

BAB II

PENELITIAN TERDAHULU DAN GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

1. Penelitian Terdahulu

Pada bab kedua ini, penelitian menunjukkan beberapa hasil penelitian terdahulu. Belum banyak penelitian terdahulu yang membahas program-program *talk show* yang ada di Indonesia. Ada beberapa peneliti yang menulis dan membahas program *talk show*, seperti yang akan di uraikan peneliti di bawah ini.

Pertama, penelitian yang disusun oleh Dewi Lagawati Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, angkatan 2013. Dengan judul penelitian **Alih Kode Dalam Acara *Talk Show* “Show Imah” Di Trans TV** dalam penelitiannya mendeskripsikan jenis alih kode dalam acara *talk show* “Show Imah” di Trans TV. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor penyebab terjadinya alih kode. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah bahasa yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam acara *talk show* “Show Imah” di Trans TV.

Penelitian ini difokuskan kepada permasalahan yang berkaitan dengan fenomena alih kode pada komunikasi antara pembawa acara dan bintang tamu beserta faktor-faktor penyebab terjadinya alih kode dalam acara tersebut. Data penelitian diperoleh dengan teknik simak, rekam dan catat.

Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Keabsahan data diperoleh melalui ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Kedua, penelitian yang disusun oleh Renata Rhisma Ajeng Kirana Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, angkatan 2015 Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni. Judul penelitian **Register Seksualitas dalam Acara *Talk Show* “Sexophone” di Trans TV**. Dalam penelitiannya beliau menjelaskan menganalisis bentuk istilah seksual, makna istilah seksual, dan gaya bahasa seksual dalam acara *talk show Sexophone* di Trans TV. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan : bentuk register istilah seksual, makna register istilah seksual, gaya bahasa seksual, dalam acara *talk show Sexophone* di Trans TV. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah acara *talk show Sexophone* di Trans TV yang pernah tayang setiap Kamis-jumat pukul 00.00-01.00. Objek penelitian ini berupa keseluruhan data yang berhubungan dengan istilah seksual oleh pengisi acara *talk show Sexophone* di Trans TV.

Data diperoleh dengan metode simak dan teknik lanjutan. Instrumen penelitian ini menggunakan *human instrument*, yaitu peneliti sendiri terlibat langsung dalam pengambilan data. Peneliti menonton, mentranskrip data, kemudian menganalisis semua istilah yang muncul dalam acara *talk show Sexophone* di Trans TV. Data dianalisis dengan metode padan dan metode agih. Teknik analisis data dilakukan dengan

cara mengelompokkan data sesuai dengan ciri tertentu yang ditentukan kemudian disajikan dalam bentuk tabel.

Ketiga, dengan judul penelitian **Analisis Program *Talk Show* Mata Najwa Episode Sengketa Iman**, yang ditulis dan disusun oleh Muhammad Rizal, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Penjelasan dalam penelitiannya beliau memaparkan Mata Najwa adalah program *in depth talk show* unggulan Metro TV yang dipandu oleh Najwa Shihab. Dalam setiap episodanya Najwa berusaha menyajikan tayangan yang kritis, berbobot dan selalu menghadirkan tokoh-tokoh utama. Peneliti tertarik untuk meneliti program ini karena merupakan program *Talk Show* unggulan di Metro TV. Di sisi lain, bagaimana proses menjaga konsistensinya dalam mengemas produksi untuk mempertahankan sebagai program unggulan. Menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk memperoleh pemahaman tahapan, melalui pendekatan kualitatif peneliti menjelaskan penjabaran isi materi Mata Najwa. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi partisipan, dan dokumentasi analisis data deskriptif.

Dari penelitian terdahulu yang telah peneliti tuliskan di atas, dapat diketahui bahwa selama ini belum banyak penelitian dibidang ilmu komunikasi khususnya penelitian program *talk show* yang menggunakan metode analisis wacana kritis. Sehingga penelitian yang dilakukan peneliti saat ini merupakan hal yang berbeda dan akan menambah khazanah penelitian terkhusus dalam kajian ilmu komunikasi.

Peneliti akan membedah isu-isu yang terjadi terhadap kaum perempuan dalam tayangan *talk show Curahan Hati Perempuan* menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough, sehingga hasil penelitian ini akan memberi warna baru bagi kajian media terutama dalam jenis tayangan *talk show* yang mengangkat isu-isu perempuan. Analisis wacana kritis akan lebih dalam mengupas bagaimana sebenarnya posisi perempuan yang di tampilkan dalam program *Curahan Hati Perempuan* yang di siarkan TRANS TV

Peneliti melihat bahwa media televisi, terkandung nilai-nilai tersembunyi di balik tayangan “Curahan Hati Perempuan”. Kepemilikan media juga merupakan hal yang mempengaruhi dalam wacana konstruksi gender yang dihadirkan program *Curahan Hati Perempuan*. Selain itu bagaimana budaya di Indonesia mempengaruhi proses terjadinya konstruksi gender dalam *talk show* CHP. Peneliti juga akan membahas lebih dalam yaitu mengenai konstruksi gender yang ada di Indonesia, antara laki-laki dan perempuan dalam wacana di media. Hal ini tentu akan memberikan wacana yang baru dalam penelitian mengenai program *talk show* serta bisa menambah daftar penelitian kualitatif yang mengkaji teks dan wacana yang terdapat dalam program televisi *talk show* yang ada di Indonesia.

2. Perkembangan Konstruksi Gender di Indonesia.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut sistem patriarki. Patriarki merupakan sebuah sistem sosial di mana laki-laki merupakan superior dalam sebuah hirarki, mendominasi, dan mengeksploitasi perempuan. Definisi patriarki tersebut merujuk bahwa perempuan merupakan subordinat dalam sebuah hirarki. Patriarki merupakan sebuah sistem dominasi dan superioritas laki-laki, sistem kontrol terhadap perempuan, dalam mana perempuan dikuasai (Bhasin, 1996:3).

Budaya patriarki melekat dengan ideologi yang menyatakan bahwa laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan, bahwa perempuan harus dikontrol oleh laki-laki dan perempuan juga bagian dari milik laki-laki (Bhasin, 1996:4). Melalui budaya patriarki itulah yang menciptakan konstruksi sosial yang tersusun sebagai kontrol atas perempuan dan laki-laki yang berkuasa penuh mengendalikan hal tersebut. Sistem inilah yang kemudian di terapkan dan menjadi budaya di Indonesia.

Terciptanya budaya patriarki karena adanya perbedaan gender, secara mendasar, gender jelas berbeda dari dengan jenis kelamin biologis. Serta yang membedakannya adalah laki laki memiliki sifat maskulin dan perempuan identik dengan sifat feminin yang dibangun oleh kultur atau budaya yang ada di Indonesia. Hal yang menarik mengenai peran gender adalah, peran-peran tersebut berubah seiring waktu dan menyebabkan perbedaan antara satu kultur dengan kultur lainnya. Peran itu juga di pengaruhi oleh kelas sosial, usia, dan latar belakang etnis. Gender juga

dapat menentukan akses kita terhadap pendidikan, kerja, alat-alat dan sumber daya yang diperlukan untuk industri dan ketrampilan (Julia Suryakusuma, 1996:05). Peneliti akan menjelaskan dan menguraikan sejarah konstruksi gender yang terjadi terhadap perempuan dari Era Orde Lama, Orde Baru, Dan Era Reformasi.

2.1. Perempuan pada Era Orde Lama (1950-1959)

Tahun 1945, Bangsa Indonesia memproklamkan kemerdekaannya dengan di dahului agresi militer I dan II. Era 1950-1959 atau yang dikenal dengan Orde Lama. Pada masa itu Presiden Soekarno yang merupakan Presiden pertama Indonesia menggunakan sistem pemerintahan sistem konstitusi UUDS (Undang-Undang Dasar Sementara) yang menganut sisten kabinet parlementer di Indonesia. Orde Lama berlangsung dari tanggal 17 agustus - 6 juli 1959. Setelah dibentuknya UUDS yang masih bersifat sementara oleh Presiden Soekarno. Posisi perempuan saat itu mempunyai hak dipilih dan memilih serta bebas untuk berekspresi ruang publik (Ridjal Fauzie, 1993: 89).

Pada zaman orde lama (1950-1959) atau dibawah kepemimpinan Presiden Soekarno perempuan sangat produktif dalam berbagai aspek sistem sosial masyarakat dan perempuan juga bisa bebas berekspresi ke ranah publik. Semua itu tak lepas dari peran Soekarno yang memberi kebebasan pada perempuan kala itu. Pada zama orde lama Soekarno tak lepas dari berbagai pemberitaan yang mengaitkannya dengan sejumlah perempuan di sekelilingnya.

Presiden Soekarno memiliki 9 orang istri : Oetari (1921–1923), Inggit Garnasih (1923–1943), Fatmawati (1943–1956), Hartini (1952–1970), Kartini Manoppo (1959–1968), Ratna Sari Dewi (1962–1970), Haryati (1963–1966), Yurike Sanger (1964–1968), Hedy Djafar (1966–1969).¹ Diantara 9 istri dari Soekarno, Sosok Ibu Fatmawati yang sangat membekas sampai saat ini karena beliau merupakan istri pertama Soekarno dan Ibu Negara pertama saat Indonesia Merdeka. Beliau juga dikenal sebagai penjahit bendera pusaka merah putih, yang dikibarkan pada saat Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945.

