

**ISU GENDER DALAM MEDIA TELEVISI MATA NAJWA
(ANALISIS FRAMING)**

DIAN MARSYAH FABIANTI

E022181011



**PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS
HASANUDDIN MAKASSAR**

2022

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

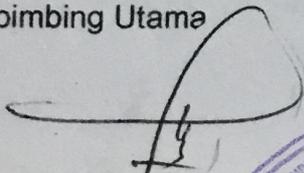
**ISU GENDER DALAM PROGRAM TELEVISI MATA NAJWA
(ANALISIS FRAMING)**

Disusun dan diajukan oleh
DIAN MARSYAH FABIANTI
E022181011

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **08 Maret 2020**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

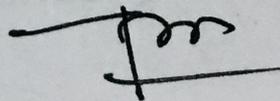
Menyetujui

Pembimbing Utama



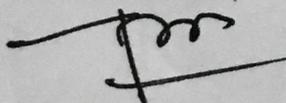
Dr. Muliadi Mau, S. Sos., M.Si.
Nip. 195702271985031003

Pembimbing Pendamping,



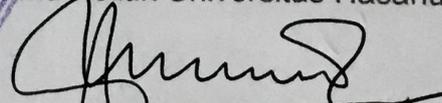
Dr. Muhammad Farid, M.Si.
Nip. 196107161987021001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Farid, M.Si.
Nip. 196107161987021001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. H. Armin, M.Si.
Nip. 196511091991031008



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya Yang Bertandatangan Di Bawah Ini:

NAMA : DIAN MARSYAH FABIANTI

NIM : E022181011

JURUSAN : ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul: "ISU GENDER DALAM PROGRAM TELEVISI MATA NAJWA (ANALISIS FRAMING), adalah benar-benar karya tulis dari hasil pemikiran saya sendiri. Bukan sama sekali karya atau hasil jiplakan dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari terdapat karya yang sama persis, dan diakui sebagai karya yang telah dijiplak, maka saya siap melalui proses pembuktiannya dan bersedia mendapatkan sanksi jika penjiplakan terbukti benar.

Makassar, 10 Maret 2022



(Signature)
(Dian Marsyah Fabianti)

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan kuasanya sehingga penulis dengan segala usaha dan doa dapat menyelesaikan penelitian dengan judul: Isu Gender dalam Program Televisi Mata Najwa (Analisis Framing).

Penulis menyadari proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, bantuan dan doa restu dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Muliady Mau, S.Sos., M.si., selaku pembimbing I dan Dr. Muhammad Farid, M.si., selaku pembimbing II sekaligus selaku ketua program studi Magister Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah bermurah hati dan meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu yang amat berarti, memberikan arahan serta bantuan dalam penyelesaian tesis ini.
2. Dr. Tuti Bahfiarti, S. Sos., Dr. Muhammad Akbar, M. Si., dan Dr. Alem Febri Sony, S. Sos., M. Si., selaku tim penguji yang senantiasa memberikan kemudahan dalam interaksi untuk proses penyelesaian serta kritik dan saran yang diberikan menjadi pelengkap untuk tesis ini.
3. Dr. Hasrullah, M. Si., selaku pembimbing satu terdahulu sekaligus Wakil Dekan III yang juga telah meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu yang amat berarti bagi penulis.
4. Seluruh dosen Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dengan

segala jerih payah dan memandu perkuliahan sehingga menambah wawasan penulis sesuai bidang studi Komunikasi.

5. Jajaran pengelola Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanan maksimal dalam administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis.
6. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah begitu banyak memberikan bantuan, motivasi, dukungan, semangat, cinta dan kasih, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan tanpa kekurangan sesuatu apapun.
7. Saudara kandung dan keluarga besar yang selalu memberikan motivasi serta harapan yang baik, selama proses penyelesaian pendidikan dan tesis berlangsung.
8. Diri sendiri, teman serta sahabat yang namanya tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah mendukung dan memberikan semangat untuk bertahan dalam masa-masa krisis penulis selama proses penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari ketidaksempurnaan tesis ini, sehingga dengan rendah hati mengharapkan masukan, saran, dan kritik demi kesempurnaan tesis ini. Penulis juga menyadari telah melakukan banyak kesalahan dan kekeliruan dalam proses penyelesaian tesis ini, untuk itu, Penulis memohon maaf kepada semua pihak tersebut di atas. Kepada Allah SWT juaah penulis panjatkan doa, semoga bantuan dan ketulusan yang telah diberikan senantiasa bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Makassar, maret 2022

Penulis

DIAN MARSYAH F

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan masalah	18
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian.....	18
E. Ruang Lingkup Penelitian	20
F. Definisi dan Istilah	20
BAB II TINJAUAN TEORETIS	30
A. Tinjauan Hasil Penelitian.....	30
B. Tinjauan Teori dan Konsep	
1. Konstruksionime Realitas sosia dalam Program televisi	
.....	33
a. Konstruksi Sosial Peter L. Berger Dan Homas	
Luckman.....	32
b. Konstruksionime Sosial (Media Massa) Hanna Adonni	
.....	37
2. Analisis Framing	39
3. Representasi Perempuan dalam Media (TV)	45
4. Feminisme, Gender , dan Jenis-jenisnya	52

5. Feminisme dan Media.....	64
C. Kerangka Pemikiran	66
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	67
A. Pendekatan dan Jenis Peneltian.....	67
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	69
C. Sumber Data	69
D. Teknik Pengumpulan Data.....	69
E. Teknik Analisis Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. HASIL PENELITIAN	71
1. Deskripsi Program Mata Najwa	71
2. Biografi Najwa Shihab.....	77
3. Najwa Shihab dalam Program Mata Najwa	80
4. Ideologi Najwa Shihab	81
5. Episode Terkait Isu Gender dalam Program Mata Najwa Selama Kurang Lebih 3 Tahun Terakhir	83
1. Episode Politik Perempuan	87
2. Episode Ringkus Predator Seksual Kampus.....	90
6. Analisis Framing Entman pada Episode Menagih Wakil Rakyat.....	91
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	97
1. Episode Politik Perempuan.....	97
2. Episode Ringkus Predator Seksual Kampus	102
3. Analisis Framing Entman pada Episode Menagih Wakil Rakyat.....	105
a. <i>Element Define Problem</i>	106
b. <i>Element Diagnose Causes</i>	117
c. <i>Emelent Make Mpral Judgment</i>	119
d. <i>Element Treatment Recommendation</i>	151
BAB V PENUTUP	197
A. KESIMPULAN	197
B. SARAN	200

DAFTAR PUSTAKA..... 201

Abstrak

Dian Marsyah Fabianti. Isu Gender dalam Program Televisi Mata Najwa (Analisis Framing) dibimbing oleh Muliady Mau dan Muhammad Farid.

Penelitian ini bertujuan untuk: mendefinisikan bagaimana program televisi Mata Najwa merepresentasikan isu gender pada episode: Politik Perempuan; Ringkasan Predator Seksual Kampus; Menagih Wakil Rakyat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis framing milik Entman dan mengacu pada paradigma konstruksi sosial media massa pada video program Mata Najwa, episode Politik Perempuan, Ringkasan Predator Seksual Kampus, dan Menagih Wakil Rakyat..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Mata Najwa merepresentasikan Isu gender dalam episode Politik Perempuan dan Ringkasan Predator Seksual Kampus, serta Menagih Wakil Rakyat dengan cenderung menghadirkan teks yang memihak kepada gender yang dimarginalkan. Pada episode Menagih Wakil Rakyat, Mata Najwa menghadirkan isu penghapusan RUU PKS sebagai isu yang jauh lebih khusus untuk dibahas. Hal tersebut mengindikasikan Program Mata Najwa menempatkan Isu Gender dalam hal ini adalah pengesahan RUU PKS sebagai UU yang dapat mengurangi ketimpangan gender dan serta penyebab-penyebabnya sebagai Isu yang sama penting bahkan lebih penting jika dibandingkan dengan RUU HIP, MINERBA, dan OMNIBUS LAW..

Kata kunci: Isu Gender, feminisme, media, framing.

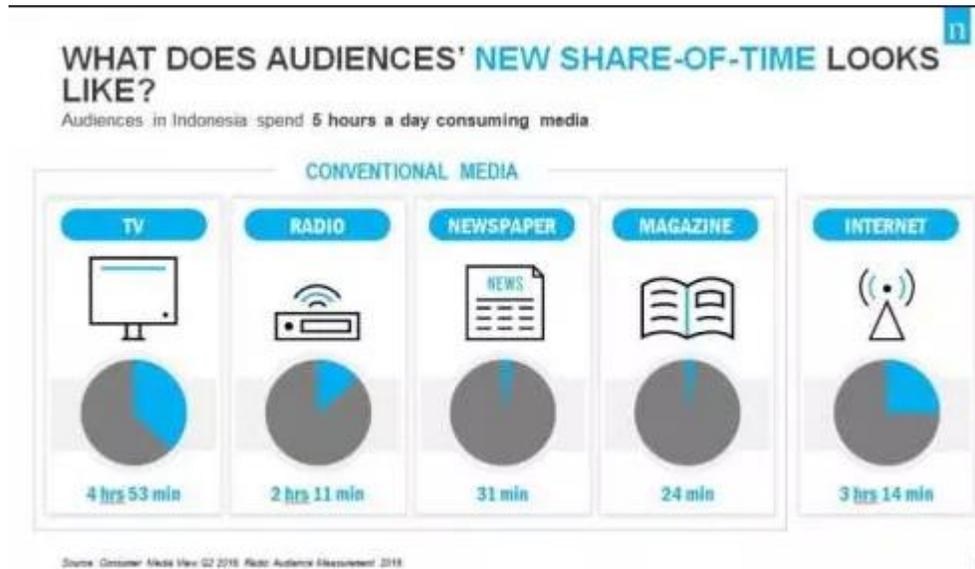
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat modern mengkonsumsi media dalam jumlah dan intensitas yang sangat banyak jika dibandingkan dengan dimana gerakan feminisme pertama kali muncul. Posisi media massa masyarakat di era telah memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat sebagai alat komunikasi yang hadir praktis sepanjang hari dalam kehidupan masyarakat.

Konsumen Televisi Indonesia bisa menghabiskan waktu rata-rata 5 jam setiap harinya untuk mengkonsumsi konten, baik melalui media konvensional maupun internet. Studi Nielsen pada 2018 menunjukkan bahwa durasi menonton TV masih tertinggi, yaitu rata-rata 4 jam 53 menit setiap harinya, durasi mengakses Internet menjadi tertinggi kedua yaitu rata-rata 3 jam 14 menit per harinya; disusul oleh mendengarkan Radio (2 jam 11 menit), membaca Koran (31 menit) dan membaca Majalah (24 menit). Berikut tabel grafik hasil penelitian A. C. Nielsen:



Gambar 1.1 Grafik penelitian A.C Nielsen 2018

Sumber: portal Okeinfo.net

Grafik di atas menunjukkan minat masyarakat Indonesia yang masih sangat kuat terhadap tayangan televisi. Namun, dalam 3 tahun terakhir, Nielsen mencatat, penggunaan *new media* mengalami peningkatan yang sangat pesat. Meski demikian, memasuki masa pandemic covid-19, pada salah satu artikel di laman Nielsen.com yang dirilis pada tanggal 3 maret 2020, menerangkan bahwa, kepemirsaaan TV program berita naik sebanyak 25%. Hasil pantauan TAM (Television Audience Measurement) di 11 kota menunjukkan rata-rata kepemirsaaan televisi menunjukkan peningkatan menjadi 13.8 persen.

Durasi menonton TV pun mengalami lonjakan lebih dari 40 menit, dari rata-rata 4 jam 48 menit menjadi 5 jam 29 menit. Dijelaskan juga dalam artikel lain dalam situs yang sama, Nielsen.com, bahwa di pertengahan tahun 2018 ke pertengahan tahun 2019, tercatat belanja iklan di media TV masih mendominasi apabila dibandingkan dengan media mainstream yang lain. Berarti para pengiklan yang mana berasal dari perusahaan-perusahaan besar masih menilai Televisi sebagai media yang cukup kuat dalam memberi pengaruh terhadap masyarakat, khususnya para pemirsa televisi. Dalam situs Nielsen.com, di sebuah artikel berjudul “Pertumbuhan Belanja Iklan 2017 Bergerak Positif Namun Lambat”, dijelaskan bahwa para konsumen pemirsa televisi juga cenderung menggunakan Youtube sebagai salah satu alternatif untuk menonton berita atau acara televisi secara online.

