

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diera modernisasi, peran perempuan dalam struktur keluarga mengalami pergeseran signifikan. Fenomena perempuan yang menjadi kepala keluarga menunjukkan peningkatan, yang dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, dan budaya (UN Women, 2020). Banyak hal yang melatarbelakangi perempuan turut menopang perekonomian keluarga. Pertama, perempuan ditinggal cerai atau mati oleh suaminya (janda), mereka harus bekerja keras dan menggantikan peran suami untuk mencari nafkah agar kebutuhan hidupnya tetap terpenuhi. Kedua, perempuan yang berstatus sebagai istri namun suami dirasa belum cukup dalam memenuhi kebutuhan keluarga atau suami sudah tidak mampu untuk melakukan pekerjaan karena cacat atau sakit. Ketiga, perempuan yang hidup sendiri akan tetapi karena beberapa kondisi mengharuskan menggantikan peran orang tua karena sudah tidak lagi mampu bekerja. Kondisi-kondisi tersebut menuntut perempuan untuk berperan sebagai pengasuh dalam keluarga, dan pencari nafkah utama (PEKKA& SMERU, 2014).

Menurut (Mosse 2007), Perempuan kepala keluarga adalah perempuan yang memikul tanggung jawab penuh dalam menghidupi keluarganya. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 menyebutkan bahwa 14,37% perempuan di Indonesia merupakan pencari nafkah utama (*female*

breadwinners), hampir 50% dari mereka menyumbang 90-100% pendapatan rumah tangga. Mayoritas dari kelompok ini berstatus sebagai *entrepreneur*, sementara 44,9% lainnya bekerja sebagai buruh atau karyawan (BPS, 2024). Angka ini menegaskan urgensi untuk memahami dinamika yang mereka hadapi.

Meskipun secara statistik peran perempuan sebagai kepala keluarga semakin menonjol, posisi mereka masih belum mendapatkan pengakuan dan perlindungan yang memadai dari pemerintah (Astutik, Sulistyowati, Meidianti, 2019). Hal ini berakar pada konstruksi sosial-budaya patriarkis di Indonesia yang masih menempatkan laki-laki sebagai pemimpin keluarga sebagaimana tercermin dalam Undang-undang No.1 tahun 1974 Pasal 31 ayat 3 tentang perkawinan, yang dengan tegas menyebutkan “posisi suami dalam rumah tangga adalah sebagai kepala keluarga dan istri sebagai ibu rumah tangga” serta pasal 34 yang berbunyi “suami wajib melindungi istri dan istri wajib mengatur rumah tangga sebaik-baiknya”. Melalui definisi tersebut sebenarnya tidak dikemukakan secara khusus bahwa kepala keluarga adalah laki-laki, akan tetapi masyarakat masih berfikir struktur keluarga akan dianggap “normal” jika dikepalai oleh laki-laki (Ernawati, 2014). Gagasan ini jika ditinjau melalui teori feminis, ditegaskan bahwasanya laki-laki sering kali dianggap sebagai prioritas sosial, sedangkan perempuan dianggap ‘subordinat’ atau individu yang berada di posisi yang lebih rendah yang harus tunduk dan patuh (Payne, 2014). Hal ini tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sosial seperti, pendidikan, bidang pekerjaan, dan politik. Laki-laki

sering mendominasi dan memiliki akses yang lebih luas ke sumber daya dan kesempatan, sedangkan perempuan seringkali dihadapkan pada berbagai hambatan dan deskriminasi (Payne, 2014).

Pada umumnya perempuan hanya melakukan pekerjaan domestic seperti, mengurus suami dan anak, memasak, dan mengerjakan pekerjaan rumah tangga lainya. Perbedaan terbesar antara rumah tangga yang dikepalai oleh laki-laki dan rumah tangga yang dikepalai perempuan terletak pada dinamika pembagian peran dan beban tanggung jawab, laki-laki sebagai kepala keluarga lebih sering mendapatkan dukungan sosial dalam menjalankan perannya, sedangkan perempuan yang berada dalam kondisi serupa tidak mendapat dukungan sosial (Florencya&Hasanuddin (2021). Mereka dituntut untuk mampu bekerja guna memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga tanpa mengesampingkan peran domestik yang masih melekat dalam kehidupan mereka sebagai perempuan, (Yusrina dalam PEKKA&SMERU, 2014).

Realitas tersebut menciptakan tantangan sosial bagi perempuan kepala keluarga. Mereka tidak hanya harus memenuhi tanggung jawab ekonomi, tetapi juga menghadapi stigma sosial karena menempati posisi dianggap “tidak lazim” (Suryani, A. 2023). Dengan tantangan tersebut, pemugaran citra (*image repair*) menjadi langkah strategis yang dilakukan perempuan untuk memperbaiki dan membangun kembali persepsi publik terhadap peran mereka. *Image repair* menurut Benoit adalah strategi komunikasi yang digunakan individu atau kelompok untuk memperbaiki citra yang rusak

akibat tuduhan atau krisis reputasi (William L. Benoit, 1995). Pemugaran citra ini merupakan bagian dari proses manajemen impresi, yaitu upaya individu untuk mengontrol dan mengarahkan persepsi orang lain melalui interaksi sosial (Goffman, 1959).

