

BAB II

A. PENELITIAN-PENELITIAN SEBELUMNYA

Beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian jurnalisme berbasis gender di media massa adalah sebagai berikut:

1. Tesis berjudul Analisis Framing Pemberitaan Malinda Dee di Detikcom, Majalah Tempo, dan Metro TV, tahun 2011, oleh Nurul Hasfi, S.Sos, MA di Universitas Diponegoro Semarang. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa Malinda Dee direpresentasikan oleh ketiga media tersebut seperti (1) Perempuan '*tidak benar*' (*bad woman; bad wife; bad mother*), (2) Orang yang kalah (*a loser*) yang sedang menjalani karma, (3) Monster mistik (*Mythical Monster*), (4) Barbie, boneka yang menyimbolkan komersialisme, (5) Perempuan yang memiliki kelainan psikologis, (6) Orang yang menjadi obyek Humor.
2. Tesis berjudul Konstruksi Perempuan Dalam Rubrik "CC Single" di Majalah Cita Cinta Edisi Januari - Desember 2009 oleh Helen Diana Vida pada Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan Jakarta. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa majalah Cita Cinta mengkonstruksi wanita *single* sebagai wanita mandiri yang

mampu menentukan jalan hidup mereka, serta memiliki jenjang pendidikan yang tinggi dan karir yang lebih baik.

B. PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN SEBELUMYA

Di atas adalah dua penelitian yang berbasis pada perempuan sebagai obyek dan media sebagai subyeknya. Perempuan yang menjadi fokus pertama adalah Malinda Dee, seorang *banker* atau wanita karir dan yang kedua adalah perempuan karir di ibukota yang disebut di dalam penelitian tersebut sebagai 'perempuan modern Indonesia' pada majalah Cita Cinta. Pada penelitian pertama, Malinda Dee atas kasusnya, penggelapan dana nasabah di representasikan oleh ketiga media (Detikcom, Majalah Tempo, dan Metro TV) sebagai wanita karir yang menghambur-hamburkan hartanya untuk kesenangan pribadi yang berakibat *karma* dengan terkena hukuman atas tindakannya. Pada penelitian kedua, fokus kepada perempuan *lajang*, pada penelitian itu disebut sebagai perempuan modern Indonesia. Pada penelitian tersebut, adanya perubahan pola pikir dan perilaku dari perempuan yang tidak jauh dari sumur, kasur, dan dapur menjadi perempuan yang lebih mementingkan karir daripada menikah. Menikah pada penelitian di atas, dijelaskan sebagai penjara yang mengakibatkan perempuan menjadi stereotip, sumur, dapur, dan kasur.

Kasus yang menimpa Angie, sebenarnya bukan satu-satunya kasus yang termasuk kejahatan yang dilakukan oleh perempuan yang lalu

menjadi komoditas bagi media untuk diberitakan. Ada juga kasus serupa yang dilakukan oleh Ratu Atut Choisiah, Gubernur Banten yang melakukan penipuan atas dana hibah kepada sejumlah instansi fiktif dan keluarganya (Kompas, 28 September 2011), Miranda Gultom, mantan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia atas keterlibatannya dalam dugaan suap pemilihan dirinya sebagai Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia tahun 2004 (*Tempo*, 12 Januari 2012); Nunun Nurbaeti atas keterlibatannya dalam kasus suap anggota DPR RI pada pemilihan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia dengan calon Miranda Goeltom (*Kompas*, 9 Mei 2012); Malinda Dee dalam kasus penggelapan dana nasabah Citibank (*Tempo*, 7 Maret 2012). Pada kasus-kasus semacam itu, pemberitaan yang dilakukan surat kabar terlihat jelas dengan penekanan pada label perempuan sebagai pihak yang perempuan yang gampang tergoda harta, belum mahir dalam dunia laki-laki, dan lengkap dengan identik menyebutkan ciri fisik, seksi, montok, dan segala yang biasanya melekat pada perempuan. Pemberitaan seperti itu, secara tidak langsung membuat perempuan seakan menjadi makhluk yang tidak mempunyai daya tarik lain atau kecerdasannya terlukai akibat bombardir labeling semacam itu. Lalu bagaimana perempuan lainnya melihat hal itu.