Apabila mengacu pada hasil penelitian Nielsen, maka, dapat dikatakan bahwa media televisi dipandang masih memiliki *power* yang cukup besar untuk memengaruhi khalayaknya. Jika media terus-terusan merepresentasi perempuan sebagai pihak marginal yang selalu salah, lebih rendah dari laki-laki, lemah, bodoh, cenderung menggunakan hati dari pada otaknya, dan berbagai bias-bias lainnya, maka hal ini berkemungkinan melanggengkan budaya patriarki di tempat di mana media tersebut beroperasi.

Dalam riset yang dilakukan KPI terkait indeks kualitas program siaran televisi, periode 1 tahun 2019, menemukan fakta bahwa program talkshow di

Indonesia merupakan salah satu jenis program televisi yang indeks kualitasnya memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh KPI. Hal ini dapat dilihat pada gambar grafik berikut:



Gambar: 1.2.

Sumber: <https://kpi.go.id/index.php/id/publikasi/survei-indeks-kualitas-siaran-televisi>

Riset yang dilakukan oleh KPI ini, menggunakan sampel program talkshow dari setiap saluran televisi swasta di Indonesia. Mata Najwa adalah satu-satunya program talkshow yang diambil dari saluran Trans 7. Dari hasil riset tersebut juga, ditemukan fakta menarik yang mengatakan bahwa, Mata Najwa merupakan program talkshow dengan indeks tertinggi dalam mengasah penalaran khalayaknya untuk lebih kritis. Seperti pada tabel berikut:

EVALUASI KUALITAS PROGRAM TALKSHOW

Indikator	Hasil Evaluasi Pendalaman Focus Group Discussion
Mengasah Penalaran	<ul style="list-style-type: none"> Program talkshow dinilai dapat mengasah penalaran pemirsa. Isi pesannya banyak yang memberikan dan menginspirasi, para narasumber terdiri berbagai latar belakang profesi yang ahli pada bidangnya masing-masing. Untuk indikator mengasah penalaran, program talkshow Trans 7 mencapai indeks tertinggi 3.58 karena dinilai mampu menggiring khalayak untuk bisa kritis. Informasi yang disampaikan dalam program talkshow Trans 7 menyoroti realitas partai politik dan institusi lainnya terkait dengan berbagai penyimpangan yang terjadi. Talkshow yang disajikan oleh TVRI mempunyai nilai pengetahuan bagi khalayak, salah satu contoh tema yang menarik adalah stop perundungan. Khalayak mendapatkan pesan-pesan yang bernilai pengetahuan, sehingga khalayak dapat berpikir kritis atas berbagai persoalan yang ada. Program talkshow Metro TV dinilai mampu mengasah penalaran khalayak dan membangun daya kritis khalayak atas suatu fenomena. Informasi yang disampaikan oleh narasumber berbasis pada data dan informasi yang faktual.
Kemampuan Pembawa Acara	<ul style="list-style-type: none"> Pembawa acara program talkshow dinilai mampu menggali informasi, menguasai materi dan tidak memprovokasi narasumber.

Gambar: 1.3.

Sumber: <https://kpi.go.id/index.php/id/publikasi/survei-indeks-kualitas-siaran-televisi>

Mata Najwa menghadirkan realitas objeknya (seringkali lembaga tertentu, parpol, maupun kasus-kasus penyimpangan yang terjadi di masyarakat) dalam proses framing yang dinilai tidak menutup-nutupi fakta-fakta tertentu, yang mana hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa Mata Najwa kemungkinan besar tidak menaruh keberpihakan pada relasi kuasa, kepentingan, maupun politik media.

Program televisi mata najwa di trans 7, dipandu oleh seorang presenter perempuan senior, bernama Najwa Shihab, yang sudah sangat terkenal dalam pekerjaannya sebagai seorang jurnalis dan presenter. Najwa Shihab sebagai senter dari program Mata Najwa, dinilai aktif dalam menyuarakan isu-

isu sosial dan isu Gender. Dalam situs Narasitv.com, Najwa Shihab sering kali memposting video-video yang bergenre atau khusus membahas isu-isu perempuan dan gender, dengan narasi yang kental terhadap feminisme sebagai gerakan penyetaraan gender, dan pemberian dukungan terhadap perempuan.

Sebelum program TV Mata Najwa tayang di Trans 7, telah lebih dahulu tayang di Metro TV selama kurang lebih 10 tahun. Meski hingga sekarang belum ada pernyataan langsung bahwa Program Mata Najwa adalah berupa program yang sengaja diciptakan sebagai sebuah gerakan feminis, namun peneliti melihat bahwa Najwa Shihab sebagai pekerja media/wartawan/presenter berita atau Program Televisi Mata Najwa, mampu menghadirkan citra perempuan yang ideal menurut gerakan feminisme.

Program Mata Najwa telah memenangkan banyak nominasi penghargaan pertelevisian Indonesia, banyaknya penghargaan dan pencapaian yang telah diraih oleh program Mata Najwa membuat Program Mata Najwa tentu memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat Indonesia. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor utama kekuatan program Mata Najwa dalam membentuk opini hingga ideologi masyarakat Indonesia.

Dari sumber wikipedia, Mata Najwa setidaknya telah memenangkan nominasi berupa: The 15th Asian Television Awards sebagai Best Current Affair Program (episode "Habibie Hari Ini"), nominasi Dompot Dhuafa Award

2011 sebagai pemenang dari nominasi talkshow terinspirasi, KPI Awards 2011 sebagai nominasi talkshow terbaik, KPI Awards 2013 sebagai pemenang nominasi program Talkshow Terbaik, KPI Awards 2014 sebagai pemenang nominasi program Talkshow Terbaik, Rolling Stone Editor' Choice Awards 2014 sebagai pemenang nominasi talkshow of the Year, Indonesian Choice Awards 2014 sebagai nominator TV Program Of The Year, Indonesian Choice Awards 2015 sebagai nominator TV Program Of The Year, Indonesian Choice Awards 2016 sebagai pemenang nominasi TV Program Of The Year, Indonesian Television Awards 2016 sebagai nominator Program Inspiratif Terpopuler, Panasonic Gobel Awards 2016 sebagai nominator News Talk Show, KPI Awards 2016 sebagai nominator Program Talkshow, Indonesian Choice Awards 2017 sebagai pemenang nominasi TV Program Of The Year, Panasonic Gobel Awards 2017 sebagai nominator Program Talkshow, Indonesian Choice Awards 2018 sebagai pemenang nominator TV Program Of The Year, Indonesian Television Awards 2018. Sebagai pemenang nominasi Program Inspiratif Terpopuler, KPI Awards 2018 sebagai pemenang nominasi Program Televisi Talkshow berita, Panasonic Gobel Awards 2018, sebagai nominator Program Talkshow Berita, Panasonic Gobel Awards 2019 sebagai pemenang Program Talkshow Berita, dan di Panasonic Gobel Awards 2019 Najwa Shihab sebagai presenter Mata Najwa memenangkan nominasi Presenter Talkshow Berita Terfavorit.

Program televisi Mata Najwa selalu menarik untuk ditonton, selain sosok Najwa yang pintar dan cerdas dalam membuat sebuah narasi atau pertanyaan terhadap para narasumbernya, dan seringkali menyudutkan narasumbernya dengan fakta yang memberatkan mereka. Program Mata Najwa juga selalu hadir dengan isu sosial aktual yang seringkali tidak diperbincangkan di media televisi lain. Hal ini menunjukkan citra Najwa Shihab dan programnya yang berani, lantang, dan independen. Ditambah lagi, aktifnya Najwa Shihab di media sosial Twitter dan Instagram yang tentu

Dalam deretan talkshow di televisi Indonesia, program Mata Najwa dapat disandingkan dengan talk show Rosy di Kompas TV. Dalam situs Wikipedia, tercatat ada puluhan program Talkshow di Indonesia, namun, program Rosy dan Mata Najwa adalah Program Talkshow yang peneliti nilai masuk dalam kategori program televisi faktual dan Hard News atau program yang fokus membahas berita-berita serius tentang peristiwa-peristiwa penting yang baru saja terjadi. Rosi dan Mata Najwa memiliki konsep yang hampir serupa, selain dari konsep yang hanya dipandu oleh seorang presenter saja, Kedua presenter dari kedua program ini juga sama-sama perempuan sehingga dapat menjadi gambaran tentang perempuan yang mandiri. Selain itu Rosianna Silalahi dan Najwa Shihab sebagai presenter dari kedua acara tersebut dinilai sama-sama kritis dan cerdas dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumbernya. Namun, peneliti memilih Mata Najwa

sebagai objek penelitian karena program talkshow Mata Najwa memiliki waktu penayangan lebih dulu 6 tahun daripada program talkshow Rosi, yang mana itu berarti Program Mata Najwa memiliki lebih banyak episode yang telah ditonton oleh masyarakat Indonesia.

Media massa merupakan salah satu jalan yang diambil oleh Para feminis dalam upaya mereka untuk mencapai visi-misi mereka dalam berbagai cara. Salah satu media yang paling ampuh digunakan dalam membentuk atau menyebarkan sebuah gagasan ideologi maupun untuk membentuk opini masyarakat adalah media massa yang salah satu jenisnya adalah televisi. Media arus utama atau yang akrab disebut *media mainstream*, masih sangat populer di tengah masyarakat. Persentasi pengaruhnya dalam pembentukan opini juga masih sangat besar. Meski di era seperti sekarang ini, di mana *new media* bahkan memiliki peran pentingnya sendiri dalam membentuk masyarakat, produk budaya seperti program-program televisi masih sangat diminati. Bahkan, televisi sepertinya mampu meraih seluruh kalangan masyarakat dalam menyampaikan informasi baik secara langsung maupun secara tidak langsung menanamkan ideologi tertentu. Sebagaimana media berperan penting dalam konstruksi peran perempuan yang seringnya memburamkan atau merepresentasi identitas perempuan dengan standar-standar yang dinilai memarjinalkan perempuan, menurunkan derajat dan nilai perempuan dibandingkan laki-laki, media juga dapat digunakan sebagai alat

untuk melawan stereotip yang muncul akibat konstruksi bias gender yang selama ini dilakukan oleh media itu sendiri.

Efek budaya populer pada perempuan sudah dianggap lumrah sejak feminisme gelombang kedua: misalnya, umum bagi para feminis untuk menyatakan bahwa seluruh bentuk dan praktik budaya populer dari bacaan roman sampai cara berdandan, sudah mengunci perempuan ke dalam identitas feminin yang membuat mereka menjadi buta dan sampai berkolusi terhadap penindasan yang mereka alami sendiri. Hal ini yang dimaksud sebagai ketidaksadaran perempuan terhadap penindasan yang terjadi kepada mereka terkait dipetakannya fungsi sosial hingga identitas mereka sendiri akibat kebiasaan yang ditanam sejak lama. Hal ini seperti kebiasaan yang dibenarkan. Padahal, tidak semua kebiasaan atau adat yang ada itu merujuk pada keadilan dan kesetaraan yang seharusnya dimiliki tanpa memandang gender (Hollows, 2000:28).

Hollows (2000:28) lebih lanjut menjelaskan, bahwa sejak tahun 1970an di Amerika, para feminis mulai memperhatikan film-film sebagai salah satu produk budaya yang menempatkan perempuan dan segala feminitas sebagai sesuatu yang istimewa. Hal ini dianggap menarik oleh para feminis untuk diteliti dari segala segi dan unsur film tersebut. Beberapa film dinilai mampu menghadirkan citra perempuan sebagai orang yang memiliki keistimewaan, tidak melulu memasang sudut pandang yang selalu mengobjektifikasi

perempuan dan menempatkan kerja-kerja domestik sebagai sesuatu yang lemah, tidak berarti dan tidak begitu penting jika dibandingkan dengan pekerjaan di ruang publik.

Tuchman dalam Hollows (2000:29) menyatakan bahwa, pencitraan yang coba dilakukan media tidak sejalan dengan dinamika yang terjadi di tengah masyarakat. Tuchman menilai media lebih merendahkan perempuan di tengah masyarakat dan salah merepresentasikan realitas yang ada. Lebih lanjut, Tuchman menarik kesimpulan bahwa untuk mengubah citra buruk media yang demikian, media seharusnya merubah representasi mereka tentang citra perempuan yang seringkali dimarginalkan, ditempatkan pada posisi yang bersalah, dan sebagai yang pantas saja di dunia domestik saja daripada menjadi pekerja-pekerja di ruang publik.

Sejalan dengan pendapat Tuchman, Mills dalam Eriyanto (2001:199) melihat media sering kali bias dalam merepresentasikan gender di hampir semua kasus. Media cenderung menempatkan perempuan sebagai objek suatu pemberitaan, dan dimaknakan sebagai pihak yang salah, buruk, dan marjinal dibanding laki-laki. Salah satu contohnya adalah di hampir semua berita pemerkosaan cenderung menempatkan perempuan sebagai “pengundang” terjadinya pemerkosaan terhadap dirinya sendiri.

