

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Televisi merupakan media yang memiliki kekuatan audio-visual, sisi kreasi, dan kekuatan persuasif. Dengan kekuatan tersebut, televisi dapat dengan mudah mempengaruhi emosi khalayak. Banyak keuntungan yang dapat kita peroleh dengan adanya televisi, antara lain informasi dan hiburan. Dari sekian banyak hiburan dalam tayangan televisi salah satunya yang sering kita nikmati adalah sinetron. Sinetron atau “Sinema Elektronik” adalah film cerita yang dibuat untuk media televisi (Labib, 2002: 1). Saat ini, sinetron merupakan salah satu alternatif hiburan yang banyak diminati masyarakat, karena selain tidak memerlukan biaya, juga sangat mudah untuk menikmatinya.

Keberadaan sebuah sinetron biasanya ditentukan oleh rating. Bila ratingnya naik, maka episodenya bisa diperpanjang, dibuat berseri, atau jam tayangnya ditambah. Rating juga berdampak terhadap meningkatnya iklan. Oleh sebab itu rating selalu dipakai sebagai tolok ukur kesuksesan sebuah sinetron. Maka tidak heran bila acara di televisi saat ini seperti wabah. Bila yang sedang populer adalah sinetron religi, maka hampir semua stasiun televisi berlomba-lomba menghadirkan sinetron religi terbaiknya untuk mendapatkan untung sebanyak-banyaknya. Begitu juga saat ini, yang sedang naik daun adalah sinetron *striping* yang menggunakan judul dengan

nama pemain utama, maka hampir semua stasiun televisi membuat sinetron yang serupa seperti; Cinta Fitri, Intan, Cahaya, Suci, Jelita dan lain-lain. Naiknya rating juga membuat sinetron dengan tema tersebut tidak akan pernah hilang dari layar kaca sebelum khalayak merasa bosan dengan sinetron tersebut.

Dari sekian banyak cerita sinetron yang ada di televisi yang sering kita nikmati, salah satunya adalah sinetron komedi atau biasa juga disebut serial komedi situasi (sitkom). Sinetron komedi hadir sebagai hiburan dan tayangan santai yang diharapkan dapat membuat orang tertawa. Adegan yang ditampilkan biasanya bersifat konyol dan ceritanya selalu dekat dengan kehidupan masyarakat. Komedi juga dipahami sebagai sandiwara yang secara lucu mengungkapkan cacat dan kelemahan sifat manusia sehingga penonton bisa lebih menghayati kenyataan kehidupan (Suwardi, 2006: 27). Alur cerita yang ada dalam sinetron komedi biasanya tidak jauh berbeda dengan alur cerita drama ataupun melodrama. Dari babak awal berupa pembangunan kisah (*set up*), dilanjutkan konflik di babak tengah, dan diakhiri babak akhir berupa penyelesaian kisah atau *resolution* (Suwardi, 2006: 28).

Salah satu sinetron komedi yang saat ini sedang ditayangkan oleh Trans TV adalah sinetron komedi Suami-suami Takut Istri yang ditayangkan setiap hari senin sampai Jumat jam 18.00-19.00 WIB. Sinetron komedi ini menceritakan tentang kekuasaan dan kendali kaum perempuan (para istri) terhadap kaum laki-laki (para suami). Sikap egois, pemaarah dan berkuasa kaum istri serta kelemahan dan

kebodohan para suami diangkat menjadi lelucon dan hiburan yang menarik dalam sinetron komedi ini.

Tokoh para suami seperti Pak RT, Karyo, Uda faisal, dan Bang Tigor selalu jadi bulan-bulanan para istri mereka yaitu Bu RT, Sheila, Deswita dan Welas. Setiap tokoh mempunyai karakter masing-masing, seperti keluarga Uda Faisal yang sangat pelit, Welas yang bodoh, bang Tigor yang seorang *bodyguard* namun sangat takut bila istrinya menangis, Sheila dan anaknya yang terlalu berlebihan dengan penampilan, terutama dengan *poni* mereka, Bu RT yang berkuasa dan selalu memanfaatkan orang lain serta keluarga Mang Dadang yang “mata duitan”. Kebiasaan para suami adalah berkumpul di pos ronda, main catur, mengeluhkan sikap para istri mereka dan menggoda wanita lain yang terlihat lebih cantik dan seksi. Sedangkan para istri benar-benar menguasai dan memegang kendali penuh disegala bidang, dari masalah pekerjaan, penghasilan, kegiatan para suami sampai urusan domestik (membersihkan rumah dan belanja). Sikap dominasi itupun sepertinya masih dianggap kurang lalu mereka menambahkannya juga dengan sikap posesif dan cemburu, terutama dengan Pretty tetangga mereka yang berstatus janda. Karakter Pretty adalah seorang wanita seksi, menggoda dan selalu ingin menarik perhatian banyak laki-laki, maka tidak heran para istri tidak pernah bersahabat dengan Pretty, karena para suami selalu menggoda dan membandingkan istri-istri mereka dengan Pretty. Namun ironisnya, di sisi lain ada Mang Dadang yang mempunyai tiga orang istri yang semuanya berlatar belakang budaya yang berbeda, tinggal dalam satu