Jika dibandingkan dengan pemberitaan perempuan dalam kasus yang sama, korupsi. Kasus yang menimpa Angie memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Dalam kasus Angie, posisi perempuan adalah seorang politisi, walaupun label *public figure* dan wanita karir menyertainya. Kata

karir sendiri memiliki arti sebagai perkembangan dan kemajuan dalam kehidupan, pekerjaan, jabatan, dsb (KBBI, 2012: 626). Namun karir yang dilakukan Angie adalah dalam bidang politik. Jika Malinda Dee berada dalam wilayah karir yang berusaha untuk memperbaiki kehidupan pribadinya. Sedangkan Angie, pada hakikatnya adalah berkarir untuk perkembangan dan kemajuan negara. Politisi adalah usaha berpolitik atau usaha yang ditempuh warga negara untuk membicarakan dan mewujudkan kebaikan bersama (Surbakti, 2010: 2). Yang perlu dikritisi adalah ketika perempuan selalu menjadi komoditas seperti apapun posisinya, ketika perempuan masuk ke media.

Jika melihat Angie yang bersalah, maka tentunya media akan memberitakan terkait kesalahan-kesalahan dan hukuman yang diterimanya. Tetapi, *labeling* seperti, Ibu, Putri Indonesia, dan janda adalah stereotip yang pada dasarnya adalah bersumber pada status gender perempuan. Lebih jauh, informasi yang diberitakan terkadang jauh dari permasalahan utama. Dalam hal ini, dapat dikatakan, apa yang dilakukan para wartawan atau awak media tidak memberitakan informasi yang berkualitas, karena telah memasukkan informasi yang tidak relevan dalam tulisannya.

Penulis melihat, bahwa penelitian ini menarik, karena obyek dalam pemberitaan ini adalah seorang politisi, bukan seorang perempuan biasa seperti TKI atau wanita karir yang secara sosial memiliki tingkat ekonomi yang berbeda-beda. TKI dengan label perempuan lemah, secara

pendidikan maupun ekonomi. wanita karir dengan label pemuasan nafsu pribadinya untuk mengejar karirnya walaupun secara pendidikan dan ekonomi lebih tinggi dibanding TKI. Penelitian ini mencoba untuk menggali lebih jauh tentang permasalahan perempuan sebagai politisi dengan melihat pada dua surat kabar lokal, *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* membingkai pemberitaan Angie tersebut.

Bagaimana sebenarnya media melihat perempuan yang berkecimpung di dunia politik. Sebab pada kasus Angie, Angie sebagai politisi, berbeda dengan perempuan-perempuan lain. Penelitian ini, ingin melihat bagaimana media melihat politisi perempuan, pada kasus ini Angie yang sedang terkena kasus korupsi suap wisma atlet paska mendekamnya. Lebih jauh lagi, penelitian kali ini ingin melihat bagaimana media merespon perempuan yang ada di dunia politik.

C. POLITIK DAN PEREMPUAN DI MEDIA MASSA

Pada umumnya, dunia politik dan perilaku politik merupakan aktivitas laki-laki. Sementara itu, norma budaya yang ada menekankan bahwa kedudukan dan peranan perempuan berkisar dalam lingkungan keluarga seperti mengurus suami, anak-anak, memasak, dan sebagainya. Dengan demikian, perempuan yang mandiri dan berpolitik tidak mudah diterima. Akibatnya lebih sulit bagi seorang perempuan untuk berhasil dalam dunia politik dibanding dengan laki-laki karena dia menghadapi standar ganda. Semua ini merupakan produk budaya patriarki yang berakar

kuat di Indonesia yang menyebabkan perempuan tidak terbiasa ikut serta dalam pengambilan keputusan di sektor publik.

