

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN PEMBERDAYAAN
PEREMPUAN MUBADALAH.ID TERHADAP PERSEPSI PEMBACANYA
TENTANG PENTINGNYA PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM
BIDANG SOSIAL EKONOMI
(STUDI PADA PEMBACA MUBADALAH.ID DI JAKARTA)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-I**

OLEH:

Alifah Qonitah Imtinan

NIM 18102010027

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Pembimbing:

Drs. Abdul Rozak, M.Pd

NIP 19671006 199403 1 003

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-194/Un.02/DD/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MUBADALAH.ID TERHADAP PERSEPSI PEMBACANYA TENTANG PENTINGNYA PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM BIDANG SOSIAL EKONOMI (STUDI PADA PEMBACA MUBADALAH.ID DI JAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALIFAH QONITAH IMTINAN
Nomor Induk Mahasiswa : 18102010027
Telah diujikan pada : Senin, 09 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 63d2337536cb4



Penguji I

Saptoni, S.Ag., M.A
SIGNED

Valid ID: 63d1f770eedf1



Penguji II

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 63ca4da3ed003



Yogyakarta, 09 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 63d328d44a4f2

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifah Qonitah Imtinan
NIM : 18102010027
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **"Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta)"** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 30 Desember 2022

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Alifah Qonitah Imtinan
NIM 18102010027



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Alifah Qonitah Imtinan
NIM : 18102010027

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta)


Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

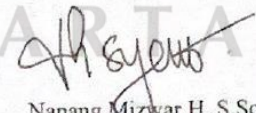
Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 30 Desember 2022

Mengetahui:
Pembimbing,

Ketua Prodi,


Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP 19671006 199403 1 003


Nanang Mizwar H, S.Sos., M.Si
NIP 19840307 201101 1 013

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifah Qonitah Imtinan
Tempat dan Tanggal Lahir : Temanggung, 26 Oktober 1999
NIM : 18102010027
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jampirejo Barat RT 05/01 Temanggung
No. HP : 0895802004770

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 30 Desember 2022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN MUGILAGHA
YOGYAKARTA



Alifah Qonitah Imtinan
NIM 18102010027

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamiin, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas seluruh nikmat dan karunia yang telah diberikan, tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan pengikutnya.

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu peneliti yang telah memberikan nasihat, pengorbanan, kasih sayang serta tidak putus mendoakan peneliti hingga saat ini. Kakak-kakak peneliti yang senantiasa membantu, memberikan saran dan dukungan kepada peneliti. Tempat peneliti menimba ilmu, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

...وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

“...Siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya, dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga. Siapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allahlah yang menuntaskan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah membuat ketentuan bagi setiap sesuatu.”

(QS. At-Talaq Ayat 2-3)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbi* *alamin*, tiada kata selain ucapan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta)”. Shalawat dan salam peneliti panjatkan kepada utusan Allah Nabi Agung Muhammad SAW, yang melalui jerih payahnya, Islam menjadi agama sempurna yang memberikan rahmat bagi alam semesta.

Penyusunan karya tulis skripsi ini merupakan satu di antara persyaratan akademik yang harus dipenuhi guna menyelesaikan pendidikan dan mencapai gelar strata I. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan setulus hati, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Phil Al-Makin, MA. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Drs. Abdul Rozak, M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, bantuan, saran, masukan, dan membimbing peneliti dari awal pengerjaan hingga terselesaikannya skripsi ini
5. Mochammad Sinung Restendy, M.Sos. Selaku Dosen Penasihat Akademik atas seluruh motivasi, arahan, dan bantuan yang diberikan untuk peneliti selama perkuliahan
6. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas ilmu dan bimbingan yang diberikan dalam proses perkuliahan

7. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
8. Pihak Redaksi Mubadalah.id terutama Ibu Zahra Amin selaku Pemimpin Redaksi yang telah bersedia menyempatkan waktu untuk peneliti wawancara guna mencari data pendukung penelitian ini, serta seluruh jajaran redaksi Mubadalah.id yang bersedia memberikan informasi pendukung penelitian ini.
9. Diri sendiri yang sudah bekerja keras untuk menyelesaikan karya tulis skripsi ini. *So proud of myself!*
10. Orang tua peneliti. Ibu Almh. Nurhayati yang telah mengandung dan membawa peneliti ke dunia ini, Bapak Slamet Mujiyono atas perjuangan dan pengorbanan untuk membesarkan peneliti, Ibu Sri Wastini yang telah mendampingi bapak dan membesarkan peneliti. Terima kasih atas segala doa dan dukungan baik moral maupun material sehingga peneliti dapat berada di titik ini
11. Ibu Puji Lestari dan Om Imam Susanto atas segala doa, bantuan, dan dukungannya kepada peneliti
12. Ketiga kakak peneliti, Mbak Abida, Mbak Sayyida, Mbak Mahdiya yang telah banyak memberikan saran dan bantuan, mendengarkan keluhan dan membantu mencari jalan keluar dari permasalahan yang peneliti hadapi, serta memberikan motivasi, doa dan dukungan kepada peneliti
13. Sahabat-sahabat peneliti, Nafisa, Tasya, Dinda, Risty, Fildza, Billa, Mutia, Monic yang telah menjadi pendengar yang baik, menemani peneliti dan memberikan semangat kepada peneliti
14. Teman-teman KPI 2018 khususnya kepada Indah, Eka, Lutfi, Iqoh, dan Amal yang menemani masa-masa peneliti mengerjakan skripsi serta memberikan bantuan, informasi, dan saran kepada peneliti
15. Teman-teman SUKA TV generasi 11 yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk berproses di luar dunia perkuliahan dan memberikan banyak pengalaman berharga bagi peneliti

16. Teman-teman KKN 105 Ketitang, Jumo, Temanggung yang menjadi teman baik peneliti baik selama KKN berlangsung maupun setelahnya, dan juga mendukung serta menyemangati peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
17. Pembaca Mubadalah.id di Jakarta yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini

Serta untuk seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, semoga Allah membalas dengan kebaikan. Peneliti menyadari penelitian ini masih memiliki banyak kurang di sana sini dan masih belum mendekati sempurna, karenanya, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik membangun bagi perbaikan penelitian ini. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 30 Desember 2022

Peneliti

Alifah Qonitah Imtinan
NIM 18102010027

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Alifah Qonitah Imtihan, 18102010027, 2023. Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta). Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi pembaca di Jakarta terhadap pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi dipengaruhi oleh seberapa sering mereka mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id. Metode kuantitatif survei digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan prosedur pengambilan sampel *probability sampling* jenis *simple random sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Kuesioner tertutup dengan skala likert digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini. Teori efek terbatas merupakan teori utama yang digunakan pada penelitian ini. Analisis data statistik parametris dengan analisis regresi linear sederhana dan analisis korelasi *product moment* Pearson digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id mempengaruhi persepsi tentang partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi pada pembacanya di Jakarta sebesar 20,8% dengan kategori hubungan cukup dan arah hubungan positif. Hal ini menunjukkan semakin sering pembaca di Jakarta

mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id maka mereka semakin sadar akan pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa persepsi individu dapat dipengaruhi oleh sejauhmana individu membaca informasi yang disertai dengan perhatian dan pemahaman yang tinggi. Teori efek terbatas terbukti pada penelitian ini, karena pengaruh yang diberikan oleh media terhadap persepsi seseorang hanya sebesar 20,8%, sementara 79,2% lainnya adalah pengaruh yang diberikan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian. Artinya, selain faktor intensitas mengakses, masih banyak faktor lain yang mempengaruhi persepsi tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi.

Kata kunci: Pengaruh, Intensitas Mengakses, Persepsi, dan Pemberdayaan Perempuan.



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Surat Persetujuan Skripsi	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Memakai Hijab.....	iii
Halaman Persembahan	v
Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
D. Kajian Pustaka	11
E. Kerangka Teori	19
F. Hipotesis	40
G. Sistematika Pembahasan.....	41
BAB II METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Definisi Konseptual	43
C. Definisi Operasional	48
D. Populasi dan Sampel.....	49
E. Instrumen Penelitian	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Validitas dan Reliabilitas	54
H. Analisis Data.....	58
BAB III Konten pemberdayaan perempuan mubadalah.id.....	61

Bab IV	PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MUBADALAH.ID TERHADAP PERSEPSI PEMBACANYA TENTANG PENTINGNYA PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM BIDANG SOSIAL EKONOMI (STUDI PADA PEMBACA MUBADALAH.ID DI JAKARTA).....	76
A.	Karakteristik Responden.....	77
B.	Uji Asumsi Klasik.....	93
C.	Analisis Data.....	96
D.	Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	102
BAB V	PENUTUP.....	112
A.	Kesimpulan	112
B.	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel X.....	49
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel Y.....	49
Tabel 3 Skala Likert	52
Tabel 4 Kisi-kisi Alat Pengumpulan Data	52
Tabel 5 Kisi-kisi Alat Pengumpulan Data	53
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas.....	55
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	56
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensitas.....	57
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi.....	57
Tabel 11 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 12 Responden berdasarkan Usia	79
Tabel 13 Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
Tabel 14 Frekuensi Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id.....	83
Tabel 15 Durasi Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id.....	85
Tabel 16 Perhatian dalam Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id.....	86
Tabel 17 Penghayatan dalam Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id.....	87
Tabel 18 Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id.....	88
Tabel 19 Faktor Fungsional Persepsi tentang	90
Tabel 20 Faktor Struktural Persepsi tentang	91
Tabel 21 Persepsi tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam	93
Tabel 22 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	94
Tabel 23 Hasil Uji Linearitas	95
Tabel 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 25 Hasil Analisis Korelasi Pearson Product Moment.....	98
Tabel 27 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	100
Tabel 26 Hasil Koefisien Determinasi (R Square).....	101

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Persebaran Pembaca Mubadalah.id berdasar Kota	77
Bagan 2 Pembaca Mubadalah.id berdasar Jenis Kelamin.....	79
Bagan 4 Pembaca Mubadalah.id berdasar Usia	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Partisipasi perempuan dalam angkatan kerja masih stagnan pada persentase 50% selama dua dekade terakhir, hal ini disebabkan karena adanya tanggung jawab bagi perempuan untuk mengurus keluarga dan faktor struktural lainnya yang masih menjadi kendala utama yang mempengaruhi partisipasi perempuan dalam angkatan kerja.¹ Diskriminasi dan stereotip gender tentang kemampuan perempuan masih menjadi hal yang membatasi peluang ekonomi perempuan, norma-norma gender ini penting untuk diperhatikan karena mempengaruhi dan melanggengkan ketidaksetaraan.² Pada tahun 2019, 1,9 juta perempuan dan 2,5 juta laki-laki berhenti bekerja atau mengalami pemutusan hubungan kerja, dari jumlah tersebut, sebanyak 88% laki-laki kembali memasuki pasar tenaga kerja, sementara pada perempuan hanya sebesar 56%.³ Bagi perempuan yang berhenti bekerja atau diberhentikan dari pekerjaannya, sebagian besar alasannya adalah karena kehamilan dan tugas rumah tangga, sedangkan pada laki-laki alasannya adalah mengakhiri kontrak atau tidak puas dengan gaji yang diterima.⁴ Kesenjangan gender juga terjadi pada jam kerja laki-laki dan perempuan, jam kerja laki-laki mencapai 40 jam/minggu, sedangkan perempuan 35 jam/minggu.⁵ Gaji rata-rata

¹ Diahhadi Setyoneluri et al., "Social Norms and Women's Economic Participation in Indonesia" (2021), hlm. 1.