Sebagai seorang Ibu Negara, Ibu Fatmawati sering sekali mendampingi Bung Karno dalam kunjungan ke berbagai wilayah Republik Indonesia untuk membangkitkan semangat perlawanan rakyat terhadap Belanda, dan mengikuti kunjungan Presiden Soekarno ke berbagai Negara sahabat. Peran serta seorang perempuan dalam pembangunan telah ditunjukkan oleh Ibu Fatmawati, beliau sering melakukan kegiatan sosial, seperti aktif melakukan pemberantasan buta huruf, mendorong kegiatan kaum perempuan, baik dalam pendidikan maupun ekonomi. Ibu Fatmawati mendapatkan banyak simpati, karena sikapnya yang ramah dan mudah bergaul dengan berbagai lapisan masyarakat. Beliau merupakan perempuan hebat dibalik kepemimpinan Soekarno saat itu. Atas jasa-jasanya pada negara, Ibu

¹ (<http://www.bintang.com/lifestyle/read/2188798/mengenal-9-istri-sang-proklamator-ir-soekarno> di akses 2 Juni 2016 pada pukul 20.21 WIB).

Fatmawati diberi gelar Pahlawan Nasional berdasarkan SK Presiden Republik Indonesia No. 118/TK/Tahun 2000, tanggal 4 November 2000.²

Di media seperti film, iklan dan sebagainya perempuan sangatlah produktif pada era orde lama. Film menjadi sarana hiburan yang sangat digemari pada era itu. Film-film barat mulai masuk ke Indonesia melalui majalah-majalah dari luar negeri yang masuk ke Indonesia seperti Majalah *De Lach* dari Negeri Belanda. Pada Era 50-an konstruksi seorang laki-laki ideal digambarkan menggunakan pakaian jas, serta berkopiah yang menunjukkan bahwa orang Republik dan konstruksi perempuan digambarkan dengan bertubuh sintal, dan memakai kebaya. Sebab kopiah dan kebaya merupakan pakaian yang menunjukkan nasionalisme saat itu (Didit, 2015: 34-35).

Perempuan di tampilkan pertama kalinya pada media massa, yakni melalui media iklan. Iklan pada tahun 1950-an yang didominasi oleh iklan kaum perempuan. Perempuan dalam iklan ini divisualisasikan memakai kain kebaya, rambut disanggul, wajah tipe pribumi. Dan pria memakai setelan jas seperti orang Barat, namun memakai kopiah untuk menunjukkan identitas nasionalisme pada saat itu. Dari cerita yang dimuat dalam iklan tersebut dapat diketahui bahwa tema film yang diangkat adalah percintaan yang berlatar belakang kelas dan profesi (Didit, 2015 : 54).

² (<http://www.tokohindonesia.com/biografi/article/295-pahlawan/1176-penjahit-bendera-pusaka> diakses 02 Juni 2016, pada pukul 21.22 WIB)



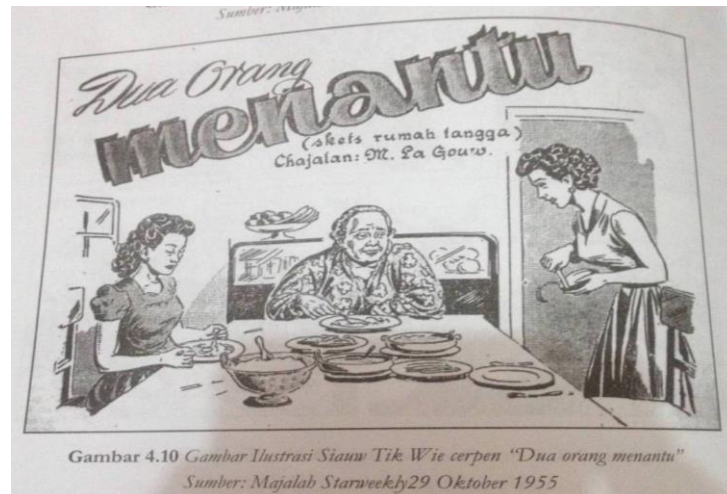
Gambar 1. Iklan Film “Pengorbanan” Produksi Persari Films.

Sumber : Buku Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Hal.53

Di Era kepemimpinan Presiden Soekarno perempuan bisa bergerak bebas tanpa adanya kesenjangan sosial dari pihak laki-laki. Dunia periklan saat itu menjadi sangat cepat berkembang dikarenakan adanya kebebasan pers pada sistem pemerintahan kala itu. Tidak hanya iklan-iklan film di dominasi oleh perempuan tak terkecuali mulai dari iklan-iklan di koran, majalah, cerita pendek (cerpen).

Contoh dari cerita pendek (cerpen) yang berjudul “Dua orang Menantu” yang bercerita mengenai tiga orang wanita, di kiri duduk seorang wanita mudah sedang makan, di tengah duduk wanita sudah lanjut usia. Di sebelah kanan seorang wanita berdiri sambil mengupas buah mangga, badannya sedikit membungkuk kearah wanita lanjut usia. Wanita muda di sebelah kiri menggunakan gaun berlengan pendek, dan yang di sebelah kanan gaun tanpa lengan atau yang pada masa itu di kenal dengan istilah

“you can see”. Rambut keduanya di gambarkan keriting. Wanita lanjut usia mengenakan baju lengan panjang bermotif kembang-kembang dan rambut disisir ke belakang (Didit, 2015: 58).



Gambar 2. Ilustrasi Siauw Tik Wie cerpen “Dua orang menantu”

Sumber : Buku Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Hal.60

Untuk mengetahui pola visualisasi iklan berdasarkan versi. Karena dapat terjadi 1 versi iklan terbit beberapa kali dalam satu kurun waktu dan sekaligus pada beberapa media cetak, baik majalah maupun koran. Berikut ini jenis-jenis iklan pada era 50-an adalah berdasarkan pada kategori produk yang diiklankan. Dari 200 sampel iklan majalah dan koran yang di terbitkan pada tahun 1950-1957, iklan margain ada 37 versi iklan, iklan kosmetik 22 versi, obat 19 versi, sabun mandi 18 versi, jamu 17 versi, pasta gigi 15 versi, minyak rambut 9 versi, mesin jahit dan pakaian masing-masing 8 versi, sabun cuci 7 versi, oat, sampo dan salon masing-masing 5 versi iklan, iklan toko radio 4 versi, batik 3 versi, penerbangan 2 versi, buku 2 versi, ban, cat. Perusahaan ekspor impor, kertas rokok,

sepeda, seterika, teh dan tepung kelapa masing-masing 1 versi (Didit, 2015:68).

Kebebasan berpendapat dan berekspresi perempuan di ranah publik tak lepas dari peran serta R.A Kartini dan Presiden Soekarno. Selain itu, Presiden Soekarno juga yang menetapkan bahwa tanggal 22 Desember sebagai Hari Ibu. Hari Ibu bermula dari pelaksanaan Kongres Perempuan yang pertama, pada tanggal 22-25 Desember 1928 kongres yang digelar di kota Yogyakarta. Saat itu, sebanyak 30 organisasi perempuan dari 12 kota di Jawa dan Sumatera ikut dalam pertemuan yang kemudian dikenal dengan nama Kongres Wanita Indonesia (KOWANI).

Peringatan Hari Ibu setiap tanggal 22 Desember, telah ditetapkan oleh mantan Presiden Soekarno melalui Dekrit Presiden Nomor 316 Tahun 1959 pada tanggal 16 Desember 1959. Oleh karena itu, Hari Ibu ini selalu diperingati secara Nasional di seluruh nusantara setiap tahunnya. Hari Ibu diperingati sebagai apresiasi kepada perempuan-perempuan serta sebagai hari gerakan perempuan di Indonesia. Sebelumnya, penetapan tanggal 22 Desember sebagai Hari Ibu, telah dicetuskan pada kongres KOWANI yang ke-3 yang diadakan di Bandung pada 22 Desember 1938. Penetapan tanggal ini bertujuan untuk menjaga semangat kebangkitan perempuan Indonesia secara terorganisasi dan bergerak sejajar dengan kaum pria.

Perkembangan gerakan-gerakan dan organisasi-organisasi wanita pada Era Orde Lama tidak lepas dari perjuangan R.A Kartini pada Era Pra Kemerdekaan, Melalui jasa-jasa beliau yang telah memperjuangkan hak-

hak persamaan antara perempuan dan laki-laki. Agar perempuan bisa mendapatkan pengajaran dan juga pendidikan, terutama bagi anak-anak gadis pribumi karena pada waktu itu anak-anak gadis bumi putera masih di batasi oleh kultur budaya dan adat istiadat daerah (Ridjal Fauzie, 1993:88).