rumah dan semuanya terlihat sangat akur. Mang Dadang adalah seorang satpam diperumahan tersebut, dan merupakan satu-satunya suami yang tidak didominasi oleh istrinya. Cerita sinetron komedi ini hanya berputar pada kehidupan tokoh-tokoh diatas, dan biasanya ditambahkan bintang tamu agar ceritanya lebih menarik.

Trans TV terbilang cukup sukses menampilkan sinetron komedi ini. Sinetron yang menggantikan sinetron komedi Bajaj Bajuri ini telah mencapai lebih dari 100 episode dan jam tayang yang sebelumnya hanya setengah jam kini ditambah menjadi satu jam. Ini menandakan sinetron komedi ini dapat meraih rating yang cukup tinggi. Hal yang membuat sinetron komedi ini berbeda dari yang lain adalah, tayangan ini yang semula dianggap hanya sebagai hiburan dan tontonan santai, sebenarnya telah menjelaskan konsep gender yang menjelaskan bahwa sifat-sifat wanita dan laki-laki yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural sebenarnya merupakan sifat yang dapat dipertukarkan (Fakih, 1996: 8). Jadi, sikap maskulin yang selalu diidentikkan dengan kekuasaan, agresif dan kuat bukanlah mutlak hanya dimiliki oleh laki-laki, begitupun juga sikap feminin, yang sering diidentikkan dengan sikap lemah, penakut, selalu menurut, dan tergantung dengan orang lain tidak hanya dimiliki oleh kaum wanita. Sinetron komedi ini juga tidak sebatas membuat penonton tertawa, namun mampu memberikan perenungan tentang identitas perempuan dalam realitas kehidupan. Seperti juga yang dikatakan dramawan Rendra, komedi bukanlah hanya sekedar lawakan kosong, komedi harus mampu membukakan mata penonton kepada kenyataan kehidupan sehari-hari yang lebih dalam (Suwardi, 2006: 58).

Dalam sinetron dan serial komedi lain seperti sinetron Bajaj Bajuri yang pernah tayang di jam dan stasiun televisi yang sama, atau sinetron *Office Boy* di RCTI yang sering kita jumpai adalah peran perempuan yang bodoh, tukang bergosip, emosional, penakut atau selalu berada di wilayah domestik, bilapun ia bekerja dan memberikan kontribusi secara ekonomi, pekerjaan tersebut tidak akan jauh-jauh dari stereotip tradisional perempuan (salon, pembantu rumah tangga, *cleaning servis*, penjahit, penjual makanan). Banyak juga diceritakan dalam sinetron *striping* seperti Intan, Cahaya dan Fitri bahwa perempuan yang baik dan menjadi pemeran utama adalah perempuan yang selalu mengalah dan teraniaya.

Stereotip-stereotip di atas yang selalu diidentikkan dengan perempuan disebut Tuchman sebagai “anihilasi perempuan secara simbolik” (Tuchman dalam Strinati, 2007: 207). Praktek anihilasi dalam media massa dapat dilihat dari penegasan peranan perempuan yang sering distereotipkan pada daya tarik seksual maupun kinerja domestik. Stereotip yang dibentuk oleh media massa tersebut dipahami sebagai meniadakan, mengabaikan, atau mengesampingkan kepentingan perempuan. Singkatnya secara simbolis, kaum perempuan ditiadakan atau diremehkan. Anihilasi simbolik ini juga menjelaskan bahwa perempuan dan kepentingannya tidak direpresentasikan secara akurat dalam media massa, yang ada justru konstruksi budaya patriarki. Ini tidak begitu mengherankan, karena budaya patriarki yang dikonstruksi oleh media massa sudah begitu kental melekat dalam kehidupan kita sehari-hari sehingga tanpa disadari kita telah menganggap wajar bila perempuan

selalu menjadi mahluk penurut, penakut, emosional dan penuh dengan perasaan. Seperti yang dijelaskan Irwan Abdullah, bahwa mekanisme patriarki bekerja dengan permainan simbolik yang begitu kompleks, sehingga dapat membingungkan, apalagi ketika kekuasaan atau dominasi tampil dengan rupa yang justru dianggap ideal dan mulia (Abdullah, 1997: 54).