² Ibid., hlm. 1.

³ Ibid., hlm. 2.

⁴ Ibid., hlm. 2.

⁵ Ibid., hlm. 2.

juga menunjukkan kesenjangan gender antara laki-laki dan perempuan, termasuk pada penurunan gaji yang terjadi pada tahun 2020, penurunan gaji terjadi lebih besar pada perempuan daripada laki-laki.⁶ Dalam studi yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Universitas Indonesia, dijelaskan bahwa persepsi perempuan adalah pengurus rumah tangga dan merupakan kodrat perempuan untuk menjaga anak dan suaminya masih dimiliki oleh sebagian besar responden penelitian ini.⁷ Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran pengasuhan anak berdasarkan gender merupakan faktor utama yang menentukan keputusan perempuan untuk bekerja dan preferensi mereka terhadap pekerjaan.⁸

Padahal apabila ditelaah lebih jauh, partisipasi perempuan dalam angkatan kerja merupakan pendorong dan juga hasil dari pembangunan, yang menjadikan semakin banyak perempuan yang memasuki angkatan kerja, semakin tinggi potensi pertumbuhan ekonomi sebagai respon terhadap input tenaga kerja yang lebih tinggi.⁹ Peningkatan tenaga kerja perempuan, mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga yang membantu keluarga keluar dari kemiskinan dan meningkatkan konsumsi barang dan jasa.¹⁰ Pada waktu yang sama, seiring dengan berkembangnya suatu negara, biasanya kemampuan perempuan juga mengalami peningkatan, diiringi dengan batasan sosial terhadap perempuan yang mulai melemah, hal ini memungkinkan perempuan untuk bekerja secara aktif di luar rumah.¹¹ Partisipasi

⁶ Ibid., hlm. 2.

⁷ Ibid., hlm. 3.

⁸ Ibid., hlm. .

⁹ Sher Verick, "Female Labor Force Participation and Development," *IZA World of Labor* (2018), hlm. 3.

¹⁰ Ibid., hlm. 3.

¹¹ Ibid., hlm. 3.

perempuan dalam angkatan kerja juga memberikan perempuan keamanan finansial baik bagi dirinya sendiri maupun keluarganya, sehingga ia memiliki tabungan untuk masa pensiun. Selain itu, kemandirian ekonomi juga membantu perempuan untuk meninggalkan hubungan yang penuh kekerasan, dan meningkatkan kepercayaan diri serta keamanan. Bahkan peningkatan partisipasi perempuan dalam angkatan kerja pada bisnis juga meningkatkan keuntungan ekonomi, karena pekerja laki-laki dan perempuan akan saling melengkapi dalam proses produksi.

Perempuan yang berdaya mampu mengejar ketertinggalan. Sebagaimana terbukti pada meningkatnya angka perempuan yang menjabat sebagai manager dengan diiringi menurunnya jumlah laki-laki yang menjadi manager.¹² Keterlibatan perempuan dalam parlemen juga mengalami peningkatan dari 17,32% pada tahun 2018 menjadi 20,52% pada tahun 2019.¹³ Artinya, daya saing perempuan semakin meningkat, dan ketika perempuan diberikan kepercayaan dan kesempatan bersamaan dengan kemampuan, maka perempuan dapat menempati tempat yang sama dengan laki-laki. Karenanya, usaha pemberdayaan perempuan terus digalakkan agar laki-laki dan perempuan dapat mencapai ekualitas.

Dalam Islam sendiri, perempuan diberi kesempatan untuk memanfaatkan energinya di ranah publik baik untuk mencari ilmu, mencari nafkah, kegiatan sosial, maupun aktivitas politik selama dilakukan secara terhormat dan bermartabat serta tidak menyalahi ketentuan Islam.¹⁴ Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pekerjaan

¹² KemenPPA, *Profil Perempuan 2021*, hlm. XI.

¹³ *Ibid.*, hlm. XI.

¹⁴ Musdah Mulia, *Ensiklopedia Muslimah Reformis Pokok-Pokok Pemikiran Untuk Reinterpretasi Dan Aksi*, 1st ed. (Jakarta: Dian Rakyat, 2019), hlm. 35.

yang dikerjakan oleh wanita pada masa Rasulullah Muhammad SAW, seperti perias pengantin profesi milik Ummu Salim binti Malhan, serta sahabat perempuan lain yang bekerja sebagai perawat dan bidan. Bahkan istri Nabi Muhammad SAW Khadijah binti Khuwailid adalah seorang yang sangat sukses di bidang bisnis khususnya perdagangan. Selain itu, ada pula pekerjaan seperti menyamak kulit binatang yang dilakukan oleh Zainab istri Nabi Muhammad SAW dan hasilnya disedekahkan. Ummul Mukminin Aisyah r.a, istri Nabi Muhammad SAW bekerja menjadi salah satu dari tujuh bendaharawan hadis, dan merawikan sebanyak 2.210 hadis. Kemudian, Al-Syifa' yang ditunjuk sebagai manajer pasar di Madinah yang merupakan pasar besar di ibukota pada waktu itu karena ia pandai menulis. Ada pula perempuan yang bekerja dan hasilnya digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarganya seperti yang dilakukan oleh Raithah, istri dari Ibn Mas'ud bernama Zainab, dan Asma' binti Abu Bakar.

Belum lagi membicarakan tentang perempuan yang terlibat dalam jihad sebagai pejuang yang mengangkat senjata di medan perang. Seperti Nusaibah binti Ka'ab yang ikut memanggul senjata untuk melindungi Rasulullah pada Perang Uhud. Nama-nama seperti Ummu Salamah (istri nabi), Shafiyah, Laila Al-Ghaffariyah, Ummu Athiyah, Al-Rabi' binti Al-Mu'awwidz dan Ummu Sinam Al-Aslamiyah adalah contoh perempuan yang turun ke medan perang. Kemudian ada pula perempuan yang terlibat pada garda pungkur peperangan, yaitu merawat cedera dan luka prajurit, serta menyediakan kebutuhan perbekalan perang. Dari sekian banyak contoh perempuan yang bekerja pada masa Nabi Muhammad SAW dan pendapat banyak ulama menandakan bahwa Islam memperkenankan

perempuan untuk bekerja di berbagai bidang baik secara mandiri ataupun bersama orang lain. Asalkan pekerjaan yang dilakukan terhormat, sopan, tetap menjaga agamanya, dan juga menjauhkan dampak buruk dari pekerjaan tersebut terhadap diri dan lingkungannya.¹⁵

Pembahasan tentang pemberdayaan perempuan khususnya jika dilihat dari sudut pandang agama Islam, mulai menjadi perbincangan di berbagai media massa, salah satunya adalah Mubadalah.id. Mubadalah.id merupakan *pioneer* media yang menyediakan ruang aman bagi perempuan, dan memiliki fokus untuk memberikan edukasi keadilan relasi gender. Mubadalah.id adalah media yang menyediakan konten keislaman adil gender yang dikemas secara ringan, jelas, populer, dan mudah dipahami, serta mudah dibagikan ke berbagai platform media sosial. Mubadalah.id didirikan oleh Kyai Faqihuddin Abdul Kadir pada bulan Juni tahun 2016. Kyai Faqih menemukan konsep mubadalah yang berarti kesalingan atau timbal balik dari proses pembelajaran dan penulisan yang beliau jalani. Konsep tersebut menjadi inspirasi penamaan media yang ditetapkan menjadi Mubadalah.id. Tujuan dari didirikannya Mubadalah.id adalah memberikan alternatif media islam yang ramah perempuan untuk anak muda dan masyarakat awam yang terpapar informasi dari media islam lain yang tidak ramah terhadap perempuan. Dengan mengusung *tagline* Inspirasi Keadilan Relasi, Mubadalah.id mengambil peran dalam bidang edukasi narasi gender dari sudut pandang Islam.

¹⁵ Ibid., hlm. 307.

Mubadalah memiliki kontributor tokoh-tokoh yang berasal dari kalangan ulama yang memiliki *concern* pada masalah gender dari sudut pandang Islam. Tokoh-tokoh tersebut antara lain pendiri Mubadalah.id yaitu Kyai Faqihuddin Abdul Kodir yang merupakan seorang ulama sekaligus Dosen di IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan Institut Studi Islam Fahmina, serta merupakan wakil direktur Ma'had Aly Kebon Jambu. Karya-karya beliau yang membahas tentang relasi gender antara lain Qira'ah Mubadalah: Tafsir Progresif Keadilan Gender dalam Islam, 60 Hadis Sahih tentang Hak-Hak Perempuan dalam Islam: Teks dan Penjelasannya, dan Perempuan Bukan Sumber Fitnah: Mengaji Ulang Hadist dengan Metode Mubadalah. Selanjutnya KH. Husein Muhammad yang merupakan ulama, penanggung jawab Mubadalah.id serta anggota komisioner Komnas Perempuan pada periode 2007-2009 dan 2009-2012. Beliau telah memiliki banyak karya tentang isu gender antara lain Fiqh Perempuan: Refleksi Kiai atas Wacana Agama dan Gender, Islam Agama Ramah Perempuan, dan Ijtihad Kiai Husein: Upaya Membangun Keadilan Gender. Kemudian ada Ibu Nyai Nur Rofiah yang merupakan pemikir feminis muslim sekaligus Dosen di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta serta aktif menjadi penyelenggara Kongres Ulama Perempuan Indonesia (KUPI). Karya-karya beliau tentang isu gender dan perempuan antara lain Buku Nalar Kritis Muslimah, Artikel berjudul Bahasa Arab sebagai Akar Bias Gender dalam Wacana Hukum Islam (terbit di Jurnal Refleksi), dan Modul Pendidikan Ulama Perempuan.