Menurut R.A Kartini kedudukan wanita pribumi masih tertinggal jauh atau memiliki status sosial yang cukup rendah. R.A Kartini memajukan wanita Indonesia melalui pendidikan. Untuk itu, beliau mendirikan sekolah bagi gadis-gadis di Jepara, karena pada saat itu ia berdomisili di Jepara. R.A Kartini memberi perhatian khusus pada masalah emansipasi wanita melihat perbandingan antara wanita eropa dan wanita pribumi. Selain itu ia juga menaruh perhatian pada masalah sosial yang terjadi. Menurutnya, seorang wanita perlu memperoleh persamaan, kebebasan, otonomi serta kesetaraan hukum.

Cita-cita luhur R.A Kartini adalah ia ingin melihat perempuan pribumi dapat menuntut ilmu dan belajar seperti sekarang ini. Gagasan-gagasan baru mengenai emansipasi atau persamaan hak wanita pribumi oleh Kartini, dianggap sebagai hal baru yang dapat merubah pandangan masyarakat. RA Kartini perempuan pertama di Indonesia yang berani menyuarakan kesetaraan gender antara laki-laki dan perempuan, melalui pemikiran Kartini bahwa menjalani hidup sebagai seorang perempuan tidak harus selalu berada di rumah (domestik).

Untuk mengenang jasa dan perjuangan Kartini pada zaman itu, Presiden Soekarno, melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia No.108 Tahun

1964, tanggal 2 Mei 1964, yang menetapkan Kartini sebagai Pahlawan Kemerdekaan Nasional sekaligus menetapkan hari lahir Kartini, tanggal 21 April untuk diperingati setiap tahun sebagai hari besar yang kemudian dikenal sebagai Hari Kartini. Bahkan lagu Ibu Kita Kartini yang diciptakan oleh W.R. Supratman menjadi salah satu lagu Nasional saat ini.³

Hasil jerih payah, perjuangan dan pengorbanan R.A Kartini memberikan dampak positif bagi perempuan Indonesia sampai saat ini. Setelah R.A Kartini wafat mulailah timbul organisasi-organisasi perempuan yang bertujuan sama, memberikan pendidikan bagi gadis-gadis pribumi untuk menjadi cerdas. Didirikan sekolah-sekolah khusus untuk anak perempuan dan banyaknya berdiri organisasi-organisasi perempuan (1993:88).

Peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwasannya sistem pemerintahan pada Era Orde Lama perempuan di beri wadah untuk berperan aktif dalam segala bidang baik itu pertelevisian, perfilman, dan pemerintahan. Hal itu tidak lepas dari peran serta Presiden saat itu yakni Presiden Soekarno. Beliaulah Presiden yang membuka persamaan kesetaraan gender antara laki-laki dan perempuan, yang menjadikan perempuan dan laki-laki memiliki hak-hak yang sama untuk berperan aktif dalam ranah publik terutama untuk kepentingan kemajuan bangsa dan negara.

³ (<http://www.biografipahlawan.com/2014/11/biografi-ra-kartini.html> di akses pada 30 Mei 2016 Pukul 23:09 WIB).

2.2. Perempuan pada Era Orde Baru (1966-1998)

Pemerintahan di masa Orde Baru yang dipimpin oleh Soeharto mempunyai karakteristik yang berbeda dari pemerintahan di masa Orde Lama. Orde Baru yang bersifat otoriter mempunyai kekuasaan penuh atas pemerintahan Indonesia saat itu. Tidak ada yang berani untuk menentang apa yang menjadi keinginan Presiden Soeharto pada saat itu. Tidak ada ruang untuk menyuarakan pendapat rakyat dan semua tunduk terhadap apa yang telah dimandatkan oleh Soeharto. Semua berada dalam kendali keotoriteran Soeharto.

Orde Baru merupakan era pemerintahan yang menggantikan Orde Lama yang dipimpin oleh Presiden Soekarno. Orde Baru berkuasa selama 33 tahun dari tahun 1965-1998 secara sewenang-wenang sehingga terjadi banyak pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM) yang dilanggar. Orde Baru berkuasa sangat lama karena mampu memelihara stabilitas politik melalui dua strategi pokok, yakni strategi diskursif dan bangunan institusional.

Terutama bagi kaum perempuan, berbagai macam pandangan tentang perempuan di masyarakat yang menimbulkan pro dan kontra saat itu. Perempuan masih dianggap tabu untuk melakukan hal-hal yang biasanya dilakukan oleh kaum pria pada era Orde Baru. Perempuan dianggap lemah sering dimarginalkan dalam masyarakat. Kodrat kaum perempuan hanya dianggap sebagai seorang istri, atau ibu rumah tangga saja pada masa itu. Sehingga apabila perempuan ingin berperan dalam segala aspek tidak

dianggap dan terutama dalam hal politik masih sangat dipertimbangkan untuk mendapatkan hak memilih dan dipilih.

Buruknya sistem pemerintahan pada masa Orde Baru membuat perempuan yang sering terdiskriminasi menciptakan perubahan dan perempuan tidak bebas mengeluarkan pendapat dalam ranah publik pada masa itu. Kaum perempuan kemudian membentuk organisasi-organisasi yang diharapkan dapat mensaranai hak-hak mereka, karena mereka juga menginginkan pergantian bentuk pemerintahan yang lebih demokratis, salah satunya dengan melindungi hak-hak manusia terutama bagi perempuan. Meskipun demikian, hasilnya kurang maksimal karena masih adanya kontrol dari rezim Presiden Soeharto.

Organisasi-organisasi perempuan hadir pada era Orde Baru. Organisasi perempuan pada era Orde Baru, mempunyai sikap dan peran politik menolak kooperasi Orde Baru yang di pimpin oleh Soeharto. Selain itu organisasi perempuan bertujuan untuk membela dan membawa suara perempuan yang diacuhkan di era Orde Baru. Organisasi-organisasi perempuan yang bermunculan tersebut mengangkat derajat kaum perempuan yang termarginalkan pada era kepemimpinan Presiden Soeharto agar keberadaan kaum perempuan menjadi lebih diperhitungkan.

Salah satu organisasi perempuan pertama, yang didirikan setelah kemerdekaan adalah PERWARI (Persatuan Wanita Republik Indonesia) dan GERWANI (Gerakan Wanita Indonesia) merupakan organisasi wanita yang terhubung dengan PKI. Terjadi ketegangan antarorganisasi ini,

sebagian dari anggotanya terkait dengan organisasi-organisasi politik yang dikuasai saat itu. Ketegangan ini diselesaikan secara semu dengan dilakukannya pembasmian GERWANI (Suryakusuma, 2011:16-17).

Akan tetapi bertambahnya “kebebasan” ini tidak lepas dari kontrol pemerintah. KOWANI (Kongres Wanita Indonesia) di pilih pemerintah Orde Baru untuk menjadi induk dari semua organisasi perempuan, mulai dari organisasi profesional, sosial, keagamaan, sampai organisasi-organisasi fungsional. KOWANI bukanlah organisasi baru, organisasi ini didirikan pada tahun 1928 di zaman pergerakan Nasional sebagai organisasi-organisasi wanita terpelajar.

Perkembangan organisasi perempuan semakin tampak setelah lahirnya Kongres Wanita Indonesia (KOWANI) pada tahun 1945. Kowani merupakan “reinkarnasi” dari organisasi perempuan yang didirikan pada tahun 1928, yaitu Perikatan Perkumpulan Perempuan Indonesia (PPPI). KOWANI merupakan organisasi yang bertujuan dalam berbagai kegiatan pendidikan dan amal. KOWANI mendapatkan pengesahan resmi dari pemerintah dalam Panca Dharma Wanita, yaitu :

1. Wanita sebagai pendamping setia suami
2. Wanita sebagai pencetak generasi penerus bangsa
3. Wanita sebagai pendidik dan pembimbing anak
4. Wanita sebagai pangatur rumahtangga
5. Wanita sebagai anggota masyarakat yang berguna.

Dengan demikian KOWANI berhenti sebagai organisasi independen kaum wanita. Ia membiarkan dirinya dicetak mengikuti budaya “ikut suami” yang merupakan salah satu ciri pokok “ibuisme negara”

(Juliakusuma 2011:17). Ibuisme negara merupakan istilah yang ditemukan oleh Madelon Djajadiningrat, sebagai ideologi yang mendukung setiap tindakan yang diambil oleh ibu yang mengurus keluarga, kelompok, kelas perusahaan atau negara, tanpa kekuasaan atau *prestice* sebagai imbalan. Ibuisme sebuah konsep kultural (Djajadiningrat dalam Surya Juliakusuma, 2011:137).

Di era Orde Baru posisi perempuan di ubah oleh sistem Pemerintahan Soeharto. Peranan perempuan hanya dijadikan sebagai pelengkap bagi sistem pemerintahan dan negara saat itu. Sudah menjadi keharusan pemerintahan otoriter memobilisasi kelompok-kelompok sosial untuk mencapai tujuan Soeharto. Pemerintahan orde baru tidak hanya memobilisasi, tetapi juga melatih dan mendanai organisasi-organisasi wanita terkemuka. Sejak pemerintah Orde Baru berkuasa, kebijakan dan program organisasi-organisasi wanita dipaksa mendukung tujuan pembangunan pemerintah (Julia Suryakusuma, 2011:19).

