

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abidin.Y.Z. (2015).*Manajemen Komunikasi*.Bandung: Pustaka Setia.
- Cangara,H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara.H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Djarmiko Purwo. (2014). *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Anugrah.
- Effendy, O.U. (2011). *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hamidi. (2004).*Metode Penelitian Kualitatif*.Malang: UMM Pres.
- Hermawan,A. (2012).*Komunikasi Pemasaran*.Jakarta:PT Gelora Aksara Pratama.
- Iskandar.(2009).*Metodologi Penelitian Kualitatif*.Jakarta : Gaung Persada.
- Mulyana. D. (2007).*Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa. (2004).*Kurikulum Berbasis Kompetensi, Konsep, Karakteristik dan Implementasi*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah.R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, Dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nudin Ihwan. (2016).*Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurdin. (2004). *Implementasi dan Birokrasi Pembangunan* Jakarta : Balai Pustaka.
- Prisgunanto.I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.

Rahayu. (2021). *Perempuan Dan Literasi Digital*. D.I. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Romli.K. (2015). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Grasindo.

Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryadi.E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Widoyoko.E.P. (2015). *Evaluasi Program Pembelajaran Panduan Praktis Bagi Pendidikan Dan Calon Pendidik*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.

INTERNET

Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/27/1227/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-jenis-kelamin.html>, diakses pada tanggal 27 juni 2022.

Citrapariwara. <http://archive.citrapariwara.org/penghargaan/2013/digital?keyword=Think.web> Diakses pada 14 April 2022.

Data Portal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, diakses pada tanggal 2 febuari 2022.

Facebook. <https://mix.co.id/headline/inilah-top-ten-digital-agency-di-indonesia-versi-facebook/>. Diakses pada 11 agustus 2022.

Fahmi ahmad Burhan. Google Ungkap Alasan 50% Pengusaha Perempuan Belum Berjualan Online, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5fdc64a2e1186/google>

e-ungkap-alasan-50-pengusaha-perempuan-belum-berjualan-online. Diakses pada 20 juni 2022.

Kemenkopukm. <https://kemenkopukm.go.id/read/menteri-teten-jumlah-kewirausahaan-perempuan-perlu-ditingkatkan>, Diakses pada tanggal 27 juni 2022.

Perempuan Maju Digital. <https://perempuanmajudigital.id/>. Diakses pada 21 Juni 2022.

Sagara Technology. 5 Perusahaan Web Developer Terbaik di Indonesia. <https://teknologi.id/technology/5-perusahaan-web-developer-terbaik-di-indonesia>

Diakses pada 14 April 2022.

Shemansbusiness. <https://shemeansbusiness.fb.com/indonesia-bahasa/>, Diakses 20 april 2022.

Taufik, isril. Implementasi Peraturan Daerah Badan Permusyawaratan Desa. Dalam <https://jkp.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKP/article/download/2194/2160> Diakses pada 20 Juni 2022.

Think.web. <http://pranala.id/item/product1/>. Diakses pada 8 juni 2022.

UMKM. Terdapat pada <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia> , Diakses pada 15 april 2022.

Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=XOUvWFz1pGM> diakses pada 27 juli 2022.

DAFTAR LAMPIRAN



LAMPIRAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Annisa Maulidya
NPM : 183112351650327
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Program Perempuan Maju Digital Oleh Agensi Think.web Jakarta.

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Agustus 2022, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 31 Agustus 2022

Ketua Sidang : Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.Si

Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, M.Si

Keterangan

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LAMPIRAN SURAT KESEDIAAN PEMBIMBING



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022
Lamp : 1 (satu) Berkas
Hal : **Kesediaan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesian
Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Annisa Maulidya
NPM : 183112351650327
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : **Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Program
Perempuan Maju Digital Oleh Agensi Think.web Jakarta**

Kesediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta
Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk
menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui
Sekretariat.

Demikian, terima kasih.

Bersedia Tidak Bersedia*
Sebagai Pembimbing,

Wakil Dekan,

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si..

*coret yang tidak perlu

LAMPIRAN SURAT TUGAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si
NIP/NIDN : 0330067201
Pangkat Akademik : Lektor
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Annisa Maulidya
NPM : 183112351650327
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Program Peremajaan Maju Digital Oleh Agensi Think.web Jakarta*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,


Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

LAMPIRAN LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa/i : Annisa Maulidya
 Nomor Pokok Mahasiswa/i : 183112351650327
 Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi dalam mengimplementasikan