Bekerja merupakan salah satu cara menunjukkan eksistensi manusia di tengah masyarakat. Feminisme eksistensialis menganggap bahwa dengan bekerja, perempuan menolak menjadi objek atau *liyan*. De Beauvoir (1998:44) menyebut empat strategi perempuan untuk dapat mengaktualisasikan dirinya, yaitu bekerja, menjadi intelektual, menjadi transformator dalam masyarakat, dan menolak internalisasi sebagai objek atau *liyan* dalam bentuk apapun. Hal itu diwujudkan melalui undang-undang Republik Indonesia nomor 2 tahun 2011 tentang perubahan atas undang-undang nomor 2 tahun 2008 tentang partai politik yang harus menyertakan 30% perempuan dalam partainya untuk mengikuti pemilu 2014 (<http://dapp.bappenas.go.id> diakses pada 7 September 2012, 15:02 WIB).

Sebagian orang, apalagi perempuan yang bekerja sebagai politisi (ruang publik) sudah banyak ditemui. Di tingkat nasional mungkin kita sering mendengar ada Megawati, Nurul Arifin, Rika Diah Pitaloka (*oneng*), atau Wanda Hamidah yang memiliki pekerjaan serupa dengan Angie. Di tingkat daerah, sebagai contoh kita dapat menemukan Ratu Atut Choisiah sebagai Gubernur Banten. Perempuan pada dasarnya adalah sama dengan laki-laki. Para feminis percaya bahwa pengalaman, ketertarikan, dan ide-ide perempuan merupakan hal yang sama berharganya dengan laki-laki dan harus diperlakukan dengan keseriusan dan penghormatan

yang sama (Andersen, 1997: 8). Itu mungkin yang menjadi dasar tindakan perempuan berada di ruang publik dan bekerja bersama laki-laki.

Media pada hal ini, merupakan agen untuk turut serta menginformasikan pemberitaan ini. Sebagai media yang memiliki jangkauan luas, ini menjadi sangat mungkin bahwa media memiliki kepercayaan dan peranan penting atas terinformasikannya suatu pemberitaan dalam masyarakat. Bagaimana para politisi perempuan tersebut berada dalam media massa terkait dengan pekerjaannya.

Perempuan dengan segala instrumennya memang menarik untuk diberitakan kepada siapapun terlebih seorang *public figure* atau seorang yang dikenal masyarakat. Perempuan seperti mempunyai nilai yang lebih dalam media dibanding laki-laki. Media dalam bentuk apapun banyak yang terkait dengan keberadaan perempuan di dalamnya. Film, sinetron, iklan, majalah, berita, dan surat kabar. Terdapat beberapa kepentingan-kepentingan yang menjadi alasan mengapa perempuan selalu berada dalam media. Dalam pemberitaan mengenai perempuan, ia selalu dikaitkan dengan keperempuanannya dalam wacananya masing-masing. Menurut Busby, Dominick dan Rauch dalam Sunarto (2009:4), sebagai berikut:

“Perempuan oleh media massa, baik melalui iklan atau berita, senantiasa digambarkan sangat tipikal yaitu tempatnya ada di rumah, berperan sebagai ibu rumah tangga dan pengasuh, tergantung pada pria, tidak mampu membuat keputusan penting, menjalani profesi yang terbatas, selalu melihat pada dirinya sendiri, sebagai obyek seksual/symbol seks, obyek peneguhan pola kerja patriarki, obyek pelecehan dan kekerasan, serta menjalankan fungsi sebagai pengonsumsi barang atau jasa dan sebagai alat pembujuk” (Sunarto 2009: 4).