Selain itu terjadinya perbedaan cara memperingati Hari Ibu pada era kepemimpinan Soeharto. Hari Ibu di peringati dengan cara memakai pakaian kebaya, mengadakan lomba masak, lomba berdandan, dan lainnya yang bersifat seremonial bagi perempuan, baik tua maupun muda. Di era Orde Baru, peringatan Hari Ibu telah melenceng dari sejarahnya sendiri. Hari Ibu itu ditetapkan berkaitan dengan peran politik kaum perempuan pada Era Soekarno yang merupakan awal dari sebuah gerakan perempuan.

Tapi, interpretasi kita saat ini dalam memperingati Hari Ibu sudah

meleset, menjadi harinya mamak-mamak (ibu-ibu). Peringatan Hari Ibu yang dilakukan zaman sekarang, tidak lagi tepat jika dikaitkan dengan sejarahnya, karena tidak lagi diperingati sebagai hari gerakan perempuan. Bahkan, peringatan Hari Ibu saat ini bisa mengkerdilkan gerakan perempuan zaman dulu.

Pergeseran makna Hari Ibu saat ini, akibat dari rezim Orde Baru. Pada awal kekuasaannya Orde Baru menghancurkan partisipasi perempuan dengan membubarkan organisasi-organisasi perempuan, salah satunya adalah Gerakan Wanita Indonesia (GERWANI). Setelah dihancurkan munculah organisasi-organisasi perempuan yang baru, seperti Dharma Wanita bagi istri Pegawai Negeri Sipil (PNS), Dharma Pertiwi bagi istri yang suaminya bekerja di salah satu cabang angkatan bersenjata. Satu organisasi lagi adalah untuk program kesejahteraan keluarga, yaitu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga). Semua organisasi Orde Baru ini, digunakan sebagai alat untuk mengontrol kehidupan kaum perempuan.

Dharma Wanita, secara resmi didirikan pada tanggal 5 Agustus 1974. Jika mulanya Dharma Wanita merupakan federasi dari organisasi-organisasi anggota, setelah diresmikan Dharma Wanita menjadi organisasi tunggal (Julia Suryakusuma, 2011:20). Dharma Wanita merupakan organisasi yang mewadahi bagi semua isteri Pegawai Negeri Sipil (PNS). Sejak itulah Dharma Wanita diarahkan sejalan dengan birokrasi Negara pada era Orde Baru dan tujuannya adalah :

- a. Memajukan kegiatan istri pegawai negeri sipil negeri Republik Indonesia dalam rangka mengembangkan kesadaran dan tanggungjawab kepada bangsa.
- b. Mengembangkan perasaan solidaritas dan kebersamaan untuk meningkatkan kesadaran kemasyarakatan, kesadaran sebagai keluarga kesatuan dan persatuan istri-istri pegawai negeri republik Indonesia.
- c. Mengintegrasikan kegiatan-kegiatan istri pegawai negeri Republik Indonesia agar sejalan dan sesuai dengan tugas pegawai negeri Republik Indonesia sebagai aparat dan abdi negara.
- d. Meningkatkan dan kemasyarakatan (Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Dharma Wanita (Suryakusuma, 2011:20-21).

Muatan “ibuisme negara” tercantum jelas dalam kutipan-kutipan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Dharma Wanita di atas, dengan instruksi dan arahan yang sangat terarah dari pihak atasan pemerintah saat itu membuat Dharma Wanita hanya dijadikan sebagai embel-embel negara. Sebab pada kenyataannya aturan-aturan Dharma Wanita tidak memberi ruang kepada perempuan untuk melaksanakan otonominya, hak-haknya dalam mengekspresikan kepentingan-kepentingan yang sesuai dengan realitas sosial masyarakat saat itu karena era Orde Baru, Indonesia mengalami masa yang disebut arivia sebagai masa paling menindas bagi kaum perempuan karena disebabkan adanya campur tangan negara dalam menentukan kriteria “perempuan baik-baik”.

Dengan dilakukannya pembubaran dan penghancurkan semua organisasi perempuan yang didirikan pada masa Soekarno karena dianggap terlibat dengan PKI. Sebagai gantinya, pemerintahan saat itu mendirikan organisasi Dharma Wanita dan PKK yang menekankan perempuan dalam peran sosialnya sebagai istri, ibu, dan ibu rumah tangga agar perempuan kembali ke jalan yang benar. Suryakusuma dalam bukunya “Ibuisme

Negara: Konstruksi Sosial Keperempuan Orde Baru, menggunakan konsep “pengiburumahtangaan” (*housewifization*) dari Maria Mies (1986) dan “Ibuisme” dari Madelon Djajadiningrat (1987) untuk menjelaskan konstruksi Orde Baru mengenai keperempuan Indonesia.

Dijelaskan Suryakusuma (2011:1-10) “pengiburumahtangaan” merupakan proses perempuan didefinisikan sebagai ibu rumah tangga, tanpa mengindahkan apakah ia benar-benar ibu rumah tangga atau tidak. Implikasi dari definisi tersebut adalah, perempuan hanya dilihat sebagai pasangan dari laki-laki yang mencari nafkah, dan secara ekonomi, perempuan ditempatkan sebagai manusia yang tidak produktif, bergantung kepada pendapatan suami, dan melakukan semua pekerjaan rumah tangga secara “cuma-cuma”. Pengiburumahtangaan adalah strategi yang digunakan oleh kapitalis untuk mereproduksi tenaga kerja (buruh) laki-laki dan agen-agen konsumen melalui “pendomestikan” atau “penjinakkan” perempuan dalam peran mereka sebagai ibu rumah tangga.

Sedangkan Ibuisme merupakan ideologi yang mendefinisikan perempuan sebagai ibu, dan dukungan terhadap semua konsekuensi dari definisi tersebut yang meliputi: tidak bisanya perempuan berdiri atas identitasnya sendiri karena selalu berada dalam hubungan dengan sesuatu (keluarga, komunitas, negara) atau seseorang (anak, suami, bapak), dan tugas untuk mengurus keluarga, kelompok, maupun negara tanpa mengharapkan imbalan apapun. Suryakusuma lalu menjelaskan bahwa, jika nilai-nilai ideologi gender yang mengandung unsur

“pengiburumahtangaan” dan “ibuisme” ini digabungkan, maka akan mengarah pada domestikasi, situasi dimana perempuan mengalami penjinakkan, segregasi, dan depolitisasi. Kaitannya dengan kapitalisme, perempuan mengalami penjinakan ketika negara menggunakan ideologi gender yang memandang perempuan bukan pencari nafkah utama untuk membenarkan perbedaan upah antara 30 hingga 40 persen lebih rendah dibanding laki-laki untuk pekerjaan yang sama, sebagai daya tarik bagi investor asing untuk menanamkan modal.

Dibuatnya Kementerian Urusan Peranan Wanita merupakan bentuk segregasi kebijakan dan praktik yang memisahkan urusan perempuan dengan urusan laki-laki. Sedangkan depolitisasi perempuan terlihat dari konsep “massa mengambang”, dimana perempuan dibebaskan dari urusan politik, dan hanya terlibat satu kali dalam lima tahun dalam Pemilihan Umum. Manipulasi lain yang dilakukan negara terhadap perempuan pada era Orde Baru adalah pendefinisian utama mereka dalam kategori sebagai istri. Dalam konteks ini, negara mengontrol pegawai negeri sipil laki-laki, yang kemudian mereka mengontrol istri mereka masing-masing, yang akan mengontrol anak-anak mereka dan istri-istri pegawai negeri sipil yang lebih muda melalui organisasi yang didirikan oleh negara yang wajib diikuti.

Dalam organisasi ini, posisi perempuan tidak ditentukan oleh kemampuan atau prestasi mereka, tapi mengikuti hierarki jabatan suami. Hal ini disebut Suryakusuma sebagai merefleksikan gagasan mengenai

perempuan untuk melayani suami, keluarga, dan negara yang dirangkum dalam *Panca Dharma Wanita*, yaitu: “pendamping laki-laki, pembawa keturunan dan pendidik anak, pengelola rumah tangga, pencari nafkah, dan sebagai anggota masyarakat” (Suryakusuma, 2011: 112).

Peneliti dapat memberi kesimpulan, pada era Orde baru perempuan sama sekali tidak diberi ruang publik. Pemerintahan di masa Orde Baru yang dipimpin oleh Soeharto bersifat otoriter mempunyai kekuasaan penuh atas pemerintahan Indonesia saat itu. Pada kenyataannya perempuan lah yang paling banyak mengalami ketidakadilan dan hanya dijadikan sebagai pelengkap laki-laki dan negara pada Era Soeharto.

