

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS BEEME DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MITRA PEREMPUAN

Oleh

Mifta Rizki Mardika

Adanya ketimpangan gender di Indonesia membuat pemerintah gencar melakukan upaya penyetaraan gender. Salah satu program pemerintah dalam upaya penyetaraan gender adalah upaya pemberdayaan pada perempuan. Tidak hanya pemerintah yang berusaha untuk memberdayakan perempuan, namun salah satu sektor bisnis menengah *Beeme* juga ikut serta dalam upaya pemberdayaan perempuan secara khusus pada mitra perempuannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi usaha kelas menengah yang mempunyai program pemberdayaan perempuan sebagai value dari bisnisnya. Penelitian ini menggunakan metode analisis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk bisa mendapatkan data di lapangan. Penelitian ini menggunakan teori pemberdayaan perempuan dan *social information processing theory* yang diaplikasikan dalam media baru. Hasil penelitian ditemukan bahwa pemberdayaan perempuan merupakan salah satu strategi bisnis *Beeme* yang ada didalam pendekatan *push strategy*. Strategi pemberdayaan yang dilakukan *Beeme* pada mitra perempuan adalah dengan memanfaatkan pemberdayaan melalui media baru dan melakukan perencanaan strategi melalui 4 tahapan yaitu; perencanaan kegiatan, pelaksanaan dan partisipasi, evaluasi dan hasil pemberdayaan. Pemberdayaan mitra perempuan oleh *Beeme* dilakukan melalui tiga media baru yaitu aplikasi *whatsapp group*, aplikasi *zoom* dan media sosial *instagram* melalui fitur *live streaming*. Proses pemberdayaan yang ada di ketiga media baru tersebut menggunakan konsep teori SIP yakni perspektif *hyperpersonal* dan konsep keintiman dalam berkomunikasi di dunia virtual.

Kata kunci : Media Baru, Pemberdayaan Perempuan, Strategi Komunikasi, *Social Information Processing Theory*

ABSTRACT

BEEME BUSINESS COMMUNICATIONS STRATEGY IN EFFORTS TO EMPOWER WOMEN PARTNERS

By

Mifta Rizki Mardika

There is still gender inequality among women in Indonesia, so that government aggressively strive to equalize gender. One of the government's programs in efforts to equalize gender is empowering women. Beside government, Beeme is one of the medium business sectors, which is also taking part to empower women, specifically for their female partners. This research aims to analyze the communication strategies of middle class businesses that have women's empowerment programs as their business value. This research uses a qualitative research analysis method using purposive sampling techniques to obtain data in the field. This research using the theory of women's empowerment and social information processing theory which is applied in new media. The research results found that women's empowerment is one of Beeme's business strategies in the push strategy approach. Beeme's empowerment strategy for female partners is by utilizing empowerment through new media and carrying out strategic planning through 4 stages, namely; activity planning, implementation and participation, evaluation and empowerment results. Beeme empowers female partners through three new media, that is Whatsapp Group, Zoom application and Instagram social media through the live streaming feature. The empowerment process in these new media contains the concept of SIP theory, namely hyperpersonal perspective, and the concept of intimacy in communicating in the virtual world.

Keywords: Communication Strategy, New Media, Social Information Processing Theory, Women's Empowerment