



Identifikasi Perempuan Penggerak Agribisnis Sayur Organik Menyiasati Masa Pandemi di Konten Digital dalam Perspektif Greimas

Rustono Farady Marta^{1*}, Octavia Putri Tjajadi¹, Julia Loisa²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

²Fakultas Teknologi dan Design, Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

*Korespondensi: rmarta@bundamulia.ac.id

Diterima 15 Oktober 2021/ Direvisi 05 Maret 2022/ Disetujui 17 Maret 2022

ABSTRAK

Ketika pandemi melanda, ekonomi keluarga pun menjadi kurang stabil. Di sinilah, peran perempuan diperlukan dan berdampak bagi ekonomi keluarga. Salah satu perempuan di kota Blitar, membuka usaha agribisnis dengan menjual sayuran organik yang ia tanam di pekarangan rumahnya cukup menghasilkan keuntungan. Hal ini berkaitan dengan sikap optimisme yang dimiliki perempuan, untuk tetap bertahan dalam keadaan menghadapi perubahan peristiwa. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana sikap optimisme perempuan tersebut bertahan di era pandemic dengan membuka bisnis sayur organik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif serta paradigma interpretif dan menganalisis sebuah video liputan berita dengan analisis semiotika square dari AJ Greimas. Hasil penelitian ini meliputi dimensi yang diutamakan adalah personalisasi, dimana subjek melihat masalah eksternal (pandemi Corona) dapat terselesaikan dan adanya dimensi *pervasiveness*, yakni keyakinan akan menjadi lebih baik. Hasil penelitian ditemukan bahwa di era pandemi COVID-19, peran perempuan dan sikap optimis perempuan diperlukan demi bertahan hidup dan mengerjakan bisnis. Kesimpulan dari penelitian ini untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis atau membuka bisnis maka diperlukan keyakinan diri serta sikap optimisme yang melihat tantangan hidup seperti di era pandemi ini bersifat sementara dan akan menjadi lebih baik di masa depan.

Kata kunci : Agribisnis; Semiotika greimas; Konten digital; Pandemi; Sayur organik

ABSTRACT

When the pandemic hit, the family's economy became less stable. Such a situation is when women's role is needed and has an impact on the family economy. One of the women in the city of Blitar opened an agribusiness of organic vegetables harvested from her garden. Her optimistic attitude made the business survive facing the changing events. A study was aimed to analyze how the woman's upbeat attitude survived in the pandemic era regarding business in the agriculture sector (agribusiness). The study employed a qualitative approach and interpretive paradigm. It analyzed a news coverage video with semiotics square analysis from AJ Greimas. The results include the priority dimension was personalization. The subject saw that external problems (the pandemic) could be resolved. Moreover, there was a pervasiveness dimension: belief for the situation to get better. The study results found that in the era of the COVID-19 pandemic, the role of women and their optimistic attitude were required to drive and survive the business. In conclusion, to achieve success in starting or conducting a business, self-confidence and an attitude of optimism are essential, which sees the challenges of life are temporary and will improve in the future.

Keywords: Agribusiness; Digital content; Greimas semiotics; Organic vegetables; Pandemic

PENDAHULUAN

Dampak pandemi, tidak hanya dirasakan oleh Negara, tetapi mengerucut yakni berdampak pada setiap individu dan keluarga. Keterbatasan ruang gerak dan ekonomi keluarga pun terganggu. Sina (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa keterbatasan penghasilan serta ruang gerak memberikan pengaruh dalam pencarian nafkah dan ditemukan pula adanya bantuan pemerintah, tetapi pelaku ekonomi rumah tangga perlu mencari cara lain. Lebih lanjut, Sina (2020) keluarga perlu menemukan cara untuk memenuhi kebutuhan hidup, yakni dengan menciptakan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Peran perempuan sebagai anggota keluarga pun mempengaruhi ekonomi keluarga. Menurut Alfons, Goni, dan Pongoh (2017), wanita bekerja ikut membantu perekonomian keluarga sebesar 40-60% dari seluruh penghasilan keluarga. Moku (2016) menyebutkan perempuan menempati posisi strategis dalam bidang ekonomi, seperti menjadi karyawan hingga pemilik usaha. Lebih lanjut, Moku (2016) perempuan pun menentukan sendiri jenis kegiatan yang mau dijalankannya demi pemenuhan ekonomi dan kebutuhan keluarga. Dari data Badan Pusat Statistik (2020), tenaga kerja formal per tahun 2020, ditemukan bahwa laki-laki yang bekerja sebanyak 42,71% dan perempuan sebanyak 34,65%. Bisa dikatakan cukup banyak perempuan yang bekerja.

