

### **BAB III**

## **POLITISI PEREMPUAN DALAM DETIKCOM**

### **A. Sejarah Detikcom**

Detikcom diluncurkan pada 9 Juli 1998 dan sepenuhnya menjadi sebuah media berita pada 2004, Detikcom adalah portal berita pertama di Indonesia. Detikcom muncul dilatarbelakangi dengan terjadinya revolusi digital. Revolusi digital ini diyakini akan mengubah perilaku orang dalam banyak hal, termasuk dalam memperoleh informasi. Dinamika sosial politik ekonomi yang bergulir dengan cepat, plus adanya revolusi digital yang dalam hal ini terwujud melalui jaringan internet, orang tak lagi mau berlama-lama memperoleh informasi. Dan itu menjadi sangat dimungkinkan dengan adanya internet yang membebaskan kendala waktu dan ruang.

Diawaki oleh lebih dari 200 jurnalis di kantor beritanya yang tersebar di berbagai kota besar dan kawasan di seluruh Nusantara, Detikcom menyajikan breaking news dari setiap kejadian di seluruh negeri, dalam bilangan menit. Sebagai portal berita yang sesungguhnya, Detikcom menyajikan berbagai berita menarik tentang beragam topik dari politik, ekonomi, keuangan, bisnis dan pasar modal sampai ke entertainmen dan olahraga. Strateginya, sudah tentu Detikcom harus memiliki wartawan sendiri untuk terjun langsung melakukan peliputan berita, dan berita tersebut ditampilkan dalam kesempatan pertama sejak sebuah peristiwa terjadi. Hal ini sesuai dengan jargon Detikcom "Mengapa menunggu besok! Detik ini juga!".

Di sisi lain, Detikcom menjalankan betul karakter dari internet, yakni tidak adanya periodisasi seperti harian, mingguan apalagi bulanan sebagaimana yang dilakukan media cetak. Berita yang ditampilkan Detikcom, diupdate tanpa batasan waktu. Begitu sebuah peristiwa terjadi, secepat mungkin berita itu sudah ditampilkan. Dalam sehari, bisa terjadi updating berita berkisar 50-an berita.

Karakter Internet seperti itulah yang menjadi salah satu andalan sekaligus ciri utama Detikcom. Di Indonesia, Detikcom adalah media online pertama yang menjalankan prinsip updating setiap saat. Kebanyakan media online yang ada saat itu adalah turunan dari media cetaknya masing-masing yang sesuai dengan periode turunnya berita dari media tersebut. Bahwa di Indonesia Detikcom merupakan pionir, namun di dunia internasional hal itu sudah bukan hal yang aneh. Sebut saja CNN, Time, dll. Mereka semua, menggarap situs webnya secara serius dengan menanggalkan pola periodisasi. Pada awalnya, wartawan Detikcom memang harus menjelaskan apa dan bagaimana Detikcom. Maklum saja, media online yang hanya terbit secara online dan tak memiliki versi cetak, masih terasa asing di Indonesia, meski internet sendiri sudah mulai marak di Indonesia dalam 2-3 tahun belakangan ini.

Namun, dalam perkembangannya, terasa cukup melegakan. Misalkan saat Sidang Isimewa MPR pada 19 November 1998, panitia SI MPR pun telah menerbitkan ID Peliputan untuk wartawan Detikcom. Demikian juga PPP yang memberikan 3 ID bagi wartawan Detikcom untuk meliput Muktamar PPP. Kemudian akreditasi juga diperoleh dari SU MPR 1999. Bermetamorfosis dari sebuah situs berita sederhana yang revolusioner menjadi sebuah portal berita

lengkap, *one-stop news portal*, Detikcom tumbuh menjadi 15 kanal dan kanal komunitas yang terfragmentasi berdasarkan topik, hobi, kawasan geografis, produk dan layanan jasa, yang disajikan melalui web, SMS, WAP dan platform lainnya. Kemitraan strategis Detikcom dengan operator selular terkemuka di tanah air dalam menyajikan *value-added services* dan penyedia konten lainnya untuk distribusi, surat kabar daerah untuk sindikasi berita, serta dengan perusahaan besar dan multinasional dalam teknologi memungkinkan Detikcom mempersembahkan kepada pembacanya kanal terbaik di berbagai kategori dan jenis layanan. Dengan lebih dari 24 juta *pageviews* per hari dan terus bertambah, destinasi Internet nomor satu di Indonesia, adalah mitra terbaik dalam menyampaikan pesan ke *audience* massal maupun kelompok *audience* tertentu.

Kolaborasi erat Detikcom dengan perusahaan periklanan besar akan membantu mewujudkan kebutuhan unik promosi menjadi iklan yang efektif, baik sebuah bank besar bereputasi tinggi; perusahaan teknologi terspesialisasi yang inovatif ataupun perusahaan besar dan terkemuka di bidang barang-barang konsumen.

Detikcom didirikan oleh dua wartawan senior yang sudah ahli dalam media pemberitaan. Para pendiri Detikcom:

1. Abdul Rahman (CEO)

Mendirikan Agrakom—perusahaan pengembang Web pertama Indonesia dan konsultan strategi Web pemilik Detikcom—dengan Budiono Darsono pada 1992, Abdul Rahman memiliki karir yang cemerlang di bidang jurnalistik. Dia pernah bergabung dengan Tempo (majalah mingguan berita terkemuka),

SWAsembada (majalah bisnis dwimingguan ternama) dan Berita Buana (harian berita terpercaya). Sebelum berdirinya Detikcom, dia adalah Direktur dan Wakil Pemimpin Redaksi Prospek, sebuah majalah mingguan keuangan prestisius. Latar belakang pendidikan formal Abdul di bidang fisika teori memungkinkannya memiliki pemahaman yang mendalam di bidang teknologi informasi dan industri Internet. Dia sering menjadi pembicara seminar dan memimpin lokakarya di bidang yang berkembang sangat cepat ini.

## 2. Budiono Darsono (Direktur dan Pemimpin Redaksi)

Menjadi kepala dewan redaksi sekaligus direktur Detikcom sejak situs ini diluncurkan pada 1998, Budiono Darsono memperkenalkan konsep penyampaian breaking news melalui Internet. Sampai saat ini dia masih sangat terlibat dalam pengembangan konten portal berita dan secara lekat Budiono pernah bergabung dengan Tempo (mingguan berita terkemuka), Berita Buana (harian berita terpercaya) dan Detik (tabloid berita mingguan ternama). Sebelum mendirikan Detikcom, Budiono adalah Redaktur Eksekutif Liputan 6 di SCTV, salah satu program berita TV lokal terbaik.

### **Akuisisi TransCorp**

Sudah sejak tahun 2009, Chairul Tanjung seorang konglomerat pemilik Trans Corp mengincar Detikcom. Pada waktu itu Para Group menawarkan 100% saham milik Agrakom senilai USD 40 juta atau sekitar Rp 344 miliar. Namun para pemilik Detikcom menganggap harga itu terlalu murah dan akhirnya transaksi gagal. Akhirnya pada bulan Juni 2011, Para Group berhasil mengakuisisi Detikcom dengan membeli kepemilikan saham PT. Agranet Multicitra Siberkom

(Anggoro, 2012, 50-52). Tahun 2011, harga yang disodorkan sekitar USD 62 juta atau sekitar Rp 533 miliar, hampir sama dengan hasil perhitungan PT. Bahana Securities. Perusahaan sekuritas ini pernah diminta direksi Agrakom untuk mengitung nilai Detikcom tahun 2010 (Tempo, 2011: 107).

## **B. Wajah Politisi Perempuan Di Detikcom**

Persoalan partisipasi dan keterwakilan perempuan dalam pemilu 2014 tentunya menarik minat media untuk melakukan pemberitaan. Berkaitan dengan itulah, timbul pertanyaan kritis seperti apa media, terutama media *online* memberitakan isu perempuan dalam pemilu. Pemberitaan suatu peristiwa di media sangat terkait dengan ideologi yang mereka anut. Media memiliki kemungkinan keberpihakan terhadap ideologi, gagasan-gagasan, dan kepentingan-kepentingan tertentu. Ideologi yang bekerja di media merupakan ideologi yang pluralis. Kita harus melihat apa saja unsur yang bekerja dalam ideologi itu, yaitu kepentingan pemilik modal, adat istiadat, budaya, kekuatan politik, dan lain-lain. Pada umumnya ideologi juga dianggap menyusup ke dalam teks untuk memproduksi dan mereproduksi relasi kekuasaan yang tidak seimbang, yaitu relasi dominan.

Ideologi patriarki sebagai ideologi umum masyarakat Indonesia, membawa konsekuensi pada posisi dan peran perempuan di media, sebab bagaimanapun media itu tidak hidup dalam situasi bebas nilai terhadap lingkungan sosialnya. Artinya bahwa suatu media pasti memiliki orientasi nilai keyakinan, kesadaran kultural, profesionalitas dan keberpihakan. Diakui atau tidak, ideologi gender yang muncul secara dominan dalam masyarakat di atas,

mengakibatkan adanya fenomena di mana status peran dan kedudukan perempuan menjadi tidak pernah mengalami kemajuan yang berarti.

Orientasi jurnalisme di Indonesia yang sangat patriarki, dalam prakteknya telah menyebabkan proses marginalisasi perempuan dan kehidupan perempuan. Pemberitaan media di Indonesia mengenai permasalahan gender belum menunjukkan keadilan karena menampilkan peristiwa secara faktual tanpa disertai perspektif gender. Persoalan perempuan yang diakibatkan oleh munculnya diskriminasi, subordinasi atau marginalisasi di tengah masyarakat, masih ditelaah secara setengah-setengah. Sebagian besar pengelola media massa masih memiliki kepercayaan dan nilai yang bias gender. Hal ini tercipta karena lingkungan internal media dan lingkungan sosial dimana pengelola media tersebut berada, masih mengukuhkan praktek dan menjadi agen dari perilaku yang bias gender. Suara perempuan menjadi suara yang terbisukan dalam media massa.

Murniati (2004:xx) menjelaskan bahwa marginalisasi berarti menempatkan atau menggeser ke pinggiran. Marginalisasi merupakan proses pengabaian hak-hak yang seharusnya didapat oleh pihak yang termarginalkan. Namun, hak tersebut diabaikan dengan berbagai alasan demi suatu tujuan. Menurut Fakih (2008:14), proses marginalisasi sama saja dengan proses pemiskinan. Hal ini dikarenakan tidak diberinya kesempatan kepada pihak yang termarginalkan untuk mengembangkan dirinya. Demikian juga yang dialami oleh perempuan saat proses marginalisasi ini terjadi pada jenis kelamin. Perempuan merupakan pihak yang dirugikan daripada laki-laki dalam hal ketidakadilan gender ini. Sebagai contoh dalam hal pekerjaan. Perempuan yang bekerja

dianggap hanya untuk memberikan nafkah tambahan bagi keluarga, maka perbedaan gaji pun diterapkan antara perempuan dan laki-laki.

Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai marjinalisasi perempuan yang ada di pemberitaan media *online* Detikcom selama masa kampanye Pemilu. Di media pemberitaan mengenai marjinalisasi perempuan dibangun lewat narasi dalam teks yang ada dalam media tersebut. Melalui analisis wacana kritis, teks yang dibentuk oleh media tersebut akan dikaitkan pula dengan praktik sosial dan budaya yang berkembang di Indonesia yang ternyata juga mempengaruhi bagaimana para pembuat teks tersebut melakukan produksi teks.

Sejak beberapa tahun terakhir kata *gender* telah memasuki perbendaharaan di setiap diskusi dan tulisan sekitar perubahan sosial dan pembangunan di Dunia Ketiga. Demikian juga di Indonesia, hampir semua uraian tentang program pengembangan masyarakat maupun pembangunan di kalangan organisasi non pemerintah diperbincangkan masalah gender. Meski demikian, gender itu sendiri tidak jarang diartikan secara keliru. Gender adalah suatu istilah yang relatif masih baru. Menurut Erlin Shorwalter (dalam Umar, 2002: 96), wacana gender mulai ramai dibicarakan pada awal tahun 1977, ketika sekelompok feminis di London tidak lagi memakai isu-isu lama seperti patriarkal atau *sexist*, tetapi menggantinya dengan isu gender (*gender discourse*).

Masalah atau isu gender seperti rendahnya pemahaman gender, tidak hanya ditemukan di kalangan masyarakat, tetapi juga ditemukan pada level pengambil keputusan, baik lembaga eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Masalah lainnya adalah keterbatasan informasi data terpilah menurut jenis

kelamin. Dengan demikian, isu gender terjadi akibat perbedaan peran, sifat biologis, penguasaan dan akses terhadap sumber daya alam, hak dan posisi serta kuatnya nilai sosial budaya dan patriarki yang menempatkan laki-laki dan perempuan pada kedudukan dan peran yang berbeda dan tidak setara.

Gender dipersoalkan karena secara sosial telah melahirkan perbedaan peran perempuan dan laki-laki dalam masyarakatnya. Secara umum, adanya gender telah melahirkan peran, tanggung jawab, fungsi, dan bahkan ruang tempat dimana manusia beraktivitas. Perbedaan gender ini melekat pada cara pandang kita, sehingga kita sering lupa seakan-akan hal itu merupakan sesuatu yang permanen dan abadi sebagaimana permanen dan abadinya ciri biologi yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki.

