

Manajemen Sumber Daya Keluarga

“ Manajemen Komunikasi dan Lingkungan Keluarga di Era Digital ”



Fakultas Ekologi Manusia
Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen



Technology 4.0



**Teknologi Komunikasi dan
Informatika Digital**

Pandemi Covid-19



**PSBB dan Protokol
Kesehatan**

Kebiasaan Komunikasi Keluarga Indonesia

- 1 Aspek Internal Keluarga
- 2 Aspek Eksternal Keluarga

Aspek Internal Keluarga

Tingkat Interpersonal

- Komunikasi antarpribadi
- Tidak menggunakan media
- Bertatap muka antar anggota keluarga



Aspek Internal Keluarga

Kelompok Kecil

- Menonjolkan siapa yang berbicara / status sosial

*"ini yang sedang berbicara suamimu,
tolong diperhatikan !"*



Aspek Internal Keluarga

Komunikasi Bermedia

secara konvensional, seperti menulis *note* di kulkas atau menempel pengumuman di mading sekolah.

- Saat ini bisa menggunakan *social media*, sms, telepon.



Aspek Eksternal Keluarga

Kelompok Besar

Tingkat komunikasi dalam lingkup yang lebih besar atau komunikasi publik, seperti pengajian majelis taklim.



Kelompok Kecil

Tingkat komunikasi dalam lingkup yang kecil, seperti berbincang dengan tetangga.



Aspek Eksternal Keluarga

Komunikasi Media Massa

Keluarga mencari informasi dan hiburan dari Tv, Koran, Majalah dan Internet





Dampak Pandemi Covid-19 dan Kemajuan Teknologi Komunikasi serta Informatika Digital terhadap kebiasaan Komunikasi Keluarga

- Terjadinya kemajuan teknologi komunikasi dan informatika digital.
- Adanya pembatasan sosial, menciptakan perubahan pola kerja (WFH) dan pendidikan (daring).
- Mengandalkan media dan internet.

Teknologi Komunikasi dan Informasi Digital

- *Platform online shopping* berkembang pesat sebagai dampak dari pandemi Covid-19.
- Sistem pembayaran juga berkembang, mulai marak *e-commerce* yang dapat digunakan konsumen untuk membayar sesuatu secara *online* atau secara elektronik, seperti Dana dan OVO.
- Penggunaan hp, laptop, internet sebagai sarana dan media juga meningkat di masa pandemi Covid-19.



Titik perhatian dalam mengelola sumber daya keluarga dan komunikasi :

1

Komunikasi selalu terjadi di dalam suatu lingkungan dan konteks

2

Biaya yang harus dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan keluarga dalam komunikasi

3

Memperhatikan kebutuhan keluarga dan sumberdaya finansial agar tidak tercipta perilaku konsumtif

4

Dampak penggunaan gadget, aplikasi, dan situs yang digunakan anak, dan penyalahgunaan gadget

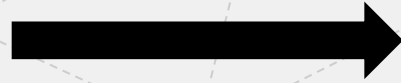
5

Kebiasaan belanja online



Manajemen Sumber Daya Lingkungan

Lingkungan



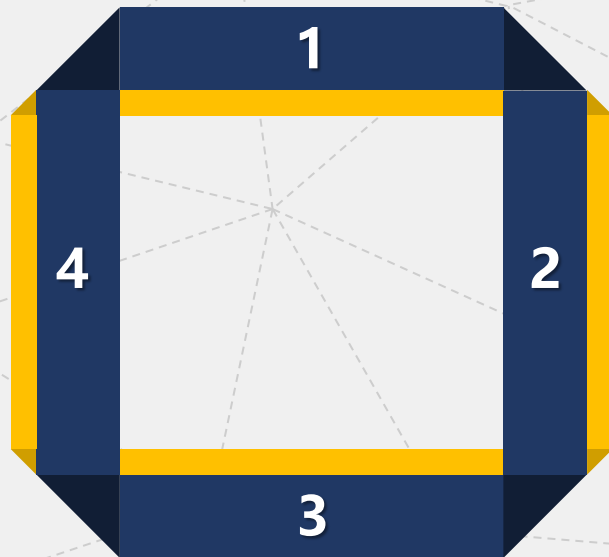
Given, sudah tersedia

Kita harus bisa mengatur secara bijak sumber-sumber di lingkungan yang kita butuhkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan keluarga. Termasuk lingkungan yang menyediakan jasa-jasa komunikasi.

Pada tingkat komunikasi, yang harus dikelola oleh anggota keluarga adalah pemilihan secara bijak situs atau aplikasi yang digunakan, sehingga yang lebih dituntut pada pengelolaan tingkat komunikasi adalah bagaimana kita mengelola diri sendiri dalam memanfaatkan berbagai sumber daya lingkungan dan komunikasi di sekitar kita.

Tips agar keluarga mampu mengelola lingkungannya

Menggunakan prinsip 3R pada sampah.



Menanam 1 atau 2 pohon di lahan terbuka. Jika tidak punya lahan terbuka, bisa menanam di pot yang dibuat dari bahan-bahan bekas.

Memilih produk-produk yang tidak mencemari lingkungan.

Mengelola pemakaian air, cairan pembersih, gas, dan listrik.

The background features a light gray field with a network of thin, dashed gray lines forming various sized triangles. Overlaid on this are solid color blocks: a dark blue horizontal bar across the middle, a yellow horizontal bar below it, and a yellow vertical bar on the right side. The text 'THANK YOU' is centered within the dark blue bar.

THANK YOU



Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen (IKK) merupakan salah satu departemen di IPB dengan mandat keilmuan untuk mengembangkan ilmu dan teknologi di bidang keluarga dengan memfokuskan pada pengembangan kualitas anak serta pemberdayaan keluarga dan konsumen. Ilmu dasar yang diperlukan untuk memahami bidang kajian keluarga dan konsumen meliputi: psikologis, sosiologi, komunikasi, manajemen, dan ekonomi. Departemen IKK terdiri dari tiga divisi yaitu 1) Divisi Ilmu Keluarga, yaitu divisi yang berfokus pada perkembangan dan ketahanan fungsi keluarga sebagai institusi sosial; 2) Divisi Perkembangan Anak, yaitu divisi yang berkaitan dengan tumbuh kembang anak secara holistik, yang melibatkan perkembangan fisik-motorik, sosial-emosi, kemampuan kognitif, dan moral karakter; dan 3) Divisi Konsumen, yaitu divisi yang mengembangkan perilaku keluarga dalam pengalokasian sumber daya berdasarkan prinsip ilmu konsumen dan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.