Membahas tentang perempuan yang bekerja, menurut Moku (2016), ada dua faktor penyebab yang mendorong perempuan untuk berkarir, yaitu faktor ekonomi agar dapat menambah pendapatan keluarga dan

meningkatkan status dirinya. Secara detail, Susanti dan Patonah (2018) menjelaskan faktor lainnya adalah karena perempuan berusaha mandiri dan memiliki simpanan, perempuan merasa bangga atas diri mereka sendiri, memiliki penghasilan sendiri, kepercayaan diri, punya kepuasan tersendiri, mempelajari hal atau skill baru, dan meminimalisir perasaan bosan. Lebih lanjut, Rambat, Rumat, dan Layuck (2020) peran perempuan cukup memberikan pengaruh yang positif pada pendapatan perekonomian rumah tangga.

Terkait dengan perempuan, Novaria (2019) menyatakan masih ada pembatasan hak perempuan dalam budaya patriarki yang cenderung mengungkung perempuan karena didominasi oleh laki-laki, sehingga semakin terbentuknya stereotipe bahwa perempuan tidak memiliki hak dan kewajiban tertentu. Beruntungnya, menurut Fauzi dan Fasta (2020) saat ini media membantu perempuan keluar dari stigma tersebut, seperti dapat mengembangkan kepercayaan diri hingga mengembangkan kepribadiannya. Bahkan perempuan pun dapat memiliki kesempatan yang sama dengan laki-laki sebagai karyawan yang bekerja atau yang membuka usaha, sehingga memiliki pendapatan pribadi.

Membahas tentang pendapatan, salah satu bidang pekerjaan yang cukup menjanjikan adalah di bidang pertanian. Samodro dan Yuliawati (2018) menyatakan bahwa produk pertanian yang saat ini sedang cukup pesat berkembang adalah pertanian organik. Ditemukan bahwa para petani sudah mulai beralih ke pertanian organik.

Mengkaitkan dengan organik, salah satu bisnis yang menjanjikan adalah bisnis sayur organik. Muljaningsih (2011) produk pertanian organik yang disukai

masyarakat selain beras adalah sayuran. Purwanto *et al.* (2019) menjelaskan bahwa kegiatan menanam sayur organik memberikan banyak manfaat, seperti dapat menghemat pengeluaran belanja sehari-hari dan budidaya tanaman sayur organik pun memberikan positif terhadap lingkungan. Kemudian, Purwanto *et al.* (2019) pun menyatakan bahwa Berbudidaya sayuran lebih mudah, praktis, dan murah meriah.

Bisnis sayur organik pun memiliki kendala. Menurut Putra, Ambarawati, dan Yusuf (2015) masih berfokus pada pesanan pelanggan, proses produksi dengan waktu lama, serta perlu manajemen yang mempromosikan produk sayur organik. Berbeda jika dilihat dari sudut pandang konsumen. Chrysanthini, Sumarwan, dan Rifin (2018), para konsumen cenderung lebih memilih sayur organik karena mengandung gizi yang lebih baik dan memiliki banyak manfaat bagi tubuh. Umumnya, konsumen disarankan oleh orang yang sudah mengonsumsi sayur organik juga, sehingga bisnis sayur organik cukup menjanjikan.

Badan Pusat Statistik (2019) dari survei Pertanian Hortikultura Tanaman Sayuran dan buah yang bertumbuh di musim tertentu ditemukan kenaikan dalam jumlah produksi maupun pendapatannya. Hubeis, Widyastuti, dan Wijaya (2015) menjelaskan bahwa produk organik telah mendominasi pasar internasional maupun pasar domestik dikarenakan saling menguntungkan produsen dan konsumen. Lebih lanjut, Hubeis, Widyastuti, dan Wijaya (2015) menyatakan bahwa pertanian organik dapat memenuhi kebutuhan makanan lokal, serta berdampak secara positif kepada sumber daya alam (SDA) berkelanjutan.