Mubadalah.id memiliki akun Instagram dengan 39.614 pengikut¹⁶, akun Facebook dengan 6.515 pengikut¹⁷, kemudian juga akun Twitter dengan 2.222 pengikut¹⁸. Mubadalah.id juga menyebarkan pesan-pesan kesetaraan gender melalui kanal youtube dengan 6.380 *subscribers*¹⁹, selain itu, Mubadalah.id juga memiliki akun tiktok dengan 595 pengikut²⁰. Selain Mubadalah.id, terdapat beberapa media yang juga membahas tentang isu-isu terkait perempuan dari sudut pandang islam, antara lain Rahma.id, Bincangmuslimah.com, dan Neswa.id. Rahma.id adalah media yang memiliki visi mencerahkan pikiran, menggerakkan nurani, dan membentuk perempuan Islam yang progresif dan berdaya. Didirikan pada tahun 2020, Rahma.id memiliki *tagline* Inspirasi Muslimah dan memiliki susunan redaksi yang didominasi oleh perempuan. Rahma.id memiliki akun Instagram dengan 6.654 pengikut²¹, akun Facebook dengan 746 pengikut²², kemudian juga akun Twitter dengan 1.072 pengikut²³. Rahma.id juga memproduksi konten terkait pemberdayaan perempuan di kanal youtube Rahma ID dengan 269 *subscribers*²⁴, selain itu, Rahma.id juga memiliki akun tiktok dengan 192 pengikut²⁵.

Kemudian Bincangmuslimah.com adalah portal berita Islam yang ruang bagi perempuan untuk berekspresi secara khusus sekaligus mengisi kekosongan

¹⁶ <https://www.instagram.com/mubadalah.id/> diakses pada 7 September 2022

¹⁷ <https://www.facebook.com/mubadalah.id> diakses pada 7 September 2022

¹⁸ https://twitter.com/mubadalah_id diakses pada 7 September 2022

¹⁹ <https://www.youtube.com/c/Mubadalah/about> diakses pada 7 September 2022

²⁰ <https://www.tiktok.com/@mubadalah.id> diakses pada 7 September 2022

²¹ <https://www.instagram.com/rahmadotid/> diakses pada 13 Januari 2023

²² <https://www.facebook.com/rahmadotid> diakses pada 13 Januari 2023

²³ <https://twitter.com/rahmadotid> diakses pada 13 Januari 2023

²⁴ <https://youtube.com/@RahmaID> diakses pada 13 Januari 2023

²⁵ <https://www.tiktok.com/@rahmadotid> diakses pada 13 Januari 2023

ruang publik dari konten Islami yang ramah perempuan. Didirikan pada tahun 2019, Bincangmuslimah.com memiliki *tagline* Ruang Ekspresi Muslimah, dan memiliki susunan redaksi yang seluruhnya terdiri dari perempuan. Bincangmuslimah.com memiliki akun Instagram dengan 4.025 pengikut²⁶, akun Facebook dengan 581 pengikut²⁷, kemudian juga akun Twitter dengan 3.824 pengikut²⁸. Bincangmuslimah.com juga memiliki kanal youtube dengan 10.500 *subscribers*²⁹, selain itu, Bincangmuslimah.com juga memiliki akun tiktok dengan 32 pengikut³⁰. Selanjutnya, ada Neswa.id yang merupakan situs Muslimah yang didedikasikan untuk menyebarkan informasi dan gagasan keagamaan serta wacana keragaman Muslimah Indonesia. Didirikan pada 2020, Neswa.id memiliki *tagline* Ruang Muslimah Indonesia, dan memiliki susunan redaksi yang seluruhnya terdiri dari perempuan. Neswa.id memiliki akun Instagram dengan 5.236 pengikut³¹, akun Facebook dengan 88 pengikut³², kemudian juga akun Twitter dengan 439 pengikut³³, Neswa.id juga memiliki kanal youtube dengan 37 *subscribers*³⁴.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), diketahui bahwa sebanyak 25,2% responden memilih media siber sebagai sumber

²⁶ <https://www.instagram.com/bincangmuslimahdotcom/> diakses pada 13 Januari 2023

²⁷ <https://www.facebook.com/bincangmuslimah> diakses pada 13 Januari 2023

²⁸ <https://twitter.com/Binc4ngMuslimah> diakses pada 13 Januari 2023

²⁹ <https://youtube.com/@BincangMuslimah> diakses pada 13 Januari 2023

³⁰ <https://www.tiktok.com/@bincangmuslimah> diakses pada 13 Januari 2023

³¹ <https://www.instagram.com/neswa.id/> diakses pada 13 Januari 2023

³² <https://www.facebook.com/neswa.id> diakses pada 13 Januari 2023

³³ https://twitter.com/neswa_id diakses pada 13 Januari 2023

³⁴ <https://youtube.com/@neswaid6962> diakses pada 13 Januari 2023

pencarian informasi.³⁵ Selanjutnya, hasil survei yang dilakukan oleh *We are social* dan *Hootsuite* menunjukkan bahwa waktu yang digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk berselancar di dunia internet adalah selama 8 jam 36 menit.³⁶ Media siber terdaftar sebagai media legal yang diawasi oleh dewan pers, dan terikat dengan kode etik jurnalistik. Sehingga, dalam penulisan konten mereka, informasi yang disampaikan lebih mudah untuk diverifikasi kebenarannya. Pemilihan media siber sebagai sumber informasi dan lama waktu berselancar di dunia internet memunculkan kemungkinan adanya pengaruh yang diberikan oleh informasi di media siber terhadap persepsi yang dimiliki oleh para pengguna media. Kemungkinan ini diperkuat oleh salah satu faktor yang membentuk persepsi, yaitu informasi yang diperoleh oleh individu.³⁷

Informasi yang diperoleh individu dari media tidak serta merta mampu mempengaruhi pengguna media dalam satu kali akses. Hal ini disebabkan karena ada beberapa faktor agar objek (dalam pembahasan ini adalah informasi yang diperoleh) mendapatkan perhatian individu. Perhatian ini dibutuhkan oleh sebuah objek agar dapat dipersepsi oleh individu, salah satu faktor agar suatu objek mendapat perhatian adalah intensitas.³⁸ Karenanya, intensitas mengakses suatu informasi dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi. Menimbang latar belakang keilmuan peneliti yang merupakan ilmu

³⁵ Kemkominfo dan Katadata *Insight Center*, *Status Literasi Digital Indonesia Survei Di 34 Provinsi*, Katadata *Insight Center*, 2020, hlm. 19.

³⁶ *We Are Social and Hootsuite*, *Digital 2022 Global Overview Report the Essentials Guide to The World's Connected Behaviours*, 2022, hlm. 27.

³⁷ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya*, Edisi 1, Cet.24, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 148.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 149.

jurnalistik serta ketertarikan peneliti pada isu pemberdayaan perempuan, peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh yang diberikan oleh intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam sosial ekonomi atau tidak.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini dilandaskan pada latar belakang yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, yaitu:

- 1) Bagaimana intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id pada pembacanya di Jakarta?
- 2) Bagaimana persepsi tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi pada pembaca Mubadalah.id di Jakarta?
- 3) Apakah intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id berpengaruh terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi?

Peneliti membatasi penelitian ini hanya pada tiga rumusan masalah tersebut untuk memfokuskan penelitian sehingga pokok pembahasannya tidak meluas.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui bagaimana intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id pada pembacanya di Jakarta

- b. Mengetahui bagaimana persepsi tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi pada pembacanya di Jakarta
- c. Mengetahui apakah intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan berpengaruh terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi

2) Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

Harapan dari peneliti agar penelitian ini dapat meningkatkan wawasan pada aspek ilmu komunikasi terutama mengenai pengaruh media, serta dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya.

b. Praktis

Harapan dari peneliti agar penelitian dapat membawa pengaruh positif dan pengetahuan baru bagi perempuan agar mampu menjadi pribadi yang lebih berdaya serta mampu menghilangkan pola pikir kuno tentang diskriminasi terhadap perempuan, khususnya dalam bidang sosial ekonomi.

D. Kajian Pustaka

Penelitian *pertama* yang menjadi referensi bagi peneliti dilakukan oleh M.A. Julaina dan Hamdani M. Syam dari Universitas Syiah Kuala dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton Sinetron “Dunia Terbalik di RCTI” terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga mengenai Keterbalikan Status Pekerjaan Laki-laki dan Perempuan (Studi pada Ibu Rumah Tangga Desa Tanjung Selamat Kabupaten Aceh

Besar”.³⁹ Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian yang terbit pada tahun 2018 ini, sedangkan data dikumpulkan dengan pembagian kuesioner kepada responden, kemudian teori kultivasi digunakan sebagai teori utama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton sinetron “Dunia Terbalik di RCTI” terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai keterbalikan status pekerjaan laki-laki dan perempuan di Desa Tanjung Selamat, Kabupaten Aceh Besar. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *simple random* sebanyak 75 responden dengan kriteria ibu rumah tangga yang berdomisili Desa Tanjung Selamat Kabupaten Aceh Besar yang menonton sinetron Dunia Terbalik di RCTI. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis distribusi frekuensi dan uji korelasi produk moment.

Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan uji t menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% dihasilkan nilai $t_{hitung} 12,011 > t_{tabel} 2,041$ dan nilai probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,000. Sehingga, karena $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton dengan persepsi ibu rumah tangga. Sedangkan nilai R square sebesar 0,248 menunjukkan bahwa sebesar 24,80% persepsi dari ibu rumah tangga di Desa Tanjung Selamat Kabupaten Aceh Besar mengenai keterbalikan status pekerjaan laki-laki dan perempuan dipengaruhi oleh intensitas menonton sinetron Dunia Terbalik di RCTI. Kesimpulan yang dapat

³⁹ M.A Julaina dan Hamdani M. Syam, “Pengaruh Intensitas Menonton Sinetron ‘Dunia Terbaik Di Reti’ terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga Mengenai Keterbalikan Status Pekerjaan Laki-Laki dan Perempuan,” Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 3, No.3 (Agustus, 2018).

diambil adalah bahwa variabel intensitas menonton mempengaruhi variabel persepsi ibu rumah tangga.

Teknik penentuan sampel menggunakan *simple random* dan teknik analisis data menggunakan uji korelasi produk moment menjadi persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Objek penelitian menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Julaina mengambil objek tentang sinetron Dunia Terbalik di RCTI, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan mengambil objek tentang konten pemberdayaan perempuan di Mubadalah.id.