Konstruksi sosial yang selama ini hadir di masyarakat tentunya menimbulkan problematika tersendiri terhadap gender. Problematika gender muncul biasanya terkait dengan ketidakadilan dan diskriminasi terhadap kaum perempuan, dan terjadi hampir di semua bidang, mulai dari tingkat internasional, negara, keagamaan, sosial, politik, budaya, ekonomi, bahkan sampai pada tingkatan rumah tangga. Hubungan subordinasi yang dialami oleh kaum perempuan tersebut mendapat perlawanan dari kaum feminis, yang melihat bahwa perempuan selalu berada dalam situasi yang tertindas. Mereka berjuang untuk menuntut kedudukan yang sama dengan kaum laki-laki dalam berbagai bidang kehidupan agar terhindar dari keadaan subordinasi tersebut.

Topik – topik mengenai perempuan selalu menarik untuk diperbincangkan oleh media. Media pun juga turut andil dalam menciptakan simbol dan *image*

mengenai perempuan. Kita secara tidak sadar menerima begitu saja konstruksi sosial mengenai perempuan yang dibuat oleh media. Littlejohn (1999:78) menyatakan bahwa media bukan hanya sekedar mekanisme sederhana dalam menyebarkan informasi tetapi juga sebuah organisasi yang kompleks dan institusi sosial yang penting di dalam masyarakat. Media merupakan pemain utama dalam pertarungan ideologi dan menjadi bagian dari industri budaya yang memiliki kesempatan untuk menciptakan simbol dan *image* yang dapat melakukan operasi terhadap kelompok marjinal.

### **1. Perempuan Di Bawah Bayangan Laki-Laki**

Secara abstrak, kedudukan berarti tempat seseorang dalam suatu pola tertentu. Dengan demikian, seseorang dikatakan mempunyai beberapa kedudukan, oleh karena seseorang biasanya ikut serta dalam berbagai pola kehidupan. Pengertian tersebut menunjukkan tempatnya berhubungan dengan kerangka masyarakat secara menyeluruh. Kedudukan ini yang pada akhirnya menjadi 'bumerang' bagi posisi perempuan dalam sebuah pemberitaan.

Kembali ke permasalahan marjinalisasi perempuan dalam berita di media *online* Detikcom. Munculnya ketimpangan posisi perempuan tidak terlepas dari status yang diberikan kepada perempuan. Kondisi ini berimplikasi pada terhambatnya akses perempuan di ranah politik. Kerancuan inilah yang akan dicoba untuk diberi perhatian khusus guna melihat wacana tersembunyi dari sebuah berita.

Secara garis besar ada dua tema utama status perempuan dilabelkan sebagai subjek atau objek dalam berita. Pertama, perempuan mendapat posisi

karena status diberikan tanpa memperhatikan perbedaan-perbedaan rohaniah dan kemampuan dan yang kedua label status diberikan karena usaha-usaha yang disengaja

Dalam satu judul pemberitaan pada Sabtu, 26 April 2014 yang berjudul "Mahasiswi Cantik Calon Dokter Ini Jadi Wakil Rakyat Banyumas" dari segi pemilihan kata, di sini Detikcom melihat si caleg diunggulkan karena kecantikannya, di awal isi beritanya caleg ini juga mendapat nilai positif.

"Sebagai caleg termuda dan masih aktif sebagai mahasiswa kedokteran ini, setelah duduk sebagai anggota dewan nantinya program awal yang dia ingin laksanakan adalah memberikan pengetahuan mengenai kesehatan kepada masyarakat, agar dapat mencegah angka kematian ibu dan bayi pasca melahirkan yang angkanya terus meningkat. Selain itu, memberikan pengetahuan kepada para remaja tentang masalah reproduksi di usia remaja."

Penggunaan kata "termuda dan masih aktif sebagai mahasiswa kedokteran ini" memberikan konstruksi bahwa perempuan ini memiliki kesan yang positif yaitu di usia yang muda sudah bisa menjadi salah satu dari caleg suatu partai. Melalui produksi teks di atas dapat dijelaskan bagaimana media menempatkan sosok politisi perempuan bahwa dengan kecantikan, umur yang masih muda seorang politisi perempuan bisa menjadi seorang politisi. Kedudukan ini tidak diperoleh atas dasar faktor kelahiran atau karena garis keturunan. Akan tetapi bersifat terbuka bagi siapa saja tergantung dari kemampuan masing-masing dalam mengejar serta mencapai tujuan-tujuannya. Maka dapat berkesimpulan jika kedudukan yang diperoleh oleh politisi perempuan berdasarkan buah dari usaha-usaha yang telah dilakukan. Usaha-usaha ini dapat dilihat dari prestasi, kemampuan (*skill*). Namun pada akhirnya

juga kedudukan tadi juga tersubordinasi dengan kodratnya perempuan di keluarganya, status ini tidak mempertimbangkan kemampuan yang dimiliki politisi perempuan.

Media dalam beritanya mewacanakan posisi aktor sebagai kelompok yang termarginalkan karena faktor genetik. Lebih lanjut, media beranggapan kemampuan yang dimiliki bukan karena keahlian, prestasi, ataupun pengalaman yang dimiliki oleh politisi perempuan, melainkan karena pengaruh orang-orang terdekat. Seperti dalam berita-berita yang menjadi unit analisis peneliti, status yang diberikan kepada perempuan tidak terlepas karena ia anak atau keturunan orang yang telah diakui kredibilitasnya di panggung politik. Seperti yang terdapat di lanjutan berita yang tadi.

"Dari keluarga, orang tua tidak nyangka. Banyak wejangan-wejangan setiap ketemu keluarga, itu pasti diomongin. Mereka ingin lihat saya amanah mengemban tugas ini, istiqomah dan menjaga nama baik keluarga, karena sekarang saya bukan hanya milik keluarga, tapi milik Banyumas, terutama dapil 3," ujar putri mantan Bupati Purbalingga Triyono Budi Sasongko ini.

Dalam pemberitaan tersebut posisi seorang Dyah Handayani Nastiti menjadi objek dalam pemberitaan. Statusnya terbentuk karena dia merupakan anak dari mantan Bupati Purbalingga Triyono Budi Sasongko. Kemampuan yang sesungguhnya dimiliki oleh Dyah menjadi ternetralisir hanya karena status dia sebagai anak dari tokoh politik yang telah diakui kredibilitasnya. Triyono Budi Sasongko merupakan mantan bupati Purbalingga yang menjabat dari tahun 2000-2010. Kepemimpinan Triyono Budi Sasongko ini mampu membuat Purbalingga meraih gelar penyelenggaraan pemerintahan terbaik se-Jateng pada tahun 2009. Dia juga pernah menjabat sebagai ketua APKASI

(Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia) wilayah Jawa Tengah pada tahun 2006 dan juga pernah ditunjuk sebagai *Board Executive Partnership Government Reform in Indonesia* pada tahun 2006 juga.

Kondisi inilah yang pada akhirnya memberi celah pada peneliti untuk memberi asumsi yang negatif terhadap perempuan. Dengan kata lain, walau Dyah memiliki kompetensi murni dalam berpolitik namun pandangan masyarakat kemampuan dan ketenarannya atau kompetensi politiknya tidak terlepas dari bantuan peran dan pengaruh nama besar orang tua. Berita ini menggambarkan sosok Dyah Handayani Nastiti sebagai anak dari tokoh PDIP, Triyono Budi Sasongko dibantu dalam kampanye guna mendulang suara pada Pemilu legislatif. Dalam pembahasannya, posisi Dyah ditempatkan sebagai objek dalam berita dan wartawan melihat Dyah dari satu perspektif tunggal. Wartawan (media) dengan permainan bahasa memberikan sebuah status kepada Triyono Budi Sasongko sebagai orang yang berpengaruh terhadap keberhasilan anaknya dalam berita ini dan secara tidak sadar pembaca menganggap Bupati Purbalingga ini sebagai sosok sentral yang menyokong kekuatan dalam kampanye Dyah. Perempuan (Dyah Handayani Nastiti) pada taraf ini menjadi sosok yang 'dikasihi' dan bukan dari hasil cerminan kemampuannya sendiri. Kekuatan bahasa yang diolah dalam berita ini memang cukup kuat untuk dapat mewacanakan sesuatu yang mematkan sosok tertentu dalam berita.

Akibatnya, berkembang asumsi keberhasilan Dyah Handayani Nastiti tidak didapat secara murni dari kemampuannya dalam mencari dukungan. Kalimat “ujar putri mantan Bupati Purbalingga Triyono Budi Sasongko ini” yang disematkan di akhir paragraf berita tersebut memberi asosiasi bahwa Dyah merupakan anak seorang politisi yang pernah sukses di Purbalingga. Status sebagai anak yang disoroti oleh media ini secara tidak sadar melemahkan posisi perempuan dalam pemberitaan di media dan pada akhirnya terjadi marjinalisasi pada kaum perempuan, seolah hanya aji mumpung dari faktor keturunan.

Berita yang serupa juga terdapat dalam pemberitaan pada hari Kamis, 17 April 2014 yang berjudul “Klaim Pimpin Perolehan Suara, Ini Pemenang Pileg DPD Versi Fahira Idris” yang mana di sini posisi Fahira Idris merupakan putri dari mantan menteri perindustrian Fahmi Idris yang merupakan politisi partai Golkar. Pada tahun 1984, Fahmi bergabung dengan Partai Golkar, tahun 1998-2004, menjabat sebagai Ketua DPP Golkar di Jakarta. Kemudian dilantik sebagai Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi dalam tahun yang sama. Pada tahun 2004 Fahmi ditunjuk sebagai Menteri Tenaga Kerja, sebelum akhirnya ditunjuk ulang menjadi Menteri Perindustrian, kini ia juga menjabat sebagai Anggota Dewan Penasihat Partai Golkar. Tentu hal ini juga sangat berpengaruh di pikiran pembaca berita, dan menetralsir kemampuan politik dari Fahira Idris sendiri.

Jika pada pembahasan di atas posisi perempuan dalam pemberitaan ditentukan oleh garis keturunan atau faktor genetik, maka pada pembahasan berikut ini posisi perempuan yang ditentukan oleh ikatan perkawinan. Beranjak dari konsep tentang status perempuan, yaitu status karena faktor hubungan perkawinan maka berita berikut akan menjelaskan praktek pemarjinalan perempuan dalam berita.

Berita berikut adalah contoh dari bagaimana kedudukan perempuan menjadi objek karena faktor perkawinan, yaitu berita pada Jumat, 28 Maret 2014 yang berjudul "Kampanye Jadi Senator, Istri Roy Suryo Bawa Pengamen dan SPG di Yogya" Berita tersebut mendeskripsikan posisi istri Roy Suryo, yaitu Ismarindayani Priyanti dijadikan sebagai objek dari pemberitaan dengan subjeknya adalah suami dari menteri pemuda dan olah raga. Hal ini ditegaskan dari sebutan mereka sebagai 'istri Roy Suryo'. Artinya, posisi Ismarindayani Priyanti dalam berita dijelaskan dari sudut pandang sang suami, bukan dari sudut pandang Ismarindayani Priyanti sebagai calon anggota DPD RI. Sebutan ini berdampak pada melemahnya posisinya sebagai politisi yang mampu dalam bersaing dalam pemilihan anggota DPD.

Lebih lanjut, Ismarindayani Priyanti di dalam berita dipaparkan sebagai Caleg yang berhasil karena faktor suami, dan hanya sedikit dari bagian berita yang membahas tentang prestasinya dalam meraih kursi di DPD RI. Di luar Ismarindayani Priyanti memiliki kemampuan dan hak dalam

memperoleh kursi di DPD, berita yang diangkat dalam harian Detikcom ini secara tidak langsung telah membentuk sebuah citra negatif bagi peneliti. Dengan kata lain, Ismarindayani Priyanti dalam prosesnya untuk menjadi calon anggota DPD RI tidak terlepas dari peran suami yang kebetulan adalah seorang menteri. Jadi, status yang dilabelkan terhadap perempuan pada berita ini mengindikasikan mereka hanya sebagai objek dalam struktur sosial di masyarakat. Hal inilah pada akhirnya mengantarkan perempuan menjadi termarginalkan dalam pemberitaan mengenai politisi perempuan.

Embel-embel peran suami dalam kiprah sang istri di dunia politik kian menjadi hal yang lumrah dan wajar. Salah satunya seperti yang terdapat dalam pemberitaan pada Kamis, 18 April 2013 yang berjudul "GKR Hemas *Nyalon* Lagi untuk DPD RI".

"Saya maju juga sudah mendapat restu suami, Ngarso Dalem. Ngarso Dalem juga menyerahkan sepenuhnya keputusan pencalonan itu," katanya.

