

Strategi komunikasi informasi edukasi gerakan kesetaraan dan keadilan jender : kasus Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia

Risma Kartika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71559&lokasi=lokal>

Abstrak

Masalah kesetaraan dan keadilan jender di Indonesia merupakan masalah yang sangat kompleks. Kondisi tersebut tidak saja di timbulkan oleh adanya ketimpangan struktural mengenai kedudukan dan peran kaum perempuan dalam keluarga dan masyarakat, tetapi juga di bentuk oleh berbagai elemen dan faktor kultural yang bersifat diskriminatif. Dan era reformasi yang terjadi saat ini, masih belum banyak memberikan perubahan mendasar terhadap posisi dan keberadaan kaum perempuan tersebut.

Salah satu cara yang harus dilakukan untuk mendukung gerakan pemberdayaan perempuan tersebut dilakukan Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia melalui kegiatan Komunikasi, Informasi dan Edukasi yang diarahkan kepada pengembangan pemahaman, sikap dan perilaku positif yang mendukung Gerakan Kesetaraan dan Keadilan Jender kepada seluruh masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) yang digunakan oleh Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia dalam mensosialisasikan gerakan kesetaraan dan keadilan jender (GKKJ) tahun 2001 dan mendeskripsikan faktor pendukung upaya lembaga pemerintah tersebut dalam mencapai optimalisasi strategi komunikasinya.

Beberapa konsep yang digunakan di sini adalah dasar konsep komunikasi, informasi dan edukasi, konsep pemasaran sosial, konsep komunikasi pemasaran terpadu dan konsep jender .

Metode penelitian ini adalah kualitatif dan bersifat deskriptif-studi kasus evaluatif. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu data primer yang dilakukan dengan wawancara mendalam, dan data sekunder yang diperoleh dengan hasil FGD, studi kepustakaan dan sumber tertulis yang sudah ada.

Hasil penelitian mengasumsikan bahwa sosialisasi gerakan kesetaraan dan keadilan jender sudah menunjukkan perubahan perilaku masyarakat yang cukup signifikan tentang isu jender dalam kehidupan sehari-hari walau beban kaum perempuan relatif berat dan masih penuh tantangan. Namun dalam implikasinya pengetahuan masyarakat akan jender relatif masih sangat minim.

Untuk itu harus lebih diefektifkan lagi melalui humas sesuai tugas dan fungsinya sebagai 'cooperate image' kepada masyarakat agar 'aware' terhadap program tersebut, juga kerjasama pihak-pihak terkait dalam mensosialisasikan dengan pemanfaatan pendekatan teori komunikasi pemasaran tertentu dan metode baru strategi KIE yang lebih spesifik untuk menuju terciptanya kesetaraan dan keadilan jender dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.