

Peran Strategi Komunikasi Perempuan Pedagang Kaki Lima dalam Menjalankan Peran Ganda di Kawasan Cagar Alam Depok

Trikanti^{1*}, Yuning Ika Rohmawati², Poso Nugroho³

^{1,2} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

*Corresponding email: trikanti@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak: Perempuan pedagang kaki lima memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian keluarga sekaligus menjalankan tanggung jawab domestik sebagai istri dan ibu. Kondisi tersebut menuntut kemampuan untuk mengelola peran ganda melalui strategi komunikasi yang efektif agar tercipta keseimbangan antara kehidupan keluarga dan aktivitas ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi komunikasi perempuan pedagang kaki lima dalam menjalankan peran ganda di Kawasan Cagar Alam Depok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan penelitian terdiri atas empat perempuan pedagang kaki lima yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria sebagai pelaku usaha aktif dan memiliki tanggung jawab dalam keluarga. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam mendukung perempuan menjalankan peran ganda. Strategi tersebut diwujudkan melalui komunikasi interpersonal yang terbuka dengan keluarga, kemampuan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan sesama pedagang, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan situasi ekonomi maupun sosial. Dukungan keluarga dan lingkungan sosial turut memperkuat efektivitas strategi komunikasi dalam mengurangi konflik peran serta menjaga keberlangsungan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal, dukungan sosial, dan kemampuan beradaptasi merupakan faktor utama yang mendukung keseimbangan antara peran domestik dan peran publik perempuan pedagang kaki lima. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi gender serta menjadi referensi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merancang program pemberdayaan perempuan di sektor informal.

Kata kunci: Strategi Komunikasi; Perempuan Pedagang Kaki Lima, Peran Ganda, Komunikasi Interpersonal.

Abstract: Women street vendors play a significant role in supporting their family economy while simultaneously fulfilling domestic responsibilities as wives and mothers. This condition requires them to effectively manage their dual roles through effective communication strategies in order to maintain a balance between family life and economic activities. This study aims to analyze the role of communication strategies employed by women street vendors in managing their dual roles in the Depok Nature Reserve Area. The study adopted a qualitative approach using a case study method. The research participants consisted of four women street vendors selected through purposive sampling based on the criteria of being active business operators and having family responsibilities. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and were analyzed using the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldaña, which includes data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that communication strategies play a crucial role in enabling women to perform their dual roles effectively. These strategies are manifested through open interpersonal communication with family members, the ability to establish positive relationships with customers and fellow vendors, and the capacity to adapt to changing economic and social conditions. Family support and the surrounding social environment further strengthen the effectiveness of these communication strategies by reducing role conflict and sustaining business continuity. The study concludes that interpersonal communication, social support, and adaptability are the primary factors contributing to the balance between the domestic and public roles of women street vendors. These findings are expected to contribute to the development of gender communication studies and serve as a reference for governments and other stakeholders in designing women's empowerment programs within the informal sector.

Keywords: Communication Strategies; Women Street Vendors; Dual Roles; Interpersonal Communication.

PENDAHULUAN

Perempuan merupakan salah satu aktor penting dalam pembangunan ekonomi, terutama pada sektor usaha mikro dan sektor informal. Meningkatnya partisipasi perempuan dalam

kegiatan ekonomi tidak hanya menunjukkan adanya perubahan peran sosial, tetapi juga menjadi strategi rumah tangga dalam mempertahankan kesejahteraan ekonomi keluarga (International Labour Organization [ILO], 2018; Badan Pusat Statistik [BPS], 2023). Di Indonesia, keterlibatan perempuan sebagai pelaku usaha kecil terus mengalami peningkatan, khususnya pada bidang perdagangan informal seperti pedagang kaki lima (BPS, 2023). Selain berperan sebagai pencari nafkah, perempuan tetap memikul tanggung jawab domestik sebagai istri, ibu, dan pengelola rumah tangga (Fakih, 2013). Kondisi tersebut menempatkan perempuan pada posisi menjalankan peran ganda yang membutuhkan kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi sosial maupun ekonomi.