Program Perempuan Maju Digital Oleh Agensi
 Think.web Jakarta

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	10/06/22	Meneruskan bimbingan semester lalu dengan mengirimkan hasil bab 1 -3	
2	12/06/22	Pembahasan Bab 1 - 3	
3	13/06/22	Disetujui untuk melakukan wawancara dengan menyiapkan pedoman wawancara	
4	16/06/22	Membahas teknik menyusun Bab 4	
5	1/07/22	Mengubah konsep penelitian dan membahas hasil penelitian melalui panggilan whatsapp	
6	2/07/22	Melengkapi data pendukung tambahan	
7	24/07/22	Membahas keseluruhan dari Bab 1 hingga Bab 4 melalui google meet , Menentukan Teori	
8	29/07/22	Membahas dan memeriksa keseluruhan dari judul hingga bab 5 melalui google meet, diizinkan melakukan cek turnitin	
9	1/08/22	Membahas teknik penulisan, Abstrak, Lampiran, Daftar Pustaka Footnote, Laporan observasi, Hasil wawancara, Riwayat Hidup melalui google meet	
10	10/08/22	Skripsi disetujui untuk dilakukan pengujian pada sidang skripsi	

Jakarta 9 Agustus 2022
 Ketua Program Studi


 Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Hello

Perihal : Surat Balasan Penelitian
Nomer : 023//SDM/TIB/EKS/VI/2022

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **M. Zaeni Zen**
Jabatan : Div Head of HRGA

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Annisa Maulidya**
NPM : 183112351650327
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Perguruan Tinggi : Universitas Nasional

Benar telah melakukan penelitian di Think.web untuk penulisan skripsi dengan judul
"STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM PEREMPUAN
MAJU DIGITAL OLEH AGENSI THINK.WEB JAKARTA."

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 22 Juni 2022
PT ThinkSmart Ide Brajendra


M. Zaeni Zen
Division Head of HRGA



PT. Thinksmart Ide Brajendra
Jl. RS Fatmawati Ruko Go Iden Plaza Blok E41 -42, Jakarta Selatan, 12420, Indonesia
Phone (021) 27826379 Fax : +62 21 7207609
www.think.web.id

CATATAN LAPANGAN (*FIELD NOTE*)

Subjek Penelitian : Key informan : SA	Tanggal Observasi 21 Juni 2022
---------------------------------------	--------------------------------

HASIL OBSERVASI

Penulis
Hari Selasa, 21 Juni 2022 SA memasuki ruang zoom <i>meeting</i> yang telah dibuat oleh penulis. Didalam ruang zoom <i>meeting</i> tersebut hanya terdapat penulis dan SA. Sebelum melakukan wawancara penulis memperkenalkan diri kepada SA. Penulis bersikap seperti atasan dan bawahan dikarenakan jabatan SA di Think.web ialah sebagai <i>communication manager</i>. Penulis sangat gugup sedangkan SA berbicara dengan sangat cakap. Setelah perkenalan diri, penulis meminta SA bergantian memperkenalkan diri dengan menyebutkan nama dan jabatan. Sebelum masuk dalam kegiatan wawancara, penulis menjelaskan judul dari skripsi penulis dan dilanjutkan dengan melemparkan pertanyaan wawancara kepada SA. Dalam menjawab pertanyaan yang diajukan penulis SA terlihat sangat menguasai dan mengerti. ** Berdasarkan pengamatan penulis, SA adalah wanita yang sangat profesional dan tegas. SA sangat terbuka dan tidak tertutup memebagikan informasi kepada penulis.

HASIL WAWANCARA

Biodata Key Informan

Nama : Stefani ananda
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : *Communication Manager*
Lama Jabatan : 10 Tahun

Keterangan

P : Penulis
Ki : Key Informan
Hari/Tanggal : Selasa 21 Juni 2022
Tempat Wawancara : Zoom Meeting

Sebelum melakukan wawancara dengan SA, penulis terlebih dahulu mengajukan permohonan wawancara dengan mengirimkan surat permohonan penelitian dari universitas asal penulis kepada *Div Head of HRGA Think.web M. Zaeni Zen* pada tanggal 13 Juni 2022. Selanjutnya pada Selasa 21 Juni 2022 dijadwalkan dengan SA untuk melakukan kegiatan wawancara

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara key informan dengan penulis sebagai berikut :

P : "Sebelumnya, silakan perkenalkan nama Anda dan posisi apa yang ditempati saat ini?"

Ki : "Stefani Ananda, *Communication Manager*"

P : "Jelaskan tugas utama anda ?

Ki : "Saya bertanggung jawab untuk memastikan misi visi Think.web dalam unit sosialnya yaitu Think.Women tersampaikan dalam program-program aktivasi yang dijalankan. Salah satu visi misi Think.web adalah

pemberdayaan perempuan dan Anak, dan salah satu fokus Think.Women adalah pemberdayaan perempuan dalam tiga hal utama, yaitu pendidikan, teknologi dan juga berdaya secara keuangan (melalui entrepreneurship).”