Penelitian *kedua* sebagai referensi pada penelitian ini adalah penelitian yang digarap oleh Kristi Febiani dari Universitas Diponegoro dengan tajuk “Pengaruh Intensitas Mendengarkan, Motivasi, dan Sikap terhadap Persepsi Pendengar tentang Program Acara Asri & Steny *in the morning* di Radio DELTA FM Semarang”.⁴⁰ Penelitian ini terbit pada tahun 2017 dengan metode *explanatory research* yang mengkaji hubungan antar variabel. *Uses and gratification* menjadi teori utama yang digunakan serta pembagian kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh antara intensitas mendengarkan, motivasi, dan sikap pendengar terhadap persepsi tentang program acara Asri & Steny *in the morning* di Radio DELTA FM Semarang. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *proportional random sampling* sebanyak 100 responden dengan

⁴⁰ Kristi Febiani, “Pengaruh Intensitas Mendengarkan, Motivasi dan Sikap Terhadap Persepsi Pendengar tentang Program Acara Asri & Steny *in the morning* di Radio DELTA FM Semarang”, *Majalah Ilmiah Inspiratif*, Volume 2, No. 3 (Januari, 2017).

kriteria berusia 30-39 tahun, berdomisili di Semarang dan pernah terpapar siaran DELTA FM dan dalam kurun waktu tiga bulan terakhir mendengarkan program acara Asri & Steny *in the morning* minimal tiga kali.

Sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi berganda yang mencakup uji t dan uji F. Hasil t_{hitung} X1 (intensitas mendengarkan) adalah 2,427 dengan nilai signifikansi (sig) 0,017, sebab $0,017 < 0,05$ artinya intensitas mendengarkan berpengaruh positif terhadap persepsi pendengar, dengan besar pengaruh 20,8%. Kemudian untuk t_{hitung} X2 (motivasi) adalah 2,015 dengan nilai signifikansi (sig) 0,047, sebab $0,047 < 0,05$ maka motivasi berpengaruh positif terhadap persepsi pendengar, dengan besar pengaruh 27,4%. Selanjutnya untuk t_{hitung} X3 (sikap) adalah sebesar 3,755 dengan nilai signifikansi (sig) 0,000, sebab $0,000 < 0,05$ maka sikap berpengaruh positif terhadap persepsi pendengar, dengan besar pengaruh 44,8%. Nilai uji F adalah 114,852 dengan probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,000, karena $0,000 < 0,05$ maka hipotesis penelitian mayor diterima, yaitu terdapat pengaruh antara intensitas mendengarkan, motivasi, dan sikap terhadap persepsi pendengar. Nilai *adjusted R²* adalah 0,775 yang berarti sebesar 77,5% persepsi pendengar tentang program acara Asri & Steny *in the morning* dipengaruhi oleh perubahan pada intensitas mendengarkan, motivasi, dan sikap pendengar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas mendengarkan, motivasi, dan sikap pendengar mempengaruhi variabel persepsi pendengar.

Pendekatan kuantitatif dan tujuan penelitian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari intensitas terhadap persepsi menjadi persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Variabel independen motivasi

dan sikap serta objek penelitian menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Kristi, memiliki variabel independen motivasi dan sikap selain variabel intensitas. Kemudian, objek yang diteliti adalah program Asri & Steny *in the morning* di Radio DELTA DM. Sedangkan penelitian lanjutan oleh peneliti memiliki variabel independen intensitas, dan objek penelitian konten pemberdayaan perempuan di Mubadalah.id.

Penelitian *ketiga* yang menjadi acuan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Sarwo Edy dari Universitas Diponegoro dengan judul “Pengaruh Intensitas Membaca, Kohesivitas Kelompok Referensi, dan Kepedulian pada Klub terhadap Persepsi Individu tentang PSSI dalam Penjatuhan Sanksi Komisi Disiplin pada PSIS Semarang”.⁴¹ Penelitian ini terbit pada tahun 2016 dan menggunakan teori *individual difference* untuk menelaah perbedaan individu sebagai target media ketika dikenai informasi dan mengakibatkan munculnya dampak tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh intensitas membaca, kohesivitas kelompok referensi, dan kepedulian pada klub terhadap persepsi individu tentang PSSI dalam penjatuhan sanksi komisi disiplin pada PSIS Semarang. Pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptis analitis digunakan pada penelitian ini, dan cara pemilihan sampel dengan *stratified random sampling* sebanyak 100 responden. Kriteria responden yang dipilih adalah warga Semarang

⁴¹ Sarwo Edy, “Pengaruh Intensitas Membaca, Kohesivitas Kelompok Referensi dan Kepedulian pada Klub terhadap Persepsi Individu tentang PSSI dalam Penjatuhan Sanksi Komisi Disiplin pada PSIS Semarang” *Majalah Ilmiah Inspiratif*, Volume 1, No. 1 (Januari, 2016).

yang membaca berita sebanyak lima kali dalam kurun bulan September hingga Desember 2014 tentang sanksi komisi disiplin yang dijatuhkan kepada PSIS Semarang.

Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda mencakup uji t dan uji F. Hasil t_{hitung} X1 (intensitas membaca) adalah 2,111 dengan nilai signifikansi (sig) 0,037, sebab $0,037 < 0,05$ artinya intensitas membaca berpengaruh positif terhadap persepsi pembaca, dengan besar pengaruh 24,1%. Kemudian t_{hitung} X2 (kohesivitas kelompok referensi) adalah 2,544 dengan nilai signifikansi (sig) 0,013, sebab $0,013 < 0,05$ artinya kohesivitas kelompok referensi berpengaruh positif terhadap persepsi pembaca, dengan besar pengaruh 30,9%. Selanjutnya t_{hitung} X3 (kepedulian pada klub) adalah 2,584 dengan dengan nilai signifikansi (sig) 0,011, sebab $0,011 < 0,05$ artinya kepedulian pada klub berpengaruh positif terhadap persepsi pembaca, dengan besar pengaruh 24,5%. Nilai uji F adalah sebesar 30,540 dengan nilai signifikasni (sig) 0,000, sebab $0,000 < 0,05$ maka hipotesis penelitian mayor diterima, yaitu terdapat pengaruh antara intensitas membaca, kohesivitas kelompok referensi, dan kepedulian pada klub terhadap persepsi individu tentang PSSI dalam penjatuhan sanksi komisi disiplin pada PSIS Semarang. Nilai *adjusted R²* adalah 0,472 yang berarti sebesar 47,2% persepsi individu tentang PSSI dalam penjatuhan sanksi komisi disiplin pada PSIS Semarang dipengaruhi oleh perubahan pada intensitas membaca, kohesivitas kelompok referensi, dan kepedulian pada klub individu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas membaca, kohesivitas kelompok referensi, dan kepedulian pada klub berpengaruh pada variabel persepsi individu.

Pendekatan kuantitatif dan tujuan penelitian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari intensitas terhadap persepsi menjadi persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Variabel independen kohesivitas kelompok referensi dan kepedulian pada klub serta objek penelitian menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Sarwo, memiliki variabel independen kohesivitas kelompok referensi dan kepedulian pada klub selain selain variabel intensitas. Kemudian, objek yang diteliti adalah berita penjatuhan sanksi komisis disiplin pada PSIS Semarang. Sedangkan penelitian lanjutan oleh peneliti memiliki variabel independen intensitas, dan objek penelitian konten pemberdayaan perempuan di Mubadalah.id.

Penelitian *keempat* yang menjadi acuan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Maria Sutanty, Sri Rahayu, dan Maya Insani dari Universitas Samawa dengan judul “Pengaruh Tingkat Partisipasi Perempuan dalam Berwirausaha terhadap Tingkat Sosial Ekonomi Keluarga (Studi di Desa Labuhan Ijuk Kecamatan Moyo Hilir)”.⁴² Penelitian ini terbit pada tahun 2022 dengan pendekatan kuantitatif jenis penelitian asosiatif dan mengambil data dari 64 responden dengan kriteria perempuan yang berwirausaha dan berdomisili di Desa Labuhan Ijuk Kecamatan Moyo Hilir. Penentuan sampel dilakukan dengan *saturated sample* yang berarti seluruh populasi digunakan sebagai sampel, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

⁴² Marisa Sutanty et al., “Pengaruh Tingkat Partisipasi Perempuan Dalam Berwirausaha Terhadap Tingkat Sosial Ekonomi Keluarga” Samalewa Jurnal Riset dan Kajian Manajemen, Volume 2 No. 1 (Juni, 2022).

Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasilnya diketahui bahwa tingkat partisipasi perempuan dalam berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat sosial ekonomi keluarga di Desa Labuhan Ijuk Kecamatan Moyo Hilir. Hal ini berarti tingkat sosial ekonomi keluarga yang tinggi di Desa Labuhan Ijuk Kecamatan Moyo Hilir dipengaruhi oleh tingkat partisipasi perempuan dalam berwirausaha yang juga tinggi. Variabel tingkat partisipasi perempuan dalam berwirausaha berpengaruh sebesar 86% terhadap variabel tingkat sosial ekonomi keluarga di Desa Labuhan Ijuk Kecamatan Moyo Hilir. Sedangkan 14% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Penelitian *kelima* yang menjadi acuan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Hikmatul Hasanah dan Syahrul dari Institut Agama Islam Negeri Sorong yang berjudul “Partisipasi Perempuan Pedagang Keliling dalam Membantu Ekonomi Keluarga di Kabupaten Sorong”.⁴³ Penelitian ini terbit pada tahun 2020 dengan pendekatan kualitatif jenis deskripsi dengan penelitian lapangan yang dilakukan di Kelurahan Malasom Kabupaten Sorong. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan di Kelurahan Malasom Kabupaten Sorong bekerja sebagai pedagang keliling berbagai macam produk yang bertujuan untuk membantu

⁴³ Hikmatul Hasanah dan Syahrul, “Partisipasi Perempuan Pedagang Keliling Dalam Membantu Ekonomi Keluarga Di Kabupaten Sorong” *At-Thariqah Jurnal Ekonomi* Volume 1, No. 1 (Mei, 2020).

perekonomian keluarga. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk bekerja adalah faktor pendapatan suami, usia, pengalaman bekerja, dan pendidikan.

Dari paparan penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan, peneliti menemukan bahwa intensitas membaca, mendengar, menonton, maupun mengakses pesan di suatu media mampu memberikan pengaruh terhadap persepsi individu. Namun pada kasus tertentu, perbincangan antar individu juga mempengaruhi persepsi khalayak tentang sesuatu. Kemudian pada pembahasan partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi diketahui bahwa tingkat perempuan yang bekerja memiliki pengaruh positif terhadap tingkat sosial ekonomi keluarga. Artinya, partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi dapat dikategorikan sebagai hal yang penting guna menyokong perekonomian keluarga. Karenanya, peneliti memiliki ketertarikan dalam melihat apakah terdapat pengaruh antara intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta). Nantinya, penelitian ini akan menggunakan metode survei dengan teknik penentuan sampel menggunakan *simple random sampling* dan teknik analisis data korelasi *Pearson Product Moment* dan Analisis Regresi Linear Sederhana.