2.3. Perempuan pada Era Reformasi (1998 - sekarang)

Era Pasca Soeharto atau Era Reformasi di Indonesia dimulai pada pertengahan 1998, tepatnya saat Presiden Soeharto mengundurkan diri pada 21 Mei 1998 dan digantikan wakil Presiden BJ Habibie. Akibat krisis finansial Asia, yang menyebabkan ekonomi Indonesia melemah dan semakin besarnya ketidakpuasan masyarakat Indonesia terhadap sistem pemerintahan yang dipimpin oleh Presiden Soeharto serta menyebabkan demonstrasi besar-besaran yang dilakukan berbagai aksi mahasiswa di berbagai wilayah di Indonesia. Pemerintahan Soeharto semakin menjadi sorotan setelah Tragedi Trisakti pada tanggal 12 Mei 1998 yang kemudian memicu kerusuhan Mei 1998. Gerakan mahasiswa meluas hampir diseluruh Indonesia. Di bawah tekanan yang besar baik dalam maupun luar

negeri, Presiden Soeharto akhirnya memilih untuk mengundurkan diri dari jabatannya.

Pada Era Reformasi, sistem pemerintahan semakin demokratis terutama bagi kaum perempuan saat itu. Pemberdayaan perempuan semakin menemukan jalannya. Secara kuantitas peran perempuan di ranah pemerintahan baik di eksekutif, legislatif maupun diperhitungkan. Keberadaan organisasi perempuan semakin mendapat tempat seiring dengan runtuhnya rezim otoriter Orde Baru. Perjuangan aktivis perempuan untuk memperjuangkan hak kaum perempuan yang selama ini dipasung oleh pemerintah atas nama kepentingan negara semakin terbuka lebar.

Organisasi perempuan terus bermunculan dalam berbagai bentuk, tidak hanya dalam bentuk ormas, yayasan, dan LSM, melainkan juga dalam bentuk *women crisis center* dan *hotline*. Tidak hanya itu, partai politik pun tidak ketinggalan memasukkan unsur perempuan ke dalam bidang organisasinya maupun sayap organisasi yang dipimpin langsung oleh perempuan. Sistem pemerintahan masa Orde Reformasi dapat dilihat dari aktivitas kenegaraan yaitu untuk kebijakan pemerintah yang memberi ruang gerak yang lebih luas terhadap hak-hak untuk mengeluarkan pendapat dan pikiran baik lisan atau tulisan.

Maka dari itu ketika Orba kemudian diganti dengan sistem politik yang lebih menekankan kebebasan, pers pun tidak ketinggalan memanfaatkan kondisi kala itu. Pers pun menuntut keterbukaan yang selama ini dikekang oleh sistem pemerintahan. Pada saat itu Presiden

Habibie yang menjabat sebagai Kepala Negara mencabut SIUPP dan mengeluarkan UU Pokok Pers yang baru No.40 tahun 1999. Maka dimulailah era keterbukaan dan kebebasan pers (Nurudin, 2012:204).

Sistem pers merupakan subsistem dari sistem komunikasi. Unsur yang paling penting dalam sistem pers adalah media massa (cetak dan elektronik). Media massa menjalankan fungsi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat (Nurudin, 2012:69). Berbagai keinginan, aspirasi, pendapat, sikap perasaan manusia bisa disebarluaskan melalui pers.

Media massa elektronik, khususnya televisi memberikan banyak dampak bagi masyarakat Indonesia. Pada Era Reformasi Indonesia sudah memiliki stasiun televisi : *TVRI (1962)*, *RCTI (1989)*, *SCTV (1990)*, *TPI (1991)*, *ANTV (1994)*, *INDOSIAR (1994)*, *METRO TV (2000)*, *GLOBAL TV (2002)*, *TRANS 7 (2001)*, *TRANS TV (2001)* semua stasiun televisi ini bersaing dalam lapangan media massa. Persaingan yang terjadi antara stasiun televisi ini tidak lepas dari unsur kapitalis, yang hanya mementingkan keuntungan.

Media massa menjadi media yang mempertegas dan menyebarluaskan ketidakadilan gender di dalam masyarakat. Tidak dipungkiri media massa memanfaatkan perempuan sebagai pengerak kapitalisme media. Media menyebarkan berita mengenai isu-isu perempuan. Seakan media yang memberi gambaran mengenai konsep perempuan di media melalui sudut pandang media tanpa melihat realitasnya. Bisa dilihat dari beberapa iklan yang ditayangkan di televisi yang diperankan oleh kaum hawa hanya

keindahan dari lekuk dan bentuk tubuh yang ditampilkan. Perempuan menjadi objek komoditas dan eksploitasi dari pemilik media.



Gambar 3. "Iklan Sabun Mandi Lux" versi Atiqah Hasiholan (2010).

sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=VVOJ2Edlorg>



Gambar 4. "Iklan Sabun Mandi Lux" versi Dian Sastrowardoyo (2009).

sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=wDsT9HgQtxo>



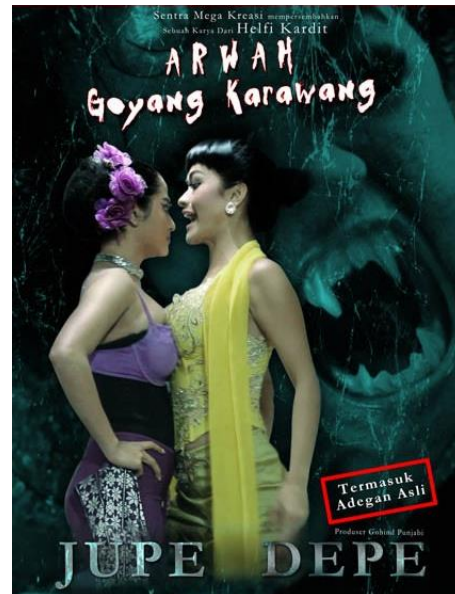
**Gambar 5. “Iklan Alat Kontrasepsi”
versi Julia Perez (2014)**

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=SesraTu3oaY>

Perempuan tak hanya dijadikan objek eksploitasi pemilik media iklan, film-film di Indonesia pun banyak sekali yang memproduksi film dengan mengexploitasi tubuh dan kemolekan tubuh perempuan. Perempuan lebih banyak dijadikan sebagai peranan yang di eksploitasi. Kostum dan pakaian yang digunakan oleh perempuan lebih banyak mengumbar aurat yang menampilkan keseksian dan kemolekan tubuh perempuan. Seperti pada film : “Air Terjun Pengantin” tahun 2013, yang di produksi oleh Jagal Film dan di sutradarai oleh Rizal Mantovani dan Film “Arwah goyang Karawang Jupe Depe” tahun 2011 di produksi oleh Sentra Mega Kreasi Film dan disutradarai Helfi Kardit. Di dalam film ini banyak sekali scene-scene yang hanya menampilkan kemolekan dan keseksian tubuh perempuan yang menjadi nilai jual beli kapitalis.



Gambar 6. Film “Air Terjun Pengantin (2009) di produksi oleh Jagal Film.



Gambar 7. Film “Arwah Goyang Karawang (2011)” di produksi oleh Sentra Mega Kreasi

Sumber: <http://movie.co.id/air-terjun-pengantin/>

Sumber: <http://perfilman.perpusnas.go.id/filmografi/poster/4726>

Kekerasan terhadap perempuan tidak hanya terjadi pada iklan, film, program televisi juga tak luput dari pihak yang melakukan kekerasan terhadap kaum perempuan. Banyak program televisi baik itu ber-*genre* talk show, reality show yang hanya menampilkan sisi buruk dari seorang perempuan, seperti pada program *Masihkah Kau Mencintaiku (RCTI)*, dan *Rumah Uya (TRANS 7)*. Kedua program televisi ini membahas permasalahan yang sama, yakni berupa permasalahan yang terjadi antara kaum laki-laki dan perempuan. Dimana perempuan mengalami tindak kekerasan baik semasa pacaran (belum menikah), dan setelah menikah kekerasan tersebut di lakukan oleh kaum laki-laki, karena konstruksi

gender di Indonesia kaum laki-laki sebagai kaum superior dan yang mendominasi kaum perempuan dalam berbagai aspek.



Gambar 8. Progam *Reality Show* “Masihkah Kau MencintaiKu” yang di siarkan oleh RCTI (2009).

Sumber : google.co.id



Gambar 9. Progam *Talk Show* “Rumah Uya” yang di siarkan oleh TRANS 7 (2015).

Sumber: https://twitter.com/rumahuya_trans7

Peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya, konstruksi terhadap perempuan terjadi di berbagai media di Indonesia. Baik itu media iklan, film dan televisi. Hal ini disebabkan karena budaya di Indonesia yang menganut sistem patriarki yang menyebabkan kekerasan terhadap perempuan semakin besar dan lebih condong melemahkan kaum perempuan. Sistem patriarki memicu terjadinya diskriminasi terhadap perempuan dan menimbulkan ketimpangan gender.

Media massa saat ini, merupakan media yang menyampaikan informasi perubahan yang terjadi di masyarakat sehingga media merupakan alat konstruksi sosial yang ampuh. Konstruksi yang di ciptakan oleh masyarakat tidak lepas dari sistem kapitalis. Tidak hanya media yang menjadikan perempuan sebagai objeknya. Di ranah pemerintahan dan politik pun tak perempuan di beri ruang dan wadah pada Era Reformasi saat ini. Pada masa pemerintahan Jokowi-JK, jumlah menteri di Kabinet Kerja berjumlah 34 orang. Bedanya dari Kabinet Kerja sebelumnya ialah, 34 menteri tersebut 8 di antaranya adalah perempuan.