Peran ganda perempuan menjadi salah satu isu yang mendapat perhatian dalam kajian komunikasi, sosiologi, dan gender karena berkaitan dengan bagaimana perempuan mampu mengelola tuntutan pekerjaan dan keluarga secara bersamaan. Menjalankan dua peran tersebut sering kali menimbulkan konflik peran, keterbatasan waktu, tekanan psikologis, serta tuntutan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan anggota keluarga maupun lingkungan kerja (Greenhaus & Beutell, 1985; Voydanoff, 2005). Dalam konteks ini, komunikasi menjadi faktor yang menentukan keberhasilan perempuan dalam mengelola berbagai kepentingan tersebut. Melalui komunikasi yang efektif, perempuan dapat membangun negosiasi, menciptakan pembagian peran dalam keluarga, mempertahankan hubungan dengan pelanggan, serta menjalin kerja sama dengan sesama pelaku usaha (Mulyana, 2017).

Strategi komunikasi merupakan proses perencanaan dan pengelolaan pesan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu melalui pendekatan yang sesuai dengan karakteristik sasaran komunikasi (Effendy, 2017; Cangara, 2017). Dalam kehidupan perempuan pedagang kaki lima, strategi komunikasi tidak hanya digunakan sebagai sarana pemasaran dan pelayanan kepada konsumen, tetapi juga sebagai media untuk membangun relasi sosial, memperoleh dukungan keluarga, menyelesaikan konflik, serta mempertahankan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, strategi komunikasi menjadi modal sosial yang berperan penting dalam membantu perempuan menjalankan peran ganda secara efektif (Putnam, 1993).

Kawasan Cagar Alam Depok merupakan salah satu destinasi yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat melalui keberadaan pedagang kaki lima dan pelaku usaha kecil. Aktivitas perdagangan yang berlangsung di kawasan tersebut melibatkan interaksi yang intensif antara pedagang, konsumen, masyarakat sekitar, serta pihak pengelola kawasan. Di tengah dinamika tersebut, perempuan pedagang kaki lima dituntut untuk mampu mengelola hubungan komunikasi dengan berbagai pihak tanpa mengabaikan tanggung jawabnya dalam keluarga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan perempuan mempertahankan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan membangun strategi komunikasi yang efektif (Cangara, 2017; Mulyana, 2017).

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas mengenai peran ganda perempuan, pemberdayaan perempuan dalam sektor informal, maupun strategi komunikasi dalam aktivitas usaha. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada perempuan pekerja formal, pelaku UMKM secara umum, atau strategi komunikasi dalam konteks pemasaran (ILO, 2018; UN Women, 2020). Penelitian yang secara khusus mengkaji peran strategi komunikasi perempuan pedagang kaki lima dalam menjalankan peran ganda, terutama pada kawasan wisata atau kawasan konservasi seperti Cagar Alam Depok, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik pekerjaan pedagang kaki lima memiliki tantangan yang khas, antara lain ketidakpastian pendapatan, persaingan usaha, jam kerja yang panjang, serta intensitas interaksi dengan berbagai kelompok masyarakat (BPS, 2023). Perbedaan karakteristik tersebut membuka ruang untuk mengkaji strategi komunikasi sebagai bagian dari upaya perempuan dalam mempertahankan keseimbangan antara kehidupan keluarga dan pekerjaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting karena memberikan perspektif mengenai bagaimana perempuan pedagang kaki lima menyusun, menerapkan, dan menyesuaikan strategi komunikasi dalam menghadapi tuntutan peran ganda. Dengan demikian, penelitian mengenai *Peran Strategi Komunikasi Perempuan Pedagang Kaki Lima dalam Menjalankan Peran Ganda di Kawasan Cagar Alam Depok* memiliki nilai akademik dan praktis yang relevan untuk menjawab fenomena sosial yang berkembang di masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi komunikasi yang diterapkan oleh perempuan pedagang kaki lima dalam menjalankan peran gandanya di Kawasan Cagar Alam Depok, serta mengidentifikasi strategi komunikasi dalam mendukung keberlangsungan usaha dan kehidupan keluarga.