Peran media dalam mengkonstruksi gender khususnya perempuan dinilai memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk realitas sosial

di masyarakat. Media juga dinilai seringkali memanipulasi perempuan sebagai konsumen kapitalis, untuk mengikuti standar-standar perempuan “baik” yang sengaja dikonstruksi media demi kepentingan-kepentingan kaum elite borjuis kapitalis.

Menurut teori konstruksi sosial media massa, media merupakan subjek yang seringkali mengkonstruksi realitas dengan cenderung berpihak pada objek konstruksi tertentu, dan juga cenderung bias dalam menyajikan sebuah informasi. Hal ini dikarenakan media seringkali hanya mengkonstruksi realitas sosial dengan mengikuti perspektif para pekerja media saja, dimana perspektif para pekerja media juga telah dipengaruhi banyak aspek. Media massa sebagai salah satu unsur komunikasi massa sangat berpengaruh terhadap pembentukan ideologi masyarakat atau khalayaknya, Antonio Gramsci melihat media massa sebagai ruang dimana berbagai ideologi direpresentasikan. Di satu sisi media bisa menjadi alat penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik dan disisi lain media dapat menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan elit tertentu (Sobur, 2009:30).

Media massa cenderung bekerja menurut kepentingan golongan elite tertentu. Gramsci menyebutnya dengan hegemoni, di mana Gramsci melihat kecenderungan media massa sebagai pembentuk opini publik seperti koran, televisi, dsb, digunakan untuk memanipulasi khalayak. Hal tersebut

dimaksudkan agar khalayak melihat suatu ideologi tertentu adalah benar atas persetujuan segelintir orang yang bertindak sebagai pemilik media yang sering kali juga mengikuti keinginan pemerintah (Barker, 2004:277).

Media akan menyajikan berita dalam sebuah proses framing setiap informasi dari sudut pandang para pekerja media (jurnalis/wartawan) sebagai komunikator, yang mana juga biasanya akan dipengaruhi oleh pemilik dari media tersebut, atau golongan elite tertentu yang memiliki relasi kuasa dengan pemilik media, biasanya berupa pandangan sosial politik, agama, pendidikan, dan ekonomi yang seringkali hanya mementingkan profit saja. Dalam pandangan kaum konstruksionis, informasi yang kita dapatkan dari media tertentu seringkali merupakan hasil dari konstruksi para jurnalis yang seringkali telah keluar dari kaidah-kaidah jurnalistik yang seharusnya. Padahal, semua proses konstruksi yang dilakukan media mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan, memiliki perannya sendiri dalam membentuk sebuah realitas di tengah masyarakat.

Penelitian-penelitian mengenai media dan gender telah cukup banyak dilakukan oleh akademika yang berasal dari berbagai macam cabang ilmu, seperti sosiologi dan komunikasi dengan menggunakan macam-macam pendekatan. Sarah Mills pun telah melakukan banyak penelitian terkait pemberitaan di media-media massa yang dinilainya telah menghadirkan perspektif yang menempatkan perempuan sebagai pihak yang bersalah

(bahkan untuk sebuah kasus pemerkosaan), dengan menggunakan analisis wacana yang ia kembangkan sendiri. Analisis wacana kritis Sarah Mills, agak berbeda dengan analisis wacana kritis yang lain, Mills melihat jauh lebih dalam dan rinci tentang penempatan posisi peneliti dan pembaca, juga bagaimana aktor-aktor dari berita diposisikan sebagai subjek dan objek.

Berikut beberapa penelitian mengenai media dan gender dari beberapa akademika; Tesis bertajuk Ideologi gender dalam website KOWANI milik Safarwathy (2019) dengan menggunakan teori *Cultural Studies* dan Stuart Hall serta analisis wacana kritis, dengan menggunakan metode analisis wacana, dan sebuah Tesis bertajuk suara perempuan di media cetak sebagai komunikasi politik oleh Putri Perdana. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan melakukan analisis framing serta memadukannya dengan teori *Standpoint*.

Selain berbeda dari segi teori pendekatan yang digunakan, terdapat juga perbedaan dari segi unit analisis kajian, penelitian milik Putri memilih suara perempuan di media cetak, sementara Mery Safrawaty menjadikan teks berita dalam situs website sebagai unit analisisnya, dan Kushandayani dkk, memilih pemberitaan dalam media cetak sebagai unit analisisnya, sementara penelitian ini menggunakan media program *Talkshow* televisi sebagai unit analisis. Hal tersebut akan membuat perbedaan dari proses penelitian, sebab ada perbedaan signifikan antara membaca pesan tulisan, dan

mendengarkannya langsung dari para komunikator dengan didukung intonasi, gaya pembawaan, dan mimik wajah, serta aspek-aspek lainnya, yang akan memengaruhi efek yang diterima oleh komunikan.

Dalam setahun terakhir, tepatnya sekitar sebulan sebelum pelantikan presiden, di bulan oktober 2019, terjadi aksi demonstrasi besar-besaran yang dilakukan oleh aliansi mahasiswa dan organisasi-organisasi dari berbagai jenis latar belakang visi-misi, di seluruh Indonesia yang mengaspirasikan berbagai macam tuntutan kepada pemerintah. Salah satu tuntutan utama di antara ratusan tuntutan massa aksi adalah menuntut pemerintah untuk mengesahkan RUU PKS yang sudah lama terkesan dibiarkan begitu saja. Rancangan undang-undang ini dinilai sangat urgen, mengingat semakin bertambahnya korban-korban kasus pelecehan seksual yang umumnya terjadi pada perempuan dan anak-anak. Sementara, hukuman yang diterapkan pada pelaku dinilai sangat asal-asalan dan cenderung memberatkan pihak korban, salah satunya adalah dengan memerlukan saksi mata atas pelecehan yang terjadi. Padahal di banyak kasus, seringkali pelecehan terjadi di tempat sepi yang tidak ada saksi mata.

Selain dari pada itu, kasus-kasus pelecehan seksual seringkali semakin memberatkan korban sebagai salah satu anggota kelompok masyarakat tertentu yang masih menganggap pelecehan seksual sebagai hal yang tabu untuk dibicarakan. Bahkan pada beberapa kasus yang peneliti

temui, keluarga dari terduga korban pelecehan seksual menganggap kasus pelecehan seksual sebagai aib keluarga yang harus disembunyikan agar tidak mendapat stigma negative di tengah masyarakat.

Pandangan terkait pelecehan seksual khususnya di tengah masyarakat Indonesia masih seringkali bias terhadap para korban. Keadaan di mana pertanyaan-pertanyaan yang justru terkesan meragukan korban, bahkan di beberapa kasus, pertanyaan-pertanyaan baik dalam proses investigasi kasus atau yang muncul di tengah masyarakat, justru semakin melecehkan korban, membuat banyak kasus pelecehan seksual yang terjadi tidak dianggap penting sehingga menimbulkan efek gunung es pada kasus-kasus pelecehan seksual yang terjadi di Indonesia.

Selain itu, perbedaan pandangan di tengah para aktivis feminis dan kemanusiaan, serta pihak-pihak yang berwenang di pemerintahan, terkait bagaimana menentukan cara yang tepat untuk membuktikan kasus pelecehan seksual, memberikan efek yang cukup besar baik pada tidak adanya keberanian para korban melaporkan kekerasan dan atau pelecehan seksual yang dialaminya, hingga pada terhambatnya pembahasan RUU PKS di DPR RI.

Oleh karena itu, peran media massa sebagai salah satu pilar demokrasi dan mengikuti fungsinya yang tercatat dalam Undang-undang No. 32, tahun 2002, tentang fungsi penyiaran, yang sedikitnya berbunyi:

“...c) bahwa untuk menjaga integrasi nasional, kemajemukan masyarakat Indonesia dan terlaksananya otonomi daerah maka perlu dibentuk sistem penyiaran nasional yang menjamin terciptanya tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang guna mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia; d) bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial; e) bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas, memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa yang berlandaskan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa dan Kemanusiaan yang Adil dan Beradab;...”

menjadi salah satu alasan pentingnya memerhatikan bagaimana teks media mencoba menghadirkan isu gender dan urgensi RUU PKS sebagai salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia untuk terciptanya keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Dalam pembahasan terkait keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia, berarti dimaksudkan agar tidak pula terjadi ketidakadilan berdasarkan gender di tengah masyarakat. Merujuk pada Undang-undang No. 32, tahun 2002, maka media massa menjadi suatu alat yang penting dalam terciptanya keadilan di tengah masyarakat Indonesia.

Peneliti merujuk pada kepopuleran Program Mata Najwa di tengah masyarakat Indonesia, baik dalam penayangannya di televisi hingga di jejaring Internet, sehingga peneliti memilih episode; Politik Perempuan, Menagih Wakil Rakyat, dan Ringkus Predator Seksual Kampus, untuk melihat

bagaimana Program Mata Najwa menghadirkan isu gender dalam episode-episode tersebut.

Dalam episode-episode tersebut, Mata Najwa menghadirkan narasumber-narasumber yang dinilai berkompeten dalam membahas isu-isu perempuan, salah satunya adalah kekerasan seksual. Sehingga menarik bagi peneliti untuk meneliti bagaimana Program Mata Najwa menghadirkan atau merepresentasikan isu gender pada episode tersebut, dengan menggunakan metode analisis framing model Entman yang merujuk pada paradigma konstruksi social media massa.

B. Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana program Mata Najwa merepresentasi isu gender?
2. Bagaimana program Mata Najwa melakukan framing terkait urgensi RUU PKS dalam episode “Menagih Wakil Rakyat”?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan penelitian

1. Untuk mengungkapkan kiat/strategi mata najwa dalam merepresentasikan isu bias gender pada 3 tahun terakhir (dalam beberapa episode yang dipilih).

2. Untuk mendeskripsikan kiat/strategi program televisi Mata Najwa dalam merepresentasikan urgensi RUU PKS dalam episode “Menagih Wakil Rakyat (*scene* RUU PKS dijegal, ini suara korban kekerasan seksual; debat pendukung RUU PKS VS pengkritik RUU PKS; dan RUU PKS, RUU air mata bukan air mata).

b. Manfaat penelitian

a) Manfaat teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya khasanah kajian ilmu komunikasi khususnya dalam ranah kajian Media dan Gender.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi baru untuk penelitian selanjutnya di bidang media dan gender khususnya tentang representasi isu bias gender di media televisi.

b) Manfaat praktis

Laporan hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi wacana baru di tengah-tengah masyarakat untuk memberikan gambaran tentang kecenderungan media yang seringkali bias dalam menginformasikan sesuatu, khususnya terkait isu gender, sehingga secara tidak langsung dapat mengikis

stereotip masyarakat tentang perempuan yang sering kali termarginalkan dan diposisikan sebagai pihak yang salah.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada unit analisis berupa video Mata Najwa episode Politik Perempuan, Menagih Wakil Rakyat, dan Ringus Predator Seksual Kampus. Peneliti hanya berfokus pada representasi isu gender yang dihadirkan dalam sesi diskusi, debat dan tanya jawab dalam episode Mata Najwa tersebut.

E. Definisi dan Istilah

Berdasarkan fokus penelitian, maka peneliti mendeskripsikannya sebagai berikut:

a. Feminisme, Bias Gender, dan Media Televisi

Feminisme yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah keadilan atau kesetaraan hak antara laki-laki dan perempuan dalam fungsi tatanan sosial, politik, dan dalam aspek kehidupan sehari-hari. Sastrawati dalam jurnalnya (2003) menuliskan, feminisme berasal dari kata latin femina yang berarti memiliki sifat keperempuanan. Berbicara tentang *feminism*, Toril Moi membedakan terlebih dahulu kata *feminism* atau *feminism*, *femaleness*, dan *femininity*. Feminisme dikaitkan dengan masalah politik. Feminisme merupakan paham, kajian, dan gerakan sosial yang bertujuan untuk mengubah status subordinat perempuan dalam masyarakat yang mengutamakan perspektif

laki-laki. Gerakan feminisme bagi peneliti sendiri adalah suatu pandangan terbuka manusia tentang kehidupan yang adil dan sejahtera.

Dalam penelitian ini, feminisme dikaji dari bagaimana segala hal yang terkait tentang kehidupan perempuan, direpresentasi dalam tayangan televisi. Mata Najwa sebagai program televisi yang menjadi objek penelitian merupakan program televisi yang memenuhi standar media massa dalam membentuk pandangan atau opini di tengah masyarakat.