Hasil penelitian Carroll & Schreiber (Norris, 1997: 131-132) dapat disarikan sebagai berikut:

1. Gambaran perempuan di dunia politik yang disajikan surat kabar menunjukkan bahwa politikus perempuan tampak lebih sensitif, peduli, jujur, dan bisa didekati, sedangkan laki-laki terlihat sebagai pemimpin yang kuat, ambisius, dan keras.
2. Media dianggap menggambarkan politikus perempuan kurang serius dibandingkan dengan politikus laki-laki karena fokus utama bukan pada berbagai isu, melainkan pada penampilan dan keluarga mereka.
3. Jumlah peliputan kampanye yang dilakukan oleh politikus perempuan untuk menduduki kursi di DPR atau DPRD lebih sedikit daripada aktivitas politikus laki-laki.
4. Pemberitaan tentang politikus perempuan lebih sering diletakkan bukan di halaman utama.
5. Pemberitaan tentang politikus perempuan lebih banyak dilakukan oleh jurnalis perempuan daripada laki-laki. Namun bila jurnalis laki-laki yang membuat berita itu maka akan lebih besar kemungkinan berita ini disajikan di halaman satu dan hanya sedikit ditempatkan di halaman lain. Sebaliknya bila jurnalis perempuan yang menulis berita tersebut, kemungkinan untuk dimuat di halaman satu lebih kecil (Komunika Vol 9, No. 2, 2006: 15-19).

Paska mendekamnya Angelina Sondakh dalam Rutan KPK akhir April lalu, pemberitaan dalam surat kabar harian *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*, menyangkut posisi gender sebagai perempuan yang selalu digambarkan penuh kelembutan, kasih sayang, dan subordinasi dari dikotomi gender antara laki-laki dan perempuan. Singkat kata, “wajah” wanita di media massa masih memperlihatkan stereotip yang merugikan: perempuan pasif, bergantung pada pria, didominasi, menerima keputusan yang dibuat oleh pria, dan terutama melihat dirinya sebagai simbol seks (Sobur, 2006: 38). Apa yang dipaparkan Sobur dengan stereotipnya adalah pemahaman yang selama ini berkembang dalam masyarakat Indonesia.

Sehari-hari kita biasa disuguhi berbagai informasi mengenai perempuan yang direpresentasikan secara stereotip dalam media massa.

Perempuan selalu dijadikan objek dalam media. Walaupun perempuan menjadi subjek dalam media (yang melakukan), tetapi tetap saja masih dalam wilayah “objek”. Seperti dikatakan Winship, “dengan membangun posisi subjek bagi perempuan yang menempatkannya dalam kerja domestik patriarkal, pengasuh anak, bersolek, menjadi ibu rumah tangga” (Barker, 2004, 264). Perempuan tetap menjadi objek dalam media termasuk surat kabar.

Wacana yang dibangun media atas perempuan belum mengalami perubahan yang lebih baik. Perempuan yang bekerja di dunia publik tetap harus melakukan aktivitas dirumah domestik. Bagi orang kebanyakan menyebutnya “pengorbanan”. Simone de Beauvoir (1998:42-43) dalam *The Second Sex* mengartikan “pengorbanan” itu adalah bentuk penindasan laki-laki terhadap perempuan. Dengan demikian perempuan pada akhirnya kembali digambarkan menjadi obyek. Media massa terus-menerus menggambar peran-peran berdasarkan gender secara stereotip.

Banyak wacana yang membicarakan hubungan realitas dengan media terutama media massa yang memiliki sifat universal. Intinya bisa disebutkan bahwa apa yang kita baca, dengar, dan pandang di media massa merupakan konstruksi realita yang sesungguhnya. Informasi yang diberikan media massa saat ini bukanlah sebuah informasi yang netral,

tetapi informasi yang telah direkonstruksi dan khalayak tidak lebih dari sekedar penikmat dari informasi yang disajikan (Hamad, 2004: 11). Tentu saja isi dari informasi yang disampaikan tidak akan pernah murni karena selalu ada unsur politik yang terdapat di dalam informasi tersebut. Ketika terjadi sebuah liputan, termasuk pemotretan dan syuting atau pengambilan gambar atau suatu peristiwa, saat itulah telah berlangsung suatu konstruksi. Ketika produksi media massa sampai kepada khalayak sesungguhnya merupakan hasil rekonstruksi realita.