E. Kerangka Teori

1) Persepsi

Pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menginferensi dan menginterpretasi pesan disebut dengan

persepsi.⁴⁴ Persepsi adalah pemberian arti pada stimulus dari indera manusia (*sensory stimuli*), dan terjadi ketika individu membaca huruf-huruf yang tertera, kemudian merangkainya menjadi kata-kata dan kalimat, dan kemudian menangkap dan memahami apa yang sedang individu baca.⁴⁵ Persepsi dimulai dengan proses sensasi yaitu proses menangkap stimuli melalui alat indra, atau diterimanya stimulus oleh alat indera individu baik melalui indera penglihatan, pendengaran, perasa, pembau, peraba, maupun pengecap.⁴⁶ Selanjutnya, stimulus tersebut diolah, diorganisasikan dan diinterpretasikan menjadi sinyal yang dapat dimengerti oleh otak untuk kemudian dipahami oleh individu apa yang dimaksud oleh stimulus tersebut, proses ini disebut proses persepsi.⁴⁷ Sehingga, persepsi dapat diartikan sebagai proses pemberian makna terhadap stimulus yang diterima oleh individu.⁴⁸ Pada keilmuan psikologi, persepsi diartikan sebagai proses pencarian informasi agar dapat dimengerti, dengan alat indra sebagai alat untuk memperoleh informasi, dan kesadaran dan kognisi sebagai alat untuk memahami.⁴⁹ Suatu persepsi dapat terbentuk karena perasaan, pengalaman, dan kemampuan berpikir masing-masing individu, sehingga persepsi bersifat subjektif.⁵⁰

⁴⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, Cet. 2 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), hlm.63.

⁴⁵ Ibid, hlm. 63.

⁴⁶ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Cet. 5 (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010), hlm 99.

⁴⁷ Ibid, hlm. 100.

⁴⁸ Nina M. Armando, *Psikologi Komunikasi*, Edisi 2, Cet.3, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), hlm. 3.5.

⁴⁹ Ibid., hlm. 3.7.

⁵⁰ Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, hlm. 100.

Menurut Krech dan Crutchfield, timbulnya persepsi ditentukan dua faktor berikut, yaitu:

- a. Faktor fungsional. Terdiri dari pengalaman terdahulu, kebutuhan personal, dan elemen individu seperti iklim mental dan emosional, latar belakang budaya, serta kerangka acuan (*frame of reference*) yang berperan dalam penciptaan persepsi karena kerangka acuan mempengaruhi bagaimana individu menginterpretasikan pesan yang diterima.⁵¹ Sehingga, persepsi bukanlah ditetapkan karena ragam rangsangan, namun karena personalitas pemberi persepsi. Laevine, Chein, serta Murphy membuktikan pernyataan tersebut melalui suatu penelitian. Penelitian tersebut dilakukan terhadap dua kumpulan mahasiswa yang diminta untuk melihat ilustrasi yang tidak gamblang. Kumpulan mahasiswa yang lapar, langsung memberikan persepsi yang berkaitan dengan makanan terhadap gambar tersebut. Sedangkan persepsi yang berlawanan datang dari kumpulan mahasiswa lain yang sedang tidak lapar. Sehingga dapat disimpulkan, meskipun stimulus yang diberikan sama (gambar yang tidak jelas), persepsi seseorang ditentukan oleh kondisi individu.
- b. Faktor struktural. Dalam terbentuknya suatu persepsi terdapat faktor yang berasal dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.⁵² Menurut teori Gestalt (keseluruhan/konfigurasi), dalam memberikan persepsi terhadap sesuatu,

⁵¹ Armando, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 3.10.

⁵² Ibid., hlm. 72.

individu cenderung melihatnya sebagai keseluruhan dan tidak melihatnya sebagai bagian-bagian kemudian dihipnotis menjadi satu. Ide dasar dari teori Gestalt adalah prinsip kedekatan (proksimitas), prinsip kesamaan (similaritas), dan prinsip kelengkapan (closure).⁵³ Menurut Kohler, bagian bagian medan berada dalam kesalingbergantungan yang dinamis, sehingga, dalam memahami sesuatu kita harus melihatnya dalam hubungan secara keseluruhan.⁵⁴ Ketika mencoba memahami sesuatu, individu perlu melihatnya dalam konteksnya, lingkungannya, dan masalah yang dihadapinya.

Dalam bukunya, Rakhmat menuliskan tentang dalil persepsi yang disampaikan oleh Krech dan Crutchfield yaitu:

- a. Berdasarkan fungsinya, persepsi memiliki sifat yang selektif. Objek rangsangan yang mendapat perhatian adalah objek yang sesuai dengan tujuan pemberi persepsi.⁵⁵
- b. Stimulus yang diterima indera manusia selalu dikoordinasikan dan dimaknai. Artinya, individu akan memberikan persepsi kepada suatu stimulus berdasarkan konteksnya, meskipun ketika stimulus yang ia dapatkan tidak lengkap, ia akan mengasosiasikan stimulus dengan pengetahuan yang ia miliki tentang terhadap stimulus yang ia persepsikan.⁵⁶

⁵³ Armando, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 3.10-3.11.

⁵⁴ Herdian Maulana and Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013), hlm. 48.

⁵⁵ *Ibid.*, hlm. 69.

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 72.

- c. Sifat struktur objek secara keseluruhan menentukan sifat dan makna dari stimulus yang diterima oleh alat indera. Contohnya, skandal seks yang dilakukan oleh oknum guru agama, akan dipandang lebih buruk jika dibandingkan dengan kasus serupa dilakukan oleh selebriti. Hal ini terjadi karena manusia selalu melihat suatu stimulus sesuai dengan konteks, kemudian ia akan mencari struktur yang sesuai dengan rangkaian stimuli tersebut. Struktur tersebut didapatkan dari mengumpulkan berdasarkan kemiripan atau hubungan, hal ini disebut *principles of similarity*.⁵⁷
- d. Objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama.⁵⁸ Pada persepsi sosial, individu tidak melihat pengelompokan secara struktural, karena sesuatu yang sama antara satu individu dengan individu yang lain bisa saja berbeda dengan individu yang lain lagi.

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi adalah faktor psikologi individu, yaitu kondisi dalam diri seseorang yang membentuk perhatian terhadap suatu objek sehingga menciptakan persepsi.⁵⁹ Berbagai faktor yang membentuk kondisi psikologis individu, mempengaruhi bagaimana persepsi yang terbentuk. Sehingga, karena pengalaman yang dilalui oleh setiap individu berbeda, memunculkan cara pandang unik yang menghasilkan persepsi yang

⁵⁷ Ibid., hlm. 73.

⁵⁸ Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 75.

⁵⁹ Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep*, hlm 147.

berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Menurut Miftah Thoha⁶⁰, faktor internal yang mempengaruhi persepsi terdiri dari:

a. Perasaan, kepercayaan, motivasi, tujuan, gangguan kejiwaan, dan kepribadian individu

- Perasaan individu pada suatu momen menentukan bagaimana pandangannya terhadap objek tertentu, karena persepsi bergantung pada pengalaman afektif yang dimiliki oleh seseorang. Bagaimana individu melihat dunia didasarkan pada apa yang individu rasakan saat itu
- Kepercayaan individu adalah pengetahuan yang telah dimiliki oleh individu tentang suatu objek yang kemudian mempengaruhi pandangannya terhadap objek terkait. Contohnya, seseorang mau membeli obat herbal karena memiliki kepercayaan terhadap dampak dari obat herbal tersebut
- Motivasi individu adalah dorongan bagi individu baik dari dalam maupun dari luar diri individu yang mempengaruhi persepsinya terhadap sesuatu. Contohnya pada masyarakat miskin yang memiliki motivasi kelaparan dan membutuhkan makanan akan memberikan perhatian pada pembicaraan terkait dengan makanan
- Tujuan individu adalah keinginan yang hendak dicapai oleh seorang individu yang akan mempengaruhi bagaimana seseorang memberikan persepsi terhadap suatu hal

⁶⁰ Ibid., hlm. 154-156.

- Gangguan kejiwaan individu mampu mempengaruhi persepsinya karena seorang individu yang memiliki gangguan kejiwaan cenderung memiliki reaksi emosional yang lebih kuat ketika mengingat memori yang menyakitkan berkaitan dengan objek tertentu
 - Kepribadian individu terbentuk dari warisan biologis keluarganya, alam tempat ia tinggal, kebudayaan pada lingkungan sekitarnya, dan pengalaman serta interaksinya dengan orang lain. Sehingga, setiap individu memiliki kepribadian yang unik yang mempengaruhi bagaimana persepsinya terhadap suatu hal
- b. Proses belajar/pemahaman, selaras dengan kekomplekan kejiwaan yang secara unik dimiliki oleh tiap individu. Contohnya, seorang anak muslim yang diajarkan bahwa babi haram dimakan, dan air liur anjing termasuk hal najis. Sehingga ketika anak tersebut dewasa, ia akan berusaha untuk menjauhi kedua binatang tersebut karena pandangan tentang kedua binatang yang telah diajarkan sejak dini
- c. Perhatian terhadap objek tertentu. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (*state of focused mental activity*).⁶¹ Karena individu selalu mendapat berbagai macam stimuli, perlu adanya stimuli yang menarik perhatian individu untuk terbentuk persepsi, hal ini menunjukkan adanya perhatian yang selektif (*selective attention*).⁶²

⁶¹ Armando, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 3.12.

⁶² *Ibid.*, hlm. 3.12.