Membalas terkait bisnis, perlunya keyakinan dalam diri bahwa bisnis tersebut akan berhasil. Menurut Lusiwati *et al.* (2016) sukses dalam karir, bisnis, maupun kehidupan perlu memiliki sikap optimis. Menurutnya, orang yang optimis mampu mengukur kemampuan di dalam dirinya serta memanfaatkan kemampuan tersebut agar dapat meraih apa yang diinginkan. Walaupun terkadang keinginiannya sulit dicapai, tetapi orang optimis akan berusaha mencoba.

Irianti (2020) menjelaskan bahwa optimisme merupakan suatu sikap merasa yakin dalam menghadapi peristiwa yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan dasar harapan serta ekspektasi bahwa masalah tersebut dapat terselesaikan. Menurutnya, orang yang optimis maka pemikirannya didominasi oleh pemikiran positif pula. Mereka akan berani mengambil keputusan dengan yakin serta percaya diri.

Menurut Seligman (2006), optimisme memiliki tiga dimensi, yaitu *permanence*, *pervasiveness*, dan *personalization*. *Permanence* dikaitkan dengan waktu, saat individu menyikapi kejadian yang berlangsung bersifat sementara atau menetap. Orang yang optimis akan yakin kejadian menyimpannya bersifat sementara. *Pervasiveness* berkaitan dengan bagaimana orang tersebut memandang kegagalan serta kesuksesan, dan bentuknya akan berubah yakni dilihat secara keluasaan/secara universal atau bersifat spesifik/kesempitan. Orang yang optimis kegagalan dilihat secara spesifik. Sementara, pada *personalization* (faktor penyebab masalah) masalah yang menimpa karena faktor eksternal atau internal. Orang yang optimis umumnya menyadari bahwa kegagalan dari faktor

eksternal, tetapi ia akan berusaha untuk sukses.

Lusiawati *et al.* (2016), orang yang optimis memiliki ciri, seperti siap menghadapi tantangan, mampu berpikir positif, memiliki keyakinan dalam diri seperti percaya diri, dan mampu bersyukur. Kurniawan (2019) orang yang optimis diasumsikan memiliki harapan dan melihat dari sudut pandang yang positif dalam kehidupan sehari-hari.

Optimisme merupakan salah satu karakteristik yang perlu dimiliki oleh pengusaha. Gow dan Rodhiah (2019), adanya perempuan yang ikut berdagang menjadi asal mula *entrepreneur*. Lebih lanjut, Serian Wijatno dalam Fitri, Roky Apriansyah, dan Astarman (2018) menyatakan bahwa sekarang, wanita pun sudah mulai masuk ke dunia *entrepreneur*, sehingga memiliki peran ganda, yakni menjadi ibu rumah tangga dan membuka bisnis.

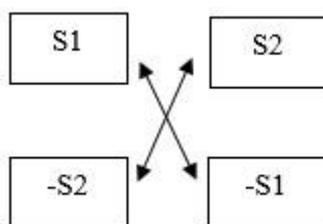
Perempuan memiliki waktu untuk berbisnis dan umumnya bisnis yang dipilih perempuan sesuai minat mereka. (Riyanto, 2015) menambahkan bahwa bidang keterampilan berwirausaha bagi perempuan adalah bidang boga, busana, maupun kerajinan tangan. Lebih diutamakan sesuai minat dan mampu mengimplementasikan kegiatan tersebut.

Membahas bidang usaha, di salah satu video liputan berita ada seorang

perempuan berusia 25 tahun yang membuka bisnis sayuran organik dan mendapatkan keuntungan jutaan rupiah. Bahkan ia memutuskan untuk meninggalkan pekerjaan demi fokus pada agribisnis sayur organik yang ia rintis sejak pandemi.

