkomunikasi dengan suaminya antara lain karena suami

menurutnya kadang sok tau, hal itu yang menimbulkan terjadinya percekocokan.

Bagi ibu Munifatul Akhiriyah, saat awal pernikahan pernah mengalami masalah karena perbedaan kelas yang berbeda menurutnya. Namun seiring berjalannya waktu, perbedaan itu semakin lama semakin dimengerti.

2. Perbedaan persepsi

Ibu Aci Tiffani tidak menyukai suaminya ketika membicarakan tentang mantan istrinya, baginya hal itu tidak penting dan dapat memicu cemburu. Ada beberapa pembicaraan yang tidak disukai oleh Ibu Aci, menurutnya, dia adalah sosok yang kaku sehingga dia enggan mendengarkan cerita suaminya misalnya tentang pekerjaannya.

Suami ibu Munifatul Akhiriyah terkadang tidak mengutarakan segala sesuatunya, karena bagi suaminya, ada hal hal yang menjadi lebih rumit permasalahannya ketika istrinya mengetahui suatu hal (Wawancara Mei 2018)

3. Komunikasi Satu Arah

Bagi ibu Sayrifatul Anis, ia tidak menyukai suaminya ketika lebih sering menghabiskan waktu dengan menonton bola secara langsung di stadion dalam dan luar kota. Kebiasaan suami menonton bola tidak dikomunikasikan sebelumnya sehingga ibu Sayrifatul Anis merasa komunikasi dalam hal ini bersifat satu arah.

Ibu Umi Mafazah mengungkapkan bahwa kerap kali suaminya seperti anak kecil dan terkesan manja sehingga ia merasa ia lah yang harus lebih mengerti keinginan suaminya. Faktor emosi juga mempengaruhi mood pasangan tersebut jika sedang berkomunikasi (wawancara 16 Mei 2018).

Dari data tersebut maka komunikasi antara pekerja wanita dan suaminya merupakan sebuah komunikasi interpersonal yang berlandaskan pada :

1. Respect

Hubungan ingterpersonal pekerja wanita yang membutuhkan waktu untuk bekerja dengan suaminya yang juga bekerja membutuhkan rasa saling memahami dan menghargai satu sama lain. Mengingat keduanya mempunyai porsi kerja dan penghasilan masing masing. Namun penghasilan dari istri dan suami tersebut digunakan untuk sama sama menopang biaya hidup.

2. Audible

Suami sebagai kepala keluarga tidak lantas menguasai keputusan dalam keluarga, namun keputusan keluarga dapat diambil secara musyawarah antara suami dan istri, mereka membutuhkan masukan dan saran yang harus didengarkan satu sama lain sehingga pola komunikasi yang terjalin tetaplah harmonis.

3. Empati

Rasa empati memiliki pengaruh yang besar dalam hubungan suami istri. Hal ini berlaku dalam komunikasi keduanya, jika suami atau istri tidak saling mengerti / memahami terkait porsi atau waktu bekerja mereka, maka komunikasi menjadi kurang efektif. Wanita bekerja tidak lantas bertindak semaunya karena penghasilan mereka sendiri, rasa saling memiliki dan merasakan apa yang dirasakan pasangan menjadi kunci dalam hubungan interpersonal suami istri.

Kesimpulan

Komunikasi pekerja wanita dengan suaminya akan efektif apabila dilakukan dengan pola komunikasi dua arah. Meskipun suami sebagai kepala rumah tangga dan meskipun istri bekerja membantu perekonomian suami, namun keduanya haruslah saling memahami satu sama lain. Keterbukaan, empati, dan saling menghargai menjadi faktor penting dalam keberlangsungan hubungan interpersonal suami istri.

Wanita yang bekerja secara informal masih memiliki waktu untuk mengurus rumah tangganya saat suami bekerja di luar. Sehingga permasalahan keluarga dapat teratasi dengan saling bekerja sama. Penghasilan istri yang bekerja juga mendukung perekonomian keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Budiman, Arif. 1985. *Pembagian Kerja Secara Seksual*. Gramedia: Jakarta.
- Budiman, Kris. 2007. *Komunikasi dan Kekuasaan*. Forum Studi Komunikasi FISIP Atma Jaya: Yogyakarta.
- Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group: Jakarta.
- _____. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Airlangga University Press: Surabaya
- Littlejohn, Stephen W. 1998. *Theories Of Human Communication*. Wad Worth

Publishing Company: Newyork.

Hapsari, Hapi. 2006. *Perilaku Komunikasi Sadar Pangan dan Gizi Pada Akseptor KB Lestari*. Unpad: Bandung.

Wolfman, Brunetta. 1993. *Peran Kaum Wanita*. Kanisius: Yogyakarta.