Dalam kajian budaya, feminis dilihat sebagai gerakan yang berlandaskan kesadaran tentang adanya ketimpangan posisi perempuan dalam tayangan televisi merupakan masalah yang akan turut dalam melanggengkan ketimpangan gender dalam tatanan masyarakat. Praktik-praktik sosial budaya sering kali tanpa disadari mengikuti atau mengadopsi cara-cara kehidupan yang direpresentasikan dalam novel, film, televisi (berita tv, iklan, dll).

Banyak penelitian yang membahas tentang bagaimana- perempuan dalam iklan televisi dijadikan sebagai standar-standar tertentu tentang bagaimana perempuan yang ideal dan yang tidak ideal. Seringnya, iklan pada awal mula penelitian-penelitian feminis dalam cultural studies, memetakan tentang bagaimana perempuan yang cantik direpresentasi dengan menonjolkan standar tertentu yang telah ditentukan oleh kapitalisme. Hal ini mencakup seperti rambut Panjang, yang harus hitam dan lurus, harus terlihat

kinclong, dan halus, adalah suatu syarat bagi perempuan untuk dikatakan cantik.

Dalam iklan-iklan lain, perempuan ditampilkan sebagai objek laki-laki yang kemudian akan dibanding-banding untuk kemudian dipilih, namun, dengan standar tertentu, seperti kulit harus mulus, wajah harus putih, tanpa jerawat, badan harus langsing, dan banyak standar lainnya, yang membuat perempuan yang tidak memenuhi standar-standar itu akan ditempatkan atau dinilai sebagai perempuan yang tidak ideal untuk dipilih laki-laki. Penempatan perempuan dalam teks produk budaya semacam ini, akan memiliki kemungkinan membentuk realitas dalam masyarakat mengikuti standar-standar tersebut

Dalam tayangan televisi lainnya, seperti film atau sinetron, feminis melihat, adanya kecenderungan televisi membuat standar tentang bagaimana perempuan yang ideal seharusnya menjalani kehidupannya. Contohnya; dalam sinetron yang bertema keluarga, para peneliti cultural studies, atau para feminis melihat standar-standar feminitas tertentu ditampilkan dengan menempatkan peran perempuan yang ideal ialah ada dalam aspek domestic kehidupan seperti: membersihkan rumah, memasak, merawat anak, merawat suami, lemah lembut, penurut pada suami, dan orang tua, selalu lemah dan membutuhkan laki-laki untuk melindungi, serta banyak representasi lain yang ditayangkan sinetron televisi sebagai standar perempuan yang sempurna,

dan akan dikejar-kejar oleh banyak laki-laki. Penempatan perempuan sebagai objek laki-laki dalam media televisi dan macam produk budaya lainnya, menurut para feminis akan sangat berdampak pada bagaimana tatanan masyarakat akan berlangsung.

Sara Mills dalam banyak penelitiannya tentang teks berita di koran atau televisi yang melibatkan laki-laki dan perempuan dalam satu kasus yang sama, melihat adanya kecenderungan perempuan ditempatkan sebagai pihak yang bersalah atau pihak yang tidak menceritakan dirinya sendiri. kecenderungan para pekerja media meramu dan menghasilkan berita yang kemudian akan mengobjektifikasi perempuan, sehingga perempuan ditempatkan sebagai objek yang akan dinilai bukan dari apa yang sebenarnya terjadi, melainkan bagaimana moral tentang seharusnya perempuan yang tumbuh di tengah masyarakat menjadi landasan menentukan apakah perempuan salah atau benar dalam kasus yang sedang dibahas.

Hal yang serupa sayangnya tidak terjadi pada sosok atau pihak laki-laki. Pihak laki-laki seringkali bisa membicarakan dirinya sendiri dalam setiap tayangan televisi atau uraian berita surat kabar. Hal ini berdampak pada kemungkinan laki-laki memanipulasi atau meraih empati pembaca koran atau penonton televisi lebih besar daripada perempuan.

Media massa menurut Sarah Mills, cenderung bias dalam merepresentasikan perempuan, dan cenderung menempatkan perempuan

sebagai pihak yang salah, tidak berdaya, dan tidak mampu mendefinisikan dirinya sendiri.

Para peneliti cultural studies dan feminis melihat kecenderungan-kecenderungan yang tidak seimbang atau bias itu, merupakan sebuah pemicu atau alasan mengapa dalam realitas yang terjadi, ketimpangan gender selalu ada dalam setiap ranah kehidupan.

b. Representasi dan Konstruksionisme Sosial (Media)

Sosial media massa menjadi perhatian karena dinilai memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk pribadi seseorang, hingga berpengaruh dalam lingkup yang lebih luas dan massif seperti masyarakat budaya tertentu. Konstruksi sosial media massa yang berangkat dari teori konstruksi sosial dalam ilmu sosiologi, dalam cultural studies dilihat dari dua sudut pandang; ada yang mengatakan konstruksi sosial media massa melahirkan budaya masyarakat, dan di sisi lain, konstruksi sosial media merupakan rekonstruksi dari sebuah budaya yang sudah ada dalam masyarakat tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat dan merujuk pada pandangan bahwa, kecenderungan media massa dalam menampilkan objek berita dapat berpengaruh pada pembentukan opini khalayaknya hingga berpengaruh pada kehidupan secara keseluruhan khalayaknya, sehingga membuka lebar

peluang terbentuknya suatu pembaruan budaya masyarakat hingga lahirnya budaya masyarakat yang baru.

Representasi menurut teori cultural studies merupakan kegiatan mengeksplorasi pembentukan makna tekstual. Kita sebagai masyarakat budaya atau individu di dalam sebuah budaya, akan melakukan penyelidikan atau menganalisis tentang bagaimana cara sebuah makna tertentu dihasilkan oleh beragam konteks yang ada. Representasi dan makna kultural memiliki materialitas tertentu, mereka biasanya melekat pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah, dan program televisi. Sebuah representasi atas makna kultural diproduksi, ditampilkan, digunakan, dan dipahami dalam konteks sosial tertentu (Barker, 2004:9).

Lebih lanjut, dalam cultural studies, Barker menjelaskan bahwa teks dalam representasi, tidak hanya berupa kata-kata tertulis saja, ia juga berupa semua praktik yang mengacu pada sebuah pembentukan makna. Biasanya melalui, bunyi, citra, program televisi, objek (pakaian, mimik wajah, aksesoris), aktivitas tertentu (tari, gerakan olahraga, dsb), dan berbagai jenis produk budaya lainnya, yang biasanya akan diidentifikasi sebagai makna kultural. Biasanya, sebuah representasi mengandung beragam makna yang harus disadari oleh “pembacanya”, kita sebagai “pembaca” dapat melakukan analisis tentang bagaimana suatu teks bekerja, namun, tidak bisa menganalisis bagaimana para pembaca lain memproduksi makna

berdasarkan analisis tekstual saja, sebab produksi makna itu sendiri bersifat polisemi (unik) bagi masing-masing pembaca.

Sebuah produk budaya, sebut saja contohnya berita televisi adalah proses representasi yang dikonstruksi oleh pekerja media, dan hal tersebut bukanlah sebuah cerminan realitas yang akurat, melainkan sebuah perebutan atas makna dan kebenaran yang dilakukan oleh pekerja media sebagai pembaca dan pembuat makna itu sendiri.

Bungin (2011:38) mengatakan istilah konstruksi sosial atau realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan pertama sekali oleh Peter L. Berger dan Homas Luckman melalui buku yang mereka tulis yang berjudul: *The Social Construction of reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge* (1996). Dua ilmuwan sosiologi itu menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi manusia, yang mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Hal ini berarti manusia dikatakan adalah yang membentuk sebuah budaya atau membentuk masyarakat tempat mereka tinggal.

Berger dan Luckman dalam bungin (2011:39) lebih lanjut menjelaskan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan atau bersamaan dalam tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckman adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Ketika konstruksionisme sosial digunakan dalam perspektif media massa, teori ini akan kurang lebih memberikan asumsi yang serupa dengan interaksionisme simbolik, yang mana teori ini melihat bahwa khalayak bersifat aktif dalam menerima informasi dari media massa. Mereka secara aktif mengelola informasi, mengubahnya, dan menyimpan hanya yang mereka butuhkan secara kultural (Baran dan Davis, 2010:37).

c. Program Mata Najwa

Mata Najwa adalah program gelar wicara yang dipandu oleh jurnalis senior, Najwa Shihab. Musim pertama disiarkan perdana di MetroTV sejak 25 November 2009, Mata Najwa konsisten menghadirkan topik-topik menarik dengan narasumber kelas satu. Talkshow ini ditayangkan setiap hari Rabu pukul 20.00 hingga 21.30 WIB. Sejumlah tamu istimewa telah hadir dan berbicara di Mata Najwa, diantaranya Presiden RI ke-3, Bacharuddin Jusuf Habibie (episode: Habibie Hari Ini), Presiden RI ke-5 Megawati Soekarnoputri (episode: Apa Kata Mega?), Mantan Wakil Presiden Boediono (episode: Di Balik Diam Boediono), Wakil Presiden Jusuf Kalla (episode: Pemimpin Bernyali), Menteri BUMN Dahlan Iskan (episode:

Komandan Kobo), dan Gubernur DKI Jakarta yang sekarang Presiden Indonesia, Joko Widodo (episode: Laga Ibu kota).

Musim pertama Mata Najwa resmi berakhir pada tanggal 23 Agustus 2017 dengan keputusan pemandu (tuan rumah) Mata Najwa untuk mengakhiri karir di MetroTV sekaligus sebagai tuan rumah Mata Najwa. Episode terakhir Mata Najwa di MetroTV adalah "Catatan Tanpa Titik" yang ditayangkan pada tanggal 30 Agustus 2017. Musim kedua Mata Najwa kembali tayang di Trans7 mulai 10 Januari 2018, dengan episode pertamanya berjudul "Indonesia Rumah Kita".

Selama penayangan Program Mata Najwa, Program Mata Najwa dapat dikatakan sebagai program yang menjadikan nama Najwa Shihab menjadi lebih terkenal di Indonesia. Najwa Shihab menjadi lebih sering diundang sebagai pembicara dalam ruang-ruang public di seluruh Indonesia, dan pada banyak acara-acara motivasi baik di televisi ataupun bukan.

d. Episode menagih wakil rakyat

Dalam episode menagih wakil rakyat, Mata Najwa menghadirkan 6 narasumber yang berasal dari perwakilan ketua Badan Legislasi DPR, Supratman Andi Atgas, fraksi PDI Perjuangan, Komaruddin Watubun, Dan fraksi PKS, Mardani Ali Sera. Direktur Pusat Studi Konstitusi (Pusako) Universitas Andalas, Feri Amsari, peneliti Formappi, Lucius Karus, peneliti

LBH-APIK, Dian Novita. Dalam episode menagih wakil rakyat terdapat segmen khusus yang akan membahas tentang RUU PKS.

Dalam keseluruhan acara yang berlangsung kurang lebih 2 jam durasi sudah dihitung dengan durasi commercial break, Mata Najwa sebenarnya menyajikan berita seputar RUU yang tengah hangat diperbincangkan di seluruh sosial media, media-media local, dan di tuntutan oleh massa aksi pada tahun 2019. Rancangan undang-undang yang dibahas di antaranya ialah; RUU HIP, RUU PKS, dan beberapa kali menyinggung tentang RUU Minerba, Omnibus Law, serta membahas kinerja DPR selama kurang lebih 9 bulan menjabat. Selama penayangan video program Mata Najwa di kanal youtube Narasi.tv, episode menagih wakil rakyat telah ditonton lebih dari 107.000 kali.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Tinjauan Hasil Penelitian

Terdapat banyak penelitian terdahulu oleh akademisi terkait dengan gender dan media yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan ini baik dalam segi metode, konsep pendekatan teoritis, maupun isu yang untuk kemudian dapat dijadikan sebagai perbandingan, diantaranya sebagai berikut;

Pertama, jurnal penelitian berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Malinda Dee di Detik.com, Majalah Tempo dan Metro Tv” oleh Hasfi (2011). Penelitian ini memilih pemberitaan selama kurun waktu dua minggu sejak kasus MD bergulir yang disiarkan di tiga media di Indonesia yaitu Detik.com, Majalah Tempo dan Metro TV sebagai populasi. Sementara sampelnya adalah berita yang bias dan keluar dari konteks permasalahan kriminalitas MD yang disiarkan dalam kurun waktu 29 Maret hingga 14 April 2011. Penelitian ini menggunakan metode framing Model Pan dan Kosicki yang berasumsi dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana representasi MD dalam pemberitaan di ketiga mediadiatas. Penelitian ini menyimpulkan ada enam representasi untuk MD yaitu, (1)Perempuan ‘tidak benar’ (bad woman; bad wife; bad mother), (2)Orang yang kalah (a loser) yang sedang menjalani karma, (3)Monster mistik (MythicalMonster), (4)Barbie, boneka

yang menyimbolkan komersialisme, (5)Perempuan yang memiliki kelainan psikologi, (6)Orang yang menjadi objek humor.

Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini dari segi pendekatan penelitian oleh Hasfi menggunakan analisis framing model Pan dan Kosicki, sementara penelitian ini akan menggunakan analisis wacana kritis model Sarah Mills. Selain itu, unit analisis juga berbeda, penelitian oleh Nurul menganalisis unit berita sekaligus dari 3 media berbeda yakni online, cetak, dan televisi. Sementara penelitian ini hanya akan fokus pada 3 video program Televisi Mata Najwa dalam episode yang berjudul, antara lain, (1)Politik Perempuan, (2) Menagih Wakil Rakyat, dalam scene RUU PKS dijegal, ini suara korban kekerasan seksual; debat pendukung RUU PKS VS pengkritik RUU PKS, (3) Ringkus Predator Seksual Kampus.

Selanjutnya, penelitian yang berjudul, “Perempuan dalam Bisnis Media Massa (Studi Perempuan di Televisi Swasta Lokal Surabaya dalam Perspektif Gender)” oleh Roifah (2018). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teori relasi kekuasaan dari Mc. Foucault untuk menemukan gambaran perempuan dalam bisnis media massa serta mengungkap relasi gender di dalamnya. Hasil temuannya adalah menemukan fakta bahwa media menempatkan perempuan sebagai objek pemuas mata laki-laki dengan adanya eksploitasi terhadap tubuh perempuan. Juga memarginalkan perempuan dari segala aspek kehidupan serta adanya kelanggengan

kekerasan terhadap perempuan. Penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian ini dari segi metodologi.

Selanjutnya adalah, jurnal penelitian berjudul: " Membaca "Tinung" Dalam Film Ca Bau Kan" oleh Meutia (2011). Penelitian ini menggunakan analisis framing Sara Mills dalam perspektif gender untuk meneliti sebuah film. Penelitian ini juga menggunakan teori konstruksi sosial Lukman melalui perspektif gender. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana film mengkonstruksi perempuan sebagai pihak yang selalu diidentikkan dengan kepasifan, patuh, dan tunduk pada laki-laki. Penelitian Fadhillah memiliki kesamaan dari segi metodologi dan teori yaitu, sama-sama menggunakan analisis wacana kritis perspektif gender yang dicetuskan Sara Mills dan konstruksi sosial Lukman Berger.

Perbedaannya terdapat pada unit analisisnya. Pada penelitian sebelumnya menganalisis film sebagai salah satu media massa yang bersifat satu arah yang menghadirkan ideologi atau gagasan dalam bentuk karangan narasi yang sudah diatur dan tentukan alurnya dari awal hingga akhir teks. Sementara, penelitian ini akan menganalisa Program Televisi Mata Najwa, yang menayangkan percakapan aktor-aktornya mengenai isu realitas tertentu dengan merepresentasikan sebuah fakta yang terjadi dalam masyarakat tanpa adanya narasi karangan.

B. Konstruksionisme Realitas Sosial dalam Program Televisi

Setiap proses pemberitaan di media merupakan sebuah representasi oleh para pekerja media atas sebuah berita atau isu yang terjadi di tengah masyarakat. Dalam pandangan lainnya dikatakan justru masyarakat sendiri itulah yang merupakan representasi media itu. Pandangan ini menjadi dasar atas terbentuknya teori konstruksi sosial media massa di berbagai pembahasan.

Eadie (190:2020) mengatakan bahwa Konsep konstruksionisme sosial pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui tesisnya tentang konstruksi atas realitas yang mana realitas kehidupan sehari-hari dipengaruhi oleh objektivitas dan subjektivitas manusia. Manusia merupakan pembentuk utama dari realitas sosial sebagai individu yang telah melalui proses eksternalisasi dan internalisasi yang mana hal tersebut akan memengaruhi realitas sosial yang tercipta. Dalam konstruksionisme, masyarakat adalah bentukan dari Individu-individu dan individu merupakan bentukan dari masyarakat. Terdapat dialektika yang terus menerus antara tiap-tiap individu dan masyarakat. Masyarakat tidak pernah sebagai produk akhir, tetapi tetap sebagai proses yang terus menerus mengalami dinamika. Terdapat beberapa model konstruksi sosial dalam bidang keilmuan yang saling berkaitan, peneliti akan membandingkan 2 jenis konstruksi sosial yang sering digunakan dalam kajian komunikasi.

1) **Konstruksi Sosial Peter L. Berger Dan Homas Luckman**

Istilah konstruksi pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Homas Luckman melalui buku yang mereka tulis yang berjudul: *The Social Construction of reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Berger dan Luckman menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi manusia, di mana manusia sebagai individu terus menerus berdinamika dalam menciptakan realitas sosial dengan mengikuti pengalaman-pengalaman individu tersebut. Hal ini berarti manusia dikatakan adalah yang membentuk sebuah budaya atau membentuk masyarakat tempat mereka tinggal. Dalam hal ini, Bungin menarik kesimpulan bahwa manusialah yang membentuk sebuah masyarakat.

Berger dan Luckman mengatakan bahwa proses konstruksi sosial merupakan proses pembentukan pengetahuan yang dipengaruhi oleh pengalaman manusia. Dalam hal ini, mereka membedakan realitas objektif sebagai fenomena yang kadang-kadang tidak dapat dikuasai manusia. Sementara pengetahuan merupakan sebuah kepastian atas fenomena yang riil dan telah dialami sebelumnya, dengan menandai ciri-ciri yang ada pada sebuah fenomena. Realitas sosial terbentuk dan berdiri hanya apabila ada manusia ada di tengah realitas tersebut.

Konstruksionisme sosial merupakan turunan dari salah satu cabang ilmu filsafat yaitu konstruktivisme. Dalam pandangan Berger dan Luckman,

konstruksi sosial adalah suatu proses pembentukan pengetahuan yang diperoleh manusia dari interaksi yang dilakukannya dalam menemukan fakta-fakta sosial. Dalam kenyataannya, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran seseorang baik di dalam maupun diluar realitas tersebut. Sebuah realitas baru memiliki makna ketika realitas sosial tersebut dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh orang lain atau kelompok tertentu untuk semakin mengukuhkan suatu realitas secara objektif.

Konsep konstruksi dari Berger menjelaskan bahwa dalam sebuah realitas/peristiwa terdapat tiga tahapan moment yaitu; *pertama*, tahap eksternalisasi, yaitu usaha penyesuaian diri manusia secara fisik maupun mental ke dalam sebuah realitas atau fenomena yang terjadi. *Kedua*, objektivasi, yaitu hasil dari upaya penyesuaian diri manusia atas kenyataan fisik dan mentalnya dengan realitas yang ada. *Ketiga*, internalisasi, sebagai proses di mana manusia kembali melakukan penyesuaian diri atas dunia sosial secara objektif, struktur dunia sosial mulai memengaruhi manusia sebagai individu. Ketiga proses tersebut dialami oleh setiap individu dalam rangka pemahaman tentang realitas.

Konstruksi social menurut Bartesaghi & Castor (2009) dalam Eadie (189:2020) adalah tentang mengajukan pertanyaan, serta sebuah proses dalam komunikasi yang berdampak pada cara manusia bertindak dalam kesehariannya. Lebih jauh Eadie menjabarkan pendapat Bartesaghi & Castor

yang mengatakan bahwa proses konstruksi sosial merupakan suatu proses percakapan intelektual yang mengandung asumsi, dan perspektif hasil dari adanya penggabungan virtual Antar setiap titik temu dalam proses komunikasi oleh para ilmuwan filsafat, sosiologi, psikologi, dan komunikasi. Meski demikian, Eadie mengakui pendapat tersebut sama sekali belum lengkap.

Konstruksionisme adalah teori yang diperkenalkan oleh para interaksionis, di mana konstruksionisme tidak bisa melepaskan dari ilmu komunikasi sebagai pengantar atas aktivitas manusia dalam mendapatkan pemahaman, makna, norma, aturan bekerja dalam sebuah proses komunikasi yang intensif. Pada intinya, dalam *social construction*, pengetahuan merupakan hasil dari interaksi simbolik (*knowledge is a product of symbolic interaction*) di antara kelompok manusia tertentu. Sebuah Realitas sosial dikonstruksi oleh lingkungan sosial budaya dan produk dari kelompok manusia yang memiliki kepentingan tertentu.

McQuail mengungkapkan hal-hal utama dari teori konstruksionisme sosial adalah:

1. Masyarakat yang berperan sebagai konstruk pembentuk realitas sosial yang bersifat tidak tetap.
2. Media sebagai agen konstruksi sosial yang menghadirkan aspek-aspek sosial sebagai bahan pembentuk realitas sosial.

3. Makna ditawarkan oleh media kepada individu untuk kemudian disaring oleh individu.
4. Media memproduksi makna-makna tertentu.
5. Media seharusnya tidak bisa mengkonstruksi realitas sosial secara subjektif, karena semua fakta yang disajikan adalah sebuah interpretasi.

2) Konstruksi sosial (media massa) Hanna Adoni

Adoni (1984) dalam jurnalnya mengungkapkan ketidakpasan penggunaan teori konstruksionis sosial milik Berger dalam kajian terkait media dan konstruksi sosial dengan mengungkapkan pendapat-pendapat serupa oleh para peneliti dalam bidang kajian ini. Konstruksi sosial milik Berger menitik fokuskan kajiannya dalam hubungan antara individu, masyarakat dan budaya. Media hanya salah satu aspek yang digunakan dalam konstruksi sosial bawaan Berger. Meski demikian, teori milik Berger berkontribusi dalam memperjelas autentifikasi atas kurangnya karakteristik konseptualisasi secara sistematis dalam kajian ini, teori ini juga memperkaya pendekatan secara holistik yang dilakukan dalam kajian media dan konstruksi sosial.

Konstruksi sosial milik Adoni menjelaskan bahwa kekuatan media yang selalu menempatkan kepentingan elit politik tertentu sebagai isu sosial yang penting menjadi alasan terbentuknya kelas-kelas sosial. Media juga dinilai

berpengaruh terhadap cara sebuah kelompok realitas sosial dalam menentukan sikap. Dalam tahap ini, peneliti melihat efek media terhadap kelas-kelas sosial tertentu. Ada yang mengungkapkan bahwa, media tidak memberikan informasi yang penting dan berkualitas kepada kelas sosial rendah sehingga tidak menyadarkan kelas sosial rendah tersebut bahwa mereka sangat tertinggal dan dieksploitasi oleh kelas atas.

Adoni melihat persepsi yang muncul atas konstruksi sosial yang lebih jauh dari kehidupan riil, lebih dipengaruhi oleh bagaimana media televisi menggambarkan isu sosial tersebut daripada persepsi yang hadir atas konstruksi sosial yang terjadi secara langsung. Hal ini serupa dengan hipotesis yang mengatakan bahwa hal paling mendasar dan penting dalam pembentukan persepsi individu adalah bagaimana media massa mengkonstruksi realitas sosial.

Adoni mengungkapkan dalam kajian media dan konstruksi sosial terdapat 2 jenis pendekatan, yaitu, jenis pertama adalah konsisten fokus pada realitas yang direpresentasi media berupa simbol, keobjektifan, dan kesubjektifan media dan bagaimana jarak antara elemen sosial (individu, kelompok), dari pengalaman langsung atas realitas yang dikonstruksi. Selanjutnya, jenis kedua adalah dengan melakukan pendekatan secara holistik dan simultan terhadap interaksi antara 3 tipe realitas yang

direpresentasi media dengan melihat jarak antara elemen-elemen sosial dengan realitas sosial yang dikonstruksi media.

C. Analisis Framing

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis framing, dimana fokus kajiannya akan melihat bagaimana media dalam hal ini Program Mata Najwa menyajikan urgensi RUU PKS kepada khalayak. Dari sudut pandang mana sebuah wacana berita disampaikan khalayaknya. Begitupun bagaimana khalayaknya adalah simbol yang ditampilkan media.

Stanley dan Denis (2015: 398-399) berturut-turut menjelaskan tentang bagaimana Goffman melihat framing dalam media baik dalam iklan, berita, dsb, melakukan framing secara sengaja atau tidak, dengan keliru terhadap pemaknaan realitas sosial sehingga menimbulkan ketidaksesuaian representasi dengan realitas sosial. Framing yang terus ditampilkan secara rutin dapat membentuk atau merekonstruksi realitas social yang ada.