Menganalisis dari video tersebut, maka dalam penelitian ini menggunakan semiotika kotak (*semiotic square*) dari AJ Greimas. Dimana semiotika dalam Mudjiyanto dan Nur (2013) merupakan ilmu yang mempelajari tanda, fungsi dari tanda, dan produksi makna. AJ Greimas berfokus pada semiotika naratif. Greimas dalam Qozwaeni (2020), mengembangkan semiology berbasis struktural dengan pemaknaan sebagai konsep utama. Terkait dengan struktur aktan dan struktur batin. Struktur batin dalam Qozwaeni (2020) berfungsi untuk identifikasi norma dan nilai, sehingga dapat dicari makna dari teks tersebut. Sementara, dalam Wulandari *et al.* (2020), Greimas menjelaskan bahwa ada aksi/fungsi dalam pelaku yang diteliti dan tindakan ini disebutkan sebagai aktan.

Selain itu, semiotika square dikenal dengan 'opsi segi empat' dikarenakan dibagi ke dalam empat sisi dalam rumus struktur. Berikut bentuk struktur semiotik *square* dari Greimas:



Gambar 1. Struktur batin
Sumber: Istiqomah (2017)

Dalam penelitian ini mengidentifikasi bagaimana bentuk optimisme perempuan penggerak

agribisnis sayur organik ditampilkan dalam liputan berita tersebut khususnya dengan struktur batin dari AJ Greimas.

BAHAN DAN METODE

Peneliti menggunakan cara berpikir atau paradigma interpretif. Di dalam penelitian ini pula, peneliti mau melihat bagaimana sikap optimisme seorang perempuan yang mencoba membuka usaha agribisnis sayur organik di era pandemi, dimana ia mencoba menanam di pekarangan rumahnya sendiri, hingga sukses dan dijadikan konten berita salah satu media televisi. Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan metodologi analisis konten atau analisis isi semiotika persegi atau *semiotic square* A. J Greimas dalam penganalisisannya.

Kemudian, dibuat deskripsi uruk menentukan tema dan latarnya, sehingga menentukan S1 yaitu Optimisme dan S2 yaitu Pesimisme. Selanjutnya, peneliti menganalisa dengan tiga dimensi optimisme. Perlu diingat bahwa pendekatan kualitatif lebih mementingkan proses pengolahan data dibandingkan dari hasilnya sendiri.

Analisis semiotik berfokus pada makna eksplisit dari kata implisit. Dari video singkat liputan berita salah satu stasiun TV, peneliti menganalisis teks naratif serta menambahkan sumber-sumber kepustakaan seperti jurnal dan data lain yang dianggap mendukung penelitian ini. Dokumen yang digunakan diambil dari video, jurnal, dan buku seperlunya. Penelitian ini mengobservasi cuplikan video berita yang memfokuskan membahas agribisnis seorang perempuan di era pandemi.

Pengujian keabsahan data dengan pengamatan data berulang dan peneliti membandingkan data dengan membaca dari sumber serta referensi lain. Sementara, unit analisis dalam penelitian ini adalah video liputan berita, berdurasi 2 menit 51 detik. Unit analisis dalam penelitian ini adalah optimisme dengan tiga dimensi, yaitu *permanence*, *pervasiveness*, dan *personalization*. Peneliti akan mencari adegan yang berkaitan dengan teks naratif serta makna dengan menganalisis tiga dimensi optimisme.

HASIL DAN PEMBAHASAN

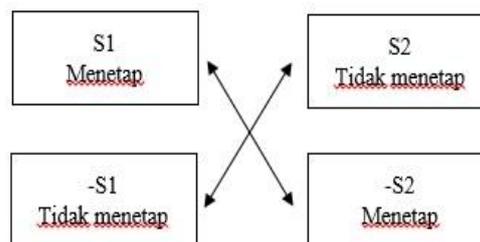
Video tersebut diunggah pada 24 Juni 2020 di media sosial YouTube dari kanal KompasTV. Per 15 Juni 2021, sudah dilihat sebanyak 6,6 ribu orang. Di dalam berita tersebut, digambarkan keseharian seorang perempuan dengan menanam sayur organik di pekarangan rumahnya. Membahas tentang hasil akan dikaitkan dengan AJ Greimas.

Di dalam video terbagi menjadi enam latar belakang dengan berbagai macam tema, seperti yang dijabarkan di atas. Peneliti akan mencoba membahas satu per satu dari masing-masing *scene*.