Secara formal, berita ini tidak ada yang salah dan tidak ada hal yang patut untuk dibenahi. Namun, jika dikritisi lebih jauh ada semacam dampak psikologi bagi perempuan lain yang memahami berita ini dalam konteks feminisme. Sebenarnya tidak ada yang salah dari keinginannya terlepas dari dia seorang istri, namun permasalahan muncul ketika berita ditulis dari pers-

Kamis, 15/04/2013 02:15 WIB

## GKR Hemas *Nyalon* Lagi untuk DPD RI

Bagus Kurniawan - detikNews



Yogyakarta - Gusti Kanjeng Ratu (GKR) Hemas maju mencalonkan diri kembali untuk menjadi anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) RI. Pencalonan permaisuri raja Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat ini merupakan yang ketiga kali.

Pencalonan GKR Hemas telah didaftarkan di kantor KPU DIY di Jalan Ipda Tut Harsono Yogyakarta, Rabu (17/4/2013). Bersama pendukungnya Hemas mecalonkan maju dalam pemilihan anggota DPD RI periode 2014-2019.

"Saya maju ke DPD banyak dorongan dari teman-teman terutama kaum perempuan," kata Hemas.

Sebelumnya Hemas tidak ingin maju setelah dua kali menjadi anggota DPD RI. Namun karena banyak yang mendukung, akhirnya kembali mencalonkan diri.

"Saya maju juga sudah mendapat restu suami, Ngaso Dalem. Ngaso dalam juga menyerahkan sepenuhnya keputusan pencalonan itu," katanya.

Ketika ditanya apa yang akan diperjuangkan di DPD RI. Menurut dia, ada beberapa hal yang masih harus diperjuangkan di DPD diantaranya draf UU kesetaraan gender yang belum dibahas oleh DPR RI dan mengoptimalkan peran DPD RI.

Saat menyerahkan bekas pencalonan, Hemas juga diantar para pendukungnya yang sebagian ada yang mengenakan busana adat Jawa gaya Yogyakarta.

*Akhiri hari anda dengan menyimak beragam informasi penting dan menarik sepanjang hari ini, di "Reportase Malam" pukul 01.30 WIB, hanya di Trans TV*

(bg

*Gambar 3.4*

*Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)*

pektif wartawan. Dalam konteks yang lain terdapat sebuah wacana yang ingin dirangkai bahwa politisi perempuan di sini memiliki ketergantungan terhadap kehadiran suami seperti yang terdapat dalam potongan berita di atas. Hal ini

yang pada akhirnya memberi kesan bahwa perempuan tidak dapat mandiri dan tidak memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya sendiri.

Berkaca dari perspektif wartawan, posisi perempuan hanya dijadikan sebagai bahan pelengkap pemberitaan. Konklusi akhir dari berita tetap milik sang suami. Hal ini yang tanpa disadari oleh perempuan sendiri bahwa mereka telah terjebak oleh sebuah wacana yang dibangun media tentang kiprah mereka sebagai wanita mandiri. Namun, pada kenyataannya profil mereka hanya sebatas pendukung dari subjek berita yaitu laki-laki (suami). Konsekuensi logis dari wacana media ini akan berakibat pada pandangan sinis masyarakat tentang kiprah perempuan dalam politik. Disadari atau tidak di sinilah letak pamarjinalan politik perempuan dalam berita.

Bila dilihat dari intensitas dan hingar bingarnya sorotan media massa terhadap perempuan, maka bagi media massa posisi perempuan lebih penting dibandingkan pria. Isu-isu *emansipasi* dan peran ganda yang sering direkam dan diulas media massa selalu dikaitkan dengan dunia kaum Hawa dan hampir tidak pernah disinggung dengan kaum Adam sebagai mitranya. Kenyataan tersebut menggambarkan seolah-olah dunia perempuan lebih “bermasalah” dibandingkan pria, sehingga pembahasannya tidak pernah ada habisnya.

Antropolog Kartini Syahrir mengatakan bahwa perempuan menjadi perbincangan, karena perempuan di samping menjadi subyek juga menjadi obyek, di dalam kediriannya, perempuan mengaktualisasikan pikiran-pikiran, kehendak-kehendak, dan tujuan hidupnya. Tetapi di lain pihak, karena wujud fisik yang dimilikinya, dia menjadi “sasaran tembak” dari anggota

masyarakat di mana ia berada. Dan posisi kedua inilah yang yang sering dialami perempuan. Dalam perannya sebagai obyek ini, perempuan dilihat sebagai makhluk yang memiliki keterbatasan gerak dan dia berfungsi tak lebih dari sekedar pemenuh kebutuhan ekonomi, sosial, dan rohani dari anggota masyarakat. Pemikir Perancis, Beauvoir, mengatakan dalam masyarakat, perempuan senantiasa digambarkan berada dalam kehidupan yang serba kepasifan, sehingga *subordinasi* perempuan terhadap pria pun dianggap sebagai sesuatu yang alamiah. Padahal hal tersebut merupakan konstruksi dari kehidupan masyarakat dan media. Di dunia jurnalistik, kondisi ini sedikit banyak terpantul, karena perempuan lebih banyak terlibat dalam fungsinya sebagai *cover* dan model majalah atau sumber untuk diberitakan atau “digosipkan” daripada sebagai penuang gagasan.

Kentalnya peran sebagai obyek ini juga akan dapat terasa jika kita melihat bahasa yang digunakan media massa yang sebenarnya sangat berpengaruh pada persepsi dan cara pandang pembaca terhadap sesuatu hal. Bahkan bahasa berpengaruh terhadap gerak *fisikal* manusia yang menggunakan, lewat sugesti-sugesti yang diberikan oleh kata tertentu. Bahasa dengan “kekuatan tersembunyinya” mampu melestarikan nilai dalam masyarakat dan mendorong masyarakat melakukan aksi-aksi sosial berdasarkan keyakinan yang dikristalkan dengan bahasa. Maka ketika bahasa digunakan oleh media massa maka ia memiliki tanggung jawab “lebih”, karena akan dikonsumsi dan berpengaruh memperkuat *stereotype* pada pemirsa yang sangat banyak dan heterogen.

Dalam tingkat konsep, pembicaraan perempuan oleh media massa hampir selalu dikaitkan dengan: bagaimana mengatur waktu untuk suami dan anak, bagaimana tanggapan suami tentang kariernya, dan sebagainya. Sebaliknya untuk pria pertanyaan yang biasanya muncul adalah “apakah istri Anda berperan untuk mendukung karier Anda?”. Kemudian pemberitaan perempuan selalu berputar dalam masalah yang remeh-temeh yang seakan-akan sudah menjadi “citra” seorang perempuan, misalnya: penampilan, pakaian, jenis parfum, rahasia kelembutan dan keluwesan, koleksi pakaian, hiburan dan lain-lain. Apabila ada tokoh yang sukses atau menjadi *public figure* maka isi pemberitaan media selalu berbeda, bila pria sukses dia akan ditanya tentang keberhasilannya, cara meraih keberhasilan, apa cita-cita dan obsesinya serta pandangan-pandangannya tentang suatu persoalan. Sebaliknya pada perempuan sedikit sekali ulasan tentang jalan mencapai keberhasilannya, yang sering muncul adalah: adakah dampak keberhasilan terhadap “kodrat” keperempuanannya, Bagaimana anak-anaknya?, Bagaimana penilaian orang tentang keberhasilan dan kariernya?.

Selain kedudukan atau status yang terberi (tidak disengaja) seperti yang dijelaskan di atas (garis keturunan, ikatan keluarga, suami-istri), kedudukan perempuan juga didapatkan karena faktor pemberian (disengaja). Artinya, ada indikasi yang dapat digunakan untuk melihat posisi aktor sebagai subjek. Di samping berita yang memosisikan perempuan sebagai objek dalam pemberitaan, ada beberapa berita yang juga memunculkan realitas sebenarnya dari perempuan.

Status ini muncul karena perempuan memiliki kemampuan yang sesungguhnya. Kedudukan seseorang dengan status ini melekat dan dapat dilihat pada kehidupan sehari-hari melalui ciri-ciri tertentu yang dalam sosiologi dinamakan *prestise symbol* (Soekanto, 2005: 242). Lebih lanjut, penjelasan dari Soekanto mengisyaratkan kedudukan aktor seharusnya diposisikan sebagai subjek untuk mendapatkan keseimbangan dalam sebuah struktur masyarakat. Status ini secara sederhana diartikan sebagai kedudukan yang dicapai oleh seorang dengan usaha-usaha yang disengaja. Kedudukan ini tidak diperoleh atas dasar faktor kelahiran atau karena garis keturunan. Akan tetapi bersifat terbuka bagi siapa saja tergantung dari kemampuan masing-masing dalam mengejar serta mencapai tujuan-tujuannya. Maka dapat berkesimpulan jika kedudukan yang diperoleh oleh aktor berdasarkan buah dari usaha-usaha yang telah dilakukan.

Pada prinsipnya, istilah prestasi lebih menggambarkan pada makna dalam bahasa Inggris yaitu kata "*achievement*". Tetapi karena kata tersebut berasal dari kata "*to achieve*" yang berarti "*mencapai*", maka dalam bahasa Indonesia sering diartikan menjadi "pencapaian" atau "apa yang dicapai". Jadi, konsep "prestasi" merupakan sesuatu yang akan dicapai seseorang dalam sebuah pekerjaan atau bidang yang digeluti oleh seseorang. Beranjak dari definisi tersebut maka prestasi merupakan implikasi tindakan dari kedudukan seseorang. Kaitannya dengan kedudukan perempuan dapat dilihat dalam berita dengan judul "Risma Dilirik Gerindra, PDIP: Itu Cara Dongkrak Popularitas

Prabowo” ini merupakan sebuah prestasi yang mengakibatkan posisi Tri Rismaharini memiliki nilai tawar yang tinggi dalam politik.

Senin, 24/03/2014 17:19 WIB

## Risma Dilirik Gerindra, PDIP: Itu Cara Dongkrak Popularitas Prabowo

Danu Damarjati - detikNews



Jakarta - Wakil Ketua Dewan Pembina Gerindra menyebut kader PDIP Tri Rismaharini masuk bursa kandidat cawapres Prabowo. Penyebutan nama Risma dinilai PDIP merupakan strategi Gerindra menaikkan elektabilitas Prabowo Subianto.

"Dalam konteks Pilpres ini ada juga yang mengangkat sosok populer untuk mendongkrak elektabilitas capresnya sendiri," tanggap Wasekjen PDIP Hasto Kristianto saat dihubungi, Senin (24/3/2014).

Hasto menyatakan tak akan menanggapi berlebihan manuver Gerindra itu. Karena sebelum menghembuskan kembali isu Risma sebagai cawapresnya, Gerindra lewat Prabowo juga kerap menyindir capres PDIP Joko Widodo.

"Kami mengedepankan politik beretika saja. Itu saja. Ada yang mengatakan Pak Prabowo menyindir Jokowi, kita tenang-tenang saja," ucap Hasto.

PDIP yakin yakin Risma akan memilih berkonsentrasi membenahi Surabaya. Seperti diketahui, Risma adalah Wali Kota dari Ibu Kota Jawa Timur itu.

"Kan beliau beberapa kali ditawarkan untuk jadi cawapres. Beliau menolakan untuk tetap di Surabaya. Membuat Surabaya menjadi lebih manusiawi.

*Akhir hari anda dengan menyimak beragam informasi penting dan menarik sepanjang hari ini, di "Reportase Malam" pukul 01.30 WIB, hanya di Trans TV*

(trq/van)



**Gambar 3.5**  
**Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)**

Rekam jejak yang sarat pengalaman membuat Gerindra tertarik untuk menjadikannya masuk dalam bursa kandidat cawapres Prabowo. Di antara prestasinya adalah pada tahun 2012 yang lalu Tri Rismaharini mampu membawa Surabaya menjadi kota berpartisipasi terbaik se-Asia Pasifik versi Citynet atas keberhasilan pemerintah kota dan partisipasi masyarakat Surabaya dalam mengelola lingkungan Hidup. Citynet merupakan organisasi dunia yang didirikan pada tahun 1987, merupakan organisasi jaringan kerjasama pemerintah daerah se-Asia Pasifik yang bermarkas di Yokohama, Jepang. Organisasi ini memiliki 103 anggota yang berasal Asia-Pasifik dan negara-negara Eropa. Dari jumlah tersebut, 63 anggota resmi pemerintah daerah kota dan sisanya 40 adalah organisasi internasional dan non-pemerintah. Kemudian bulan Oktober 2013 melalui penghargaan *Future Government Awards* 2013 Kota Surabaya menyabet 2 kategori sekaligus yaitu data center dan inklusi digital dengan menyisihkan 800 kota di seluruh Asia-Pasifik. Di bawah Ibu Tri Rismaharini Kota Surabaya berhasil mendorong masyarakat kota untuk menghasilkan produk dari tanaman bakau, misalnya bakau batik, sirup dan produk makanan bakau lainnya.

Dalam berita ini, wacana penghilangan peran perempuan dilakukan dengan memunculkan sosok laki-laki yang superior. Di sisi lain perempuan menjadi yang inferior dengan argumen-argumen meniadakan kehadiran perempuan. Superioritas laki-laki dalam hal ini terlihat dari tampilan sosok laki-laki yang sempurna dan tanpa cela yaitu Prabowo, sehingga menghilangkan peran perempuan dalam berita.