P : ”Sudah berapa lama bergabung dengan Think.web?”

Ki : “lebih dari 10 tahun”

P : ”Bagaimana pendapat Anda tentang adanya fenomena rendahnya penggunaan internet pada perempuan? Apa dampaknya ?”

Ki : “Ada mind-set yang beredar di masyarakat bahwa perempuan tidak perlu sekolah tinggi karena akan balik ke dapur atau mengurus Anak. Juga ada pembentukan stereotipe pekerjaan atau profesi untuk perempuan seperti sekretaris, admin, public relation, sehingga ada bentuk persepsi bahkan pada perempuan itu sendiri bahwa profesi yang berkaitan dengan teknologi itu untuk laki-laki. Anggapan atau stigma yang sudah sangat kental ini, membuat keengganan dari perempuan untuk ‘lean in’ atau mendobrak stigma di atas. Dengan stigma seperti itu muncul keengganan untuk belajar tentang teknologi digital. Dampak rendahnya literasi digital atau penggunaan media digital pada perempuan bisa merembet kemana-mana. menjadi tergantung kepada suami atau laki-laki. Ia tidak bisa mengimbangi anaknya yang pasti lebih melek teknologi. Padahal perempuan sebagai ibu setidaknya memahami Dunia dimana anaknya tumbuh agar bisa memberikan guidance yang benar. Sehingga anaknya pun bisa memiliki pemahaman ke Dunia digital

dengan Baik. Karena jaman semakin modern, dan teknologi digital makin sering dipakai. Jika tidak diimbangi dengan pemahaman tentang teknologi digital, perempuan tidak bisa mengeluarkan potensi terbaiknya dan juga menjadi sasaran kejahatan, contoh tipu, fraud, hoax, etc. Seperti slogan dari SheMeansBusiness, “Ketika perempuan menang, semua menang”

P : “Menurut anda apa dampak dari terselenggaranya program perempuan maju digital bagi perusahaan dan peserta ?”

Ki : “Yang pasti untuk dampak terhadap perusahaan adalah ekosistem digital akan terus hidup. Sebagai perusahaan yang mendapatkan profit dari jasa di platform digital, kami juga punya tanggung jawab menjaga ekosistem digital tetap hidup dan tidak disalahgunakan.

Dampak terhadap peserta yang pasti dengan bertambahnya wawasan dan pemahaman mereka terhadap digital, terhadap teknologi, mereka menjadi lebih percaya diri. Percaya diri dalam menjalani bisnisnya, percaya diri dalam menjalani perannya di rumah, juga di bisnisnya. Percaya diri adalah salah satu modal perempuan bisa ‘lean in’ (saya meminjam istilah dari sheryll Sandberg) Lean in berarti maju..tidak menahan diri, berani menghadapi tantangan, dan mewujudkan cita-cita dan keinginan dengan passion.”

P : “Bagaimana proses perencanaan yang dilakukan Think.web hingga akhirnya konten diterbitkan?”

Ki : “Proses perencanaan bisa dua cara satu menentukan topik bulanan, dan

membuat content-content berdasarkan topik bulanan tersebut.

Dua, membuat pilar - pilar konten, dan membuat konten bulanan berdasarkan pilar2 tersebut.

Setelah draft content tercipta, draft akan dicek oleh editor untuk dicek apakah sudah sesuai dengan pilar / topik bulan itu dan juga secara grammar. Setelah itu designer akan memberikan image desain yang mendukung untuk menyampaikan pesan kontennya. Lalu konten di post untuk bisa dilihat oleh semua pemirsa.

Yang saya jelaskan adalah konten sosial media dan konten artikel. Jika konten adalah video, ada proses yang berbeda dalam persiapannya.

P : "Berapakah dalam sehari konten diterbitkan dalam setiap sosial media yang digunakan?"

Ki : "Saya kurang hapal ya.. sepertinya seminggu 2 kali"

P : "Apakah konten yang dibuat di masing-masing sosial media berbeda dan bagaimana kriterianya?"

Ki : "Membuat konten pada dasarnya lihat dari siapa audiens-nya. Beda platform media sosial, beda audiens. Untuk konten PMD kebetulan audiens kami memang sama di Facebook & di Instagram. Namun memang audiens lebih aktif di Instagram. Jadi kriteria konten sebenarnya kembali lagi ke mau bicara ke audiens yang mana"

P : "Apakah terdapat media digital yang lebih unggul dalam media sosial yang digunakan ?