Pada fenomena perempuan sebagai kepala keluarga, manajemen impresi dapat digunakan perempuan untuk menghadapi stigma sosial, meningkatkan kredibilitas mereka dalam komunitas, dan menciptakan citra diri yang kuat dan positif (Kuswandi, 2020). Manajemen impresi sering digunakan dalam interaksi sosial untuk membangun kepercayaan, memperoleh dukungan, atau mengurangi konflik (DeVito 1978). Yuliana (2020) dalam kajian tentang perempuan kepala keluarga di komunitas pedesaan menunjukkan bagaimana kombinasi manajemen impresi (melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan RT/RW) dan strategi pemulihan citra (dengan menekankan alasan rasional mengapa menjadi kepala keluarga) membantu mengurangi beban stigma sosial. Perempuan kepala keluarga seringkali harus menampilkan kesan mandiri, tangguh, dan bertanggung jawab agar dapat memperoleh pengakuan sosial serta mengurangi stereotip negatif yang menganggap mereka lebih rentan secara ekonomi dan sosial dibandingkan laki-laki kepala keluarga (Susanti, 2020). Dalam proses ini, teori *image repair* digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu atau kelompok merespons tuduhan atau serangan terhadap reputasi mereka dengan berbagai strategi seperti *denial*, *evasion of responsibility*, *reducing offensiveness*, *corrective action*, dan *mortification*. Dalam konteks

perempuan kepala keluarga, strategi pemulihan citra dapat digunakan ketika mereka mengalami krisis sosial berupa cibiran, pengucilan, atau anggapan tidak layak sebagai pemimpin keluarga (Benoit, 1995).

Maka dari itu, penting untuk mengulas strategi yang dilakukan oleh perempuan kepala keluarga dalam membentuk citra positif melalui strategi pemulihan citra dan manajemen impresi. Strategi ini umumnya diterapkan melalui komunikasi interpersonal sebagai saluran utamanya. Menurut DeVito (2021), komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi. Dalam konteks ini, komunikasi berperan penting dalam mengelola citra diri di hadapan orang lain. Hal ini berkaitan bagi perempuan kepala keluarga yang harus tampil tangguh dalam lingkungan sosial yang patriarkis, sayangnya kajian yang menggabungkan antara manajemen impresi dan strategi pemulihan citra secara bersamaan dalam konteks perempuan kepala keluarga masih sangat terbatas. Penelitian Amelia Susanto Putri dan Prawinda Putri Anzari (2021) misalnya, lebih menekankan pada peran ganda perempuan dalam keluarga petani, sedangkan Himawati dan Taftazani (2021) berfokus pada strategi bertahan hidup dari aspek ekonomi. Keterbatasan ini membuka celah penting untuk menggali lebih dalam mengenai strategi pemugaran citra sebagai bentuk manajemen impresi.

Penelitian ini berfokus pada upaya perempuan kepala keluarga dalam *memugar citra* diri mereka melalui berbagai strategi manajemen impresi. Pemugaran citra dipahami bukan hanya sebagai reaksi atas stigma sosial,

tetapi juga sebagai proses aktif dalam membentuk persepsi positif, memperkuat posisi sosial, dan menegaskan identitas sebagai pemimpin keluarga yang layak dan mampu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan kajian komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan gender, citra diri, dan dinamika sosial keluarga.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi manajemen impresi dan pemulihan citra yang dilakukan oleh perempuan kepala keluarga untuk mempertahankan citra diri yang positif ditengah tengah tantangan sosial dan stigma masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis strategi manajemen impresi dan pemulihan citra (*image repair*) yang dilakukan oleh perempuan kepala keluarga dalam mempertahankan citra diri yang positif positif di lingkungan sosialnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi perempuan kepala keluarga dalam mengelola hubungan interpersonal secara efektif, sehingga dapat meningkatkan penerimaan sosial dan mendukung keberhasilan mereka dalam menjalankan peran ganda sebagai pemimpi keluarga.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penulis berharap penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang komunikasi interpersonal dan gender dengan menambahkan wawasan tentang bagaimana perempuan yang berperan sebagai kepala keluarga menggunakan strategi manajemen impresi untuk membangun citra diri yang positif di lingkungan sosial. Selain itu, temuan ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik dengan topik manajemen impresi, komunikasi interpersonal, serta peran perempuan dalam keluarga dan masyarakat. Hasil dan temuan dari penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut di bidang komunikasi dan studi gender.