LANDASAN TEORI

Strategi Komunikasi Onong Uchjana Effendy

Strategi komunikasi merupakan landasan utama dalam penelitian ini karena berkaitan dengan kemampuan perempuan pedagang kaki lima dalam mengelola komunikasi untuk menjalankan peran ganda sebagai pelaku usaha sekaligus pengelola rumah tangga. Menurut Onong Uchjana Effendy (2017), strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif. Strategi komunikasi tidak hanya menentukan arah komunikasi, tetapi juga mengatur bagaimana pesan disampaikan sesuai dengan kondisi, karakteristik sasaran, serta situasi yang dihadapi.

Effendy menjelaskan bahwa strategi komunikasi mengacu pada model komunikasi Harold D. Lasswell, yaitu Who says What in Which Channel to Whom with What Effect. Model tersebut menekankan lima unsur utama komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek yang diharapkan. Dalam konteks penelitian ini, perempuan pedagang kaki lima bertindak sebagai komunikator yang harus mampu menyampaikan pesan kepada berbagai pihak, seperti anggota keluarga, pelanggan, sesama pedagang, dan pengelola kawasan. Keberhasilan komunikasi ditentukan oleh kemampuan memilih pesan, media, dan pendekatan yang sesuai sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.

Penerapan strategi komunikasi pada perempuan pedagang kaki lima terlihat melalui kemampuan mereka membangun komunikasi interpersonal dengan keluarga untuk membagi tanggung jawab domestik, menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah, menjalin kerja sama dengan sesama pedagang, serta berkomunikasi dengan pihak pengelola kawasan. Strategi komunikasi yang efektif memungkinkan perempuan mengurangi konflik peran, membangun dukungan sosial, dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Berdasarkan teori Effendy, penelitian ini memandang bahwa keberhasilan perempuan dalam menjalankan peran ganda dipengaruhi oleh kemampuan menyusun strategi komunikasi yang meliputi identifikasi sasaran komunikasi, penyusunan pesan, pemilihan media atau saluran komunikasi, penggunaan metode komunikasi yang tepat, serta pencapaian efek komunikasi yang diharapkan. Oleh karena itu, teori strategi komunikasi menjadi landasan konseptual untuk menganalisis bagaimana perempuan pedagang kaki lima mengelola interaksi sosial dalam kehidupan keluarga maupun aktivitas usahanya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam peran strategi komunikasi perempuan pedagang kaki lima dalam menjalankan peran ganda di Kawasan Cagar Alam Depok. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali pengalaman, makna, dan proses komunikasi yang dialami informan dalam konteks kehidupan sehari-hari. Metode studi kasus digunakan untuk

mengkaji fenomena secara komprehensif pada suatu lokasi tertentu sehingga dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai strategi komunikasi yang diterapkan perempuan dalam menyeimbangkan peran sebagai pelaku usaha dan pengelola rumah tangga (Creswell & Creswell, 2018; Yin, 2018).