Mereka adalah Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Rini Soemarno, Menteri Kehutanan dan Lingkungan Hidup Siti Nurbaya, Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Puan Maharani, Menteri Kesehatan Nila F Moeloek, Menteri Sosial Khofifah Indar Parawansa, Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Yohana Yembise, Menteri Luar Negeri Retno LP Marsudi, dan Menteri Kelautan dan Perikanan Susi Pudjiastuti. Jumlah keterwakilan perempuan di Kabinet Kerja Jokowi-JK lebih banyak dibandingkan pada kabinet-kabinet sebelumnya.



Gambar 10. 8 Menteri Perempuan di Kabinet Jokowi-JK.

Sumber : <http://news.liputan6.com/read/2124743/ini-8-menteri-perempuan-di-kabinet-kerja-jokowi-jk> di akses 01 Juni 2016.

Terwakilnya kaum perempuan dalam ranah politikt tidak menyebabkan kekerasan terhadap perempuan menjadi terselesaikan. Perempuan dalam ranah sistem pemerintahan hanya dijadikan sebagai pelengkap bagi sistem pemerintahan itu sendiri. Faktanya adalah kekerasan terhadap perempuan sampai saat ini masih marak sekali terjadi dan hanya kaum perempuan yang dirugikan efek dari ketimpangan gender.

Kekerasan terhadap Perempuan Meningkat

Republika.co.id, Jakarta - Catatan tahunan Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) mencatat jumlah kekerasan terhadap perempuan selama tahun 2014 sebanyak 293.220 kasus. Jumlah kasus kekerasan tahun ini meningkat dibandingkan 2013 yang hanya 263 ribu kasus. “Kami percaya masih banyak kasus yang tidak terungkap. Kasus yang tercatat itu hanya seperti fenomena puncak gunung es,” kata Komisioner Komnas Perempuan Azriana, Jumat (6/3). Ia mengatakan, jumlah kasus kekerasan terhadap perempuan sebanyak 293.220 sebagian besar dari data perkara yang ditangani 359 pengadilan agama di tingkat kabupaten atau kota yang tersebar

di 30 provinsi di Indonesia, yaitu mencapai 280.710 kasus. Sisanya sebesar 12.510 kasus bersumber dari 191 lembaga-lembaga mitra layanan yang merespons dengan mengembalikan formulir pendataan yang dikirimkan oleh Komnas Perempuan.

Sementara itu, kekerasan di ranah personal tercatat sebanyak 8.626 kasus, dimana 59 persen atau 5.102 kasus berupa kekerasan terhadap istri, 1.748 kasus (21 persen) kekerasan dalam pacaran, 10 persen atau 843 kasus kekerasan terhadap anak perempuan, 9 persen atau 750 kasus kekerasan dalam relasi personal lain. Sebanyak satu persen atau 63 kasus kekerasan dari mantan pacar, dan 0,7 persen atau 53 kasus kekerasan dari mantan suami, serta 31 kasus kekerasan terdapat pekerja rumah tangga atau 0,4 persen. “Perempuan dipandang sebagai obyek seksual, sehingga ada konstruksi sosial seperti itu,” ujarnya. Meski bukan urutan tertinggi jenis tindak kekerasan dalam ranah personal, sebanyak 2.274 kasus kekerasan seksual terjadi pada perempuan. Sementara kekerasan fisik mencapai 3.410 kasus, kekerasan psikis sebesar 2.444 kasus, dan kekerasan ekonomi 496 kasus.⁴

Wacana perempuan di media Era Reformasi ialah penggambaran perempuan yang cantik . Perempuan cantik yang bisa menaklukkan dunia dan mendominasi dengan kecantikannya, seperti yang terdapat pada iklan sabun lux versi “*Beauty Gives You Superpowers*” pada tahun 2006. Iklan ini menampilkan empat aktris perempuan Indonesia yaitu : Tamara Bleszynski, Dian Sastrowardoyo, Luna Maya, dan Mariana Renata. Keempat aktris ini berperan sebagai karakter superhero yang mencerminkan kecantikan dan kekuatan dalam diri seorang perempuan.

Tamara Bleszynski yang berperan sebagai *Lady Lace* dengan kekuatan anggur yang memabukkan, dan akan menghukummu. **Dian Sastrowardoyo**

⁴ Sumber: http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/03/06/nks_2r8-kekerasan-terhadap-perempuan-meningkat di akses 10 Juni 2016.

sebagai *jewel* yang mampu membuka semua pintu kesempatan karena kecantikan, **Mariana Renata** sebagai *Hot Lips* keberanian. **Luna Maya** sebagai *Lashes* yang mampu membuat semua laki-laki bertekuk lutut dengan kecantikan. Penggambaran dari setiap karakter iklan sabun lux “*Beauty Gives You Superpowers*” mewakili elemen kekuatan yang ada di alam, seperti kekuatan api, air, darah.



**Gambar 11. “Iklan Sabun Mandi Lux”
versi *Beauty Gives You Super Powers* (2006).**

sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=pq5II6g2fVY>

Peneliti bisa menarik sebuah kesimpulan dari iklan lux versi “*Beauty Gives You Super Powers*” (2006). Dari *tagline* nya saja “*Beauty Gives You Super Powers*” bahwasannya penggambaran perempuan pada iklan ini di gambarkan dan diberi ruang untuk aktif dan berdaya di ruang publik, diberi ruang untuk memimpin dan dengan kecantikan perempuan bisa menaklukkan dan menguasai dunia. Akan tetapi disisi lain perempuan tetap harus terlihat anggun dan cantik.

Membahas seorang perempuan tidak lepas dari media dan media sangat erat sekali dengan budaya populer merupakan budaya yang tengah di gemari oleh masyarakat. Masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, pada Era Reformasi fenomena *religiatainment* mulai muncul di pertelevisian Indonesia, salah satunya fenomena “Hijabers” mulai muncul dan menjadi budaya populer di kalangan media dan perempuan. Istilah *hijabers* ialah sekumpulan perempuan muslimah yang menggunakan hijab yang dikreasikan dengan berbagai macam, model hijab yang sangat menarik. Iklan-iklan produk *hijabers* mulai bermunculan di televisi Indonesia yang menggambarkan perempuan muslimah Indonesia dengan menggunakan hijab yang dimodifikasi tetapi harus tetap dalam syariat Islam, cantik dan menjaga keindahan rambut, seperti yang terdapat pada iklan sunsilk versi “*clean and fresh*” yang di bintanginya oleh aktris cantik Laudya Chintya Bella.



Gambar 12. Press Conference iklan Shampoo Sunsilk “Clean and Fresh” versi Laudya Chintya Bella (2016).

sumber: <http://majalahkartini.co.id/berita/selebriti/laudya-cynthia-bella-nikmati-penampilan-barunya-dengan-hijab>

Laudya Chintya Bella merupakan *Brand Ambassador* dari *Sunsilk* versi “*Sunsilk Clean and Fresh*” Bella mengatakan dan mengajak bahwa bagi perempuan yang berhijab harus rajin merawat rambut untuk menunjang rasa percaya diri dalam setiap penampilan. Tidak hanya sebagai *Brand Ambassador*, Laudya Chintya Bella merupakan juri dari ajang Pemilihan Perempuan Muslimah yakni “*Sunsilk Hijab Hunt 2016*” .

Pihak *sunsilk* juga mengadakan audisi pemilihan perempuan muslimah atau perempuan yang menggunakan hijab untuk menjadi *Brand Ambassador* dari produknya melalui acara “*Sunsilk Hijab Hunt*” yang sudah berlangsung dari tahun 2015 dan dilakukan audisi di 10 Kota besar di Indonesia, yakni Banda Aceh, Medan, Bandung, Mataram, Surabaya, Banjarmasin, Yogyakarta, Palembang, Makasar, Jakarta dan disiarkan oleh Trans 7. Pada tahun 2016 merupakan tahun kedua bagi *Sunsilk Hijab Hunt* sendiri.



Gambar 13. Iklan ajang Pemilihan Perempuan Muslimah “Sunsilk Hijab Hunt 2016” dan disiarkan oleh Trans 7

sumber: <https://www.instagram.com/p/BD2ge-pI014/?taken-by=sunsilkid&hl=en>

Tidak hanya produk *shampoo* yang menggunakan embel-embel hijab. Hijab (islam) menjadi objek komoditas dan eksploitasi media. Produk iklan elektronik juga tidak lepas dari embel-embel islam seperti pada iklan produk *smartphone*, yakni “Oppo Smartphone” yang diperankan oleh Aktris Laudya Chintya Bella dengan *tagline* iklan *smartphone* “Selfie Expert F1 Plus”. *Smartphone* merupakan *handphone* pintar yang pada tahun 2010 sampai saat ini banyak digemari oleh masyarakat tak terkecuali bagi perempuan dikarenakan perempuan gemar sekali berselfie “berfoto dengan kamera depan”.