Setiap saat, individu menerima berbagai macam stimuli dari objek-objek disekitarnya, namun hanya beberapa objek yang menarik perhatian individu dan akhirnya memunculkan persepsi dari individu tersebut. Sehingga, untuk terbentuk suatu persepsi, perlu adanya stimuli yang disadari dan diperhatikan oleh individu. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi perhatian yaitu faktor situasional dan faktor internal. Faktor situasional untuk mendapat perhatian dari individu⁶³, yaitu:

- a. Intensitas, semakin besar intensitas stimulus dari suatu objek, maka semakin besar pula pemahaman terhadap objek tersebut. Contohnya, kalimat iklan yang eksektif menggunakan kata-kata seperti termurah, satu-satunya, digunakan oleh 9 dari 10 artis besar, lebih menarik perhatian konsumen
- b. Ukuran, semakin besar ukuran suatu objek, semakin mudah objek tersebut untuk dipahami. Contohnya, ukuran tulisan yang besar pada koran akan lebih menarik perhatian daripada tulisan dengan ukuran kecil
- c. Keberlawanan, stimuli yang memiliki penampakan berlawanan dengan sekitarnya akan lebih mudah dipahami. Contohnya, pekerja yang terbiasa dengan banyak suara mesin yang keras akan lebih cepat menyadari ketidakberesan pada satu mesin karena mesin tidak menimbulkan suara
- d. Pengulangan, stimuli yang diulang lebih mudah dipahami daripada stimuli yang hanya dilihat satu kali. Contohnya, pada iklan produk yang ditampilkan berulang kali lebih menarik perhatian konsumen daripada iklan produk yang hanya ditampilkan sekali

⁶³ Ibid., hlm. 149-154.

- e. Gerakan, stimuli dari suatu objek yang bergerak lebih menarik perhatian daripada objek yang diam. Contohnya, dosen yang melakukan pengajaran dengan pergerakan fisik dan materi yang memungkinkan mahasiswa ikut berdiskusi lebih menarik daripada dosen yang mengajar hanya berdiri di satu tempat
- f. Hal-hal baru dan familiar, objek baru pada tatanan yang sudah dikenal dan objek lama pada tatanan yang baru akan menarik perhatian. Contohnya, pada rotasi pekerjaan pada pekerja dari waktu ke waktu yang akan meningkatkan perhatian pekerja terhadap tugasnya.

Selanjutnya terdapat faktor internal yang mempengaruhi perhatian dari individu⁶⁴, yaitu:

- a. Faktor Biologis. Keadaan biologis tubuh individu mempengaruhi perhatiannya terhadap lingkungan sekitarnya. Seseorang yang sedang merasa lapar akan memberikan perhatian kepada makanan dibandingkan orang yang kenyang.
- b. Faktor Sosiopsikologis. Motif sosiogenis, kebiasaan, sikap, dan kemauan seseorang mempengaruhi perhatiannya terhadap lingkungan sekitarnya. Seseorang yang akan membeli rumah akan mencari informasi tentang iklan penjualan rumah ketika ia mencari informasi melalui surat kabar, media online, maupun media sosial.

⁶⁴ Armando, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 3.14.

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi⁶⁵ adalah:

- a. Latar belakang keluarga. Standar hidup dan nilai-nilai yang dianut oleh keluarga tempat anak dibesarkan, akan mempengaruhi standar hidup dan nilai-nilai yang akan diterapkan oleh anak dalam kehidupannya. Hal ini terjadi karena keluarga merupakan unit satuan sosial terkecil yang menjadi lingkungan pertama yang dikenal oleh anak setelah ia lahir. Keluarga merupakan tempat paling efektif bagi seseorang untuk mendapatkan pemenuhan kebutuhan biologis dan juga psikologis. Dalam keluarga terdapat pola pengasuhan yang berikan oleh orang tua kepada anaknya yang akan membentuk perilakunya. Pengasuhan adalah tanggung jawab yang dilakukan oleh orang tua untuk mendidik dan merawat anaknya hingga menjadi pribadi yang sesuai dengan harapan keluarga dan lingkungan tempat tinggalnya. Karenanya, tidak jarang adanya seorang anak yang mengikuti jejak karir orang tuanya ketika ia dewasa, ada anak yang mengikuti orang tuanya menjadi dokter, ada pula anak yang meneruskan bisnis orang tuanya. Sehingga, hal-hal yang terjadi dalam proses pengasuhan tersebut akan membentuk suatu pemikiran yang mempengaruhi seseorang dalam memandang dan memahami segala sesuatu di sekitarnya.
- b. Kebudayaan dan lingkungan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Bruner dan Goodman pada tahun 1947 di Amerika Serikat mendapatkan hasil bahwa anak-anak orang miskin akan menggambarkan uang koin 25 sen lebih besar daripada anak-anak orang kaya, hal ini menunjukkan bahwa

⁶⁵ Ibid., hlm. 147-148.

uang koin 25 sen sangat berharga bagi anak-anak orang miskin, namun tidak bagi anak-anak orang kaya. Tinggi pengaruh dari lingkungan sosial individu dapat dilihat dari beberapa indikator⁶⁶, yaitu:

- Frekuensi, seberapa sering individu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya
- Durasi, berapa lama individu menghabiskan waktu setiap kali berinteraksi dengan lingkungan sosialnya
- Keteraturan, kontinuitas individu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya
- Keterbukaan, kesediaan individu untuk memberikan informasi tentang dirinya kepada lingkungan sosialnya
- Empati, kemampuan menempatkan diri pada posisi orang lain di lingkungan sosialnya
- Dukungan, berpikiran terbuka dan siap untuk menerima pandangan lain dari anggota lingkungan sosialnya

c. Informasi yang diperoleh individu. Informasi yang didapat individu dari berbagai macam media akan membentuk pengetahuan dalam diri individu yang akan mempengaruhi persepsi individu terhadap suatu hal baru yang ia dapatkan. Informasi yang diperoleh ini kemudian akan diproses, diolah, disimpan sehingga dapat digunakan kembali pada waktu lainnya.⁶⁷ Informasi merupakan suatu kebutuhan bagi manusia, sehingga individu

⁶⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 170.

⁶⁷ Armando, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 3.4.

akan berusaha untuk mencari informasi berdasarkan kebutuhan tiap individu⁶⁸:

- Faktor pekerjaan, seluruh individu memerlukan informasi untuk menjalankan pekerjaannya. Faktor ini tidak terbatas hanya apa pekerjaan yang bertujuan untuk menghasilkan uang, namun juga pada pekerjaan yang bertujuan untuk menimba ilmu, seperti pelajar dan mahasiswa.
- Faktor kebudayaan, dalam usaha bersosialisasi, individu membutuhkan informasi, contohnya dalam melakukan musyawarah dengan orang disekitarnya.
- Faktor kepribadian, faktor ini dipengaruhi oleh ketekunan, keteraturan, ketelitian, dan cara seseorang menerima informasi
- Faktor usia, hal ini mempengaruhi jenis informasi yang dibutuhkan, misalnya pada usia 22-23 tahun, individu mencari informasi tentang pekerjaan.
- Faktor jenis kelamin, masing-masing jenis kelamin memiliki cara pencarian informasi yang berbeda.
- Faktor akses, dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, akses pencarian informasi semakin dimudahkan.
- Faktor ketersediaan waktu dan biaya, kedua hal ini mempengaruhi bagaimana individu mencari informasi

⁶⁸ Nicholas David, *Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concepts for the Internet Age* (London: ASLIB, 2000), hlm. 56.

- Faktor informasi berlebih, dengan perkembangan teknologi yang pesat, informasi di internet menjadi sangat beragam dan banyak. Hal menjadikan adanya kesulitan pemenuhan kebutuhan informasi, karena perlu mencari informasi yang dibutuhkan di antara informasi-informasi lain yang tidak dibutuhkan.

2) Terpaan media

Informasi yang diperoleh oleh individu dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi yang dimiliki oleh individu. Hal ini terjadi karena setiap individu akan menghimpun informasi yang telah ia dapatkan menjadi suatu pengetahuan. Sehingga ketika ia mendapatkan informasi baru, ia akan mengaitkannya dengan pengetahuan yang telah dimiliki. Perkembangan internet yang semakin masif, memudahkan individu menerima informasi dari berbagai media yang diakses. Informasi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan tentu akan selalu dicari oleh individu berdasarkan kebutuhan maupun ketertarikannya.

Informasi yang diterima tersebut disebut terpaan media, yaitu kondisi ketika individu diterpa informasi dari media massa atau bagaimana informasi dari media massa tersebut menerpa individu. Menurut Kriyantono, terpaan atau paparan media yaitu tindakan melihat, mendengar, membaca pesan media massa dan memiliki ingatan serta ketertarikan terhadap pesan tersebut, terpaan

media bisa mengenai perorangan maupun kelompok.⁶⁹ Sedangkan menurut Effendy, terpaan media adalah kondisi khalayak secara terus menerus menerima informasi dari media massa yang berdampak pada bertambahnya informasi, pengetahuan dan wawasan yang luas terhadap khalayak.⁷⁰

Senada dengan Kriyantono, Ardianto menyatakan bahwa terpaan media adalah proses individu membaca, melihat, atau mendengar pesan pada media massa, dapat juga diartikan ketika individu memiliki pengalaman atau memperhatikan pesan media massa tertentu.⁷¹ Terpaan media mampu mempengaruhi perubahan pada mentalitas dan aktivitas seseorang, baik pada kesan, keyakinan, maupun perilakunya.⁷² Menurut Rosregan, terpaan media adalah bagaimana individu menggunakan media yang mencakup jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengakses media massa, jenis konten media massa yang diakses, dan hubungan antara orang yang mengakses media dengan isi media dan media secara keseluruhan.⁷³ Dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan media adalah bagaimana individu/kelompok terkena informasi dari media massa baik melalui kegiatan membaca, mendengar, maupun melihat dengan perhatian penuh yang dapat mempengaruhi pandangannya terhadap objek tertentu.

⁶⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Edisi 1, Cet. 4 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 207.

⁷⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Cet. 23 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 168.

⁷¹ Elvinaro Ardianto and Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, cet.1 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 168.

⁷² Siswanto Sutojo, *Building the Corporate Mass* (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm. 91.

⁷³ Kriyantono, *Teknik Praktis Riset*, hlm 208.

3) Intensitas

Terpaan informasi dari media perlu mencapai intensitas tertentu agar memperoleh perhatian dari individu dan mempengaruhi persepsi yang ia miliki. Individu tidak serta merta terpengaruh persepsinya hanya dengan satu kali membaca informasi dari suatu media. Informasi perlu menerpa individu berulang kali untuk mempengaruhi persepsinya akan informasi tersebut. Persepsi merupakan tahapan pemberian respon yang tepat, karena dalam proses memberikan persepsi diperlukan suatu aktivitas yang dilakukan berulang-ulang untuk memperoleh suatu *insight*. Aktivitas tersebut perlu dilakukan berulang-ulang agar seseorang mampu memahami suatu objek sehingga dapat melahirkan respon tertentu.⁷⁴

Menurut Chaplin, intensitas didefinisikan sebagai kekuatan atau dukungan terhadap suatu pendapat/pandangan dan sikap.⁷⁵ Selain itu, menurut Chaplin intensitas dapat dipecah menjadi tiga kategori berbeda, yaitu: 1) satu sifat kuantitatif dari suatu sensasi terkait dengan intensitas rangsangannya, 2) kekuatan perilaku atau pengalaman, 3) kekuatan yang melandasi suatu pendapat atau pandangan dan sikap.⁷⁶ Intensitas memiliki pengertian kekuatan dari perilaku yang dipancarkan oleh seorang individu.⁷⁷ Intensitas juga diartikan sebagai kuatnya tingkah laku atau pengalaman, serta sikap yang dipertahankan.⁷⁸ Selain itu, intensitas juga memiliki arti kekuatan, atau

⁷⁴ Febiani, "Pengaruh Intensitas Mendengarkan", hlm. 9.