Lebih lanjut, kesuperioran laki-laki tergambar dari beberapa indikasi yang dalam berita dapat dilihat secara nyata. Superior diartikan sebagai sosok yang mempunyai kuasa dan kekuatan. Sejalan dengan itu, Poerwadarminta (1976: 979) mendefinisikan superioritas sebagai sesuatu yang diunggulkan. Artinya, sifat-sifat unggul ini melekat dan menjadi senjata bagi seseorang. Kedua aspek inilah yang selanjutnya mendikte peran perempuan dalam berita. Kekuatan (*power*) menjadi senjata bagi laki-laki untuk melucuti kehadiran perempuan dalam berita. Kekuatan ini terlihat dari jabatan, kekuasaan, wibawa, ataupun kekuatan materi yang dimiliki laki-laki. Walaupun kehadiran laki-laki dalam berita tidak selalu superior, namun terdapat ketidakseimbangan dalam pembagian isu-isu penting dalam berita. Akibatnya, terjadi miss-persepsi dalam benak pembaca dalam menginterpretasi makna dari berita yang dipublikasikan. Miss-persepsi ini akan berlanjut pada pelemahan perempuan dalam hal citra positif dalam ranah politik.

Berita lain yang memperlihatkan tentang kedudukan perempuan berdasarkan kemampuan (*skill*) dasar yang dimiliki perempuan terlihat dari berita Rabu, 30 April 2014 berjudul "Fantastis, Perempuan Caleg DPD Ini Kantongi 1,9 Juta Suara Lebih". *Skill* dapat diartikan sebagai kecakapan, kepandaian atau keterampilan dalam suatu hal atau bidang tertentu (John M Echols & Hassan Shadily, 1996: 530). Kemampuan kampanye yang baik sehingga mendulang suara yang memenangkan mereka dalam pemilu menjadi salah satu ketrampilan yang dimiliki oleh politisi perempuan dalam konteks ini. Hal ini juga yang menjadi dasar bagi perempuan untuk mengokohkan

posisi mereka sebagai seseorang yang memperoleh kedudukan berdasarkan usaha-usaha yang disengaja.

Rabu, 30/04/2014 19:41 WIB

## Fantastis, Perempuan Caleg DPD Ini Kantongi 1,9 Juta Suara Lebih

M Iqbal - detikNews



Denty Eka Widi Pratiwi (Foto: Ist)

Jakarta - Denty Eka Widi

Pratiwi menjadi calon anggota DPD RI asal Jawa Tengah dengan perolehan suara sangat fantastis yaitu mencapai 1,9 juta suara. Denty dipastikan lolos ke Senayan bersama tiga calon DPD lainnya.

Penetapan perolehan suara caleg DPD RI digelar setelah KPU menetapkan suara caleg DPR RI untuk Jawa Tengah I hingga Jawa Tengah IX di kantor KPU Jalan Imam Bonjol, Jakarta Pusat, Rabu (28/4/2014).

"Karena tidak ada keberatan dari sisi calon maupun Bawaslu, kita sepakat untuk menetapkan dan mengesahkan rekapitulasi penghitungan perolehan suara DPD Dapil Jateng," ujar Komisioner KPU Ferry Kurnia Rizkiyansyah disambut ketukan palu. Tok!

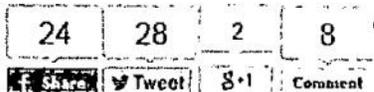
Pemilih yang menggunakan hak pilihnya di Dapil Jawa Tengah sebanyak 20.044.535 pemilih dengan jumlah surat suara sah sebanyak 14.368.417 suara dan suara tidak sah 5.676.118 suara.

Berikut empat calon yang berhasil memperoleh suara tertinggi sebagai anggota DPD periode 2014-2019:

1. Denty Eka Widi Pratiwi: 1.901.163 suara.
2. Bambang Sadono: 1.235.682 suara.
3. Sulistyio: 1.246.129 suara.
4. Akhmad Muqowam: 948.673 suara

Akhiri hari anda dengan menyimak beragam informasi penting dan menarik sepanjang hari ini, di "Reportase Malam" pukul 01.30 WIB, hanya di Trans TV

(iqb/bm)



Gambar 3.6

Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)

Kemampuan atau *skill* dalam politik terlihat dari para perempuan tersebut ketika mereka harus bersaing dengan calon lain untuk mendapatkan

kursi legislatif. Dan ukuran untuk *skill* yang baik adalah ketika mereka dapat mengalahkan kandidat lain dalam persaingan. Sebagai contoh adalah dalam berita pada Rabu, 30 April 2014 berjudul “Fantastis, Perempuan Caleg DPD Ini Kantongi 1,9 Juta Suara Lebih” Dalam berita dijelaskan Denty Eka Widi Pratiwi menjadi calon anggota DPD RI asal Jawa Tengah dengan perolehan suara sangat fantastis yaitu mencapai 1,9 juta suara. Artinya, status sebagai pendulang suara terbanyak pastilah memiliki kemampuan atau *skill* dalam berpolitik yang lebih baik dibanding dengan calon-calon lain.

Konteks sosial mengenai belenggu patriarki tidak hanya ada di Indonesia, tetapi juga di negara lain dengan corak dan variasi yang berbeda. Di Indonesia yang paling kentara dengan budaya patriarki kental adalah pada masyarakat Jawa. Hal tersebut dipengaruhi oleh sistem masyarakat Jawa yang patrilineal, yaitu hubungan keluarga yang didasarkan pada garis ayah/laki-laki. Perempuan yang terlahir dari keluarga Jawa dengan prinsip adat patriarki yang kental pasti merasakan dididik menjadi perempuan Jawa yang terbatas dengan nilai-nilai patriarki. Jika dilihat dari pengertiannya menurut bahasa Jawa, perempuan atau wanita memiliki arti wani (berani) dan tata (diatur) atau juga bisa berarti nata (mengatur). Wanita (berani diatur) berarti wanita tidak sepenuhnya memiliki dirinya sendiri, karena ia diatur. Dalam pengertian wanita (berani mengatur), mengindikasikan bahwa wanita harus mendapatkan pendidikan yang tinggi agar bisa menjalankan perannya tersebut.

Akan tetapi, pada kenyataannya justru wanita dalam artian berani diatur lah yang saat ini terjadi. Seorang perempuan Jawa yang dididik dengan

nilai-nilai budaya patriarki tentu tidak asing dengan nasehat, jadi perempuan itu harus tahu unggah-ungguh (sopan santun), kalau tertawa jangan keras-keras apalagi tertawa lebar mulutnya, jadi perempuan itu harus menurut apa kata orang tua, jangan seenaknya sendiri, perempuan itu harus bisa masak, merawat diri, bisa melahirkan anak dan lain sebagainya. Dalam budaya patriarki tidak hanya keluarga saja yang berhak untuk mendidik perempuan, tetapi juga lingkungan, keluarga besar, tetangga pun seakan-akan punya hak. Berbagai pandangan dan aturan mereka berikan, yang seakan justru mengerdilkan perempuan, karena konstruksi sosial dan budaya patriarki. Dampaknya perempuan ter subordinasi dianggap *second class* baik dalam politik dan hak mengenyam pendidikan tinggi sebagai akses untuk menaikkan kualitas hidupnya. Terutama bagi perempuan yang terlahir dari keluarga menengah kebawah. Contoh, jika dalam keluarga ada anak perempuan dan laki-laki maka prioritas yang mendapat pendidikan lebih tinggi tetaplah laki-laki. Anak laki-laki dalam masyarakat Jawa adalah segalanya, ada kebanggaan tersendiri ketika memiliki anak laki-laki.

Perempuan dianggap tidak penting sekolah tinggi-tinggi, karena ujung-ujungnya mengurus dapur dan rumah tangga. Perempuan dianggap *konco wingking* yang kerjanya di dapur, sumur, dan kasur yang bisanya hanya *masak* (memasak), *macak* (dandang), *manak* (melahirkan). Mereka juga jarang diikutkan dalam membuat keputusan besar dalam keluarganya, karena dianggap tidak memiliki hak dan tidak memiliki kecakapan dalam hal tersebut. Jika pun perempuan mengeluarkan pendapatnya, bisa-bisa balik

dicela *kamu itu tidak tahu apa-apa, perempuan tidak usah ikut campur*. Hal itu kemungkinan masih terjadi pada keluarga Jawa yang masih konservatif. Tidak hanya berhenti disitu jika seorang anak susah diatur maka suami tidak jarang akan menyalahkan istri karena dianggap tidak bisa mendidik. Padahal suami juga punya peran sebagai ayah yang tugasnya juga mendidik anak, tidak hanya mencari nafkah.

Tentu pernah mendengar ungkapan Jawa *swarga manut, neraka tumut (surga dan neraka ikut suami)*, seperti itulah hubungan antara suami dan istri yang tergambar dalam nilai-nilai patriarki budaya Jawa. Suami bisa dianggap wakil dari dewa, jadi apa yang dikatakan harus dituruti. Hal-hal semacam itu membuat perempuan tidak diberi ruang berpendapat, hak kebebasan untuk mengatakan pilihannya, hanya bisa terkukung oleh budaya yang terkadang berlawanan dengan hati nuraninya.

Banyak dasar-dasar nilai patriarki dalam masyarakat Jawa yang menempatkan posisi laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan. Segala keputusan yang berkaitan dengan diri perempuan seakan-akan diputuskan oleh laki-laki entah ayahnya, pamanya, suaminya, ataupun saudara laki-lakinya. Dibandingkan laki-laki perempuan diberi aturan ketat, ia dibatasi dengan kata kodrat perempuan. Kodrat perempuan harus beginilah-begitulah. Sehingga menurut kacamata lelaki wanita yang ideal itu adalah yang bisa *masak, macak, manak*. Wanita tidak diberi sektor publik bahkan wanita harus terima ketika laki-laki menyuruhnya berhenti bekerja atau tidak diizinkan bekerja, baik dengan alasan yang masuk akal ataupun tidak. Tidak boleh menuntut ilmu

lebih tinggi, hingga urusan reproduksi diputuskan juga oleh laki-laki, meskipun dalam hati wanita hal tersebut berlawanan. Tapi apa boleh buat, kembali lagi pada istilah kodrat wanita. Akhirnya, ketika ketidakadilan dan kesetaraan tadi berubah menjadi pemicu kekerasan, maka dianggap sebagai kewajaran yang biasa terjadi. Dan sekali lagi, dimata masyarakat wanita tetap pada posisi yang salah karena dianggap pemicu masalah, karena tidak bisa menjadi istri atau ibu yang baik hingga suaminya melakukan kekerasan.

Nilai patriarki ini juga tidak lepas dari pengaruh pemerintahan Orde Baru, pemerintah Orde Baru mengembangkan kebijakan depolitisasi sistematis peran dan posisi perempuan Indonesia. Soeharto menempatkan diri sebagai “Bapak Pembangunan” yang mengharuskan pengabdian kaum perempuan baik sebagai ibu maupun istri dalam pembangunan. Julia Suryakusuma dalam bukunya *State Ibuism* menyebut *state ibuism* yang bertumpu pada paham paternalistik dan memposisikan laki-laki sebagai elemen inti dari negara, sementara perempuan merupakan elemen sekunder yang cukup berkiprah di dalam keluarga yang jauh dari dunia politik untuk mendukung kebijakan negara secara total. Pada periode ini perempuan tidak lagi mempunyai peran penting, meski ia dilibatkan dalam proses pembangunan bangsa. Bahkan gerakan perempuan Indonesia, secara politis bisa dikatakan tidur panjang. Dengan sangat sistematis, Orde Baru Soeharto berhasil membungkam gerakan perempuan independen. Terdapat dua jenis program sebagai implementasi *state ibuism* sebagai sebuah ideologi.

Pertama, program difokuskan pada peran perempuan sebagai ibu dan istri yang bertujuan untuk mengontrol posisi perempuan di dalam negara. Hal ini ditempuh dengan memperkenalkan program Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) pada tahun 1972 dengan sasaran perempuan pedesaan. PKK ini menjadi alat negara untuk mengendalikan perempuan pedesaan. Selain itu, untuk mengontrol loyalitas perempuan kelas menengah di perkotaan, pemerintah Orde Baru mendirikan organisasi Dharma Wanita pada tanggal 5 Agustus 1974. Dharma Wanita memasyarakatkan budaya "ikut suami" sebagai manifestasi ideologi gender *state ibuism*. Melalui jenis program tersebut, perempuan dituntut untuk loyal tetapi pasif sebagai ibu atau istri demi mendukung karier suami, termasuk pilihan politik suami untuk menyukseskan tugas negara. PKK dan Dharma Wanita merupakan manifestasi *cultural construction of the nation* yang berusaha membangun mantra budaya identitas ideal keperempuanan dan keibuan versi Orde Baru yang pasif dan apolitik.