Keberadaan sinetron komedi ini memang bila kita lihat sekilas, tampaknya sudah berhasil mematahkan budaya patriarki yang selalu menempatkan perempuan sebagai subordinat. Berbeda sekali dari sinetron komedi lain seperti Bajaj Bajuri yang secara terang-terangan menggambarkan ketidakadilan gender, yang menampilkan wanita sebagai mahluk yang benar-benar bodoh (Oneng dan Mpok Minah), egois (Emak), penggoda (Mpok Hindun), dan penjual makanan (Mpok Leha), sedangkan para laki-laki dalam sinetron ini digambarkan sebagai sosok pencari nafkah (Bajuri) dan pemimpin (Pak RT). Tetapi bila kita cermati lebih dalam, sinetron komedi Suami-suami Takut Istri ini, secara tidak langsung juga menggambarkan sosok subordinat perempuan, yaitu dari sekian banyak istri yang ada, hanya ada satu perempuan yang mampu untuk bekerja keluar rumah (Deswita), mimik wajah tertekan para suami ketika para istri menyuruh mereka mengerjakan pekerjaan domestik, seperti; membersihkan rumah, belanja ke pasar, dan memasak. Hal ini menggambarkan bahwa sudah sewajarnya dan kebanyakan perempuan hanya berkulat di wilayah domestik dan ketika pekerjaan domestik itu dilakukan oleh laki-laki, disebabkan karena mereka takut dengan para istri, bukan karena mereka memang

ingin melakukannya. Jadi, hal tersebut sepertinya memang sengaja dikonstruksi untuk dianggap sebagai bentuk penindasan yang dilakukan oleh perempuan. Yang sangat ditonjolkan memang sikap kuasa dan sewenang-wenang para istri, sehingga kita tidak terlalu memperhatikan bagaimana sosok subordinat perempuan direpresentasikan.

Sinetron komedi ini selain menjelaskan konsep gender, stereotip peran perempuan dan laki-laki yang telah dikonstruksi secara sosial dan kultural tersebut juga dikonstruksi kembali tetapi keadaannya menjadi terbalik atau dengan kata lain didekonstruksi, sehingga stereotip, peran dan posisi laki-laki menjadi di bawah perempuan. Bila dalam tayangan lain, kondisi perempuan yang selalu berada pada *second line* selalu dianggap negatif dan selalu menempatkan perempuan pada posisi yang kurang menyenangkan, peran perempuan dalam tayangan ini secara tidak langsung juga menggambarkan hal yang serupa (negatif), walaupun perempuan ditampilkan maskulin, yang diperlihatkan dengan adanya sikap kuasa dan agresif serta kedudukannya telah diputar menjadi di atas laki-laki. Bahkan dalam budaya tertentu dijelaskan bahwa perempuan yang menunjukkan karakteristik maskulin bukanlah wanita yang sesungguhnya (Tong, 1998: 51). Jadi, walaupun dominasi dan kedudukannya telah dibalik, keberadaan perempuan dalam sinetron komedi tersebut jauh dari karakter ideal yang selama ini didamba oleh banyak perempuan, karena ketika perempuan bekerja ke wilayah publik, ataupun ia mampu setara dengan suaminya, bukan berarti ia kemudian menjadi sosok yang sangat mengerikan dan menindas laki-laki. Perempuan dan laki-laki bisa setara dan saling mengisi dalam

suasana harmonis dan saling mendukung. Itu lah yang selama ini jarang ditampilkan dalam tayangan-tayangan media.

Sinetron ini seolah-olah ingin mematahkan ideologi patriarki yang menempatkan laki-laki sebagai manusia superior dan perempuan sebagai subordinat serta menolong keberadaan wanita yang selalu berada pada *second line*, diangkat kedudukannya menjadi lebih dominan, namun justru menghadirkan sisi negatif yang baru bagi perempuan. Selanjutnya, untuk lebih memfokuskan penelitian ini, penulis akan menganalisis sinetron komedi ini dalam dua episode yaitu episode “Pesulap Salah Alamat” dan episode “Bantuan Banjir Bikin Tajir” untuk mengetahui bagaimana dekonstruksi perempuan dalam sinetron komedi Suami-suami Takut Istri.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana dekonstruksi stereotipe perempuan dalam sinetron komedi Suami-suami Takut Istri?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana dekonstruksi stereotip perempuan di representasikan dalam sinetron komedi Suami-suami Takut Istri.
2. Untuk mengetahui ideologi patriarki yang terdapat dalam sinetron komedi Suami-suami Takut Istri.