Analisis framing merupakan salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana kecenderungan media dalam mengkonstruksi suatu realitas sosial yang terjadi di tengah masyarakat dengan berdasarkan sudut pandang para pekerja media. Analisis framing juga digunakan untuk mengungkap cara media dalam membingkai suatu realitas sosial agar menjadi lebih menarik bagi pembacanya (Sobur, 2006:11).

Konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita yang dikonstruksi oleh media. Maksudnya adalah, analisis ini digunakan untuk memahami ideologi sebuah media yang dikonstruksikannya untuk kemudian dikonsumsi oleh khalayak media tersebut. Analisis ini mencermati strategi media dalam menyeleksi, menonjolkan, dan menautkan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan apa yang menjadi perspektif media tersebut.

Berita atau informasi yang disampaikan sebuah media massa tidak hanya menggambarkan suatu peristiwa yang terjadi, namun juga ada pengaruh dari ideologi pemilik media massa yang tentu memengaruhi bagaimana sebuah berita dibingkai. Hal inilah yang menyebabkan adanya perbedaan bingkai pemberitaan di setiap media massa.

Antonio Gramsci melihat media sebagai ruang dimana berbagai ideologi dipresentasikan (Eriyanto, 2001:116). Hal tersebut berarti dalam setiap konten yang dihasilkan media massa, menyampaikan atau merepresentasikan ideologi dari para pekerja media massa yang turut dalam proses pembuatan setiap konsep konten termasuk bagaimana sebuah media berita membentuk maksud tertentu dalam proses framing berita.

Secara metodologi analisis framing berbeda dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, penelitian difokuskan pada isi dari suatu pesan/teks komunikasi. Sementara dalam analisis framing penelitian berfokus pada bagaimana pembentukan pesan dari teks. Framing terutama, melihat bagaimana sebuah gagasan, ide, realitas, atau semacamnya, dikonstruksi oleh media. Analisis framing juga melihat cara media mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada para khalayak atau pembacanya. Analisis framing adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Analisis framing juga termasuk dalam paradigma konstruksionisme. Paradigma konstruksionis mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiologi interpretative (Eriyanto, 2001:127).

Analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Ide tentang framing pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1955. Frame pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual data perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, wacana, dan yang menyediakan kategori-kategori standard untuk mengapresiasi realitas.

Baran dan Daviis (2010:391) mengembangkan proses framing Goffman dengan mengasumsikan bahwa pengharapan kita dikonstruksi

secara sosial, yaitu, (1) pengharapan berdasarkan pengalaman yang dimiliki individu sebelumnya, baik dari segi pesan media, maupun yang dialami secara langsung; (2) cukup kebal terhadap perubahan, bahkan ketika dikontradiksikan dengan informasi faktual yang tersedia; (3) seringkali dikaitkan dengan merangsang emosi yang kuat, seperti kebencian, ketakutan, dan cinta; (4) seringkali kita terapkan tanpa kita menyadarinya, terutama ketika emosi yang kuat dirangsang yang mengganggu kemampuan kita untuk secara sadar menafsirkan informasi baru yang tersedia dalam keadaan tersebut.

Pan Kosicki membagi perangkat utama framing menjadi empat struktur besar yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Pertama, struktur sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, berupa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan, ke dalam bentuk susunan umum berita. Struktur ini dapat diamati pada unsur lead yang dipakai, latar, headline, kutipan, sumber, dan sebagainya. Pada struktur ini, dapat dilihat dan dijelaskan bagaimana perspektif seorang wartawan suatu media massa terhadap suatu isu realitas yang ia sajikan kedalam beritanya.

Kedua, struktur skrip. Skrip ini berhubungan dengan cara seorang wartawan mendeskripsikan atau mengisahkan isu realitas ke dalam berita yang disajikannya. Pada struktur ini dapat dilihat bagaimana strategi cara

bertutur atau bercerita yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Dalam struktur ini dilihat bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas suatu isu ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

Keempat, struktur retorik. Pada struktur ini dapat dilihat bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca (Eriyanto, 2002:294).

Aditjondoro dalam Dauzi (29:2007)), menjelaskan bahwa Framing dapat pula diartikan sebagai proses atau cara media mengangkat isu tertentu yang berkaitan dengan realitas sosial yang terjadi oleh para pekerja media, sehingga terjadi penonjolan dan atau penghilangan realitas tertentu yang menurut pada ideologi, persepsi, atau perspektif dari yang menulis sebuah berita atau pesan komunikasi.

Dalam framing yang dilakukan oleh Entman, analisis digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dipandang sebagai upaya media dalam menentukan atau mengalokasikan sebuah isu yang dianggap penting oleh media untuk disampaikan ke khalayak (Eriyanto, 2002: 186).

Mau dalam jurnal pekommasnya (2006), mengatakan Entman menempatkan 2 dimensi besar dalam proses framing yang dilakukan oleh media. Lebih lanjut, Mulyadi menjelaskan bahwa entman melihat media akan melakukan penonjolan atas isu yang dianggap penting oleh media dengan berbagai macam strategi. Dapat berupa penempatan *headline*, pengulangan, pemakaian grafis, foto penggunaan label tertentu, generalisasi dan lain sebagainya.

Mau (2006) memaparkan konsep Entman dalam framing terdapat paling tidak 4 perangkat pembingkaiian yaitu:

1. *Define problem*: merupakan bingkai yang paling utama atau *master frame*. Bingkai utama inilah yang akan menekankan cara memandang suatu peristiwa.
2. *Diagnose causes*: merupakan elemen framing yang digunakan untuk membingkai penyebab suatu peristiwa atau masalah. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*) dan bisa juga siapa (*who*) penyebabnya.
3. *Make moral judgement*: merupakan elemen framing yang digunakan untuk menilai rekomendasi atau harapan yang diinginkan oleh wartawan atau media dalam memberikan argumenasi terhadap masalah atau peristiwa yang telah didefinisikan sebelumnya. Argumenasi tersebut dapat berupa legitimasi atau legitimasi terhadap suatu Tindakan.

4. *Treatment recommendation*: merupakan elemen yang digunakan untuk menilai rekomendasi atau harapan yang diinginkan oleh wartawan atau pekerja media dalam menyelesaikan masalah.

D. Representasi Perempuan dalam Media (Program Televisi)

Konstruksi perempuan di media massa merupakan hasil dari representasi media massa yang juga merupakan hasil dari pengolahan informasi dari para pekerja media berdasarkan kasadarannya. Representasi merupakan sebuah tindakan untuk menggambarkan atau mendefinisikan orang, peristiwa, maupun objek tertentu lewat media yang ada di luar objek, biasanya akan berbentuk tanda atau simbol. Kegiatan merepresentasi bukan hanya berupa penggambaran atas realitas sosial saja, namun juga bisa diterapkan dalam menunjukkan dunia khayalan, fantasi, dan ide-ide abstrak. Sebuah representasi akan berpengaruh besar terhadap pembentukan kebudayaan, makna, maupun pengetahuan. Hal tersebut berarti setiap kegiatan representasi yang dilakukan oleh media komunikasi akan membentuk ataupun menghilangkan sebuah budaya dalam masyarakat.

Istilah representasi digunakan untuk menggambarkan ekspresi hubungan antara teks media dengan realitas. Secara semiotik, representasi dapat diartikan *to depict, to be a picture of atau to act speak for (in the place of, in the name of) somebody*. Berdasarkan kedua makna tersebut, *to represent* bisa didefinisikan sebagai *to stand for*. Representasi menjadi

sebuah tanda yang tidak sama dengan realitas direpresentasikan tapi dihubungkan dengan mendasarkan diri pada realitas tersebut. Jadi, representasi mendasarkan diri pada realitas yang menjadi referensinya (Noviani, 2002:60).

Sobur dalam Eriyanto (2001:113) mengatakan, representasi itu sendiri adalah sebuah gambaran citra individu, kelompok, ataupun gagasan dalam sebuah media komunikasi. Teks dari sebuah representasi media dinilai mampu dijadikan sebagai alat yang dapat digunakan suatu kelompok atau kaum tertentu untuk mengunggulkan dirinya pun memarjinalkan kelompok lain.

Eriyanto (2001:114) memaparkan pendapat Fiske yang mengatakan bahwa dalam representasi sebuah kelompok, individu, atau gagasan, terdapat tiga level pembuatan, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana sebuah kelompok, individu, gagasan, atau peristiwa dikonstruksi sebagai sebuah realitas oleh pekerja media.
2. Bagaimana sebuah kelompok, individu, gagasan, atau peristiwa digambarkan? Khususnya adalah bahasa gambar, ini ditampilkan dari bagaimana teknis pengambilan gambar (pencahayaan, *editing*, musik latar belakang, dialog, dsb).
3. Bagaimana kode-kode representasi disamakan, dikelompokkan, atau diorganisir dalam sebuah kesepakatan sosial (kelas sosial, ideologi yang

mendominasi dalam suatu masyarakat tertentu seperti misalnya, patriarki, materialism, kapitalisme, dll).

Hal-hal tersebut menurut Fiske merupakan faktor-faktor yang memengaruhi khalayak dalam memaknai sebuah kode representasi yang disuguhkan media.

Representasi dan makna kultural memiliki aspek-aspek tertentu, yang melekat pada bunyi, prasasti, buku, program televisi, dan sebagainya yang memproduksi dan menampilkan sebuah representasi atas realitas sosial untuk kemudian dimaknai dalam konteks sosial tertentu (barker, 2005:9).

Sani mengutip dalam jurnalnya berjudul kode–kode televisi (*Television codes*) mengungkapkan bahwa teori yang dikemukakan oleh John Fiske atau bisa disebut dengan kode yang digunakan dan memang terdapat dalam dunia pertelevisian, memiliki makna yang saling berkaitan. Sebuah realitas sosial tidak lahir begitu saja melalui kode–kode representasi media, namun terlebih dahulu akan diolah melalui penginderaan pemirsanya dengan dipengaruhi oleh referensi atau pengalaman yang dimiliki oleh khalayaknya baik sebagai individu maupun dalam sebuah kelompok, sehingga hasilnya tidak bersifat mutlak dan pasti.

Media-media yang dapat digunakan untuk merepresentasi individu, kelompok tertentu, gagasan, dan sebagainya pada umumnya adalah surat kabar, majalah, dan program televisi.

Dalam mengungkap sebuah representasi oleh media dalam hal ini adalah program televisi, sebenarnya dapat juga menggunakan metode analisis teks. Analisis teks atau analisis konten merupakan sebuah teknik penelitian untuk menghasilkan inferensi yang valid dan dapat diteliti ulang dari data berdasarkan datanya (Darmiyanti dan Wiwiek, 2019:5). Dalam mengungkapkan tanda pada media juga dapat menggunakan analisis semiotika yang dapat juga digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri berkomunikasi melalui seperangkat tanda yang sebenarnya adalah makna dari tanda yang dihasilkan oleh media tidak selalu menunjukkan realitas. Teks media selalu membawa ideologi-ideologi dominan yang terbentuk oleh tanda dalam teks media (Sobur, 2006:95).

Tayangan televisi membentuk dan dibentuk oleh berbagai bentuk identitas kultural. Konstruksi identitas budaya beserta kompetensi budaya salah satunya dilakukan oleh media massa, seperti koran, ataupun televisi melalui representasi. Kemudian khalayaknya akan melakukan pemaknaan atas konstruksi sosial yang dilakukan media dengan cara-cara tertentu. Televisi sebagai pembentuk identitas etnis dan identitas nasional semakin menunjukkan arti pentingnya karena televisi yang mulai mengglobal (Barker, 2005:276).

John Storey dalam pandangannya terkait *cultural studies* mengungkapkan hasil penelitian Stacey yang mengatakan bahwa meski para aktor di Hollywood mencoba memasukkan ideologi mereka ketika melakukan sebuah peran dalam sebuah representasi media, entah itu terkait kecantikan feminin dan bagaimana daya tarik seksual menjadi sesuatu yang tidak seimbang, hal tersebut tidak dijadikan sebagai pusat dari sebuah representasi yang ada. Responden Stacey dalam risetnya melihat kecenderungan penonton perempuan (responden) yang ditempatkan sebagai konsumen pasif atas tatapan lelaki, pada fokus identifikasi, lebih cenderung fokus terhadap cara dimana para aktor membangkitkan fantasi atas kekuasaan, kontrol, dan kepercayaan diri. Dalam hal ini, Stacey melihat bahwa bintang Hollywood bukan hanya sekedar menampilkan peran sederhana perempuan terkait daya tarik seksual (kecantikan, keseksian, dan sebagainya), namun lebih dari itu para bintang Hollywood juga menawarkan kepada penonton perempuan sumber fantasi mengenai diri yang lebih kuat dan percaya diri (Storey, 2006:87).