Kedua, program yang difokuskan pada peran reproduksi perempuan yang mengharapkan kesediaan perempuan untuk membatasi jumlah kelahiran demi kesuksesan program penurunan jumlah penduduk Pemerintah Orde Baru. Hal ini dilakukan dengan memperkenalkan program Keluarga Berencana (KB) yang pelaksanaannya berupa distribusi kontrasepsi modern ke arah pedesaan mulai tahun 1970-an. Program KB ini sejatinya merupakan manifestasi peran perempuan sebagai *biological reproduction of the nation*. Tubuh perempuan menjadi sasaran utama program KB dengan beragam alat

kontrasepsi untuk mengendalikan fungsi reproduksi, demi menurunkan jumlah penduduk (Dewi, 2007: 60-62). Di bawah rezim otoriter Orba, implikasi politik gender ini ternyata sangat jauh, tidak sekedar mendomestikasi perempuan, pemisahan dan depolitisasi perempuan, tetapi juga telah menggunakan tubuh perempuan sebagai instrumen-instrumen untuk tujuan ekonomi politik. Ini nampak pada program KB yang dipaksakan untuk “hanya” perempuan dengan ongkos yang tinggi, yang khususnya dirasakan oleh perempuan kalangan bawah di pedesaan. Ringkasnya politik gender Orba telah berhasil membawa perempuan Indonesia sebagai kelompok yang homogen apolitis dan mendukung peraturan otoritarian. Berakhirnya rezim Orba tahun 1998, memunculkan Era Reformasi. Bila sistem pemerintahan yang semakin demokratis dianggap paling kondusif bagi pemberdayaan perempuan, maka di Era Reformasi ini semestinya pemberdayaan perempuan di Indonesia semakin menemukan bentuknya. Bila ukuran telah berdayanya perempuan di Indonesia dilihat dari kuantitas peran di sejumlah jabatan strategis, baik di eksekutif, legislatif maupun yudikatif, justru ada penurunan dibanding masa-masa akhir rezim orba. Namun, secara kualitatif, peran perempuan itu semakin diperhitungkan juga di pos-pos strategis, seperti yang tampak pada komposisi kabinet kita sekarang. Ini dapat digunakan untuk menjustifikasi, bahwa mungkin saja kualitas perempuan Indonesia semakin membaik. Hanya saja harus tetap diakui bahwa angka-angka peranan perempuan di sektor strategis tersebut tidak secara otomatis menggambarkan kondisi perempuan di seluruh tanah air. Bukti nyata adalah angka kekerasan

terhadap perempuan masih sangat tinggi. Bila pada jaman lampau kekerasan masih berbasis kepatuhan dan dominasi oleh pihak yang lebih berkuasa dalam struktur negara dan budaya (termasuk dalam rumah tangga), maka kini diperlengkap dengan basis industrialisasi yang mensupport perempuan menjadi semacam komoditas.

Hal tersebutlah yang terus mengakar di media dalam mengkonstruksi perempuan dalam setiap hal yang mereka tampilkan seperti di iklan, film, berita dan sebagainya. Tak luput pula Detikcom sebagai salah satu media pemberitaan online juga ikut mewacanakan tentang politisi perempuan dalam pemberitaannya, bahwa seorang politisi perempuan selalu di bawah bayangan laki-laki. Mulai dari karena faktor keluarga, entah itu ikatan darah secara langsung maupun perkawinan, dan juga secara seksual yakni dengan menonjolkan bagian fisik atau penampilan perempuan dalam pemberitaannya.

## **2. Popularitas Atau Kapasitas**

Diskusi mengenai perempuan dan politik selalu menarik dibicarakan, dalam wacana hegemoni patriarki kaum perempuan diposisikan sebagai objek (korban). Negara mengadvokasi hak-hak perempuan dengan tawaran perempuan boleh masuk ke panggung politik. Dalam beberapa momentum kaum perempuan diharapkan ambil bagian dalam *job description* kaum laki-laki meliputi profesi; sopir, pilot, dosen, politisi, dan pejabat publik. Negara memandang perempuan tetap sebagai warga negara kelas dua yang mencuat karena ada kelebihan-kelebihan atau di luar potensi fisiknya maka mereka

boleh menempati ruang-ruang yang mestinya untuk laki-laki. Sebenarnya partisipasi perempuan ini menjadi sangat terbatas, hanya perempuan kelas atas, terkenal, dan sedikitnya harus mempunyai potensi mengangkat kelompoknya. Jagat politik di Indonesia banyak dihiasi oleh sosok-sosok populer, cantik, tampan, terkenal, dan *public figure* dari dunia hiburan.

Kehadiran Marissa Haque dan Angelina Sondakh sebagai politisi hasil dari Pemilu tahun 2004 yang berasal dari kalangan selebriti merupakan potret gambaran tersebut. Sosok mereka identik dengan dunia keartisan. Marissa Haque adalah figur artis perempuan yang dilahirkan dari dunia perfilman era 80-an. Sementara, Angelina lebih dikenal sebelumnya sebagai Putri Indonesia, dengan gelar ratu kontes kecantikan. Karier di politik tidak diawali dengan *track record* politik.

Kandidat politik yang tidak memiliki jejak politik kuat diuntungkan oleh mekanisme Pemilu langsung pertama yang dilakukan berdasarkan sistem semi distrik. Hal itu terjadi karena tidak hanya nama wakil rakyat yang ditulis dikertas suara, namun juga mulai dipampangkan foto-foto mereka. Dalam Pemilu 2004, banyak selebriti yang masuk ke kancah politik, menggunakan popularitasnya untuk mengumpulkan suaranya. Para kompetitor politisi lainnya yang tidak dikenal rakyat tiba-tiba mendapat saingan hebat dengan munculnya wajah-wajah para politisi selebriti ini karena wajah mereka sering tampil dimedia, lebih banyak dikenal sehingga lebih populer di mata para calon pemilihnya.

Beberapa selebriti perempuan telah lolos menjadi anggota DPR di Senayan seperti Marrisa Haque wakil dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Angelina Sondakh, wakil dari Partai Demokrat, Nurul Arifin wakil dari Partai Golongan Karya, Rieke Dyah Pitaloka wakil dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Tere wakil dari Partai Amanat Nasional, Rachel Maryam wakil dari Partai Gerindra. Fenomena terpilihnya selebriti perempuan ke panggung politik baik di Indonesia maupun di negara-negara lainnya yang demokratis, memperlihatkan kekuatan selebriti sudah mampu menggalang massa dan dipergunakan untuk menjaring pemilih bagi partai politik. Selebriti dijadikan produk politik atau kandidat untuk ditawarkan bagi pasar pemilih melalui strategi-strategi *political marketing*. Posisi tawar yang besar bagi para artis untuk masuk dalam bursa politik menciptakan sebuah adagium “politik tidak selalu garang” namun bisa berubah sangat “cantik” dan seperti menghadirkan sebuah opera baru dengan pentas yang berbeda. Politik yang “cantik” ini semakin marak, tatkala artis perempuan yang jelas cantik hadir mengunjungi daerah-daerah untuk menyemarakkan kampanye masing-masing partainya.

Perempuan sebagai elemen *civil society* memiliki tempat yang khusus dalam meletakkan dirinya untuk mendorong demokratisasi dan melakukan upaya penyadaran kepada rakyat bahwamereka punya hak untuk didengar oleh negara, terkait dengan berbagai kepentingan mendasar mereka yang dituangkan dalam berbagai kebijakan politik negara.

Perempuan turut ambil bagian selaku pengawas dalam setiap pengambilan kebijakan yang dibuat oleh lembaga politik negara, baik eksekutif, legislatif, maupun yudikatif. Situasi di atas mengacu pada konvensi PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) tentang Penghapusan segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (*The UN Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination against Women - CEDAW*) yang disahkan oleh Dewan Umum PBB pada tahun 1979. Dua puluh tahun sejak ditandatanganinya konvensi itu, lebih dari 170 negara telah meratifikasinya. Konvensi itu dapat dijadikan dasar untuk mewujudkan kesetaraan perempuan dan laki-laki dengan membuka akses dan peluang yang sama di arena politik dan kehidupan publik, termasuk hak memberi suara dan mencalonkan diri. Pemerintah telah bertekad untuk menempuh semua langkah yang diperlukan, termasuk legislasi dan tindakan-tindakan khusus yang bersifat sementara, sehingga kaum perempuan nanti dapat menikmati seluruh hak dan kemerdekaan asasi mereka. Akan tetapi masih banyak negara yang belum menerapkan langkah-langkah di atas ([www.komunitasdemokrasi.or.id](http://www.komunitasdemokrasi.or.id), diakses pada 8 September 2014). CEDAW diratifikasi pada tahun 1984. Pemerintah Habibie kemudian meratifikasi Protokol Opsi yang merupakan bagian dari Konvensi Perempuan. Belakangan ini pemerintah Indonesia bahkan telah mengambil beberapa langkah untuk melakukan berbagai tindakan yang ditujukan untuk menyempurnakan kebijakan yang menyangkut gender, terutama masalah *gender mainstreaming*, yang merupakan sebuah strategi penting yang termuat dalam Platform Aksi Beijing (*Beijing Platform for*

*Action*). Keputusan Presiden Nomor 9/2000 berisi arahan kepada semua sektor pemerintahan Indonesia untuk menerapkan *gender mainstreaming* ini. Namun terlepas dari berbagai ratifikasi di atas, banyak pihak mengkritik pemerintahan sekarang yang belum juga mengeluarkan produk hukum baru atau merevisi undang-undang untuk memenuhi seluruh persyaratan konvensi tersebut.

Sepanjang tahun 2001, perdebatan tentang representasi dan partisipasi politik perempuan semakin meningkat dan mendominasi agenda politik, berkat gigihnya organisasi-organisasi dan para aktivis masyarakat madani yang vocal menyuarkan isu ini. Salah satu isu terpenting yang mereka serukan adalah penerapan kuota 39% bagi perempuan dalam proses pemilu.

Perdebatan yang terus berlanjut dan terkadang menimbulkan kontroversi seputar gender dan demokrasi itu diakibatkan oleh tiga faktor dari masa lalu Indonesia. Faktor pertama adalah kenyataan historis dan berkelanjutan tentang rendahnya representasi perempuan Indonesia di semua tingkat pengambilan keputusan. Di parlemen nasional, perwakilan perempuan hanya 9.2 % dari total anggota parlemen, jauh lebih rendah dari 'rekor' periode sebelumnya, yakni 12.5 %. Faktor ke dua berkaitan dengan reformasi politik yang sedang bergulir. Transisi menuju kehidupan politik yang demokratis telah memperlebar peluang bagi perempuan dan sektor-sektor masyarakat lainnya untuk mengekspresikan pandangan mereka serta merumuskan dan menyuarkan tuntutan mereka tentang kesadaran dan kepekaan gender yang lebih besar di dalam kebijakan-kebijakan pemerintah, legislasi, dan politik pemilu. Sedangkan faktor ke tiga, berhubungan dengan

krisis ekonomi tahun 1997 yang menyulut maraknya tuntutan pada representasi perempuan di semua tingkatan dan seluruh aspek kehidupan politik. Krisis itu telah memperburuk kondisi hidup kaum perempuan, sehingga mendorong mereka bangkit menyuarakan kebutuhan mereka, sekaligus mempertahankan hak-haknya. Semua faktor di atas telah menciptakan suatu atmosfer dimana seluruh organisasi masyarakat madani, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), aktivis, politisi dan badan-badan internasional bisa bersuara dan secara bersama-sama mempengaruhi wacana dan arah kebijakan pemerintah menyangkut keterlibatan perempuan Indonesia di sektor publik.

Ironisnya semua kerja keras yang sudah disepakati bahkan menjadi garis kebijakan tersebut terbantahkan oleh kenyataan di lapangan. Berbagai pernyataan menyudutkan peran perempuan utamanya bagi mereka selebriti yang terjun berpolitik. Kutipan berita di bawah ini mempertegas wacana artis perempuan sekedar menjadi pengumpul suara (*vote getter*) untuk mendongkrak imej partai politik tertentu. Berikut kutipan tertulis dari berita *online*, yang mengukuhkan stereotip artis perempuan menjadi sekedar *vote getter* dalam suatu partai politik.

Menurut Direktur Eksekutif Lembaga kajian *The Indonesian Institute* (TII) yaitu lembaga penelitian kebijakan publik (*Center for Public Policy Research*) Jeffrey Geovanie berpendapat, perekrutan artis-artis ke partai politik masih efektif sebagai pengumpul suara (*vote getter*) dalam Pemilu legislatif tahun 2009, karena mereka dinilai bias menaikkan citra Parpol. Tapi

untuk jabatan eksekutif, seperti bupati, walikota dan gubernur, apalagi presiden, masih sulit bagi masyarakat untuk berspekulasi dengan memilih artis. Namun ada pengecualian bagi artis yang populer dan memiliki konsistensi yang panjang di dunia hiburan, misalnya artis senior yang populer dan konsisten di dunia hiburan, seperti halnya Ronald Reagan di AS, tentu punya peluang untuk dipilih di jabatan eksekutif. Menggunakan artis sebagai *vote getter* sebenarnya bukan hal yang baru di pentas politik Indonesia. Misalnya di era Orde Baru, artis senior sudah ditarik ke partai politik. Berdasarkan catatan, pada Pemilu 2004, artis-artis juga dijadikan sebagai pengumpul suara dengan mengajukannya sebagai calon anggota dewan, seperti di Partai Demokrat, Golkar, PAN dan PDIP” ([www.harianpelita.com](http://www.harianpelita.com)). Pernyataan yang dikutip media tersebut disadari atau tidak telah merepresentasikan sebuah wacana. Dalam hal ini teks-teks berita sebagai bagian industri yang memiliki kebijakan, aturan, visi, dan misi yang terangkum dalam sebuah ideologi media.