Scene 1 dengan tema Perempuan menanam tanaman dan nuansa Pekarangan Rumah, yang berdurasi dari 0:00 – 1:00.



Gambar 2. Scene satu serta struktur batin terkait

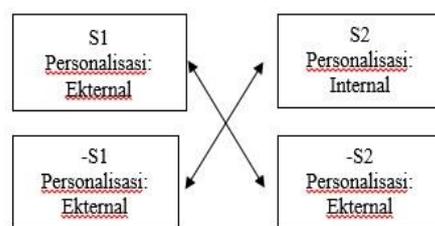


Scene satu: dijelaskan bahwa perempuan tersebut dari salah satu desa di Pulau Jawa yang berusia 25 tahun dan membuka usahanya sejak pandemi dengan menanam sayur secara organik. Modal awalnya berasal dari tabungannya dan berencana hanya untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarganya. Tapi, tetangga tertarik membeli produk tersebut. Ditemukan pula dalam narasi “Awalnya kebun sayur organik ini digunakan hanya untuk memenuhi kebutuhan pangan X dan keluarga

during the Corona pandemic. However, as time went on, many neighbors around who were interested in buying the organic vegetable products of his own”. Analysis of scene one is *permanence* related to the fact that there is an optimistic attitude that sees the pandemic as a temporary or non-permanent. It can be said that the woman has an optimistic attitude in running an organic vegetable business in scene one.



Gambar 3. Scene dua serta struktur batin terkait

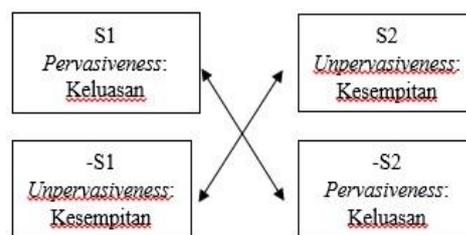


Scene dua: dijelaskan bahwa perempuan tersebut tidak menyangka bahwa bisnisnya akan berjalan dan diminati warga, apalagi di era pandemi seperti sekarang ini. Dari narasi juga didapatkan, “Tidak menyangka, bila tanaman organik miliknya banyak diminati warga. Sementara menurut pembeli selain lebih segar sayur organik ini juga lebih sehat. Tingginya kesadaran untuk mengonsumsi makanan sehat di masa pandemi Corona, membuat warga memilih untuk membeli sayuran organik

that is more natural”. Analysis of scene two is *personalization* which focuses on the external side, where the external environment gives an optimistic impact for the woman to increasingly explore her organic vegetable business. Related to external is where the problem that comes from external factors, so she needs to struggle to prosper. It can be said that in scene two, the woman shows her optimistic attitude.



Gambar 4. Scene tiga serta struktur batin terkait



Scene Tiga: menjelaskan bahwa ada salah satu konsumen yang memberikan opininya mengenai membeli

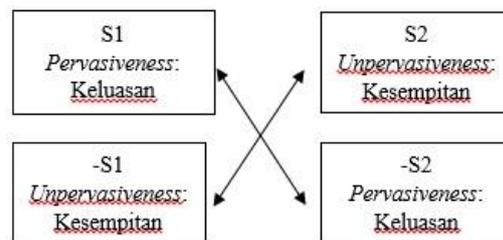
organic vegetables, where the customer stated that he has often bought organic vegetables and

menyebutkan, “Alamilah *enggak* pakai bahan kimia”. Analisis *scene* tiga adalah *pervasiveness*, jika dikaitkan dengan

optimisme dari bisnis perempuan tersebut menunjukkan sisi keluasan dan selalu melihat sisi positif.



