

ABSTRAK

Perempuan yang bekerja sebagai juru parkir di fasilitas publik kerap menghadapi stigma karena profesi tersebut masih dipandang sebagai pekerjaan yang identik dengan laki-laki. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana juru parkir perempuan mengelola stigma melalui komunikasi dalam interaksi sehari-hari di fasilitas publik Kecamatan Purwokerto Selatan dan Kecamatan Purwokerto Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan tiga juru parkir perempuan sebagai informan utama serta empat informan pendukung. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik dengan Teori *Stigma Management Communication*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stigma terbentuk melalui konstruksi sosial dalam interaksi dan komunikasi sehari-hari, dipengaruhi oleh pandangan masyarakat, rekan kerja, dan pengguna jasa parkir. Stigma yang dialami setiap informan berbeda-beda, baik dari segi bentuk maupun dampaknya, sehingga memunculkan beragam strategi komunikasi dalam menghadapinya, diantaranya menerima (*accepting*), menghindari (*avoiding*), menyangkal (*denying*), menghindari tanggung jawab (*evading responbiity*). Penelitian ini menyimpulkan bahwa stigma bukanlah atribut yang bersifat permanen, melainkan dapat dinegosiasikan dan diubah melalui proses komunikasi serta pengalaman interaksi yang berkelanjutan.

Kata kunci: juru parkir perempuan, komunikasi, fasilitas publik, *stigma management communication*, stigma

ABSTRACT

Women working as parking attendants in public facilities often face stigma because the profession is still viewed as a male-dominated role. This study aims to analyze how female parking attendants manage stigma through communication during daily interactions at public facilities in the South Purwokerto and East Purwokerto districts. A descriptive qualitative approach was employed, involving three female parking attendants as primary informants and four supporting informants. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed using thematic analysis grounded in Stigma Management Communication theory. The findings indicate that stigma is formed through social construction within daily interactions and communication, influenced by the perspectives of the public, colleagues, and parking service users. The stigma experienced by each informant varied in both form and impact, leading to diverse communication strategies to cope with it, including accepting, avoiding, denying, and evading responsibility. The study concludes that stigma is not a permanent attribute; rather, it can be negotiated and transformed through communication processes and ongoing interactive experiences.

Keywords: female parking attendants, communication, public facilities, stigma management communication, stigma