Seringkali masyarakat kurang menyadari sebuah keberlangsungan struktur, rasionalitas beserta ideologi laten yang termuat dalam teks mampu menciptakan label-label baru bagi kehidupan setiap manusia. Pernyataan dari kutipan berita tersebut adalah refleksi teks yang meneguhkan stereotipe artis perempuan sebagai “pengumpul suara” dalam partai politik. Mengingat kutipan pernyataan tersebut dikeluarkan oleh lembaga kajian *The Indonesian Institute* (TII), lembaga yang sering melakukan riset di lapangan terkait fenomena sosial politik di Indonesia, maka berbagai ketimpangan yang

menyudutkan artis perempuan ini cenderung mengarah pada pembunuhan karakter (*character assassination*) mereka yang berprofesi sebagai artis, dan terjun sebagai selebriti politisi. Mengutip ungkapan Kate Millet dalam bukunya *Sexual Politics* (2000: 201) bahwa dunia politik melakukan sebuah praktek "politik seksual" terhadap perempuan dalam hal ini artis perempuan berpolitisi. Persoalan ini menarik untuk dibongkar dan menjadi perhatian masyarakat yang hidup dalam konteks demokrasi untuk mengetahui sejauh mana *impression management* dipertukarkan dalam komunikasi politik dan peran artis perempuan berpolitik dalam praktek politik di Indonesia. Bila membicarakan mengenai gender maka dekat dengan diskusi yang diidentikkan oleh karakter laki-laki dan perempuan dalam masyarakat kontemporer.

Secara khusus, akan membedah konstruksi sosial subyek yang dijadikan politik seksual dalam masyarakat kontemporer. Kajian mengenai pemahaman politik seksual dalam sebuah wacana keseimbangan dalam partisipasi politik menjadi ranah ideologi yang dapat ditarik ke arah hegemoni peran atas laki-laki terhadap perempuan. Dalam bidang teori dan politik dengan menautkan kajian feminisme, maka terdapat berbagai perspektif yang saling bersaing. Secara umum feminisme sebagai poros reduksi terhadap organisasi sosial dapat ditempatkan pada subordinasi peran perempuan atas laki-laki. Barker (2004 :25) menyatakan bahwa feminisme, pada intinya menaruh perhatian pada seks sebagai prinsip pengatur kehidupan social dimanar elasi gender sepenuhnya dipengaruhi oleh relasi kekuasaan.

Subordinasi perempuan terbukti ada di berbagai praktik dan institusi sosial, artinya kekuasaan laki-laki dan subordinasi perempuan bersifat struktural. Feminisme yang mengarah pada persamaan dan kesetaraan kehidupan politik merupakan gerakan feminisme liberal dan sosial. Praktik mengenai persaingan perspektif antara relasi gender ini hendaknya tarik pada persoalan budaya patriarki. Kritik terhadap konsep patriarki merujuk Barker (2004:26) adalah terletak pada kategori perempuan yang tidak terbedakan. Jadi, semua perempuan dipandang memiliki kesamaan mendasar yang bertentangan dengan semua laki-laki. Konsep Barker adalah sebuah perspektif yang *inheren* dengan kultur dimasyarakat sehingga masyarakat tidak menyadari bahwa terdapat sebuah praktik yang menyubordinasi peran perempuan dalam praktik bermasyarakat. Sebagai contoh seorang artis selebritis perempuan yang menjadi wakil rakyat selalu diasosiasikan dengan cantik dan mampumenghibur massa, dan meniadakan unsur kompetensi personal.

Bagaimana konstruksi ini terbangun tidak lepas dari peran media dalam penetrasi pesan media yang mengemas dari proses produksi teks menjadi sedemikian rupa dengan tidak lepas dari unsur ideologi media yang menciptakan subordinasi peran laki-laki dan perempuan. Serangkaian proses tersebut yang dimaknai oleh massa atau khalayak pembaca sehingga menciptakan *stereotype*. Pencitraan peran tersebut menjadi sebuah bagian dari komoditas industri media yang menjadi sebuah konstruksi kognisi khalayak, bahwa artis perempuan berpolitik memang demikian adanya.

Disini peneliti melihat bahwa Detikcom merupakan sebuah situs portal berita online dibawah perusahaan media Trans Corp yang dimiliki oleh Chairul Tamjung. Selain memiliki Detikcom, Trans Corp juga memayungi perusahaan televisi di Indonesia yaitu Trans TV dan Trans 7. Dalam kesehariannya pemberitaan-pemberitaan di televisi tersebut tidak memberitakan sesuatu secara straight news, mereka menyajikan berita-berita yang bersifat feature. Seperti dalam acara "On The Spot", mereka memberitakan berita-berita yang tidak ada nilai beritanya. Hanya menyoroti masalah-masalah umum yang sepele. Dalam pemberitaan mengenai Ratu Atut pun televise ini tidak memberitakan mengenai korupsi yang dilakukan oleh mantan gubernur Banten tersebut secara gambling. Tapi lebih memberitakan tentang bagaimana gaya hidup dari Ratu Atut, pakaian yang dipakai dalam kesehariannya, mulai dari jilbab hingga alas kakinya.

Penggunaan konsep Gramscian terbukti memiliki pengaruh yang *inheren* karena tidak semata-mata labelisasi melekat dengan sendirinya dan menciptakan polarisasi makna di benak khalayak, namun lebih jauh bahwa media memiliki serangkaian ideologi yang terefleksi dalam hasil-hasil pesan medianya. Akibatnya, Gramsci menjadikan perjuangan ideologis dan konflik di dalam masyarakat sipil sebagai arena sentral dalam politik budaya, dengan analisis hegemonik tentang cara perolehan keseimbangan kekuatan yang relevan. Dalam analisis Gramscian mengutip pada Barker (2004:62) yang memaparkan bahwa ideologi dipahami sebagai ide, makna, dan praktik yang kendati mereka mengklaim sebagai kebenaran universal, merupakan peta

makna yang mendukung kekuasaan sosial tertentu. Ideologi tidak dapat dipisahkan dari aktifitas praktik kehidupan, namun posisinya adalah fenomena material yang berakar pada kondisi sehari-hari. Ideologi menyediakan aturan perilaku praktis dan tuntunan moral yang sepadan dengan agama yang secara sekuler dipahami sebagai kesatuan keyakinan antara konsepsi dunia dan tindakan.

Hegemoni dapat dipahami dalam konteks strategi dimana pandangan dunia dan kekuasaan kelompok sosial panutan (apakah mereka berupa kelas, seks, etnik, atau nasionalitas) dipelihara dalam kultur masyarakat. Hegemoni terus-menerus diciptakan dan dimenangkan, maka membuka kemungkinan adanya tantangan di atasnya, yaitu penciptaan kontra hegemoni bagi kelas subordinat. Hasil penelitian ini menemukan ketimpangan kelas yang menempatkan hak-hak kesetaraan dalam berpolitik melalui penginferioran perempuan sebagai label pencitraan dalam aktifitas politik. Keberadaan perempuan selaku artis telah dikomodifikasi menjadi sekedar strategi *political marketing* bagi sebagian partai politik untuk mampu menggalang massa dan mengumpulkan suara.

Tidak dapat disangkal bahwa praktik yang berlangsung sejak Orde Baru telah menjadi sebuah stereotip yang menciptakan labelisasi terhadap peran artis perempuan yang menjadi politisi sebagai "*vote getter*". Sunarto (2000:36) mendefinisikan perspektif feminisme liberal sebagai penekanan terjadinya subordinasi kaumwanita dimasyarakat yang disebabkan oleh adanya hambatan hukum dan adat yang menghalangi wanita untuk masuk ke

dalam lingkungan publik. Perspektif liberal melihat bahwa perbedaan biologis antara kaum wanita dan pria sebagai sebab terjadinya perilaku yang subordinatif tersebut. Lebih lanjut dikatakan bahwa masyarakat beranggapan, karena kondisi alamiahnya, kaum wanita kurang memiliki intelektualitas dan kemampuan fisik dibandingkan kaum pria. Kaum wanita dianggap tidak mampu menjalankan peran di lingkungan publik.

Penyadaran pada pemikiran feminisme liberal memiliki relevansi dengan perjuangan para artis perempuan yang terlibat secara aktif dalam politik praktis. Stigma perempuan artis masih identik dengan politik seksual yang memberikan disparitas nyata bahwa posisi mereka diindikasikan sebagai pengumpul suara partai saja. Popularitas menjadi studi yang memiliki kajian interdisipliner dengan bidang marketing. Logika ini paralel dengan sosok artis yang dianggap sebagai alat pemasaran pada konstituen partai. Artis tidak dapat dilepaskan dari konstruksi "value" yang identik dengan symbol-simbol pencitraan. Guna memasarkan citra yang merujuk pada sosok, sebelumnya harus memiliki citra yang ingin dimunculkan, lalu mengidentifikasi sasaran yang dituju, merumuskan *positioning* yang tepat untuk mencerminkan citra serta merancang pesan dan media kampanye yang tepat. Hal ini menegaskan bahwa citra personal mempunyai arti sangat penting dalam Pemilu. Berikut ini peringkat citra personal dalam Pemilu yang berlangsung di Eropa dan Amerika.

Secara konseptual penelitian ini berusaha merumuskan definisi selebriti. Selebriti dalam *Understanding Celebrity* mengarah pada pemahaman

orang yang banyak dikenal. Graeme Turner (2004 : 20-21) menyebutkan, selebriti adalah orang asing yang akrab dan menembus dalam kehidupan pribadi orang-orang lainnya. Kehidupan sehari-hari selebriti biasanya lebih banyak sisi menarik dan kontroversinya dibandingkan kemampuan profesional dan pencapaian prestasinya. Selebriti merupakan produk dalam sejumlah budaya, dimana sejumlah unsur berinteraksi di dalamnya meliputi politik, ekonomi, sosial dan sebagainya. Pertarungan relasi peran ini, menyebabkan seringkali selebriti dijadikan komoditas melalui proses komodifikasi dan menjadi bagian dari objek konsumsi.

Popularitas digunakan sebagai komoditas politik sehingga memunculkan stereotip perempuan sekedar “pengumpul suara” dalam lingkup partai. Bagaimana proses sosiokultural yang terdapat dalam struktur masyarakat dalam rangka membentuk realita yang muncul di media. Pharr (1996:24-36), mengemukakan adanya empat pandangan yang saling berlawanan, yaitu; *pertama* media sebagai penonton (*spectator*); *kedua*, sebagai penjaga (*watchdog*); *ketiga*, sebagai pelayan (*servant*); dan *keempat*, sebagai penipu (*trickster*). Pharr mendudukan media sebagai penipu, sebuah kosa kata yang dibuatnya sendiri. Menurutnya, penipu merupakan partisipan aktif dalam proses politik. Akibat utama dari peran ini sebagai pembangun komunitas. Stereotip penipu kemudian berubah menjadi kosa kata yang positif, yaitu mencerminkan perilaku media yang penuh dengan kebaikan. Pharr menguraikan bahwa perilaku media secara frekuentatif menampilkan sisi yang ambigu, hipokrit, dan inkonsisten. Label menipu dalam konteks ini,

meski dapat dipandang sebagai positif, tetapi juga mengandung sisi yang bersifat membahayakan sekaligus destruktif. Pharr berargumen bahwa media penipu tidak mewakili kepentingan satu kelompok tertentu.

Deskripsi Pharr terhadap realitas media di Asia Tenggara yang secara frekuentatif terjebak dalam berbagai kepentingan. Tipuan ini tidak dating dari kurangnya loyalitas, namun dari loyalitas yang berlipat, pluralitas dalam kewajiban, dan beragamnya *stakeholder* yang sejalan dengan kemauan pemilik medianya. Sangat jelas bahwa *stakeholder* menghasilkan kekuatan sekaligus kelemahan. Pemikiran Pharr (1996: 24-36) berangkat dari fenomena mayoritas analisis media dari barat cenderung melihat hubungan partisan dalam konteks hubungan formal dan informal antara organisasi media dan partai politik. Sebaliknya dalam konteks Asia Tenggara, definisi ini belumlah memadai. Dikarenakan hubungan partisan harus dipahami sebagai rangkaian keseluruhan dari hubungan antar praktisi, secara paralel dengan dunia media dan politik. Literatur dari negara berkembang menekankan dominasi atau hegemoni kekuasaan negara, dimana media digunakan sebagai alat propaganda negara.

Media dengan wacana marjinalisasinya mencoba untuk 'mengurai' aspek-aspek popularitas politisi perempuan sebagai sesuatu yang mendukung kemampuan politik sang politisi perempuan. Sedangkan fakta dan realitas sebenarnya tidak seperti yang diwacanakan. Di sinilah letak bagaimana sang politisi perempuan dilemahkan aksesnya untuk dapat berkiprah di ranah politik.