Subjek penelitian adalah perempuan pedagang kaki lima yang menjalankan usaha di Kawasan Cagar Alam Depok. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu, seperti perempuan yang aktif berdagang, telah menjalankan usaha dalam kurun waktu tertentu, dan memiliki tanggung jawab dalam keluarga sehingga menjalankan peran ganda. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, bentuk strategi komunikasi, tantangan yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan dalam menjalankan peran ganda. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas komunikasi informan di lokasi usaha, sedangkan dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga diperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan pedagang kaki lima di Kawasan Cagar Alam Depok menerapkan strategi komunikasi sebagai upaya untuk menjalankan peran ganda secara seimbang, yaitu sebagai pencari nafkah sekaligus pengelola rumah tangga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurhaliza dan Achiriah (2024) yang menyatakan bahwa perempuan dengan peran ganda memerlukan komunikasi yang efektif untuk mengelola tuntutan pekerjaan dan keluarga sehingga konflik peran dapat diminimalkan. Selain itu, penelitian Hanum et al. (2024) juga menunjukkan bahwa perempuan pedagang berperan penting dalam menopang ekonomi keluarga tanpa meninggalkan tanggung jawab domestiknya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap empat informan, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kerja sama, menciptakan kesepahaman, serta mengurangi potensi konflik dalam lingkungan keluarga maupun lingkungan kerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal menjadi instrumen penting dalam membangun koordinasi dan negosiasi peran antaranggota keluarga. Temuan ini didukung oleh Nurati (2016) yang menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses membangun kesepahaman antaraktor sehingga mampu mengurangi konflik serta meningkatkan efektivitas kerja sama dalam suatu lingkungan sosial. Selain itu, Anjassari (2022) menjelaskan bahwa komunikasi yang terbuka antara perempuan bekerja dengan keluarga menjadi kunci dalam menjaga keharmonisan hubungan sekaligus keberlangsungan aktivitas pekerjaan.

Kemampuan berkomunikasi secara terbuka dengan pasangan dan anggota keluarga menjadi faktor penting dalam pembagian tugas domestik sehingga aktivitas berdagang tetap dapat dilakukan tanpa mengabaikan tanggung jawab keluarga. Pembagian peran yang dibangun melalui komunikasi terbuka memungkinkan terciptanya dukungan keluarga terhadap aktivitas ekonomi perempuan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nurhaliza dan Achiriah (2024) yang menemukan bahwa kurangnya komunikasi dalam keluarga menjadi salah satu penyebab munculnya konflik peran ganda pada perempuan bekerja. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif antara suami, istri, dan anggota keluarga menjadi fondasi utama dalam menciptakan keseimbangan antara peran domestik dan peran produktif perempuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan pedagang kaki lima di Kawasan Cagar Alam Depok menerapkan strategi komunikasi sebagai upaya untuk menjalankan peran ganda secara seimbang, yaitu sebagai pencari nafkah dan pengelola rumah tangga. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan dalam mengelola tuntutan pekerjaan dan kehidupan keluarga sehingga setiap peran dapat dijalankan secara proporsional. Destarini dan Bona (2025) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal dalam keluarga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan perempuan yang menjalankan peran ganda, terutama dalam memperoleh dukungan pasangan dan mengelola pembagian tanggung jawab domestik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap empat informan, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kerja sama, menciptakan kesepahaman, serta mengurangi potensi konflik dalam lingkungan keluarga maupun lingkungan kerja. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Workman dan Allen (2020) yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif dalam keluarga dan lingkungan kerja mampu meningkatkan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan keluarga melalui koordinasi, dukungan, serta negosiasi peran.

Kemampuan berkomunikasi secara terbuka dengan pasangan dan anggota keluarga juga menjadi faktor penting dalam pembagian tugas domestik sehingga aktivitas berdagang tetap dapat dilakukan tanpa mengabaikan tanggung jawab keluarga. Kondisi ini diperkuat oleh penelitian Arfa et al. (2023) yang menunjukkan bahwa perempuan pedagang kaki lima mampu mempertahankan keberlangsungan aktivitas ekonomi sekaligus menjalankan tanggung jawab rumah tangga karena adanya dukungan keluarga, pembagian waktu yang baik, dan komunikasi yang efektif antar anggota keluarga.