⁷⁵ James J. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 254.

⁷⁶ Ibid., hlm. 254.

⁷⁷ Arthur S. Reber dan Emily S. Reber, *Kamus Psikologi (The Penguin Dictionary of Psychology)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 480.

⁷⁸ M. Hafi Anshari, *Kamus Psikologi* (Surabaya: Usaha Nasional, 1996), hlm. 297.

kemampuan, gih atau tidaknya, serta kehebatan seseorang.⁷⁹ Sedangkan menurut Corsini, intensitas bersifat nominal sesuai variabel yang diteliti dan telah dikuantifikasi melalui survei dan studi dengan mempertimbangkan faktor motivasi, frekuensi, durasi, dan sikap.⁸⁰ Sehingga dapat disimpulkan intensitas merupakan perilaku individu yang dikerjakan secara sungguh-sungguh dan seberapa sering ia melakukannya.

Indikator dari intensitas yang disampaikan oleh Icek Ajzen⁸¹ adalah:

- a. Perhatian: Pemusatan konsentrasi individu terhadap suatu hal/aktivitas yang kemudian menentukan ketertarikan individu terhadap hal/aktivitas tersebut. Hal/aktivitas tersebut akan menimbulkan rasa nyaman dalam diri individu sehingga akan menjadi pusat perhatiannya dalam waktu yang lama.
- b. Penghayatan: Usaha individu untuk memahami atau menerima stimulasi/informasi yang menerpanya untuk kemudian menjadi pengalaman berharga bagi individu tersebut. Individu akan terpengaruh atau bahkan meniru hal yang ia dapatkan dari stimulus/informasi yang ia dapatkan.
- c. Frekuensi: Suatu kegiatan yang dikerjakan berulang kali secara sengaja maupun tidak sengaja. Waktu dapat digunakan untuk mengukur frekuensi seseorang dalam melakukan aktivitas tertentu. Frekuensi dapat diukur dengan standard berikut:

⁷⁹ Pius P. Partanto dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1995), hlm. 265.

⁸⁰ Fajar Putra Iqomaddin dan Muhajir, "Intensitas Rupa : Penggunaan Media Pembelajaran Visual Dalam Kelas Linguistik Sastra Inggris Universitas Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, Volume 3 No. 2 (2015), hlm. 111.

⁸¹ Icek Ajzen, *Attitudes, Personality and Behaviour*, Edisi 2 (Open University Press/McGraw-Hill Education, 2005), hlm. 225.

- Rendah : 1-4 kali dalam satu hari
- Tinggi : Lebih dari 4 kali dalam satu hari

d. Durasi: Menunjukkan lamanya individu mengakses suatu media. Durasi dapat diukur dengan standard berikut:

- Rendah : 5 – 15 menit dalam satu kali akses
- Tinggi : Lebih dari 15 menit dalam satu kali akses

4) Teori Efek Terbatas (Limited Effects Theories)

Kompleksnya faktor psikologis individu serta faktor eksternal seperti intensitas terpaan media yang mempengaruhi persepsi seseorang, memunculkan pendapat ahli yang menjelaskan bahwa media memiliki efek yang terbatas. “Teori efek terbatas menyatakan bahwa media memiliki efek yang terbatas karena efek dari media terhadap individu dikurangi oleh efek dari berbagai variabel lain (*intervening variable*)”.⁸² Perbedaan antara satu individu dengan individu lain seperti perbedaan kecerdasan dan pendidikan, perbedaan pandangan politik dan agama, serta perbedaan hubungan sosial seperti pertemanan dan keluarga menjadi pembatas dari pengaruh media berdasarkan teori efek terbatas.⁸³ Teori ini disampaikan oleh Paul Lazarsfeld, menurutnya, dampak media yang hanya pada pemikiran dan perilaku yang dangkal menunjukkan media tidak memberikan efek kuat secara langsung kepada individu.⁸⁴ Teori ini menjelaskan bahwa kekuatan pengaruh media terletak

⁸² Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media Dan Budaya Jilid 2*, Edisi 5 (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 178.

⁸³ *Ibid.*, hlm. 100

⁸⁴ Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan, Dan Masa Depan*, Edisi 5 (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 166.

pada seberapa jauh individu mengizinkan media mempengaruhi hidupnya bukan pada teknologi maupun bagaimana isi dari media tersebut.⁸⁵ Inti dari teori ini, yaitu:

- a. Media jarang mempengaruhi individu secara langsung, hal ini terjadi karena individu cenderung meminta saran/pendapat orang di sekitarnya (keluarga, teman, atau rekan kerja/komunitas) tentang suatu informasi yang mereka baca, lihat, ataupun dengar.
- b. Ketika individu tumbuh dewasa, partai politik dan afiliasi agama menjadi kelompok tempat mereka meletakkan komitmen yang kuat. Komitmen tersebut menjadi pencegah terserapnya pengaruh dari suatu media kepada individu, karena individu dewasa cenderung konsisten dengan komitmennya terhadap kelompok tersebut.
- c. Ketika efek media terjadi, biasanya sangat lemah dan tidak terlalu spesifik, individu yang mudah terpengaruh oleh media biasanya terasing dari pengaruh normal orang lain atau komitmen kelompok yang ada melemah oleh krisis.⁸⁶

Peneliti memilih teori efek terbatas untuk melihat pengaruh dari intensitas mengakses terhadap persepsi pembacanya. Peneliti ingin mengetahui apakah teori efek terbatas yang menyebutkan bahwa khalayak tidak mudah terpengaruh hanya karena informasi yang mereka terima saja dapat dibuktikan dalam penelitian ini.

⁸⁵ Ibid., hlm. 167

⁸⁶ Baran and Davis, *Teori Komunikasi Massa*, hlm.177-178.

5) Komunikasi Massa

Media massa melalui informasi yang mereka produksi dan sebarakan memiliki beberapa peran dalam kehidupan sosial. Peran-peran tersebut adalah menjadi penyebar informasi yang objektif dan edukatif, melakukan kontrol sosial yang konstruktif, dan menyalurkan aspirasi masyarakat dan memperluas komunikasi dan partisipasi masyarakat.⁸⁷ Sedangkan proses komunikasi massa yang dilakukan oleh media-media massa tersebut memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- a. Fungsi Informasi: Adalah fungsi komunikasi massa yang terpenting, karena media massa merupakan penyebar informasi ke khalayak sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu
- b. Fungsi Pendidikan: Adalah fungsi komunikasi massa untuk menjadi sarana pendidikan dengan memproduksi konten-konten yang memberikan pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada khalayak
- c. Fungsi Mempengaruhi: Adalah fungsi komunikasi massa yang diberikan melalui produk berupa artikel, tajuk atau editorial, dan features. Fungsi mempengaruhi ini dapat diberikan dalam berbagai bentuk, yaitu:
 - 1) Memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
 - 2) Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
 - 3) Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu
 - 4) Memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu⁸⁸

⁸⁷ Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makassar: Alauddin University Press, 2013), hlm. 66.

⁸⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 72-

d. Fungsi Hiburan: Adalah fungsi komunikasi massa yang bertujuan untuk menjadi sarana relaksasi, dan meredakan ketegangan sosial bagi masyarakat.⁸⁹

6) Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta)

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mencari informasi yang mereka butuhkan, salah satunya melalui media online yang menjadi salah satu pilihan sumber informasi. Informasi dari suatu media menyerpa pembaca dengan intensitas tertentu menjadi salah satu faktor terbentuknya persepsi tertentu yang dimiliki oleh pembaca. Persepsi akan terbentuk apabila ada stimulus yang diterima oleh indera manusia, hal ini disebut proses sensasi. Agar suatu stimulus dapat menarik perhatian individu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah intensitas. Intensitas mengakses suatu informasi dengan frekuensi dan durasi tertentu serta dengan perhatian dan penghayatan terhadap informasi tersebut memberikan pengaruh terhadap persepsi yang dimiliki oleh individu. Penelitian ini mengkaji tentang apakah Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id memiliki pengaruh terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta).

⁸⁹ Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, hlm. 58-59.

Berdasarkan empat indikator intensitas, yaitu frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan dapat diketahui pengaruhnya terhadap persepsi pembaca dengan melihat indikator faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional melihat faktor pengalaman terdahulu, kebutuhan personal, dan elemen individu seperti iklim mental dan emosional, latar belakang budaya, serta kerangka acuan (*frame of reference*). Karena hal-hal yang termasuk dalam faktor fungsional tersebut berperan dalam penciptaan persepsi karena mempengaruhi bagaimana individu menginterpretasikan pesan yang diterima. Sedangkan faktor struktural melihat terbentuknya persepsi karena faktor prinsip kedekatan (proksimitas), prinsip kesamaan (similaritas), dan prinsip kelengkapan (closure). Hal ini menunjukkan bahwa dalam mencoba memahami dan memberikan persepsi terhadap sesuatu, individu perlu melihatnya dalam konteksnya, lingkungannya, dan masalah yang dihadapinya.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, teori utama pada penelitian ini adalah teori efek terbatas. Meskipun proses komunikasi massa memiliki fungsi untuk mempengaruhi, namun berdasarkan teori efek terbatas, efek yang diberikan oleh proses komunikasi massa bersifat terbatas. Hal ini disebabkan karena efek yang diberikan oleh media terhadap seorang individu masih dikurangi dengan efek yang diberikan oleh hal-hal lain seperti perbedaan kecerdasan/pengetahuan, perbedaan pandangan politik dan agama, serta perbedaan hubungan sosial seperti pertemanan dan keluarga. Sehingga, teori efek terbatas digunakan pada penelitian ini untuk melihat apakah efek dari media bersifat terbatas terbukti atau tidak.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban temporer terhadap rumusan masalah yang disusun oleh peneliti, karenanya, rumusan masalah ditentukan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis masih didasarkan pada teori terkait yang digunakan dalam penelitian, belum ditulis berdasarkan kenyataan lapangan yang didapatkan dari proses pengumpulan data. Sehingga, hipotesis dapat pula dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, namun belum menjadi jawaban empiric atau sebenarnya.⁹⁰ Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H₀: Intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id tidak berpengaruh terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi (studi pada pembaca Mubadalah.id di Jakarta)

H_a: Intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id berpengaruh terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi (studi pada pembaca Mubadalah.id di Jakarta)

⁹⁰ Sugiyono and Puji Lestari, *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*, Cet.1 (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 146.