1.4.3 Manfaat Akademis

Menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik untuk mengkaji isu-isu tentang komunikasi, gender, peran social, dan dinamika Perempuan dalam konteks keluarga dan masyarakat dalam membentuk persepsi social, terutama dalam konteks perempuan yang memikul peran ganda sebagai kepala keluarga.

1.5 Penegasan Istilah

Adapun beberapa istilah penting yang digunakan dan perlu ditegaskan dalam penelitian ini untuk menghindari ambiguitas. Pertama istilah “Perempuan Kepala Keluarga, yang kedua “Manajemen Impresi, dan yang ketiga “Citra Positif”.

1.5.1 Perempuan Kepala keluarga

Istilah "perempuan kepala keluarga" merujuk pada seorang perempuan yang memegang atau mengambil peran sebagai pencari nafkah utama dalam rumah tangga guna memenuhi kebutuhan ekonomi dan social keluarga karena beberapa factor seperti, suami merantau, bercerai, suami terkena PHK, suaminya meninggal, atau karena suami tidak mampu menjalankan fungsinya, maupun perempuan lajang dalam keluarga yang berperan sebagai pencari nafkah utama dalam keluarga (KEPPA& SMERU, 2014). Perempuan kepala keluarga biasanya menjalankan peran ganda dalam rumah tangga, tidak hanya mencari nafkah akan tetapi mereka juga melakukan kewajibannya sebagai ibu yang mengurus anak, dan sebagai seorang istri (Mosse,2007).

1.5.2 Manajemen Impresi

"Manajemen Impresi" merupakan suatu proses strategi individu untuk mengatur kesan yang ingin ditampilkan dihadapan orang lain guna dapat merubah/mempengaruhi persepsi orang lain terhadap dirinya. Bertujuan membentuk persepsi positif yang sesuai dengan citra diri yang ingin ditampilkan oleh individu tersebut, terutama dalam interaksi social. Menurut DeVito (2021) dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*, manajemen impresi adalah proses di mana seseorang mencoba mengontrol atau memengaruhi persepsi orang lain terhadap dirinya dalam suatu interaksi. DeVito menekankan bahwa manajemen impresi merupakan bagian integral dari komunikasi interpersonal karena berkaitan erat dengan pembentukan identitas sosial. Ia juga mengidentifikasi beberapa strategi utama dalam

manajemen impresi, seperti *ingratiation* (berusaha agar disukai orang lain), *self-promotion* (menonjolkan kelebihan atau kompetensi), *supplication* (menunjukkan kelemahan untuk meraih simpati), *intimidation* (menampilkan kekuatan atau kekuasaan), dan *exemplification* (menampilkan diri sebagai pribadi bermoral tinggi). Strategi-strategi ini seringkali dipilih dan diterapkan secara selektif berdasarkan konteks sosial dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Dalam hal ini, perempuan kepala keluarga kerap kali menggunakan strategi tertentu agar tetap dipandang kuat, mampu, dan mandiri oleh lingkungan sekitarnya, sekalipun menghadapi tekanan dan beban hidup yang tidak ringan.

1.5.3 Image Repair

Image Repair merujuk pada upaya strategis yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memperbaiki citra mereka yang telah tercemar akibat suatu krisis atau tuduhan negatif, dalam teori *Image Repair*, William L. Benoit menjelaskan bagaimana pesan-pesan komunikasi dapat digunakan untuk mempertahankan atau memulihkan reputasi ketika seseorang atau suatu entitas menghadapi ancaman terhadap citra publiknya. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa komunikasi bersifat purposive, yakni memiliki tujuan tertentu dan salah satu tujuan utama komunikasi adalah melindungi atau memperbaiki citra. Menurut Benoit, citra atau reputasi adalah asset penting yang mempengaruhi bagaimana seseorang dipersepsikan oleh publik. Ketika citra tersebut diserang atau dipertanyakan, individu atau organisasi merasa

peru untuk memberikan respon dalam bentuk strategi komunikasi tertentu (Benoit, 2015).

1.5.4 Citra Positif

“citra positif” mengacu pada bentuk penilaian atau persepsi yang baik dari masyarakat terhadap individu. Citra ini terbentuk melalui serangkaian tindakan, sikap, dan komunikasi yang menunjukkan karakter seperti ketangguhan, tanggung jawab, kemandirian, dan integritas. Menurut Rakhmat (2005), citra adalah Gambaran yang dimiliki orang lain terhadap diri seseorang, yang terbentuk melalui interaksi sosial dan proses komunikasi yang konsisten. Dalam konteks perempuan kepala keluarga, citra positif menjadi penting untuk menjaga harga diri dan kehormatan, serta untuk memperoleh dukungan sosial dari lingkungan sekitar. Individu berusaha membentuk kesan tertentu melalui manajemen impresi guna mencapai pengakuan sosial dan penerimaan dari kelompok (Goffman, 1959). Dengan demikian, citra positif bukan hanya kebutuhan personal, akan tetapi juga strategi sosial untuk memperkuat posisi Perempuan dalam lingkungan yang cenderung patriarkis.