Ki : "Jika ini yang dimaksudnya adalah media digital yang lebih efektif untuk

program PMD? Itu berarti instagram dan WhatsApp. Karena dua platform itu yang paling sering dipakai audiens untuk berinteraksi dengan brand. (Perempuan Maju Digital sebagai brand)

P : “Bagaimana melakukan evaluasi dan pelaporan dalam komunikasi yang telah dilakukan”

Ki : ”Setiap bulan Kita punya laporan bulanan yang datanya Kami tarik dari platform dan juga dari Iklan. Di laporan bulanan semua bisa lihat bagaimana performance Perempuan Maju Digital. Apakah bagus? Kurang tepat? Semua tererekam. Sehingga dari report tersebut kita bisa tau mana yang ‘works’ and ‘doesn’t work’ and need improvement.”



CATATAN LAPANGAN (*FIELD NOTE*)

Subjek Penelitian Veronica Gandes	Tanggal Observasi 21 Juni 2022
-----------------------------------	--------------------------------

HASIL OBSERVASI

Penulis
Hari Selasa, 21 Juni 2022 Veronica Gandes memasuki ruang zoom <i>meeting</i> yang telah dibuat oleh penulis. Kegiatan wawancara dimulai dengan tepat waktu yakni pukul 10.00 WIB. Sebelum waktu menunjukan pukul 10.00 WIB penulis sudah 15 menit masuk kedalam ruang zoom lebih awal untuk meminimalisir keterlambatan dan kesalahan teknis maupun non teknis yang kemungkinan akan terjadi. Didalam ruang zoom <i>meeting</i> tersebut hanya terdapat penulis dan Veronica Gandes. Sebelum melakukan wawancara Veronica Gandes selaku informan 1 dan account Executive Think.web menyapa penulis terlebih dahulu, menanyakan kabar dan identitas pewawancara sebagai mahasiswa. Pewawancara bersikap ramah dan sopan, sedangkan Veronica Gandes terlihat ramah, santai dan rendah hati. Setelah perkenalan diri, dan menjawab pertanyaan mengenai data diri penulis meminta Veronica Gandes bergantian memperkenalkan diri dengan menyebutkan nama dan jabatan. Sebelum masuk dalam kegiatan wawancara, penulis menjelaskan judul dari skripsi penulis dan dilanjutkan dengan melemparkan pertanyaan wawancara kepada informan. Dalam menjawab pertanyaan yang diajukan penulis informan terlihat sangat menguasai, mengerti,

dan menjawabnya dengan seyum dan ceria.

Berdasarkan pengamatan penulis, informan 1 adalah wanita yang sangat ramah, rendah hati, dan ceria. Beliau menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga penulis selaku pewawancara dapat dengan mudahnya mengerti dan memahami jawaban dari setiap pertanyaan yang dijawab.



HASIL WAWANCARA

Biodata Informan 1

Nama : Veronica Gandes
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Account Executive
Lama Jabatan : 5 Tahun
Keterangan
P : Pewawancara
VG : Informan

Tempat dan Waktu Wawancara

Hari/Tanggal : Selasa 21 Juni 2022
Tempat Wawancara : Zoom Meeting

Sebelum melakukan wawancara dengan VG, pewawancara terlebih dahulu mengajukan permohonan wawancara dengan mengirimkan surat permohonan penelitian dari universitas asal penulis kepada Div Head of HRGA Think.web M. Zaeni Zen pada tanggal 13 Juni 2022. Selanjutnya pewawancara diminta menghubungi informan melalui email pribadi informan, selanjutnya pada Selasa 21 Juni 2022 pewawancara dan Veronica Gandes menyepakati untuk melakukan kegiatan wawancara.

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara informan dengan penulis sebagai berikut :

VG : *"Hallo Nisa"*

P : *"Hallo ka"*

VG : *"aduh sebentar ya aku didalam kamar ni kayanya gelap bentar bentar"*

P : *"iya ka gapapa ko ka"*

VG : *"nah gini kali ya, kelihatan ga?"*

P : *"iya ka, kelihatan ko ka"*

VG : *"oke sip sip, kamu semester berapa si sekarang?"*

P : “aku semester delapan ka”

VG : “oh berarti udah semester akhir ya ini”

P : “iya ka semester akhir”

VG : “okedeh langsung aja”

P : “oke ka aku mulai ya ka”

VG : “oke”

P : “Sebelumnya, silakan perkenalkan nama Anda dan posisi apa yang ditempati saat ini?”

VG : “Veronica Gandes, Account Executive”

P : “Jelaskan tugas utama anda ?

VG : “Client handling dan memastikan project berjalan sesuai SOW dan timeline”

P : “Sudah berapa lama bergabung dengan Think.web?”

VG : “ Lima tahun”

P : “Bagaimana pendapat Anda tentang adanya fenomena rendahnya penggunaan internet pada perempuan? Apa dampaknya ?”