Popularitas atau ketenaran politisi perempuan dalam kajian peneliti bukan suatu hal yang menguntungkan bagi perempuan dari sisi personal. Artinya, sesuatu yang mereka banggakan sebagai seorang *entertainer* tidak berlaku dalam posisi mereka dalam suatu lembaga atau struktural partai. Dengan kata lain, status yang mereka dapat dalam ranah hiburan tidak serta-merta diikuti dalam ranah politik. Effendi Gazali menjelaskan dalam kajian ilmu komunikasi politik, selebriti adalah tokoh yang mampu menyita ruang-ruang media massa, khususnya televisi dalam pembuatan atau pernyataan yang memiliki akibat politik, terutama yang berkaitan dengan publik (<http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/08/07/00595869/ketika.selebritis.berpolitik.kosong>).

Penjelasan di atas memberi asumsi jika artis digunakan sebagai *vote getters* untuk meningkatkan popularitas partai politik, yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan saat pemilihan umum. Dampaknya, dengan pemberitaan media yang mengkorelasikan popularitas politisi perempuan dalam panggung hiburan dengan panggung politik secara tidak langsung telah melemahkan posisi perempuan sendiri. Lebih konkrit lagi, berita membentuk sebuah citra bahwa kesempatan berpolitik perempuan tidak terlepas dari popularitas yang dimilikinya.

Keyakinan ini merebak ketika media dalam beritanya mencoba memaparkan argumen-argumen dari sudut ketenaran sang politisi perempuan. Arti lain, konsep marginalisasi kian kentara tatkala isu-isu popularitas atau ketenaran menjadi kata kunci dalam berkiprah di panggung politik.

Beberapa berita yang melihat sudut pandang politisi perempuan dari sisi popularitas yaitu:

- Selasa, 25 Maret 2014 “Kampanye 'Lasmini', Caleg 'Saur Sepuh 3”
- Senin, 03 Maret 2014 “Caleg Seksi dan Pengusaha Metromini Ini Ogah 'Nebeng' di Angkot “
- Rabu, 23 April 2014 “Penyanyi Emilia Contessa Berjaya dalam Pemilihan DPD di Jatim”

Selasa, 25/03/2014 16:21 WIB

## Kampanye Unik

# Kampanye 'Lasmini', Caleg 'Saur Sepuh 3'

Elvan Dany Sutrisno - detikNews



Foto: Muchus E. Joesoeboko

Jakarta - Ada saja cara caleg untuk menarik perhatian masyarakat menjelang Pemilu 2014 nanti. Masih ingat Lasmini? 'Kembang Gunung Lawu' ini ikut mengadu nasib di Pileg 9 April nanti.

Ingat Lasmini tentu ingat RR Murti Sari Dewi. Murti Sari adalah pengisi suara karakter Lasmini di sandiwara radio dan juga memainkan karakter itu di Isyar lebar dengan judul 'Saur Sepuh'.

Di tahun politik ini, artis cantik tersebut menjadi caleg DPR RI nomor urut 3 dari Partai Gerindra untuk daerah pemilihan Jateng V. Daerah pemilihan 'Lasmini' meliputi Boyolali, Klaten, Sukoharjo, dan Kota Surakarta.

Nama Murti Sari Dewi yang lahir di Surakarta pada 11 Desember 1971 ini terpampang di Daftar Caleg Tetap KPU. Untuk meraih suara, sejumlah armada kampanye sudah disiapkannya.

Alumnus SMA Muhammadiyah II Surakarta dan pengurus KNPI setempat ini telah menggersakan mobil kampanye dengan stiker yang nyeleneh. Stiker bergambar 'Lasmini' dengan baju silat bertulis Murti Sari Dewi, Saur Sepuh 3: Kembang Gunung Lawu, mondar-mandir di Surakarta.

Seperti gambar yang diperolah detikcom, Selasa (25/3/2014), 'Lasmini' juga menebar baliho dan pamflet bertulis 'Junus Gerindra Sasti'.

Di profil pencalegannya, 'Lasmini' memasukkan sejumlah film yang pernah dibintanginya. Antara lain:

Film Saur Sepuh 1 (Satria Madangkara) Sebagai Lasmini  
Film Saur Sepuh 2 (Pesanggrahan Keramat) Sebagai Lasmini  
Film Saur Sepuh 3 (Kembang Gunung Lawu) Sebagai Lasmini  
Film Saur Sepuh 5 (Di Atas Langit Ada Langit) Sebagai Lasmini  
Film Angling Darmo  
Film Tutar Tinular sebagai Sakawuni  
Film Misteri Gunung Merapi  
Film lainnya juga dimasukkan di profilnya.

Lalu apakah 'Lasmini' menggebrak 9 April nanti? Mampukah 'Lasmini' menembus kursi DPR?

**Akhiri hari anda dengan menyimak beragam informasi penting dan menarik sepanjang hari ini, di "Reportase Malam" pukul 01.30 WIB, hanya di Trans TV**

(van/try)

**Gambar 3.7**  
**Sumber : [www.detikcom](http://www.detikcom)**

Caleg 'Nebeng' di Angkot

# Caleg Seksi dan Pengusaha Metromini Ini Ogah 'Nebeng' di Angkot

Rahmat Triyoga - detikNews

Halaman 1 dari 2



Camel Panduwirata dan Azaz Tigor. (Kediri: Kurni)

Jakarta - Meski sebagai pengusaha angkutan metromini, Azaz Tigor Nainggolan enggan mengeksploitasi unit usahanya itu untuk kampanye. Padahal pria berusia 49 tahun itu terdaftar sebagai salah satu calon legislator untuk Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Jakarta.

Tigor, begitu biasa dia dipanggil, mengaku lebih senang kampanye dengan turun dan menjangkau warga di daerah pemukiman daripada memasang stiker di Metromini. Alasannya pemasangan stiker di angkutan umum kurang efektif, karena tidak mendukung pemerataan lingkungan.

Selain dilihat kurang enak, penempelan stiker ini juga tidak bagus buat kenyamanan dan keamanan penumpang. Seharusnya, dia menilai ada ketegasan dari pihak Panitia Pengawas Pemilu serta Dinas Perhubungan DKI untuk langsung mencopot stiker kampanye di angkutan umum yang terlalu banyak.

"Lebih baik enggak bawa apa-apa dan enggak kotor. Kalau saya lebih baik turun ke dapil dan bangun jaring relawan di warga," kata pria kelahiran Medan, 9 Februari 1965 itu kepada detikcom Jumat (26/2).

Camel Panduwirata Lubis memiliki pandangan yang sama dengan Tigor. Calon legislator dari Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) ini mengaku tidak tertarik memakai cara kampanye dengan menempel stiker di angkutan umum.

Apalagi sebagai entertainer, caleg seksi ini mengaku sudah dikenal publik lewat media massa. Pedangdut kelahiran Medan, 27 Oktober 1985 ini memilih cara kampanye dengan mengubah tampilan mobil Nissan Xtra miliknya berwarna merah sesuai identitas partainya, PKPI.

Dengan biaya lebih Rp 5 juta, Camel mengubah tampilan mobilnya lebih mencolok. Gambar dia bersama mantan Gubernur DKI sekaligus pendiri PKPI, Sutiyoso terpampang jelas dengan slogan Berani Untuk Indonesia.

"Kalau aku pakai cara tempel stiker di angkutan, kasihan caleg lain. Masak semuanya aku lakukan mulai tempel stiker, pasang spanduk, banyak bentuk di televisi, media cetak dan online. Enggak lah, bagi-bagi jatahnya," ujar Camel kepada detikcom Sabtu (1/3) lalu. [\(Nadi\)](#)

Halaman 1 dari 2

Next

Dia berpendapat penempelan stiker di angkutan umum sebenarnya cukup efektif untuk menarik perhatian publik. Dengan angkutan umum yang melekat di daerah pemukiman hampir setiap hari membuat publik mengetahui dan mengenal meski tidak secara langsung.

Selain selalu mengingatkan publik terhadap sosok caleg, cara ini saling menguntungkan antara dua pihak yaitu caleg dan sopir atau pemilik angkutan umum. Menurutnya, pasti ada kesepakatan antara pemilik angkot dengan caleg terkait nominal harga dan jangka waktu penempelan stiker di angkutan umum.

Camel merupakan caleg DPR dari PKPI nomor urut tiga untuk daerah pemilihan DKI Jakarta II yang meliputi Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, dan luar negeri.

Halaman 1 dari 2

« Prev

Gambar 3.8  
Sumber : [www.detikcom](http://www.detikcom)

## Penyanyi Emilia Contessa Berjaya dalam Pemilihan DPD di Jatim

Ardian Fanani - detikNews



Emilia Contessa (Dok. Pribadi)

**Banyuwangi** - Penyanyi Emilia Contessa kemungkinan besar akan melaju mutus ke Sonayan. Perolehan suaranya cukup bagus. Misalnya, di Banyuwangi tanah kelahirannya, ia mengungguli calon-calon lainnya.

Berdasarkan data KPU Banyuwangi, 3 besar calon DPD adalah Emilia Contessa yang meraup 204.878 suara, Abdul Qodir Amir Hartono (38.912) dan Dwi Astutik (36.550).

"Namun Emilia Contessa belum dipastikan menang, sebab penentuan akan dilakukan oleh KPU Provinsi Jawa Timur," kata Ketua KPU Banyuwangi, Syamsul Adlin, Rabu (23/4/2014).

Sementara itu, saat dihubungi detikcom via seluler, Emilia Contessa mengaku bersyukur atas perolehan suaranya yang melambung. Dari perhitungan sementara di 21 dari total 38 kabupaten/kota di Jatim, artis asal Banyuwangi itu unggul di 18 wilayah. Total perolehan suaranya lebih dari 1,6 juta.

Diakunya untuk kantong suaranya paling banyak adalah di Banyuwangi. Di Surabaya Emilia mendapatkan suara 146.726 suara, Sidoarjo 146.757, dan Malang Raya 173.000 suara.

"Alhamdulillah suara saya sampai segitu. Bahkan mungkin suara saya terbesar se-Indonesia. Total saat ini masih ada 5 kabupaten yang belum saya dapat datanya. Bangkalan, Sumenep, Sampang, Madura dan Kota Pasuruan," papar Ibunda penyanyi Denada ini kepada detikcom.

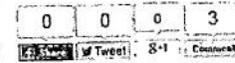
Emilia mengaku, sebelumnya pesimis mendapatkan suara terbanyak. Sebab Bilangan Pembagi Pemilih (BPP) untuk satu kursi di DPD sangat tinggi, yakni berkisar 700 ribu lebih. Namun seiring perhitungan manual oleh KPU, rupanya suaranya melebihi BPP yang sudah ditetapkan.

Merasa satu kalinya sudah di Sonayan, wanita yang akrab di panggil mbak Emi ini mengaku tidak jenuh. Ditanya melihat dukungan yang besar dari masyarakat Jawa Timur ini adalah mandat yang harus dipertanggung jawabkan. Kalau setelah dilantik menjadi anggota DPD RI, dia akan roadshow ke seluruh Kabupaten/kota di Jawa Timur. Ini dilakukan sebagai bentuk ucapan terima kasih dan perkenalan sekaligus mencari data untuk membantu daerah di Jawa Timur.

"Sebagai DPD nanti saya akan menjembatani daerah dan pusat. Sesuai dengan basic saya pastinya akan kita kawal bidang pariwisata, seni budaya, pendidikan, kesehatan," tutup perempuan berusia 56 tahun ini.

Akhiri hari anda dengan menyimak beragam informasi penting dan menarik sepanjang hari ini, di "Reportase Malam" pukul 01.30 WIB, hanya di Trans TV

(detik/)



Gambar 3.8  
Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)

Ketiga berita di atas, walau tidak secara gamblang menguraikan popularitas sebagai kendaraan menuju ranah politik, namun wacana marjinalisasi lewat kepopuleran bisa dilihat. Aktor-aktor berita (RR Murti Sari Dewi, Camel Panduwinata Lubis dan Emilia Contessa) diarahkan pada posisi yang memiliki nilai jual dalam panggung politik. Popularitas dan ketenaran politisi perempuan menjadi ukuran nilai jual tersebut. Wacana yang muncul adalah popularitas dapat menentukan posisi tawar partai politik dalam skala kelembagaan, tapi bukan dalam skala personal. Pada akhirnya paradigma ini membuat posisi perempuan menjadi termarginalkan dalam kancah politik.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam berita-berita yang sensitif gender, aktor tidak terlepas dari pelemahan peran. Perempuan diskenariokan untuk terjebak dalam dimensi penghilangan peran. Artinya, perempuan dengan sengaja dibuat untuk tidak berpengaruh atau tidak mempunyai kesempatan untuk menunjukkan kemampuan diri sesungguhnya dalam berita. Penghilangan atau pelemahan peran atau fungsi perempuan lebih lanjut akan berdampak pada marjinalisasi yang orientasinya pada penghambatan akses mereka pada bidang tertentu.