Gambar 14. Iklan Oppo smartphone versi “Selfie Expert F1 Plus” versi Laudya Chintya Bella.

sumber:[http://events.oppo.com/id/2016/selfieexpert/laudyacynt
hiabella.html](http://events.oppo.com/id/2016/selfieexpert/laudyacynthiabella.html)

3. Ideologi Trans TV & Program *Curahan Hati Perempuan*

3.1. Ideologi Trans TV

Trans TV adalah sebuah stasiun televisi swasta Nasional di Indonesia yang dimiliki oleh TRANS CORP, dengan motto Milik Kita Bersama. TRANS TV adalah anak perusahaan PT.TRANS CORPORATION. Kantor Pusat stasiun ini berada di Jalan Kapten Pierre Tendean, Jakarta Selatan.

Memperoleh ijin siaran pada Oktober 1998 setelah dinyatakan lulus dari uji kelayakan yang dilakukan tim antar departemen pemerintah. Kemudian mulai siaran resmi secara komersial pada 15 Desember 2001. Trans TV selalu menayangkan tampilan, gaya, serta program yang inovatif, berbeda, dan kreatif sehingga menjadi *trendsetter* di industri pertelevisian.

Pada Minggu, 15 Desember 2013 TRANSMEDIA me-*launching* logo baru bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12. Logo dengan simbol '**Diamond A**' ditengah kata Trans TV. merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, *diversifikasi* konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat. Masing-masing warna dalam logo ini memiliki makna dan filosofi.

Warna **kuning** sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan

optimisme masyarakat Indonesia. Sedangkan rangkaian warna **hijau** menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna **biru** melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna **ungu**, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa. Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya didalam berlian berbentuk A ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.



Gambar. 15
Logo pertama Trans TV saat siaran percobaan (1 Agustus 1998-15 Desember 2001).



Gambar. 16
**Logo kedua Trans TV
(15 Desember 2001-15 Desember 2005).**



Gambar.17
**Logo Trans TV versi abu-abu, sebagai logo *on-air*
dan *jeda komersial* (15 Desember 2001-15 Desember 2013)**



Gambar.18
**Logo Trans TV pada Mikrofon Reporter Berita
Trans TV (2006-2013).**



Gambar.19
**Logo ketiga Trans TV sebagai logo perusahaan
(15 Desember 2005-15 Desember 2013).**



Gambar.20
Logo keempat Trans TV (15 Desember 2013-sekarang).

Sebuah industri pertelevisian tidak lepas dari peran serta dan campur tangan pemilik media. Trans TV yang di pegang oleh Chairul

Tanjung atau CT selalu Pemilik saham dan *owner* dari Trans Media. Chairul Tanjung, tercatat sebagai orang terkaya Indonesia ke-5 menurut *Forbes*. Seiring dengan usahanya yang kian berkembang, pengusaha yang akrab disapa CT ini sukses mengumpulkan pundi-pundi kekayaan hingga mencapai US\$ 4,8 miliar atau setara Rp 67,4 triliun (kurs: 14.054/dolar). Kekayaan CT naik dari tahun lalu sekitar US\$ 500 juta. Di tahun 2014 lalu, *Forbes* menaksir kekayaan pria berjudul si Anak Singkong ini mencapai US\$ 4,3 juta.⁵

Dewasa ini, media khususnya lembaga penyiaran televisi swasta seperti Trans TV dianggap sebagai salah satu sektor industri yang menjanjikan dan berpengaruh di Indonesia. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh Chairul Tanjung. Kesuksesan sebuah media, tidak terlepas dari peran ekonomi politik media massa di dalamnya. Ekonomi politik media massa merupakan konstruksi pasar media yang merupakan kekuatan pasar yang dikuasai oleh *kapitalisme* yang berkolaborasi dengan kekuatan kelompok tertentu (Agung Harahap, 2013:01).

Di sisi lain konsep “ideal” media massa selalu berupaya menyelaraskan dengan kepentingan negara (*state*), pasar (*market*) dan masyarakat (*society*) dalam rangka untuk mendatangkan keuntungan dan modal tetapi bebas “kendali kepentingan”. Trans TV di bawah payung TRANSMEDIA, saat ini menjadi televisi terdepan di Indonesia, dengan

⁵ Sumber: <http://bisnis.liputan6.com/read/2389461/si-anak-singkong-orang-terkaya-ri-berharta-rp-67-triliun?P=2> diakses pada 10 Juni 2016.

program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif.

Konteks persaingan yang lebih jelas dapat diamati dalam pengemasan program-program acara televisi. Pertimbangan aspek program untuk di tayangkan selalu bermula dari kebutuhan penonton karena program yang menarik yang akan membuat pasar iklan kondusif sehingga stasiun televisi tetap eksis (Harahap, 2013:15).

Wacana pemberitaan yang di sampaikan oleh televisi swasta setidaknya sangat dipengaruhi oleh unsur ekonomi media dalam hal ini konstruksi pasar (*market*), setidaknya media televisi swasta Nasional memiliki kepentingan ekonomi dari apa yang diberitakan. Pasar yang di maksud ialah meliputi investor atau pemilik (*owner*, sumber-sumber berita, pengiklan, dan konsumen) (Harahap, 2013:16-17).

Untuk membuktikan bahwasanya media tidak lepas sekali dari budaya kapitalis. Peneliti telah melakukan observasi lebih kurang selama satu bulan di PT.Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) sebagai peserta Magang. Peneliti di tempatkan sebagai *team creative* dan *production assistant*, pada Program Divisi II, Program Non Drama *Variety Religi*, program *Islam Itu Indah*. Peneliti di tempatkan pada program acara “Islam Itu Indah” yang tayang setiap hari senin-minggu, mulai pukul 05.00 – 06.30 WIB. Tentunya peneliti mendapatkan banyak sekali ilmu dan pengalaman baru karena posisi peneliti selayaknya

sebagai seorang karyawan atau *crew* (pekerja) bukan peserta magang yang diberi tugas dan tanggung jawab.

Banyak hal-hal yang baru ditemukan oleh peneliti terkait dengan maraknya budaya “kapitalis media” khususnya bagi dunia televisi swasta berskala Nasional. Peneliti akan mencoba menjelaskan ketidaksenjangan yang terjadi kepada karyawan-karyawan atau *crew-crew* Trans TV. Pertama dimulai dari upah perbulan karyawan yang lebih rendah di bandingkan dengan stasiun televisi swasta lain, kedua peserta magang pun tidak diberi upah perbulan selama magang sedangkan rekan-rekan dari peneliti yang melakukan magang di stasiun televisi swasta lain di beri upah sesuai dengan kerjanya. Peneliti menilai masih belum terjaminnya kesejahteraan karyawan-karyawan di Trans TV karena tidak sebanding terhadap pekerjaan yang mereka lakukan untuk kemajuan bagi sebuah perusahaan televisi berskala nasional yakni TRANS TV.

Dalam kaitannya dengan kajian bidang ilmu komunikasi, adanya ekonomi politik media yang terjadi di TRANS TV. Menurut Mosco (1996) dalam (Harahap, 2013:50-51) mengatakan ada tiga hal yang mempengaruhi ekonomi politik media :

- 1) Komodifikasi berkaitan dengan transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar. Proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar dalam media massa yang selalu melibatkan awak media, khalayak pembaca, pasar, negara dan setiap masing-masingnya memiliki kepentingan.
- 2) Spesialisasi berhubungan dengan proses pengatasan atau dikatakan sebagai transformasi batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Selain itu juga dapat dikatakan sebagai proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan

besarnya badan usaha media. Ukuran badan usaha media dapat bersifat horizontal maupun vertikal.

- 3) Strukturasi berkaitan dengan hubungan antara gagasan. Strukturasi merupakan proses interaksi interdependensi dengan agen struktur sosial yang melingkupinya.

Trans TV yang dimiliki oleh TRANS MEDIA di bawah pimpinan Chairul Tanjung (CT) yang juga memiliki banyak perusahaan diantaranya *Trans 7, CNN Indonesia, detik.com, Carrefour, Bank Mega, Trans Studio Bandung dan Trans Studio Makasar, Trans Hotel, Trans Studio Mall, The Coffee Bean, Trans Mart dan Trans Vision*. Chairul Tanjung atau yang dikenal CT juga pernah tercatat sebagai Menteri Koordinator Bidang Perekonomian pada 19 Mei 2014 sampai 20 Oktober 2014, pada sistem pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dan Wakil Presiden Budiono.⁶

Dukungan Chairul Tanjung (CT) dalam pemilihan Capres dan Cawapres pada tahun 2009 kepada SBY-Boediono juga nampak dalam pemberitaan yang dilakukan oleh Trans TV pada saat pemilihan Capres dan Cawapres. Pada saat itu tanggal 18 Juni 2009, Debat Capres dan Cawapres dengan materi pembahasan "*Mewujudkan Tata Kelola Pemerintah yang Baik dan Bersih, serta Menegakkan Supremasi Hukum dan HAM*" yang di moderatori oleh Anies Baswedan dan disiarkan pertama kali oleh Trans TV dan Trans 7 secara *live*.