VG : “masih banyak perempuan yang belum “cakap digital”. Dikarenakan beberapa faktor seperti ekonomi, lingkungan, pendidikan, dan lain lain. Dampaknya jika dilihat dari begitu pesatnya perkembangan jaman dan teknologi, akan cukup menghambat baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Satu, Bagi diri sendiri. Contohnya Jika ia seorang pelajar mahasiswa akan sulit mendapatkan informasi pendidikan melalui internet dan media komunikasi lainnya. Maka akan menghambat

pendidikannya. Jika seorang pengusaha akan sulit memasarkan produknya jika hanya secara offline. Saat ini media online sangat berperan penting terhadap kemajuan usaha jika digunakan dengan efektif dan benar. Kedua, Bagi orang lain Contohnya : Jika ia seorang karyawan atau pegawai, akan mengalami kesulitan dan menghambat pekerjaan jika kurang menguasai media digital. Jika pekerjaannya kurang maksimal, maka akan berdampak juga bagi perusahaannya Dan masih banyak contoh yang lainnya.

Jadi intinya, di tengah perkembangan jaman dan teknologi yang pesat, sebaiknya kita juga perlu meningkatkan kemampuan kita terhadap hal tersebut guna memperkaya keterampilan, menambah wawasan dan menghadapi perkembangan teknologi yang akan semakin maju dan tidak terbatas.”

P : ”Apa yang telah dilakukan Think.web terhadap fenomena tersebut?”

VG : “membuat project Perempuan Maju digital”

P : ”Bagaimana dan kapan terbentuknya program perempuan maju digital ?”

VG : “PMD merupakan program inisiatif social Think.Women unit social Think.web yang tujuannya memfokuskan pada pengembangan perempuan pemilik UMKM untuk dapat memajukan bisnis dengan memaksimalkan penggunaan teknologi. Awal terbentuk pada tahun 2019 dengan melakukan kegiatan 2 hari workshop ke berbagai kota di Indonesia”

P : ”Apa keunggulan program perempuan maju digital dari program sejenis

lainnya ?”

VG : “Tahun 2019 program ini di disponsori langsung oleh British Council.

Pada tahun 2020 sampai sekarang, disponsori dan disupport langsung oleh Facebook, Mendapatkan materi-materi dan webinar dari para expert, Mengadakan Kelas Online Intensif dengan hadiah bagi pemenang dan mendapatkan coaching dari expert, Seluruh kegiatan PMD bersifat gratis bagi peserta.”

P : ” Menurut anda apa dampak dari terselenggaranya program tersebut bagi perusahaan dan peserta ?”

Ki : “Dampaknya, peserta jadi lebih paham terhadap digital, mendapatkan informasi baru terhadap teknologi, dan yang berhubungan dalam pengembangan bisnisnya, serta mereka mampu mengembangkan bisnisnya”

P : ”Apakah konten yang dibuat di masing-masing sosial media berbeda dan bagaimana kriterianya?”

Ki : “Membuat konten pada dasarnya lihat dari siapa audience-nya. Beda platform media sosial, beda audience. Untuk konten PMD kebetulan audiens kami memang sama di Facebook & di Instagram. Namun memang audiens lebih aktif di Instagram. Jadi kriteria konten sebenarnya kembali lagi ke mau bicara ke audiens yang mana”

P : “Apa saja hambatan dan tantangan menjalani program tersebut?

Ki : ”Masih banyak peserta yang tidak konsisten dalam mengikuti proses pembelajaran. Misal peserta pendaftar webinar 100 orang. Tetapi yang

mengikuti sesi pembelajaran/webinar hanya 30%.”

P : *“Bagaimana cara agar program perempuan maju digital dapat diketahui dan diikuti ?”*

VG : *”Melalui iklan yang dilakukan secara intensif dan ditujukan kepada target yang sesuai seperti usia, pekerjaan, minat, dan lain lain.”*

P : *“Dalam membuat iklan, Siapa yang bertugas memberikan ide konten dalam memasarkan program tersebut??”*

VG : *”Yang memberikan ide konten yaitu tim konten (engagement). Yang membuat creative konten yaitu tim design. Dan yang memasarkan tim ads Semua melalui approval dari head.”*

P : *“Bagaimana pembuatan pesan (iklan) ? Apakah terdapat konsep, ciri khas atau kriteria tertentu?”*

VG : *” Pesan disesuaikan dengan tema. Konsepnya harus to the point, menarik, dan sesuai target (perempuan yang memiliki bisnis) Ciri khas image menggunakan font, colour, dan icon-icon khusus PMD Ciri khas copy atau tulisan menggunakan Bahasa yang ringan, menarik, dan efektif.”*

P : *“Media apa saja yang digunakan oleh Think.web dalam melakukan iklan perempuan maju digital? Dan apa alasan menggunakan media tersebut?”*

VG : *”Fb ads manager. karena target audience kami cukup banyak dari pengguna Facebook & Instagram.”*

P : *“Apakah terdapat keuntungan atau kerugian dalam menggunakan media*

sosial?”