Penelitian juga menemukan bahwa komunikasi interpersonal menjadi bentuk strategi komunikasi yang paling dominan digunakan oleh informan. Dalam lingkungan keluarga, komunikasi dilakukan melalui musyawarah dan koordinasi mengenai pembagian waktu, pengasuhan anak, serta pengelolaan kebutuhan rumah tangga. Pola komunikasi tersebut menunjukkan bahwa interaksi interpersonal berperan sebagai mekanisme koordinasi yang memungkinkan terciptanya kesepahaman dan dukungan antar anggota keluarga dalam menjalankan peran ganda. Temuan ini sejalan dengan penelitian Prabawanti dan Rusli (2022) yang menjelaskan bahwa dukungan sosial yang dibangun melalui komunikasi dalam keluarga mampu menurunkan konflik peran ganda pada perempuan wirausaha sehingga mereka dapat menjalankan aktivitas bisnis secara lebih optimal.

Sementara itu, dalam aktivitas berdagang, komunikasi diwujudkan melalui sikap ramah, jujur, dan responsif kepada pelanggan serta kemampuan membangun hubungan baik dengan sesama pedagang. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal menjadi strategi utama dalam membangun kepercayaan pelanggan dan mempertahankan hubungan bisnis, sebagaimana diungkapkan oleh Riskiyanto dan Putri (2025) bahwa keberhasilan pelaku usaha mikro dalam menarik dan mempertahankan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi interpersonal yang dilakukan secara langsung. Pola komunikasi tersebut juga membantu menciptakan kepercayaan, memperluas jaringan sosial, serta mendukung keberlangsungan usaha yang dijalankan. Temuan ini didukung oleh Hutapea (2020) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha melalui terbentuknya proses berbagi pengetahuan, hubungan kerja sama, dan penguatan jaringan sosial antarpelaku usaha.

Selain komunikasi interpersonal, penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan perempuan menjalankan peran ganda. Dukungan tersebut berasal dari pasangan, anak, keluarga besar, maupun sesama pedagang yang memberikan bantuan dalam bentuk dukungan emosional, pembagian pekerjaan, maupun pertukaran informasi. Adanya dukungan sosial memungkinkan perempuan mengurangi beban

psikologis dan lebih mudah menyesuaikan diri terhadap berbagai tantangan yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, keterbatasan dukungan keluarga berpotensi meningkatkan beban kerja perempuan dan mempersulit mereka dalam mempertahankan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan rumah tangga.

Kemampuan beradaptasi juga menjadi temuan penting dalam penelitian ini. Perempuan pedagang kaki lima menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan situasi yang dihadapi, baik dalam keluarga maupun dalam aktivitas usaha. Mereka mampu mengatur waktu berdagang, menyesuaikan pola komunikasi dengan karakter pelanggan, serta melakukan negosiasi dengan anggota keluarga ketika menghadapi perubahan kondisi ekonomi maupun kebutuhan rumah tangga. Fleksibilitas tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi bersifat dinamis dan berkembang mengikuti perubahan lingkungan sosial serta ekonomi yang dihadapi oleh perempuan pelaku usaha kecil.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy, yang menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif. Dalam penelitian ini, perempuan pedagang kaki lima berperan sebagai komunikator yang mampu menyesuaikan pesan, memilih pendekatan komunikasi yang tepat, dan membangun hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak. Keberhasilan mereka dalam menjalankan peran ganda tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan mengelola komunikasi dalam berbagai situasi sosial. Dengan demikian, strategi komunikasi menjadi faktor utama yang mendukung terciptanya keseimbangan antara peran domestik dan peran publik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif, dukungan sosial, dan kemampuan beradaptasi merupakan tiga aspek utama yang mendukung perempuan pedagang kaki lima dalam menjalankan peran gandanya. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk kemampuan perempuan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus menjaga keharmonisan keluarga. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi gender, khususnya mengenai strategi komunikasi perempuan di sektor informal, serta menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merancang program pemberdayaan yang memperkuat kapasitas komunikasi dan ketahanan sosial-ekonomi perempuan pedagang kaki lima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perempuan pedagang kaki lima menjalankan peran gandanya sebagai pencari nafkah sekaligus pengelola rumah tangga di Kawasan Cagar Alam Depok. Strategi komunikasi yang diterapkan diwujudkan melalui komunikasi interpersonal yang terbuka dengan anggota keluarga, kemampuan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta interaksi yang harmonis dengan sesama pedagang dan lingkungan sekitar. Penerapan strategi komunikasi tersebut membantu perempuan dalam membagi waktu, menyelesaikan konflik, dan menjaga keseimbangan antara tanggung jawab domestik dan aktivitas ekonomi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan perempuan dalam menjalankan peran ganda dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu komunikasi interpersonal yang efektif, dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan, serta kemampuan beradaptasi terhadap berbagai perubahan kondisi sosial maupun ekonomi. Ketiga faktor tersebut saling mendukung dalam memperkuat ketahanan perempuan sebagai pelaku usaha kecil sehingga mereka mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya tanpa mengabaikan peran dalam keluarga. Temuan penelitian ini memperkuat teori strategi