Gambar 5. Scene empat serta struktur batin terkait

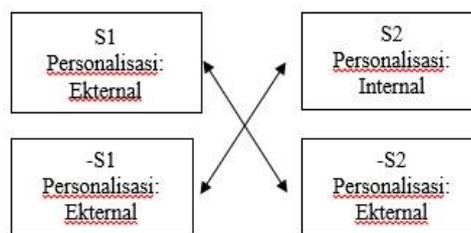


Scene empat: dalam *scene* ini dijelaskan bahwa demi memenuhi kebutuhan sayur untuk keluarga perempuan tersebut, penjualan sayur organik juga memberikan keuntungan. Disebutkan juga, perempuan tersebut berencana untuk berhenti bekerja dari pekerjaannya yang seorang karyawan swasta agar dapat fokus menekuni bisnis sayur organik miliknya. Analisis pada *scene* empat berupa *pervasiveness*, berupa keluasan yakni dipahami secara

universal, bahwa bisnis sayur organik ini menjanjikan untuk ditekuni dan memberikan keuntungan. Secara optimis, perempuan tersebut yakin bahwa usaha sayur organiknya akan menguntungkan dan jauh lebih baik, jika ia fokus pada bisnisnya dibandingkan jika ia tetap menjadi karyawan swasta seperti sekarang ini. Bisa dikatakan juga, saat ini ia memiliki dua pekerjaan sekaligus, yakni membuka bisnis sayur organik dan bekerja sebagai karyawan swasta.

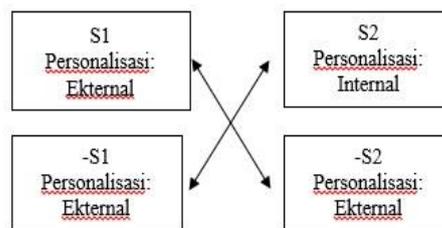


Gambar 6. Scene lima serta struktur batin terkait



Scene lima: dalam *scene* ini dijelaskan bahwa demi memenuhi kebutuhan sayur untuk keluarga, perempuan pemilik bisnis sayur organik ini memiliki berbagai jenis tanaman, baik tanaman lokal maupun impor. Hal tersebut tergambar jelas ketika ia diwawancarai oleh wartawan. Ia pun mengungkapkan, “Saya dikirim bibit bibit tanaman impor dari Thailand samhong atau tokecai dari ibu dikirimin dari sini ini

lalu dibuat di sini dan itu hasilnya. Oh ternyata musim di sini itu bagus untuk jenis-jenis Sawi atau tanaman yang lain sama cabe-cabe”. Analisis *scene* lima, bisa dikatakan bahwa ia memiliki sikap optimis dengan dimensi personalisasi yang fokus pada eksternal, dimana ada sisi orang lain yang memberikan dukungan kepadanya dan mendukung usahanya dalam berbisnis, yakni ibu.



Gambar 7. Scene enam serta struktur batin terkait

Scene enam: dalam scene terakhir ini dijelaskan terkait manfaat kebun sayur organik, seperti memberikan keuntungan berupa uang serta menjadikan lingkungan asri dan segar. Dikatakan dalam narasi, “Selain menghasilkan uang kebun sayur organik ini juga membuat rumah menjadi lebih asri dan segar. Rencananya penambahan jenis sayuran akan terus dilakukan sehingga warga juga dapat belajar edukasi mengenai tanaman organik”.

Analisis pada scene enam sendiri adalah ditemukan bahwa sikap optimis yang dilihat dari dimensi *personalization* oleh perempuan pembuka bisnis sayur organik, yaitu ia melihat sudut eksternal sebagai bentuk pendukung usahanya. Ia akan berusaha menambahkan jenis tanaman lainnya dan berencana memberikan edukasi kepada warga sekitar agar orang lain lebih memahami tentang jenis sayuran khususnya sayur organik.

KESIMPULAN

Pandemi COVID-19 memberikan pengaruh kepada perekonomian rumah tangga, sehingga keluarga pun perlu secara kreatif untuk meningkatkan pendapatan keluarga agar dapat bertahan menghadapi tantangan masa kini. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuka usaha. Dapat disimpulkan untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis atau memulai suatu usaha perlu keyakinan diri serta sikap optimisme

yang melihat tantangan hidup seperti di era pandemi ini bersifat sementara dan akan menjadi lebih baik di masa depan. Peristiwa pandemi pun yang dianggap buruk, dimakhlumi karena menimpa seluruh manusia, tapi karena adanya optimisme, maka dilihat sebagai penyebab eksternal dan mampu diselesaikan.