VG : “Keuntungannya, jauh lebih banyak seperti pekerjaan menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien. Inovasi yang lebih luas, serta dapat menjangkau target atau pasar lebih luas. Kerugiannya, bagi peserta PMD yang belum paham digital, akan cukup menghambat dalam proses pembelajaran. Karena memerlukan waktu lebih untuk melatih mereka. Koneksi atau kualitas komunikasi yang tidak bisa dipastikan selamanya baik, Tidak mewakili emosi pengguna.”

P : “Siapakah target dari program perempuan maju digital ? Dan bagaimana segmentasinya.”

VG : “Perempuan yang sudah memiliki bisnis, maupun yang sedang membangun bisnisnya. Segmentasinya terbuka bagi umum, di seluruh Indonesia. Dan mengelompokannya sesuai dengan jenis/bidang bisnisnya (jasa, makanan, fashion, dll).”

P : “Bagaimana hasil yang didapatkan dari audiens setelah penayangan iklan tersebut?”

VG : “Peserta yang terjangkau menjadi lebih luas, lebih banyak orang yang mengenal PMD, banyak menarik peserta yang akhirnya berminta untuk mendaftar”

P : “Bagaimana think.women melakukan evaluasi terhadap iklan yang telah diterbitkan (diupload)?”

VG : “ membuat report setiap bulan, dan selalu dijadikan evaluasi setiap bulannya. Dalam mengupload iklan, selalu di tracking setiap waktu

apakah sudah sesuai target atau belum, dan apakah hasilnya sudah maksimal atau belum. Memikirkan strategi apa yang perlu dilakukan jika adsnya kurang efektif.”

P : “Apa saja yang telah dilakukan think.women dalam program ini untuk mendukung peserta dalam jangka panjang?”

VG : “Dalam sesi Kelas Intensif bagi para pemenang, akan diberikan coaching selama 3 bulan oleh expert. Dan akan diberikan dana marketing sebagai hadiah pemenang, guna memajukan bisnis mereka. Selalu mengadakan webinar dengan topik-topik menarik yang dibawakan oleh expert, serta menyediakan video-video pembelajaran yang dapat diakses secara gratis di media social PMD.”

P : “oke sudah ka sudah selesai, sekarang aku izin foto ya ka”

VG : “oh emang harus ya?”

P : “iya ka harus buat dokumentasi aja si ka”

VG : “oke bentar bentar, kaya gini gapapa kan.?”

P : “iya ka gapapa ko”

VG : “okedeh”

P : “oke ka aku izin foto ya ka, aku hitung ya ka satu, dua, tiga”

P : “oke sudah ka”

VG : “oke makasih ya”

P : “aku ka yang makasih, makasih ya ka”

VG : “oke udah kan ya aku izin leave ya, makasih ya”

P : “iya ka sudah makasih banyak ka”

CATATAN LAPANGAN (FIELD NOTE)

Subjek Penelitian	Tanggal Observasi
informan 2 Nuria Rifka B	selasa, 17 Juni 2022

HASIL OBSERVASI

Penulis
Hari selasa, 17 Juni 2022 pukul 14.00 WIB informan 1 yakni Nuria Rifka Biran melakukan wawancara dengan penulis melalui zoom meeting, dikarenakan tempat tinggal dari informan 1 berbeda kota dengan penulis. Nuria memasuki ruang zoom meeting yang telah dibuat oleh penulis. Waktu, hari dan link zoom telah penulis kirimkan dan sepakati bersama Nuria melalui komunikasi di media whatsapp pada tiga hari sebelumnya. Kegiatan wawancara dimulai dengan tepat waktu yakni pukul 14.00 WIB. Didalam ruang zoom meeting tersebut hanya terdapat penulis dan Nuria. Sebelum melakukan wawancara penulis selaku pewawancara melakukan pemeriksaan terhadap software, audio, signal dan kamera pada perangkat penulis guna meminimalisir kesalahan dan kendala saat wawancara berlangsung. Wawancara dimulai dengan perkenalan diri dari penulis selaku pewawancara dan juga Nuria selaku informan 1. Sebelum masuk dalam kegiatan wawancara, penulis menjelaskan judul dari skripsi penulis dan dilanjutkan dengan melemparkan pertanyaan wawancara kepada informan . Dalam menjawab pertanyaan yang diajukan penulis informan terlihat sangat gugup, namun

mengerti dengan pertanyaan yang ditanyakan oleh pewawancara.