Fenomena selebritis politik sebenarnya telah terjadi di setiap negara. Peran pekerja seni memberikan warna yang lain dalam perpolitikan. Panggung perpolitikan semakin ramai dan seolah-olah tak terbendung lagi. Misalnya, pada tahun pemilihan umum 2009 dari Partai Bintang Reformasi (PBR) meminta Dewi Yull sebagai caleg. Dari Partai Damai Sejahtera (PDS) tersebut nama Maya Rumantir, Bella Saphira, dan Tessa Kaunang sebagai caleg. Pada

akhir 2012 publik dikagetkan dengan pencalonan artis Julia Perez dan Ayu Azhari dalam bursa calon kepala daerah.

Hal tersebut menunjukkan bahwa keikutsertaan selebritis dalam perpolitikan merupakan bentuk partisipasi politik dalam bentuk aktif karena para selebritis tersebut menduduki jabatan-jabatan tertentu dalam organisasi politik. Dari segi dukungan, selebritis mengeruk dukungan terbanyak karena popularitas yang mereka miliki serta untuk eksistensi partai politik yang menanungi mereka. Seperti yang telah diketahui bersama dalam sosioalisasi politik terdapat faktor eksistensi politik salah satunya popularitas tokoh partai. Hal inilah yang teraplikasi dalam wajah perpolitikan di Indonesia.

Keterpilihan dan keterbanyakan suara para selebritis dalam panggung perpolitikan memang tidak bisa dielakkan. Kebanyakan dari pemilihan umum yang telah diselenggarakan suara kaum penghijrah (selebritis politik) ini mendapatkan suara tertinggi dibandingkan tokoh-tokoh politik lain yang cenderung sudah lama dalam hal panggung perpolitikan. Politik praktis ini tentu saja menghasilkan interpretasi tertentu bahwa menggunakan artis sebagai calon legislatif atau calon kepala daerah lebih efektif. Hal tersebut menguntungkan kedua belah pihak antara partai politik dan para selebritis. Keuntungan yang didapatkan partai politik maka eksistensinya dibidang politik makin terlihat. Keuntungan bagi selebritis politik maka ia akan mendapatkan jabatan sebagai pemimpin. Hal ini pula yang mengakibatkan terjadi permarginalan politisi perempuan di media, karena politisi perempuan hanya dimanfaatkan ketenarannya untuk meningkatkan elektabilitasnya.

Frank Lindenfeld menemukan bahwa faktor utama yang mendorong orang untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik adalah kepuasan finansial. Maka, dalam kehidupan berpolitik keamanan ekonomi sangat perlu karena dengan adanya keamanan ekonomi, jika tidak orang tersebut akan merasa apatis. Pada umumnya orang-orang yang berada di gedung parlemen termasuk para selebritis berasal dari kalangan atas yang mampu membiayai segala keperluan dalam perpolitikannya, meliputi dana kampanye.

Pandangan masyarakat mengenai kehidupan dan hingar-bingar dunia para artis sehingga menimbulkan persepsi yang negatif terhadap mereka. Persepsi ini yang membuat masyarakat merasa kontra ketika ada selebritis yang mencalonkan diri sebagai pemimpin daerah atau sebagai calon legislatif. Latar belakang dunia keartisan memang jauh dari dunia perpolitikan. Hal inilah yang menjadi kekhawatiran tersendiri bagi masyarakat karena jika selebritis tersebut terpilih memimpin daerah maka kinerjanya tidak sesuai dengan orang yang mempunyai latar belakang ilmu kenegaraan. Bahkan disisi lain ada politisi dari kalangan selebritis yang berhasil sebagai pemimpin daerah dan kinerjanya sebagai anggota legislatif. Kejujuran, kekritisannya, rasa bertanggung jawab dan mementingkan tujuan bersama atas nama rakyat, sadar akan amanat dari rakyat yang memilihnya menjadi salah satu kunci kesuksesannya.

Dalam hal ini, keterlibatan selebritis dalam kancah perpolitikan tentu saja tidak menyalahi aturan karena hak asasi manusia telah tercantum dalam Undang-Undang dasar 1945 dan tersebar dalam beberapa pasal terutama pasal

27-31. Maka hak asasi manusia meliputi hak atas kebebasan untuk mengeluarkan pendapat, hak atas kebebasan berkumpul, hak atas kebebasan beragama, hak atas penghidupan yang layak, hak atas kebebasan berserikat, hak atas pengajaran.

Realitas budaya politik di Indonesia ini tentang fenomena selebritis politik dan politisasi selebritis belakangan ini menjadi perbincangan hangat. Banyaknya para selebritis ikut andil dalam bursa pencalonan diri sebagai kepala daerah dan calon legislatif. Latar belakang profesi para artis yang menjabat sebagai kepala daerah atau anggota DPR bermacam-macam, mulai dari ragam profesi sebagai artis sinetron, bintang iklan dan pelawak. Hal ini menjadi fenomena karena kesuksesan menjadi anggota DPR atau kepala daerah tertentu sangat menggiurkan. Keternaran dan kewibawaan sebagai pemimpin mempunyai nilai tersendiri dikalangan artis. Hal ini menjadi perhatian banyak orang, padahal di negara luar hal ini menjadi lumrah seorang artis mencalonkan dirinya sebagai politisi. Fenomena ini terjadi karena di Indonesia telah merasuk budaya pop (*pop culture*) dan politik praktis.

Keterlibatan para selebritis berkecimpung di dunia politik tentu saja menimbulkan pro dan kontra. Fenomena ini menjadi perdebatan dari dahulu hingga sekarang. Bagi masyarakat yang pro atau membela tentu saja memandang hal ini sebagai hak asasi manusia dan sifatnya sah-sah saja para artis untuk mencalonkan dirinya keranah perpolitikan dan mencalonkan diri sebagai kepala daerah dan duduk dalam parlementer. Berbeda halnya bagi kalangan yang kontra atau kelompok yang menentang tentu saja menolak

karena menganggap bahwa para selebritis cenderung mengandalkan penampilan fisik dibandingkan wawasan dan keahlian dalam kemampuan berpolitik. Media pun juga mengkonstruksi politisi terutama politisi perempuan, diberitakan hanya berdasarkan ketenarannya, bukan pada kapabilitas politiknya.

Pandangan tentang keterlibatan selebritis dalam kancah perpolitikan merupakan suatu kebebasan yang menjadi bagian haknya sebagai warga negara. John Stuart Mill, mengemukakan bahwa suatu konsepsi kebebasan menyertakan gagasan-gagasan pengembangan diri dan peningkatan kemampuan diri. Maka keterlibatan seorang selebritis dalam bursa pencalonan menjadi pemimpin daerah merupakan suatu peningkatan eksistensi diri dan proses pengembangan diri dalam peningkatan kualitas hidupnya. Pandangan miring yang hinggap di atas nama pencalonan seorang selebritis merupakan suatu bumbu politik dan juga wacana yang dibentuk oleh media. Kecenderungan para selebritis terjun dalam panggung perpolitikan menimbulkan selentingan bahwa para selebritis hanya ikut-ikutan karena melihat teman sejawatnya yang terjundalam panggung politik sukses dan menduduki jabatan terpenting.

Ada sebuah artikel yang berjudul "*Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*" yang ditulis oleh John Street. Pada dasarnya menjadi hak selebritis untuk mengandalkan penampilan fisik dan kepopulerannya untuk masuk ke dunia politik. Namun menurut street, selebritis yang memasuki dunia politik belum tentu layak dalam profesi

barunya sebagai politisi. Menurut Street istilah “selebritis politik” tidak dapat digeneralisasikan karena terdapat dua pemahaman tentang hal tersebut. Pemahaman yang pertama bahwa “selebritis politik” yang sepenuhnya menggunakan sisi keartisannya, dan pemahaman yang kedua bahwa “selebritis politik” yang sepenuhnya meninggalkan sisi keartisannya dalam arti ia sepenuhnya menekuni aktivitas sebagai aktivis politik yang menyuarakan perdamaian dan kritis dalam menilai kebijakan.

Partai politik mempunyai fungsi sebagai sarana perekrutan politik. Dalam fenomena ini partai politik memanfaatkan fungsinya sebagai tempat perekrutan para selebritis yang ingin menggunakan haknya untuk ikut serta dalam dunia perpolitikan. Mekanisme yang terjadi dalam hal ini adalah partai politik mencari dan mengajak orang yang dinilai berbakat untuk turut aktif dalam kegiatan politik sebagai anggota partai. Partai politik menarik dari golongan selebritis dan golongan muda untuk dididik menjadi kader untuk masa yang akan datang serta menjaga eksistensi partai politik tertentu.

Pro dan kontra dalam keterlibatan selebritis dalam panggung perpolitikan di dalam masyarakat akan terus berlangsung jika budaya populer yang kita anut telah terlepas dari diri kita. Bahwa pada dasarnya mereka bisa memperoleh pengaruh karena kekayaan, popularitas, daya tarik, pengetahuan, keyakinan atau karena kualitas tertentu yang dikagumi oleh orang-orang lain.

Budaya perpolitikan di Indonesia mempunyai ciri perpolitikan yang sama dengan negara berkembang lainnya. Dimana menilai seseorang tentang bagaimana dapat memiliki kekuasaan didasarkan pada faktor-faktor berikut:

kekayaan, memiliki kapasitas intelektual, integritas moral, kharisma, keterunan dan proses politik & sosial. Pada dasarnya seseorang berpolitik untuk mengatur dengan mengkollektifkan kepentingan bersama agar mencapai kehidupan yang lebih baik. Perpolitikan disuatu negara menyangkut pada kekuasaan. Kekuasaan menurut Weber merupakan kemungkinan seseorang untuk memaksakan orang lain untuk berperilaku sesuai kehendaknya. Kemungkinan orang memiliki kekuasaan di Indonesia lebih banyak berdasarkan faktor kekayaan. Maka ada istilah "siapa yang kuat dialah yang dapat". Realitas perpolitikan di Indonesia mempunyai banyak kepentingan dan terkesan berebut tahta kekuasaan.

Sistem budaya perpolitikan di Indonesia menganut sistem multipartai. Hal ini disebabkan oleh keanekaragaman masyarakat di Indonesia mulai dari ras, agama, suku bangsa. Dalam politik multi-partai golongan-golongan masyarakat cenderung menyalurkan ikatan-ikatan terbatas dalam satu wadah. Maka tidak heran dalam sistem politik multi-partai sering kali partai yang tidak cukup kuat bertemu untuk membentuk koalisi dengan partai-partai lain.

Partai politik merupakan bagian dari perilaku kolektif yang bersama-sama yang mempunyai tujuan yang sama. Menurut James S. Calomen, baik aktor kolektif maupun aktor individual mempunyai tujuan. Komitmen dalam partai politik bahwa mementingkan kepentingan bersama daripada kepentingan pribadi. Sebuah pandangan hidup yang dinanti-nantikan oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Pada saat musim kampanye berlangsung para calon pemimpin dari masing-masing politik menggambar-gemborkan

jargon “kami akan mementingkan kepentingan bersama daripada kepentingan pribadi kami”. Kalimat yang menggelitik bagi masyarakat yang mendengarnya. Bagi calon pemimpin dari partai tersebut hal ini merupakan usaha untuk meyakinkan rakyat akan keseriusannya dalam merubah tatanan yang sudah ada.

Membaca kontekstualisasi politisi selebriti di Indonesia dalam menganalisa masuknya selebriti ke dalam ranah politik praktis sangatlah terkait dengan kapabilitas calon bersangkutan. Hal ini dikarenakan terdapat berbagai faktor dalam menganalisa hal tersebut. pertama, artis tersebut sudah tidak laku lagi di dunia hiburan sehingga mencari sumber nafkah yang sepadan dengan dunia hiburan di dunia politik. Kedua, artis tersebut ingin kembali namanya berkibar dan terkenal seperti aktif dulu dengan masuk sebagai legislator DPR sehingga publik bisa tahu sepak terjangnya melalui pemberitaan media. Ketiga, artis tersebut masuk dunia politik karena mengikuti “idealisme semu” partai politik tersebut agar menjadi bagian dari perubahan bangsa, padahal masih “hijau dalam politik” dan keempat, artis tersebut masuk dunia politik karena desakan pihak partai politik agar bisa meraih suara sebanyak-banyak dengan memanfaatkan ketenaran artis tersebut. Kelima, artis yang benarbenar ingin memperjuangkan aspirasi rakyat berbekal pengalaman kaderisasi politik di partai politik yang cukup lama.

Dalam kasus Indonesia, sepak terjang artis yang masuk dunia politik yang namanya bergema di telinga masyarakat sangatlah sedikit dibandingkan dengan kiprahnya di dunia hiburan. Sebut saja, Nurul Arifin yang vokal

terhadap masalah otonomi daerah, Rieke Diah Pitaloka yang peduli masalah buruh, kekerasan perempuan, dan ketimpangan ekonomi. Masuknya artis ke dalam dunia politik sah-sah saja karena itu merupakan hak politik aktif warga negara untuk ikut serta dalam pemerintahan negara. Namun karena sudah terlabelisasi artis dan sudah terkenal. Akan lebih baik lagi, kalau para artis tersebut juga vokal terhadap masalah masyarakat seperti halnya ketika aktif jadi artis juga sangat vokal dalam dunia hiburan. Jangan hanya menjadi penonton pasif dan menjadi endorser partai dalam meraih suara sebanyak-banyaknya.