komunikasi Onong Uchjana Effendy yang menekankan pentingnya perencanaan dan pengelolaan komunikasi dalam mencapai tujuan secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjassari, G. P. (2022). Relasi komunikasi peran ganda perempuan karir untuk menjaga keharmonisan keluarga dan pekerjaan. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 4(2), 61–72. <https://doi.org/10.32509/petanda.v4i2.3275>
- Arfa, D., Prastiyo, E. B., Effendi, D., & Ramadhani, N. (2023). Peran ganda perempuan (Studi pada pedagang kaki lima di Laman Boenda Kota Tanjungpinang). *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 11(2), 273–279. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v11i2.11149>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Destarini, W., & Bona, M. F. (2025). Komunikasi pengambilan keputusan pada perempuan berperan ganda: Studi kasus dalam konteks keluarga dan dunia kerja. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(2), 1369–1376. <https://doi.org/10.54082/jupin.1403>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Greenhaus, J. H., & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10(1), 76–88.
- Hanum, F., Sarboini, S., Mauliza, P., Susanti, S., & Marlina, M. (2024). Peran ganda perempuan dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga (Studi kasus perempuan pedagang kaki lima di Pasar Induk Almahirah Provinsi Aceh). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12710>
- Hutapea, C. N. (2020). Komunikasi interpersonal dan kinerja usaha kecil menengah di Palangka Raya: Berbagi pengetahuan sebagai mediasi. *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.52300/jmso.v1i3.2757>
- International Labour Organization. (2018). *Women and Men in the Informal Economy: A Statistical Picture (3rd ed.)*. Geneva: ILO.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurati, D. E. (2016). Komunikasi kebijakan publik dalam pengelolaan pedagang kaki lima berbasis pada kearifan lokal. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2(1), 89–102. <https://doi.org/10.30996/jpap.v2i01.701>
- Nurhaliza, S., & Achiriah. (2024). Konflik komunikasi peran ganda (Double burden) perempuan (Studi kasus masyarakat Desa Sumber Melati Diski Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 1893–1901. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.768>
- Prabawanti, B. E., & Rusli, M. S. (2022). The role of social support for women entrepreneurs in reducing conflict to increase business performance. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(2), 263–274. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.2.263>

- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Riskiyanto, R., & Putri, S. A. (2025). Strategi komunikasi interpersonal pelaku usaha mikro pada Kantin Layang Pekerjaan Umum. *Communicatio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 137–147. <https://doi.org/10.33830/communicatio.v1i1.11892>
- UN Women. (2020). *The Progress of the World's Women 2019–2020: Families in a Changing World*. New York: UN Women.
- Voydanoff, P. (2005). Toward a conceptualization of perceived work-family fit and balance. *Journal of Marriage and Family*, 67(4), 822–836.
- Workman, J. L., & Allen, M. W. (2020). Work-family balance and the role of workplace communication: A review and extension. *Journal of Family Communication*, 20(2), 99–117. <https://doi.org/10.1080/15267431.2020.1722703>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.