Berdasarkan pengamatan penulis, informan 1 adalah wanita yang sangat pendiam ramah, dan sederhana. Dalam menjawab pertanyaan informan 1 menggunakan bahasa non formal dan bahasa sehari-hari. Saat pewawancara mengajukan pertanyaan, informan 1 langsung menjawabnya dengan yakin tanpa pengulangan.



HASIL WAWANCARA

Biodata Key Informan

Nama : Nuria Rifka Biran
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pemilik usaha *Thrift Shop*

Keterangan

P : Penulis
NR : Informan 2

Tempat dan Waktu Wawancara

Hari/Tanggal : Minggu 17 Juni 2022
Tempat Wawancara : Zoom *Meeting*

Sebelum melakukan wawancara dengan NR, penulis terlebih dahulu mengajukan permohonan wawancara dengan mengirimkan surat permohonan penelitian dari universitas asal penulis kepada NR pada tanggal 13 Juni 2022. Selanjutnya pada minggu 17 juni 2022 menyepakati untuk melakukan wawancara.

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara key informan dengan penulis sebagai berikut :

P : "Halo selamat siang"

NR : "Halo selamat siang ka"

P : "apa kabar nuria?"

NR : "Baik Alhamdulillah ka"

P : "okedeh, gimana apa mau kita mulai aja ?"

NR : " iya ka boleh mulai aja "

P : "baik, Sebelumnya, silakan perkenalkan nama Anda dan kesibukan yang sedang Anda jalani saat ini"

NR : "Aku Nuria Rifka Biran biasa di panggil rifka kesibukan saat ini sebagai

karyawan swasta dan pemilik bisnis thrift shop ”

P : ”Dari mana anda mengetahui program perempuan maju digital ?”

NR : “Saya tau pas lagi buka instagram terus ada iklan yang bersponsor gitu yaudah saya cek terus saya follow”

P : ” Apakah anda mengikuti sosial media perempuan maju digital? Sebutkan alasan Kenapa anda mengikuti sosial media tersebut?”

NR : “Ya karena kan relate ya programnya sesuai yang saya pengen gitu, saya punya bisnis tapi cuma didepan rumah aja saya mau bisnisnya berkembang ngikutin zaman tapi ga ngerti yaudah saya follow deh buat nunggu kegiatan kegiatannya”

P : ” Sejak kapan menjadi peserta dari program perempuan maju digital?”

NR : “Baru sih 2021 akhir kemarin”

P : ”Apa alasan anda memilih mengikuti program perempuan maju digital dari Think.web dibandingkan program lainnya?”

NR : “Belum nemu aja sih yang lainnya, kebetulan program ini gratis yang biasanya tuh kaya gini ginian kan bayar ya . jadi yaudah alhamdulillah gratis terus ikutan”

P : ”Apa Anda merasa terbantu dengan mengikuti kegiatan dari program perempuan maju digital? Apakah tujuan anda mengikuti program tersebut dapat tercapai ? ”

NR : “Terbantu banget walalupun saya ga selalu ikut rutin kegiatannya, tujuan awal mengikuti program sih tercapai ya malah jadi tau yang awalnya gatau”

P : "Apakah manfaat yang anda dapat dan rasakan dari mengikuti program ini ? "

NR : "saya jadi ngerti cara buat konten , iklan di instagram, sama saya belajar pake wa bisnis yang awalnya saya ga ngerti sama sekali"

P : "Menurut anda apa keunggulan dan kekurangan dari program perempuan maju digital ?"

NR : "Yang paling utama nya sih ya itu tadi gratis, terus suka kasih konten konten kaya tips dan trik gitu, teamnya juga ramah dan mau bales komen seputar pengetahuan atau ilmu digital yang kita tanyain
Kekurangan nya si kalo kata saya, kalo ke skip webinar gitu ga ada rekaman nya , harusnya mah enak direkam gitu jadi yang gaikutin webinar bisa liat hasil rekamannya"

P : "Bagaimana pendapat Anda tentang adanya fenomena rendahnya pengguna internet atau pemanfaatan internet pada perempuan? Apa dampaknya ?"

