

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

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
Jakarta

Email: dookartika@yahoo.com

ABSTRAK

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLEH PEREMPUAN PELAKU USAHA KECIL DI YOGYAKARTA (STUDI PADA KERAJINAN AARION BAG YOGYAKARTA)

Perempuan, teknologi dan wirausaha kecil yang kreatif kreatif. Ketiga konsep penting dalam penelitian ini mengarah kepada bagaimana para pelaku usaha kecil yaitu perempuan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media promosi usaha mereka. kemajuan teknologi dan informasi memiliki peluang untuk dimanfaatkan sebagai penunjang usaha kreatif perempuan. Pemanfaatan yang dilakukan adalah sebagai sarana promosi. Bauran promosi adalah satu hal terpenting dalam dunia bisnis dan perdagangan. Mengapa? Karena promosi adalah cara untuk mengenalkan produk kita ke masyarakat dan calon pembeli yang potensial. Kalau kita tidak mempromosikan produk-produk kita, lalu bagaimana agar masyarakat dapat mengenali produk kita. Untuk itulah peneliti mengajukan pertanyaan bagaimana pemanfaatan teknologi komunikasi sebagai media promosi dalam pengembangan usaha perempuan pelaku usaha kreatif di Yogyakarta yaitu di produk kerajinan Aaron bag. Aaron bag adalah produk kerajinan tas yang memanfaatkan retsluiting sebagai bahan utamanya. dengan kreativitas yang tinggi, fungsi resleting tidak hanya digunakan sebagai alat penutup saja, tapi bisa juga digunakan sebagai bahan baku utama untuk membuat produk seperti tas, dompet, dan lain-lain. Kerangka teoritik dalam penelitian ini adalah konsep teknologi informasi dan komunikasi, teori kehadiran sosial, bauran promosi dan media promosi, konsep perempuan dan teknologi, wirausaha kreatif. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan pengumpulan datanya utamanya adalah wawancara mendalam dengan pelaku usaha Aaron Bag di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan wirausaha menjalankan usahanya, memanfaatkan teknologi komunikasi sebagai media utama promosi mereka yang justru sangat mendukung pencapaian usaha kecilnya, justru dapat mempermudah segala keterbatasannya dengan status ganda perempuan sebagai pengurus rumah tangga, pendamping suami, pimpinan pelestarian budaya Heritage Yogyakarta, dan sekaligus sebagai wirausaha. Ada beberapa faktor pendorong, faktor bertahan dan faktor pengganggu yang dialaminya. Strategi promosi yang dilakukan cenderung menggunakan semua bauran promosi yang cenderung terutama pemanfaatan komunikasi interaktif dalam forum laman blog dan media sosial dan teknologi selular. Pemilik memahami mengenai keempat bagian dalam bauran promosi ini namun belum optimal pemanfaatan yang dilakukan karena beberapa alasan. Menurutnya penggunaan teknologi komunikasi tersebut justru dapat mendekatkan produk mereka kepada target pasar, sarana pengenalan mereka dan publisitas, sarana interaksi sosial mereka dengan kehadiran sosialnya di hadapan customernya, sarana multi tujuan bisnis dan sosial. Dengan penelitian ini nantinya supaya masyarakat, khususnya perempuan memiliki potensi, kemauan, kemampuan, dan akses terhadap teknologi komunikasi yang menunjang perekonomian keluarga di manapun mereka berada.

Kata kunci: Teknologi Informasi dan Komunikasi, Promosi, Perempuan, Wirausaha.