Dalam pandangan Foucault, wacana bisa tercipta lantaran ada berbagai hal-hal yang terkandung di dalamnya. Wacana adalah cerminan dari segala peristiwa sesuai dengan apa yang terjadi di masyarakat, realitas dipahami sebagai perangkat konstruk yang dibentuk melalui wacana. Realitas itu sendiri, menurutnya tidak bisa didefinisikan jika kita tidak mempunyai akses dengan pembentukan struktur diskursif tersebut. Kita mempersepsi dan bagaimana kita menafsirkan obyek dan peristiwa dalam sistem makna tergantung pada struktur diskursif. Sistem diskursif ini membentuk sebuah obyek atau peristiwa terlihat nyata oleh kita. Struktur wacana dari realitas itu, tidaklah dilihat sebagai sistem yang abstrak dan tertutup melainkan berdasarkan atas sebuah realitas yang tersusun atas sistem diskursif (Eriyanto, 2001: 73).

Seperti kita ketahui bersama, Indonesia merupakan negara yang majemuk. Dalam hal ini, ada beberapa golongan yang masih menganut sistem patriarki yang kuat. Dengan demikian kepekaan gender hanya dapat

dimulai dari perspektif mengenai ketidak-adilan struktural. Pengungkapan perempuan tanpa perspektif gender dapat melahirkan eksploitasi untuk tujuan ekonomi (komodifikasi) perempuan. Penampilan perempuan di media massa dapat dilihat dari makna yang terkandung secara intrinsik dalam muatan informasi yang merendahkan perempuan, yaitu menjadikan perempuan sebagai obyek dari pihak yang berkuasa khususnya ekonomi. Wacana yang merendahkan posisi perempuan ini ada yang bersifat terbuka (*overt*) dan manifes, sehingga mudah diidentifikasi, seperti eksploitasi bagian tubuh dalam konteks seksual dan tujuan sensualitas. Sementara ada pula bersifat tertutup (*covert*) dan tersembunyi (*latent*), seperti eksploitasi tubuh perempuan; kecantikan, kerampingan, kulit lebih putih, dalam konteks komersialisme

(<http://ashadisiregar.files.wordpress.com/2008/08/potret-perempuan-dalam-film.pdf> diakses pada 2 Agustus 2012 4:44). Dengan demikian komodifikasi khususnya yang berkaitan dengan perempuan dapat diidentifikasi dari kecenderungan informasi, apakah menitik-beratkan pada bagian atau keadaan fisik tubuh, bukan pada figur (*figure*) personifikasi dan peran sosialnya. Dengan demikian, konstruksi yang dibangun berkaitan dengan perempuan dapat diidentifikasi dari kecenderungan informasinya.

Keterkaitan wacana dengan media memang tidak bisa dipisahkan, media merupakan ruang dimana wacana tersebut dapat dikonsumsi. Tidak bisa dipungkiri media sendiri telah banyak membangun citra-citra baru

dalam masyarakat, media massa juga merupakan mesin angkut dan media produksi daya hidup yang sangat luar biasa berpengaruh bagi masyarakat. Media seperti mampu menjadi sebuah magnet kesadaran dan citra diri atas apa yang harus dilakukan individu atau kelompok (Narwaya, 2009: 204). Sehingga apa yang dibawa dan apa yang disusun dalam pesan-pesan di media sangat ditentukan oleh kepemilikan kekuasaan atas media massa (pemilik media).

Dalam penelitian ini, penulis ingin melihat kembali bagaimana politisi perempuan, Angie di konstruksi oleh media dan mengapa media melakukan hal itu. Surat kabar *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* menjadi obyek studi dalam penelitian ini. Sebab, kedua surat kabar lokal tersebut yang terakhir muncul di kancah media massa lokal di Jogjakarta.