NR : "Menyangkan banget si karena sekarang jamannya serba online online gitu ya. Mau apa apa juga online. Jadi kalo gabisa tuh kaya ketinggalan banget, terus kesusahan sendiri"

P : "Menurut anda apakah alasan perempuan belum menggunakan internet ? "

NR : "Ya saya si berkaca sama diri saya sendiri ya, pertama tuh karena ga ngerti gimana caranya, terus gapede make kaya media media digital sekarang kaya takut salah pencet, terus gatau juga yang lagi trend apa

nih gitu”

P : ” *Bagaimana menurut anda cara agar meningkatkan pengguna internet khususnya pada perempuan ? ”*

NR : “*ya kaya ikut program program kaya gini nih, pelatihan ikut webinar ya acara acara program pmd ini lah. karena kalo Cuma bilang gatau dan diem aja kan jadi kaya ga punya solusi”*

P : ” *Bagaimana proses anda mengetahui program perempuan maju digital hingga akhirnya mengikuti program tersebut”*

NR : “*Ya yang saya bilang tadi ya jadi lagi buka instagram, terus nemu iklan pmd, kebetulan sesuai sama yang saya butuh terus saya follow dan ikut kegiatannya deh”*

P : ” *Apakah anda merekomendasikan program perempuan maju digital ? kepada siapa anda melakukan nya dan melalui media apa?”*

NR : “*Ya saya rekomen kegiatan itu sih ke temen temen terdekat saya aja tapi , biasanya saya share link konten kegiatan acaranya yang di ig terus saya share ke whatsapp temen dekat saya”*

P : ” *Bagimana menurut anda cara agar program ini dapat diketahui dan diikuti oleh para perempuan lainnya?”*

NR : “ *kalo menurut saya sih ini di iklanin atau dikasih tau ada program ini jangan melalui online aja, karena kan pengguna internet perempuan juga masih rendah jadi menandakan ga semua perempuan udah pake media sosial gitu jadi saran saya juga melakukan iklan program secara offline ”*

P : *"baik , kegiatan wawancara hari ini sudah selesai nuria . Selanjutnya aku izin foto bareng ya buat dokumentasi"*

NR : *" oke ka boleh silahkan"*

P : *" apa nuria mau berssiap siap dulu?"*

NR : *" engga ka gausah gini aja"*

P : *"baik, aku izin foto ya. Aku hitung ya satu, dua, tiga"*

P : *" oke sudah, makasih ya nuria atas waktunya "*

NR : *"iya ka sama sama, ka aku izin leave ya ada keperluan lain"*

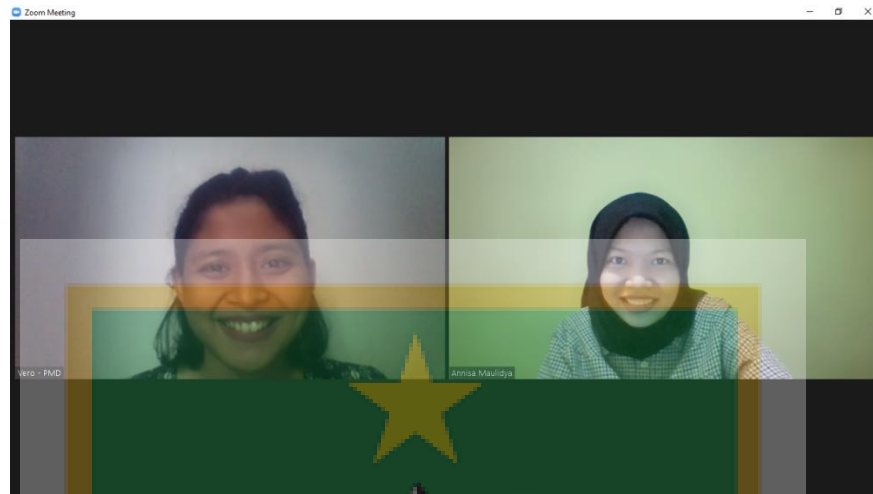
P : *" oiya oke gapapa ko makasih banyak sekali lagi"*

NR : *" iya ka sama sam, assalamualaikum ka"*

P : *" walaikumsalam"*



LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA INFORMAN 1 DAN INFORMAN 2



**Wawancara Bersama Informan 1 Veronica Gandes selaku Account
Executive Agensi Think.web Jakarta**



**Wawancara Bersama Informan 2 Nuria Rifka Biran selaku peserta program
perempuan maju digital**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Annisa Maulidya

Tempat. Tgl Lahir : Jakarta 07 Juli 1999

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl H Ipin No.3 RT 01 RW 001 Pondok Labu Cilandak
Jakarta Selatan

Anak ke : 6 dari 6 bersaudara

Nama Ayah : Waryudi

Nama Ibu : Warpuah

Status : Belum Menikah

No Hp : 0895-366-8682-39

Email : annisamaulidya95@gmail.com

Pendidikan Formal :

MI MIFTAHUL UMAM (2006-2011)

SMP PGRI 12 JAKARTA (2012-2014)

SMK TI BAKTI IDHATA (2015-2017)

PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS NASIONAL (2018 – 2022)