Stacey dalam Storey (2006:90) mengambil kesimpulan dari risetnya bahwa konsumsi para bintang Hollywood dan komoditas merepresentasikan *fashion* di layar oleh para respondennya (perempuan) dilihat sebagai melampaui batas feminitas Inggris. Hal tersebut dianggap menjadi salah satu

cara untuk melakukan negosiasi dalam memperluas gagasan perihal feminitas di Inggris.

Sara Mills dalam Eriyanto (2001:112), mengatakan bahwa perempuan dalam teks media cenderung diletakkan pada posisi yang salah atau tidak baik. Mills melihat media bias dalam merepresentasikan wanita, begitu pun media seringkali memarjinalkan perempuan dengan pihak laki-laki. Begitulah peran perempuan pada umumnya direpresentasikan oleh media, kaum perempuan yang sering kali di marjinalkan, dan bentuk-bentuk hegemoni oleh kaum laki-laki terhadap kaum perempuan, dan gagasan-gagasan yang mendukung hal tersebut sering direpresentasikan oleh media dengan tujuan mendapatkan keuntungan dalam ekonomi politik. Hal tersebut masih sering terjadi di dunia pertelevisian Indonesia. Meski di Indonesia budaya patriarki dinilai tidak begitu kentara, namun nilai-nilainya masih sangat tersirat dalam beberapa program-program televisinya, yang mana laki-laki selalu dinilai lebih unggul daripada perempuan seringkali tergambar dalam serial-serial televisi, film, maupun program beritanya.

Menurut Hariyanto dalam jurnalnya, Gender dalam konstruksi media (2009:30), mengatakan jurnalis dan institusi media sangat perlu mempunyai sensitivitas yang tinggi terkait dengan bagaimana mereka memasang sudut pandang tentang isu gender yang seringkali bias. Ia juga menilai bahwa untuk menghasilkan jurnalisme yang berperspektif gender, sepertinya para pekerja

media massa harus bekerja keras. Setidaknya, ada beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan para pelaku media massa, yaitu: pertama, Para pekerja media harus menumbuhkan rasa empati yang lebih kuat lagi terhadap ketidakadilan yang seringkali dialami perempuan, dengan begitu para pekerja media akan bertindak lebih adil, proporsional, serta berimbang. Karena kemampuan profesional, etika dan perspektif pelaku media massa terkait pemahaman isu bias gender masih sangat minim. Hal ini mengakibatkan wacana berita yang dibuat masih belum bisa merepresentasikan perempuan dalam kesetaraan, bahkan bisa saja malah semakin memperkuat posisi perempuan sebagai kaum marjinal.

Dalam memberitakan kasus-kasus yang melibatkan perempuan, media massa seharusnya lebih kritis dalam melihat dan menampilkan kekuasaan elit tertentu. Namun dalam praktiknya justru seringkali malah tunduk pada resistensi kekuasaan. Hal ini disebabkan karena lemahnya kemampuan profesional dan etika media massa yang seringkali melupakan independensi yang harus dimiliki sebuah media massa. Ketidakmampuan media massa untuk melepaskan diri dari perannya sebagai medium ekonomi kekuasaan, yang seringkali dipengaruhi penguasa, otoritas intelektual, ideologi politik, ataupun pemilik modal. Akibatnya media massa cenderung akan menjadikan perempuan sebagai korban dari arogansi kekuasaan. Ketiga, para pekerja media dan media massa itu sendiri harus memiliki peran

aktif dalam merepresentasikan perempuan di posisi yang sebenarnya, sehingga perempuan tidak lagi menjadi marginal dan diobjektifikasi.

Yatim dalam Hariyanto (2009:34) mengungkapkan bahwa media massa Indonesia ternyata masih dikuasai oleh budaya patriarki dan kapitalisme yang seringkali memarjinalkan perempuan. Media seharusnya meningkatkan jumlah praktisi perempuan serta tidak lagi mengobjektifikasi perempuan, juga media seharusnya menempatkan perempuan sebagai subjek yang berperan aktif dalam memaknai dirinya sendiri.

Paradigma media massa berkaitan dengan pencitraan perempuan perlu dirombak. Pencitraan yang seksis terhadap perempuan, juga objektifikasi perempuan dalam iklan, maupun pemberitaan kasus pelecehan seksual, serta minimnya peran perempuan dalam ruang publik, sangat perlu diubah kearah yang lebih adil dan tidak bias.

E. Feminisme, Gender dan Jenis-jenisnya

Feminisme sebuah paham dan gerakan pembebasan kaum wanita yang melekat dalam keyakinan mereka bahwa wanita telah mengalami berbagai bentuk ketidakadilan karena jenis kelaminnya, bertujuan untuk menciptakan dunia bagi wanita. Berdasarkan seks sering menjadi alasan diterapkan dalam gender, yang menyebabkan posisi perempuan kurang beruntung dari pada laki-laki dalam realitas sosialnya. Feminisme adalah sebuah gerakan yang menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak

perempuan dan laki-laki. Tokohnya disebut dengan feminis. Feminism sebagai filsafat dan gerakan pencerahan di Eropa yang dipelopori oleh Lady Mary Wortley Montgu dan Marquis De Condorcet.

Dalam buku karya Daryanto dan muljo, teori feminisme itu sendiri adalah sebutan yang diberikan pada perspektif atau kelompok teori yang menggali makna dari konsep-konsep gender. Teoretis feminis mengamati bahwa banyak aspek kehidupan yang sebenarnya terlepas dari aspek biologis (jenis kelamin) dipahami dalam kualitas gender, termasuk bahasa, karya, peran keluarga, pendidikan, sosialisasi, dan sebagainya.

Feminisme merupakan sebuah ideologi yang muncul karena adanya suatu kesadaran akan suatu penindasan dan pemerasan terhadap perempuan yang terjadi dalam masyarakat di tempat kerja atau pun dalam konteks masyarakat secara makro, serta tindakan sadar baik oleh perempuan maupun laki-laki untuk mengubah keadaan tersebut (Sunarto, 2000:34).

Feminisme merupakan gerakan penyetaraan gender, penyetaraan antara hak perempuan dan laki-laki, dan gerakan untuk melepaskan perempuan dari ketidakadilan sosial yang terjadi berabad-abad lalu. Chris Barker mengatakan bahwa feminisme merupakan bidang teori dan politik yang mengandung berbagai perspektif dan preskripsi yang saling bersaing dalam rangka melakukan tindakan. Lebih lanjut Chris Barker menjelaskan, feminisme tersusun dari serangkaian analisis dan strategi aksi, yang menyebut

diri mereka dengan sebutan feminisme liberal, feminisme perbedaan atau radikal, feminisme sosialis atau marxis, feminisme pascamodern/pascastrukturalis dan feminisme kulit hitam (Barker, 2005:26).

Kritik feminis menjadi semakin populer dalam studi komunikasi. Kritik ini mempelajari:

1. Gejala di mana bahasa yang bias laki-laki (mendominankan kedudukan laki-laki) akan memengaruhi hubungan antara laki-laki dan perempuan,
2. Gejala dimana dominasi laki-laki telah membatasi komunikasi bagi perempuan,
3. Gejala dimana perempuan memiliki pola-pola percakapan dan bahasa laki-laki yang akomodatif dan menentang kekuatan bentuk-bentuk komunikasi yang feminine, dan gejala sejenis lainnya,

Umumnya feminisme mempunyai arti sebagai suatu kesadaran akan penindasan dan pemerasan terhadap perempuan dalam masyarakat, baik itu di tempat kerja maupun dalam keluarga, serta tindakan sadar oleh perempuan dan laki-laki untuk mengubah keadaan tersebut. Dalam perspektif feminisme, dari sisi bahasa, kata seks dan gender dikenal sebagai "jenis kelamin", dan dari sisi konseptual sering dikenal bersifat alami, kodrati, dan tidak dapat diubah karena dibawa sejak lahir. Kata seks dan gender dipandang sebagai suatu sifat yang melekat pada perempuan dan laki-laki sebagai hasil

konstruksi sosial dan kultural di sepanjang sejarah. Karena merupakan hasil konstruksi sosial dan kultural, maka sifat yang melekat pada laki-laki dan perempuan menerima perubahan (Muthahari 2012:5).

Feminisme liberal menuntut kesetaraan antara perempuan dan laki-laki dalam struktur kerja hukum dan ekonomi, sementara feminisme sosialis merujuk pada adanya keterikatan antara kelas dan gender, termasuk peran ganda yang sering terjadi dalam ruang produksi kapitalisme. Disisi lain, feminisme radikal lebih merujuk kepada perbedaan mendasar antara perempuan dan laki-laki yang sering direpresentasikan dalam hal kekreatifitasan perempuan dan superioritas nilai-nilai feminin.

Dalam pandangan para feminis, pihak perempuanlah yang seringkali dan paling menjadi korban dari dipetakannya kerja-kerja berdasarkan gender dalam aspek kehidupan domestik maupun publik. Contoh ketimpangan gender yang terjadi seperti; pendidikan dan jurusan pendidikan yang dianggap pantas bagi perempuan adalah yang bersifat melayani orang, seperti keperawatan, guru, sekretaris dan sebagainya. Jurusan pendidikan yang dianggap pantas bagi laki-laki adalah yang mempersiapkannya untuk bisa bersaing dalam pasaran kerja, dan masih banyak lagi masalah tentang ketimpangan hak antara kaum laki-laki dan perempuan yang oleh masyarakat tertentu dianggap wajar-wajar saja.

Di Indonesia sendiri, paham Patriarki masih sangat kental. Contoh paling mencolok yang dapat dilihat adalah RUU Ketahanan keluarga yang baru-baru ini disoroti publik dan media, yang memunculkan pro dan kontra yang banyak sekali dikalangan masyarakat. RUU Ketahanan Keluarga menitik beratkan masalah tanggung jawab rumah tangga yang lebih besar ditimpakan kepada istri, hal ini menjadi salah satu isyarat bahwa ada ketimpangan peran gender yang cukup signifikan dan kentara di Indonesia ini. Meski hingga bagian ini ditulis, kejelasan mengenai ketetapan RUU ini belum ada, tapi adanya pembicaraan mengenai RUU ini, sedikit banyaknya menunjukkan pola pikir politik di Indonesia terkait pembagian gender.

Gender secara harfiah sering diartikan dengan perbedaan orientasi sex dan beberapa sifat-sifat yang dikonstruksi masyarakat secara stigma menentukan tentang bagaimana laki-laki dengan perempuan seharusnya bersifat dan bersikap. Pembahasan tentang gender lebih dari sekedar perbedaan sex tetapi gender membahas bahwa perbedaan sifat antara lelaki dan perempuan dapat dipertukarkan dan dapat berubah menurut waktu dan tempat seperti sifat laki-laki yaitu kuat, perkasa dan rasional juga bisa dimiliki oleh perempuan pada jaman sekarang yang juga tidak menyalahi kodratnya sebagai perempuan. Mosse (2007:2-3) mengatakan gender adalah interpretasi biologis oleh kultur, ajaran nenek moyang, atau

hasil persetujuan dari sebuah komunitas dalam hal ini adalah wilayah tertentu. Hal ini dijelaskan dalam kutipan berikut:

“...jenis kelamin biologis merupakan pemberian; kita dilahirkan sebagai seorang laki-laki atau seorang perempuan. Tetapi, jalan yang menjadikan kita maskulin atau feminin adalah gabungan blok-blok bangunan biologis oleh kultur kita. Setiap masyarakat memiliki berbagai “naskah” (*script*) untuk diikuti oleh anggotanya seperti mereka belajar memainkan peran feminine atau maskulin, sebagaimana halnya setiap masyarakat memiliki bahasanya sendiri...”

Erna Surjadi dalam buku *Gender Skateboard* (2011:46) mengatakan bahwa hubungan gender berubah seiring dengan perkembangan sosial budaya yang dikonstruksikan dari waktu ke waktu untuk mendukung kehidupan manusia. Namun tidak dapat disangkal, ada kalanya hal ini diterjemahkan sebagai kekuasaan. Kaum yang satu menguasai kaum yang lain sesuai penguasaan sumber daya, atau dengan ukuran siapa yang membawa nafkah ke dalam rumah. Maka tidak heran dalam rumah tangga (KDRT) pun dapat terjadi dari perilaku perempuan kepada kaum laki-laki ketika ia ‘menguasai’ bidang ekonomi atau hal lainnya. Bukan dalam bentuk fisik pemukulan, namun dalam bentuk deraan psikis, mental, seksual, dan ekonomi.