G. Sistematika Pembahasan

Peneliti membagi sistematika pembahasan dalam beberapa bab, yaitu:

1) Bab I: PENDAHULUAN

Pada Bab I, pertama, peneliti menjelaskan tentang latar belakang penelitian ini. Kedua, peneliti menjelaskan pokok dan rumusan masalah penelitian ini. Ketiga, peneliti menjelaskan tujuan dan kegunaan penelitian ini. Keempat, peneliti menjelaskan manfaat penelitian ini. Kelima, peneliti menjelaskan kajian pustaka yaitu penjelasan penelitian sebelumnya yang menjadi referensi peneliti. Keenam, peneliti menjelaskan kerangka teori penelitian ini, yaitu landasan teori penelitian ini dan penjelasan variabel terkait. Ketujuh, peneliti menjelaskan hipotesis serta sistematika pembahasan penelitian ini.

2) Bab II: METODE PENELITIAN

Pada Bab II, peneliti menjabarkan mengenai metodologi penelitian untuk melakukan penelitian ini. Pertama, peneliti menjelaskan tentang jenis analisis penelitian dalam penelitian ini, dilanjutkan dengan definisi konseptual dari penelitian ini. Selanjutnya peneliti menjelaskan tentang definisi operasional dari penelitian ini dan dilanjutkan dengan populasi dan sampel. Kelima, peneliti menjelaskan tentang penggunaan instrumen yang dipilih pada penelitian ini, kemudian dilanjutkan prosedur pengumpulan data. Ketujuh peneliti menjelaskan tentang reliabilitas dan validitas, pungkasanya, peneliti menjelaskan tentang teknik analisis data.

3) Bab III: GAMBARAN UMUM

Pada Bab III, variabel pada penelitian ini dijabarkan, yaitu profil website Mubadalah.id dan pembacanya sebagai subjek penelitian.

4) Bab IV: ANALISIS DATA

Pada Bab IV, peneliti menjelaskan hasil pengumpulan dan analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini. Dimulai dengan penyajian data yang diperoleh dari responden yaitu pembaca Mubadalah.id di Jakarta, kemudian data tersebut akan diuji guna menemukan jawaban dari rumusan masalah serta membuktikan hipotesis yang telah ditentukan.

5) Bab V: PENUTUP

Pada Bab V, peneliti menjelaskan tentang kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari penelitian ini dan saran yang dapat peneliti berikan kepada penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id terhadap Persepsi Pembacanya tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi (Studi pada Pembaca Mubadalah.id di Jakarta)” berikut kesimpulan yang dapat diambil sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah disusun, yaitu:

A. Kesimpulan

- 1) Tingkat intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id pada pembacanya di Jakarta termasuk dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 85%. Artinya, pembaca di Jakarta sering dan senang mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id dan merasa setuju serta mendapatkan manfaat dari konten tersebut.
- 2) Tingkat Persepsi tentang Pentingnya Partisipasi Perempuan dalam Bidang Sosial Ekonomi pada pembaca Mubadalah.id di Jakarta termasuk dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 64%. Artinya, persepsi pembaca Mubadalah.id di Jakarta tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi adalah pembaca merasa pemberdayaan perempuan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan agar perempuan berdaya dan berpartisipasi aktif dalam bidang sosial ekonomi.

- 3) H_a diterima, yaitu Intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id berpengaruh terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi (studi pada pembaca Mubadalah.id di Jakarta). Pengaruh yang diberikan oleh intensitas adalah sebesar 20,8% dengan arah hubungan yang bersifat positif. Artinya, semakin tinggi Intensitas Mengakses Konten Pemberdayaan Perempuan Mubadalah.id maka semakin tinggi pula Persepsi tentang Pentingnya Partisipasi pada Bidang Sosial Ekonomi, begitupula sebaliknya. Sedangkan H_0 , yaitu Intensitas mengakses konten pemberdayaan perempuan Mubadalah.id tidak berpengaruh terhadap persepsi pembacanya tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam bidang sosial ekonomi (studi pada pembaca Mubadalah.id di Jakarta), dinyatakan ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran yang dapat peneliti sampaikan kepada beberapa pihak, yaitu:

- 1) Bagi Mubadalah.id, semoga senantiasa memberikan edukasi tentang pentingnya pemberdayaan perempuan melalui tulisan-tulisannya.
- 2) Bagi masyarakat, khususnya pembaca Mubadalah.id, diharapkan untuk dapat memilih media yang memberikan edukasi dan materi yang positif
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, sebagaimana telah disebutkan pada penelitian ini bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, penelitian berikutnya dapat meneliti topik pengaruh media dengan variabel yang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halik. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press, 2013.
[http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA full.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf).
- Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality and Behaviour*. 2nd ed. Open University Press/McGraw-Hill Education, 2005.
- Anshari, M. Hafi. *Kamus Psikologi*. Surabaya: Usaha Nasional, 1996.
- Apriliandra, Sarah, and Hetty Krisnani. "Perilaku Diskriminatif Pada Perempuan Akibat Kuatnya Budaya Patriarki Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Konflik." *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 3, no. 1 (2021): 1.
- Ardianto, Elvinaro, and Lukiat Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Armando, Nina M. *Psikologi Komunikasi*. 2nd ed. Jakarta: Universitas Terbuka, 2009.
- Baran, Stanley J. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media Dan Budaya Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis. *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan, Dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Chaplin, James J. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Dr. Muhammad Quraish Shihab, M.A. *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i Atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan, 1996.

- Edy, Sarwo. "Pengaruh Intensitas Membaca, Kohesivitas Kelompok Referensi Dan Kepedulian Pada Klub Terhadap Persepsi Individu Tentang PSSI Dalam Penjatuhan Sanksi Komisi Disiplin Pada PSIS Semarang." *Majalah Ilmiah Inspiratif* 01, no. 01 (2016): 2016.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Febiani, Kristi. "Pengaruh Intensitas Mendengarkan, Motivasi Dan Sikap Terhadap Persepsi Pendengar Tentang Program Acara Asri & Steny in the Morning Di Radio Delta Fm Semarang Kristi." *Majalah Ilmiah Inspiratif* 2, no. 3 (2017).
- Gudykunst, William B., and Young Yun Kim. *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill, 1992.
- Hasanah, Hikmatul, and Syahrul. "Partisipasi Perempuan Pedagang Keliling Dalam Membantu Ekonomi Keluarga Di Kabupaten Sorong" 1 (2020): 31–59.
- Hootsuite, We Are Social and. *Digital 2022 Global Overview Report the Essentials Guide to The World's Connected Behaviours*, 2022.
- Insights, G E I (Gender Equality Index). *Invest in A More Equal Future*, 2022.
- Iqomaddin, Fajar Putra, and Muhajir. "Intensitas Rupa : Penggunaan Media Pembelajaran Visual Dalam Kelas Linguistik Sastra Inggris Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Pendidikan Seni Rupa* Volume 03 (2015): 110–119.
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama

Media, 2019.

Julaina, Dr Hamdani M. Syam, M.A. “Pengaruh Intensitas Menonton Sinetron ‘Dunia Terbaik Di Rcti’ Terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga Mengenai Keterbalikan Status Pekerjaan Laki-Laki Dan Perempuan.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume 3* 2018 (2018).

Juliansyahzen, Muhammad Iqbal. “Otoritarianisme Pemahaman Keagamaan : Melacak Akar Kekerasan Terhadap Perempuan Dalam Rumah Tangga.” *Studi Islam Gender dan Anak* 16, no. 1 (2021): 50.

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. “Profil Perempuan Indonesia.” *Profil Perempuan Indonesia* (2020): xviii+178.

Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. *Profil Perempuan Indonesia 2021*. Jakarta, 2021.
<https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/26/3813/profil-perempuan-indonesia-tahun-2021>.

Kemkominfo dan Katadata Insight Center. *Status Literasi Digital Indonesia Survei Di 34 Provinsi*. Katadata Insight Center, 2020.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi*,

- Komunikasi Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Lady Rara Prastiwi, Ingesti, and Dida Rahmadani. "Polemik Dalam Karir Perempuan Indonesia." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 4, no. 1 (2020): 1–11.
- Lailatuzz Zuhriyah. "Perempuan, Pendidikan, Dan Arsitek Peradaban Bangsa." *Perempuan dan Anak* Volume 2 (2018): 252.
- Maulana, Herdian, and Gungum Gumelar. *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, 2013.
- Mulia, Musdah. *Ensiklopedia Muslimah Reformis Pokok-Pokok Pemikiran Untuk Reinterpretasi Dan Aksi*. 1st ed. Jakarta: Dian Rakyat, 2019.
- Mulia, Musdah. *Kemuliaan Perempuan Dalam Islam*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nicholas David. *Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concepts for the Internet Age*. London: ASLIB, 2000.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.
- Partanto, Pius P., and M. Dahlan Al-Barry. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola, 1995.
- Perempuan, Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap. *Bayang-Bayang Stagnansi:*

Daya Pencegahan Dan Penanganan Berbanding Peningkatan Jumlah, Ragam Dan Kompleksitas Kekerasan Berbasis Gender Terhadap Perempuan Catahu 2022: Catatan Tahunan Kekerasan Terhadap Perempuan Tahun 2021. Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan, 2022.

Reber, Arthur S., and Emily S. Reber. *Kamus Psikologi (The Penguin Dictionary of Psychology)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan, 1992.

Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

Singarimbun, Masri, and Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 2011.

Siswanto Sutojo. *Building the Corporate Mass*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004.

Solihatin, Isna Rahmah. "KONSEPSI AL-QURAN TENTANG PEREMPUAN PEKERJA DALAM MENSEJAHTERAKAN KELUARGA 'Kesetaraan Dan Kebijakan.'" *HARKAT: Media Komunikasi Islam Tentang Gender dan Anak* 12 (2017).
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/psga/article/download/7714/4289>.

Sugiyono, and Puji Lestari. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*. Bandung: Alfabeta, 2021.

Sutanty, Marisa, Sri Rahayu, Maya Insani, Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Article Info, Article History, Hilir Sub-district, and Ijuk Village. “Pengaruh Tingkat Partisipasi Perempuan Dalam Berwirausaha Terhadap Tingkat Sosial Ekonomi Keluarga” (2022): 69–77.

Thoha, Miftah. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. 1st ed. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.

Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010.