⁶ Sumber: <https://m.tempo.co/read/news/2014/09/09/087605444/kelar-jadi-menteri-nilai-pensiun-ct-paling-kecil> di akses 16 Juni 2016.

JAKARTA, KOMPAS.com - Debat politik pertama antarcalon presiden yang diselenggarakan pada Kamis (18/6) malam ini bisa jadi diwarnai aksi serang-menyering oleh tiga capres yang bertarung di Pemilu Presiden 2009, Megawati Soekarnoputri, Susilo Bambang Yudhoyono, dan M Jusuf Kalla. Debat dengan tema "*Mewujudkan Tata Kelola Pemerintah yang Baik dan Bersih, serta Menegakkan Supremasi Hukum dan HAM*" digelar di Studio I Trans TV, Kamis pukul 19.00-21.00 dan dimoderatori oleh Rektor Universitas Paramadina Anies Baswedan. "Para capres saling menyerang dan kritik-mengkritik agar mendapat dukungan masyarakat. Serangan personal mungkin tidak bisa sepenuhnya terhindari," ujar pengamat politik senior LIPI, Indria Samego.⁷

Semua pemberitaan yang terjadi pada saat Pemilihan Capres dan Cawapres pada tahun 2009 tidak lepas dari ekonomi politik yang ada di Media. Media memiliki ideologi, khususnya Trans TV. Ideologi sebagai TV yang mengedepankan transformasi dan kreatifitas tanpa batas dalam setiap program-program yang ditayangkan oleh Trans TV untuk bisa menempatkan eksistensi Trans TV sebagai TV terdepan dalam pemberitaan dan program-program yang disajikan. Namun ideologi tersebut juga sangat kental dipengaruhi oleh kepentingan bisnis. Berikut ini adalah Visi dan Misi dari Trans TV :

Visi

Menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi *stakeholders*, menyampaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima

⁷ Sumber:<http://bola.kompas.com/read/2009/06/18/12014613/pengamat.serang-menyering.warnai.debat.capres.pertama>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2016.

oleh stakeholders serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

Misi

Wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

Dari penjelasan dari peneliti di atas, TRANS TV sebagai TV terdepan di Indonesia, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. Serta ikut membangun negara ini melalui sektor jasa dan informasi. Agenda ideologi yang disampaikan oleh Trans TV, setidaknya membawa eksistensinya sebagai TV swasta berskala Nasional.

3.2. Gambaran Program *Curahan Hati Perempuan* di TRANS TV

Curahan Hati Perempuan merupakan program *talks show* yang tayang perdana pada 2015 di stasiun televisi TRANS TV. *Curahan Hati Perempuan* merupakan program yang berlisensi PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANSTV) yang merupakan *production in-house* yang berpusat di Jakarta Selatan.

PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANSTV) sebagai media yang memproduksi dan menayangkan program *talk show Curahan Hati Perempuan* di Indonesia. Diproduksi pada tahun 2015 di Indonesia. Peneliti juga akan menuliskan profil program *Curahan Hati Perempuan*

dan tim yang berperan dalam diproduksinya program *Talk show*, *Curahan Hati Perempuan* sebagai berikut :

3.2.1. Profil program *Curahan Hati Perempuan*



Gambar . 21
Bumper Program Curahah Hati Perempuan
Sumber : google.co.id

Jam Tayang	: Senin-Kamis.
Pukul	: 07.30 WIB – 08.30 WIB.
Durasi tayang	: 60 Menit.
Pembawa acara	: Maudy Koesnaedi, Roslina Verauli, Ustadzah Oki Setiana Dewi.
Jenis Program	: <i>Talk Show</i> .
Stasiun TV	: PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV).

Tayangan *Curahan Hati Perempuan*, memiliki 5 segmen setiap episodenya : segmen pertama dan segmen kedua merupakan *sharing* dan berbagi cerita pengalaman yang dialami oleh narasumber pertama. Segmen ketiga dan keempat *sharing* pengalaman yang dialami oleh narasumber kedua, dan segmen terakhir atau kelima merupakan saran, kesimpulan dari pakar hukum Islam dan Psikolog.

Program *Curahan Hati Perempuan* atau yang disingkat peneliti CHP. Perdana tayang pada tanggal 1 Maret 2015 akan tetapi mulai tanggal 6 Juni 2016 melalui *official* akun intagram, program “*Curahan Hati Perempuan*” secara resmi menyatakan bahwa berganti menjadi “*Cerita Perempuan*” dengan perubahan jam tayang senin-kamis mulai pukul 10.00 WIB s/d 11.00 WIB akan tetapi tetap dengan format yang sama dengan sebelumnya yakni berupa *talk show* yang membahas permasalahan dan isu-isu yang terjadi kepada kaum perempuan. Dalam setiap episodenya CHP menghadirkan 2-3 narasumber perempuan yang dibagi menjadi 5 segmen setiap episode per harinya.



Gambar 22 . Transformasi Program *talk show* “Curahan Hati Perempuan” menjadi “Cerita Perempuan” yang disiarkan Trans TV

Sumber : https://www.instagram.com/p/BGOHmbWppnm/?taken-by=ceritaperempuan_transtv&hl=en

1.2.2 Tim Produksi program *Curahan Hati Perempuan*

Pengarah Produksi	: Atiek Nur Wahyuni
Penanggung Jawab Produksi	: Emil Syarif
Perancang Eksekutif	: Dominicus Mayo
Perancang Acara	: Devi Permatasari

Perancang Acara Madya	: Zulfhiyanthy
Tim Kreatif	: Dezia Nurindayati, Ballereo Akbar, Grantika Buchenanda Wirawan Ade Pamungkas.
Asisten Produksi	: Deasy Priastyani, Eric Mansyur Sitanggang.
Penanggung Jawab Operasional & Fasilitas Produksi	: Andrian Syahputra
Penanggung Jawab Pelayanan Produksi	: Imam Martono
Penanggung Jawab Operasional Operasional Produksi	: R.Fauzi.
Pengarah Acara	: Bambang
Pengarah Lapangan	: Purwono & Fika Iskandar
Penanggung Jawab Studio & Outside Broadcast	: Bismo Utomo
Penata Gambar Studio	: Budi, Puji Edinarwati, Icha, Ferid, Hendra.
Penata Suara	: Winda, Deny S, Angga A, Bemby N, Ricky S.
Penata Cahaya	: Galuh Kusuma W, Topan Maulana.
Penyelaras Kamera	: Fitri Aini
VTR Person	: Tri Lestari
Penata Aksara	: Henra Karsadinata
Penanggung Jawab Paska Produksi	: Grhia P Endit
Penyunting Gambar	: Doni
Penata Musik	: Dody
Penanggung Jawab Artistik	: Emir Ismail Basya
Penanggung Jawab Pengarah Visual	: Indra Akbar A
Penanggung Jawab Perencana Artistik	

& Pendukung Set	: Sugeng Triono
Perencana Set	: Tapip
Perlengkapan Set	: Roby
Pelaksana Set	: Adhy Setya Laksana
Penanggung Jawab Pendukung Artistik	: Camerina Puspa.
Penata Busana	: Nana, Citra.
Penata Rias	: Wawan, Elis, Maya.
Dokumentasi Gambar	: Cindy Damara, Fajar, Marcel
Penanggung Jawab Peralatan	: Abdullah Mubasyir
Penanggung Jawab Pendukung Peralatan Siar	: Yudo Inanto
Penanggung Jawab Pendukung Teknik	: Hendri Ananto P
Perancang Teknik	: Yudho Maruto
Pendukung Teknik	: Fauzi Luthfi, Herdyi
Pendukung Instalasi	: Supriyanto, Eko Sutiyono,
Dadang Hermawan Pendukung Set & Multimedia	: Sutrisno
Penanggung Jawab Operasional Produksi	: R. Nugroho Ariawan
Manager Unit Produksi	: Ummu
Unit Sponsor Produksi	
Sponsorship	: Rusmanto
Unit Artis	: Melaz
Penanggung Jawab Program	: A. Ferizqo Irwan
Penjadwalan	: Serry Irna F
Penanggung Jawab Transmisi	: Wawan Julianto
Promosi Siar	: Tedja Andarwan, M. Hamdar, Kristin I, Edgar W, Deni Kurniawan, Efron.

Penata Grafis	: Denny I
Penanggung Jawab kendali Siar	: Anita Purba
Pusat Ruang Kendali Siar	: Indra Geovani, Martin Sitompul, Ridho.
Penanggung Jawab Teknologi Informasi	: Winno W.A
Teknik Siar	: Andry
Teknologi Informasi	: Farid
Penanggung Jawab Pelayanan Korporasi	: Latif Harnoko
Penanggung Jawab Pengadaan Pengadaan	: Mazli F F : Dinda, Agung, Uka, Ira.
Pendukung Acara	: Maudy Koesnaedy, Oki Setiana Dewi, Roslina Verauli.