Mc clintock dalam Alimi (2004:46) mengatakan Perempuan dipresentasikan sebagai “tubuh” yang otentik dan atavistik dari tradisi bangsa (tertutup, melihat ke belakang, pasif, dan sebagainya). Hal ini meliputi prinsip-prinsip kuno nasionalisme tentang kontinuitas. Sebaliknya, laki-laki dicitrakan sebagai agen modernitas nasional yang progresif (maju,

kuat, cerdas, assertif, dan sebagainya), pembawa semangat nasionalisme yang revolusioner dan progresif perempuan dan semua bentuk feminitas by definition selalu digambarkan sebagai anti nasional.

Dalam menjernihkan perbedaan antara seks dan gender ini, yang menjadi masalah adalah, terjadi kerancuan dan pemutarbalikan makna tentang apa yang disebut seks dan gender. Dewasa ini terjadi peneguhan pemahaman yang tidak pada tempatnya di masyarakat tentang apa itu sesungguhnya gender, karena pada dasarnya konstruksi sosial justru dianggap sebagai kodrat yang berarti ketentuan biologis atau ketentuan Tuhan. Justru sebagian besar yang dewasa ini sering dianggap atau dinamakan sebagai "*kodrat wanita*" adalah konstruksi sosial dan kultural atau gender (Faqih, 2012:10).

Istilah gender sering diartikan sebagai jenis kelamin (seks). Kedua istilah memang mengacu pada perbedaan jenis kelamin. Tetapi istilah seks terkait pada komponen biologis. Artinya: masing-masing jenis kelamin (laki-laki dan perempuan) secara biologis berbeda dan sebagai perempuan dan laki-laki mempunyai keterbatasan dan kelebihan tertentu berdasarkan fakta biologis masing-masing. Misalnya: seseorang yang berjenis kelamin perempuan bisa mengandung, melahirkan, dan mempunyai air susu ibu (ASI).

Seseorang yang secara biologis dilahirkan sebagai laki-laki mempunyai sperma. Perbedaan biologis masing-masing merupakan pemberian Tuhan, dan tidak mudah untuk diubah. Sementara gender menurut Omas (2000:2) adalah hasil sosialisasi dan enkulturasi seseorang. Atau: gender adalah hasil konstruksi sosial yang terdiri dari sifat, sikap, dan perilaku seseorang yang Dia pelajari. Yang dipelajari biasanya berbagai sifat dan perilaku yang dianggap pantas untuk dirinya karena Dia berjenis kelamin perempuan atau laki-laki. Sifat-sifat “feminitas” bagi perempuan dan “maskulinitas” bagi laki-laki ditentukan oleh lingkungan budayanya. Melalui apa yang diajarkan oleh orang tuanya, guru-guru sekolahnya, guru agamanya dan tokoh masyarakat dimana seorang bergabung. Artinya: gender seorang diperoleh melalui suatu proses yang panjang, sebagai hasil belajar seorang sejak ia masih usia dini. Akibatnya, gender juga merupakan hasil interaksi faktor internal (apa yang secara biologis tersedia) dan faktor eksternal (apa yang diajarkan oleh lingkungan, termasuk tujuan, dan harapan lingkungan terhadapnya karena ia berjenis kelamin perempuan atau laki-laki).

Ketimpangan gender sudah terjadi sejak berabad-abad lalu dan masih sangat kental di era sekarang. Ketimpangan gender yang pada umumnya terbagi dua yaitu laki-laki dan perempuan, menitik beratkan pada posisi perempuan sebagai pihak yang didiskriminasi dan memiliki posisi

yang lebih rendah daripada laki-laki di masyarakat. Dalam kebanyakan kasus yang terjadi, dalam teknologi yang terus berkembang pesat, stereotipe yang dimunculkan dari fungsi teknologi-teknologi yang ada, cenderung menempatkan posisi perempuan sebagai kategori orang yang bodoh dan tidak memiliki kecakapan yang cukup dalam menggunakan teknologi yang ada (Gamble, 2010:101).

Tsalki dalam gamble (2010:102) menjelaskan bahwa laki-lakilah yang digambarkan sebagai orang yang memegang kendali penuh atas teknologi, sebab perempuan dianggap kurang cakap dalam menguasai teknik dan prinsip-prinsip fisika tentang bagaimana sebuah mesin dioperasikan. Meski demikian, berbagai perubahan-perubahan terjadi seiring waktu dan kesadaran yang makin bertambah. Lebih lanjut Gamble (2010:103) mengutip Donna Haraway menjelaskan bahwa, manusia sekarang sedang berada dalam masa peralihan dari masyarakat organis industrialis ke sistem informasi dengan beragam bentuknya dimana segala aspek kehidupan mulai dari permainan, alam, manusia, didefinisikan kembali dalam istilah “batas-geser”. Menjelajahi internet dan dunia perkomputeran sudah leluasa dilakukan oleh perempuan seiring mengikisnya stereotip bahwa laki-lakilah yang paling berhak atas teknologi yang ada. Hal ini, dianggap membuka luas-luas kemungkinan bagi emansipasi perempuan.

Melalui konstruksi sosial ini manusia menggerakkan dan memperlakukan kekuasaan sebagai komoditi perilaku. Kekuasaan yang meletakkan laki-laki atau maskulinitas sebagai *powerfull* dan perempuan atau feminitas sebagai *powerless* akan mengakibatkan konflik gender sebab munculnya ketimpangan lebih besar daripada keadilan. Hal tersebut mengakibatkan orang percaya bahwa laki-laki adalah sosok manusia yang memiliki hak-hak istimewa dalam masyarakat (Abbas, 2006:90).

Misalnya saja sering diungkapkan bahwa dalam mendidik anak, mengelola dan merawat kebersihan dan keindahan rumah tangga atau urusan domestik sering dianggap sebagai “kodrat wanita”. Padahal kenyataannya, bahwa kaum perempuan memiliki peran gender dalam mendidik anak, merawat dan mengelola kebersihan dan keindahan rumah tangga adalah konstruksi kultural dalam suatu masyarakat tertentu. Oleh karena jenis pekerjaan itu bisa dipertukarkan dan tidak bersifat universal, apa yang sering disebut sebagai “*kodrat wanita*” dalam kasus mendidik anak dan mengatur rumah tangga, sesungguhnya, adalah gender (Faqih, 2012:11).

Konsep gender dapat dirumuskan sebagai konstruksi sosial dan peran sosial tanpa mempersoalkan konstruksi biologis dalam rangka pencapaian gender dan kesetaraan hubungan antara laki-laki dan perempuan. Gender bukan gerakan yang memisahkan perempuan dengan laki-laki demikian pula sebaliknya, tetapi lebih merupakan suatu kajian yang mendorong pada

sebuah reposisi peran yang dibangun dari pemikiran bahwa perempuan maupun laki-laki sama-sama memiliki potensi dalam bekerja guna menjalani hidup secara adil dan menghargai hak-hak satu sama lain sebagai manusia. Dimensi gender merupakan sorotan terhadap ketimpangan peran dalam konstruksi sosial yang memposisikan laki-laki di satu pihak dan perempuan di pihak lain dalam pergaulan sosial masyarakat sehingga menciptakan ketidakadilan gender atau *gender inequalities* (Abbas, 2006:14).

Herien (2016:20) mengatakan gender dapat diartikan sebagai perbedaan peran, fungsi, status dan tanggung jawab pada laki-laki dan perempuan sebagai hasil dari bentukan (konstruksi) sosial budaya yang tertanam lewat proses sosialisasi dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dengan demikian gender adalah hasil kesepakatan antar manusia yang tidak bersifat kodrati. Gender tidak bersifat kodrati, dapat berubah dan dapat dipertukarkan pada manusia satu ke manusia lainnya tergantung waktu dan budaya setempat.

Meski ketimpangan gender yang sering menyebabkan dominasi atau marginalisasi pada jenis kelamin tertentu masih sering terjadi di Indonesia, sedikit demi sedikit pemahaman masyarakat tentang hal ini mulai berubah. Misalnya saja, perempuan yang memiliki kualitas yang sama bagusnya dengan para laki-laki dalam kaitannya kebutuhan intelektual, mulai menunjukkan eksistensinya dalam aspek publik maupun sosial politik.

Ketimpangan gender di era sekarang ini, telah menjadi hal yang sudah cukup diperhatikan oleh berbagai kalangan kelas sosial, meski masyarakat di kelas-kelas tertentu yang sering tidak terlepas dari adat dan budaya, masih belum sepenuhnya terlepas dari ketimpangan gender yang telah berlangsung sejak jaman nenek moyang mereka.

Para feminis di era modern seperti sekarang ini, berjuang terus menerus untuk mendapatkan kesetaraan hak perempuan dan laki-laki dalam semua aspek kehidupan. Hal ini dibuktikan dengan terus bermunculannya para aktivis perempuan yang mencitrakan diri mereka sebagai seorang yang tegas, bersuara lantang dalam melawan ketidakadilan, memiliki dan mampu menyuarakan pendapat sendiri di ruang-ruang publik, melek terhadap isu-isu sosial dan menunjukkan secara signifikan kemampuan dan kualifikasi diri mereka dalam segala bidang kehidupan, baik itu ekonomi, sosial politik, maupun kenegaraan untuk turut berkontribusi secara nyata dalam bidang publik, yang mana selama ini, perempuan dianggap tak mampu atau tidak berkompeten dalam hal tersebut sebagaimana laki-laki.

Pekerjaan-pekerjaan dalam ranah publik yang seringkali dianggap hanya cocok diemban oleh laki-laki kini telah banyak diduduki oleh perempuan-perempuan yang memiliki kualifikasi yang bagus untuk pekerjaan-pekerjaan tersebut. Beberapa contoh di Indonesia yang paling besar dan relevan dari hal ini adalah, mantan presiden Megawati Soekarno

Putri, presiden perempuan pertama di Indonesia, atau mantan menteri kelautan dan perikanan, Sussi Pudjiastuti, Wali Kota Surabaya, Tri Rismaharini, dan masih banyak tokoh-tokoh perempuan lainnya yang menduduki jabatan sebagai seorang pemimpin, yang dianggap dapat mengikis stigma masyarakat tentang ketidakmampuan perempuan dalam kepemimpinan.

Meski demikian, dalam pemberitaan tentang para pemimpin perempuan dalam media-media masih sering ditemukan teks bahasa yang menempatkan ketidaklayakan perempuan atau kekurangan perempuan dalam menjalankan kepemimpinannya.

Sebut saja salah satu contohnya adalah kenyataan bahwa bagaimana pemimpin perempuan seperti Megawati Soekarno Putri memiliki citra yang buruk di tengah masyarakat Indonesia. Terlepas dari bagaimana sesungguhnya visi dan misi Megawati Soekarno Putri dalam kepemimpinannya, citra perempuan ambisius, tidak berempati, dan hanya memikirkan golongannya saja, tidak dapat lepas daripadanya. Media memiliki andil yang cukup besar dalam hal ini, sebagai sarana penyampaian atau pertukaran informasi dari pemerintah ke masyarakat.

F. Feminisme dan Media

Feminisme dan media merupakan suatu kesinambungan yang membentuk ideologi di tengah masyarakat. Dalam Hollows (2000:248) di

katakan salah satu respon terbesar atas pertanyaan bagaimana feminis direpresentasikan oleh media adalah munculnya tesis berjudul "*backlash*" yang membahas tentang citra keperempuanan palsu. Maksudnya ialah seringkali perempuan digambarkan atau dihadirkan dalam budaya populer seperti media televisi dengan gambaran yang sangat salah, contohnya perempuan karir yang pasti garang, ibu rumah tangga yang hanya bisa fokus pada anak-anak dan keluarga saja, perempuan lajang yang tidak berbahagia, dan lain sebagainya.

Faludi dalam Hollows (2000:248) menjelaskan bahwa dalam semua tayangan film dan televisi yang dibahas dalam *backlash*, tidak semua yang merupakan hasil konspirasi atau hasil suatu scenario tertentu, Faludi menilai *backlash* telah endemic dalam membaca naskah yang ada di televisi. *Backlash* justru melihat sebaliknya. Keadaan feminis yang coba dijelaskan *backlash* dalam tesisnya, tidak serta merta justru membuat para siswi perempuan menyetujui nilai-nilai feminis yang disampaikan oleh media. *Backlash* justru hadir sebagai pemicu munculnya sikap kritis di kalangan siswi waktu itu, untuk lebih memahami tentang bagaimana sebenarnya idealnya sebuah nilai feminis.

G. Kerangka Pemikiran

Tabel. 2.1