Saran yang bisa diberikan kepada perempuan yang membuka usaha sayur organik, jika dirasa perlu fokus menekuni usaha, maka bisa dipertimbangkan untuk mengikuti banyak pelatihan dan tetap fokus menekuni usaha sayuran organik. Saran kepada perempuan atau ibu rumah tangga yang mau mencoba berwirausaha sayur organik, diperlukan sikap optimisme terlebih dahulu dan menyiapkan modal awal, serta memulai usaha dengan tekun, menekuni bidang sesuai minat atau ketrampilan yang mau diasah. Saran kepada pemerintah agar memberikan kesempatan kepada para wirausaha rumahan untuk meningkatkan pengetahuan khususnya sayur organik. Pemerintah pun dapat membuat acara pelatihan atau pun pendampingan usaha tani sayuran organik.

DAFTAR PUSTAKA

Alfons, O L, Goni, S., and Pongoh, H. 2017. “Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Status Sosial Keluarga Di Kelurahan Karombasan Selatan Kota Manado.” *Acta Diurna Komunikasi*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.p>

- hp/actadiurnakomunikasi/article/view/16572.
- Badan Pusat Statistik. 2019. "Statistik Tanaman Sayuran Dan Buah-buahan Semusim Indonesia 2018." <https://www.bps.go.id/publication/2019/10/07/9c5dede09c805bc38302ea1c/statistik-tanaman-sayuran-dan-buah-buahan-semusim-indonesia-2018.html>.
- . 2020. "Persentase Tenaga Kerja Formal Menurut Jenis Kelamin (Persen), 2018-2020." *Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas)*. <https://www.bps.go.id/indicator/6/1170/1/persentase-tenaga-kerja-formal-menurut-jenis-kelamin.html>.
- Chatterjee, Namrata, Niladri Das, and Nishit Kumar Srivastava. 2019. "A Structural Model Assessing Key Factors Affecting Women's Entrepreneurial Success: Evidence from India." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1). <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2016-0030>.
- Chrysanthini, B, Sumarwan, U. & Rifin, A. 2018. "Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) Di Bogor Jawa Barat." *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 12(2): 151.
- Dewi, I. K., M. Nasir, and Salma. 2019. "Optimisme Dan Hardiness Pada Dokter Muda Di Rumah Sakit Umum Daerah Zainoel Abidin (RSUDZA) Banda Aceh." *Jurnal Psikologi Islamedia* 4(1): 48–56.
- Fauzi, Eka Perwitasari, and Feni Fasta. 2020. "Modern Muslimah in Media: A Study of Reception Analysis in 'Saliha' Program on Net Tv." *Aspiration* 1(November): 135–62.
- Fitrio, T., Apriansyah, R. & Astarman. 2018. "Model pengembangan entrepreneurship dalam pemberdayaan ekonomi rumah tangga pada masyarakat Melayu Rengat." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 15(1): 15–18.
- Gow, Jimmy Primanto, and Rodhiah. 2019. "Pengaruh Optimisme Kewirausahaan Yang Dimoderasi Oleh Gaya Kognitif Terhadap Ketekunan Kewirausahaan UKM Bidang Kuliner Di Jakarta Barat." *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* 1(3): 515–23.
- Hubeis, M., Widyastuti, H., & Wijaya, N. H. 2015. "Prospek Cerah Produksi Sayuran Organik Bernilai Tambah Tinggi Berbasis Petani." *Risalah Kebijakan Pertanian* 1(2): 110.
- Irianti, Sista. 2020. "Gambaran Optimisme Dan Kesejahteraan Subjektif Pada Ibu Tunggal Di Usia Dewasa Madya [Optimism and Subjective Well-Being of Middle Aged Single Mothers]." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(1): 107–16. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4865>.
- Istiqomah, N. 2017. "Aplikasi Semiotika Naratif A. J. Greimas terhadap kisah Thalut dalam Al-Qur'an." *QOF*. 10.30762/qof.v1i2.919.
- Kurniawan, W. 2019. "Relationship between Think Positive towards the Optimism of Psychology Student

- Learning in Islamic University of Riau." *Jurnal Nathiqiyah* 2(1): 126–47.
<https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/Nathiqiyah/article/view/54>.
- Lusiawati, I. 2016. "Membangun Optimisme, Pada Seseorang Ditinjau Dari Sudut Pandang Psikologi Komunikasi." *TEDC*. 10(3): 147–51.
- Mokalu, Benedicta J. 2016. "Perempuan Berwirausaha Mengentas Ekonomi Keluarga." *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3(2): 72–88.
- Mudjiyanto, B., and E. Nur. 2013. "Semiotics In Research Method of Communication [Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi]." *Pekommas*. 10.30818/jpkm.2013.1160108.
- Muljaningsih, S. 2011. "Preferensi Konsumen Dan Produsen Produk Organik Di Indonesia." *WACANA, Jurnal Sosial Dan Humaniora* 14(4): 1–5.
<http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/266%0APutra>.
- Novarisa, Ghina. 2019. "Dominasi Patriarki Berbentuk Kekerasan Simbolik Terhadap Perempuan Pada Sinetron." *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 5(02): 195.
- Prasetyawati, F. Y., Pradana, R. Y., & Mukhibun, A. 2021. "Studi Komparatif perbedaan Optimisme Pembelajaran Daring pada mahasiswa berdasarkan jenis kelamin". *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*. 11(1): 1-9 .
- Purwanto, D, et al. 2019. "Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Melalui Budidaya Sayuran Organik Berbasis Kemitraan Dan Berwawasan Lingkungan Di Kelurahan Jebres Surakarta." *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)* 8(1): 50–54.
- Putra, P. S. D, Ambarawati, I. G. A., & Yusuf, R. P. 2015. "Manajemen Pemasaran Sayur Organik (Studi Kasus Pada P4S Eka Setia Lestari Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan)." *Journal of Agribusiness and Agritourism* 4(2): 107–116.
- Qozwaeni, M. 2020. "Cerpen 'Ahdu Syaithān Karya Taufiq Al-Hakim: Analisis Semiotika Naratif A.J. Greimas." *A Jamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab*. 9(1): 69–88.
- Rahayu, R. D., and W. Wigna. 2010. "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Sekolah, Dan Masyarakat Terhadap Persepsi Gender Mahasiswa Laki-Laki Dan Perempuan." *Jurnal Penyuluhan* 6(2): 1–23.
- Rembet, Meileyani G.T, Vekie A. Rimate, and Imelda A.C Layuck. 2020. "Analisis Peran Perempuan Dalam Perekonomian Rumah Tangga Di Desa Popontolen, Kecamatan Tumpaan, Kabupaten Minahasa Selatan." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 20(03): 12–21.
- Riyanto, A. A. 2015. "Keterampilan berwirausaha bagi perempuan dalam upaya peningkatan kesejahteraan keluarga." *Empowerment* 4(2).
- Samodro, G. S, Yuliawati, Y. 2018. "Strategi Pengembangan Usahatani Sayuran Organik Kelompok Tani

Cepoko Mulyo Kabupaten Boyolali.”
*Caraka Tani: Journal of Sustainable
Agriculture* 33(2): 169.

Seligman, E. P. M. 2006. *Learned
Optimism: How to Change Your
Mind and Your Life*. New York: A
Division Random House, Inc.

Sina, P. G. 2020. “Ekonomi Rumah
Tangga Di Era Pandemi Covid-19.”
*Journal of Management : Small and
Medium Enterprises (SMEs)* 12(2):
239–54.

Susanti, Y., & Patonah, R. 2018. “Peran
perempuan terhadap penguatan
ekonomi keluarga di kabupaten
Ciamis.” *Jurnal Edukasi (Ekonomi,
Pendidikan, dan Akuntansi)*. 8(2):
293–98.

Wulandari, S., Sanjaya, D., Anggraini, R.
D., & Khairunnisa, K. (2020). Skema
Aktan Dan Struktur Fungsional A.J.
Greimas Dalam Cerita Asal Mulo
Jambi Tulo Dan Jambi Kecil. *Pena
Literasi*, 3(1), 50.
[https://doi.org/10.24853/pl.3.1.337-
348](https://doi.org/10.24853/pl.3.1.337-348)

Zurika, H., Andriani, D. Elisabeth, H. &
Aditi, B. 2018. *Pengantar
Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit
Grasindo.