## **D. Manfaat Penelitian**

### a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengkaji bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang semiotika untuk mengetahui ideologi dibalik sebuah sinetron komedi.

### b. Secara Praktis

Memberikan konstribusi dalam studi sinetron, mengenai sistem tanda bahasa yang ditampilkan dan kepentingan apa yang melatar belakanginya serta menjelaskan pemahaman yang keliru tentang peran gender yang ada di masyarakat dan media massa.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Perspektif Intepretif dalam Komunikasi**

Dalam teori komunikasi ada dua perspektif yang menjadi dasar untuk melakukan sebuah penelitian. Perspektif ini dikemukakan oleh Glenn dan Marty yang berbeda dalam memandang pendekatan komunikasi. Glenn lebih tertarik kepada penelitian yang bersifat empiris, sedangkan Marty lebih menyukai menginterpretasikan teks (Griffin, 2000: 6). Akhirnya mereka megemukakan dua prespektif dalam memahami teori komunikasi, yaitu perspektif objektif dan perspektif interpretif. Menurut mereka *“theory as an umberella term for all careful, systematic*

*and self-conscious discussion and analysis of communication phenomena*”(Griffin, 2000: 6). Jadi, sebuah perspektif sangat penting dalam sebuah penelitian komunikasi, yakni berfungsi sebagai payung yang menaungi analisis dari fenomena komunikasi. Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus tahu dengan tepat perspektif mana yang digunakan. Karena perspektif merupakan *grand* teori yang menjadi landasan dasar dari sebuah penelitian.

Pertama adalah perspektif objektif, perspektif ini biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan paradigma post positivistik. Perspektif ini menekankan keobjektifan peneliti dalam melakukan penelitiannya, asumsinya adalah kebenaran bersifat tunggal dan mutlak. Yang kedua adalah perspektif interpretif, perspektif ini biasanya digunakan untuk melakukan penelitian kualitatif. Dengan perspektif interpretif ini, penelitian yang dilakukan tidak bersifat objektif, melainkan subjektif. Perspektif ini menekankan keberpihakan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Kedua perspektif ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, seperti yang dikatakan Griffin dalam bukunya, *not all objective and interpretative communication theory are equally good, for each type, some are better than others* (Griffin, 2000: 20). Jadi, tidak ada salah satu perspektif yang lebih unggul dari yang lain. Kedua-duanya mencari kebenaran dan makna dari sisi yang berbeda.

Perspektif interpretif ini yang menjadi sorotan penting dalam penelitian tentang dekonstruksi stereotip perempuan dalam Suami-suami Takut Istri ini, karena penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan perspektif interpretif. Interpretif peduli terhadap makna, berbeda dengan objektif yang menganggap kebenaran itu tunggal, interpretatif memiliki asumsi bahwa kebenaran dan makna itu tidak memiliki batasan-batasan umum. Ciri-ciri perspektif interpretif yang baik adalah dapat memahami orang lain, dapat menjelaskan nilai, memiliki standar estetika, hasil kesepakatan bersama, dan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang diteliti (Griffin, 2000: 31).

Dalam penelitian ini, perspektif yang digunakan adalah perspektif yang kedua, yakni perspektif interpretif. Para ahli komunikasi yakin sekali bahwa perspektif interpretif ini sangat bersifat subjektif, hasil dari penelitian ini sangat bergantung pada interpretasi peneliti (Griffin, 2000: 10). Dengan demikian penelitian tentang dekonstruksi stereotip perempuan dalam sinetron komedi suami-suami Takut Istri ini dapat dikatakan bersifat subjektif. Maka ada kemungkinan hasil interpretasinya berbeda apabila peneliti lain yang melakukan penelitian ini.

## **2. Tradisi Semiotika dalam Komunikasi**

Tradisi semiotik ini intinya memfokuskan pada tanda-tanda dan simbol-simbol. Dalam hal ini komunikasi dipandang sebagai jembatan kata-kata yang memiliki makna tertentu. Semiotik pertama kali dipopulerkan oleh filosof Amerika yang bernama Charles Sanders Peirce. Sedangkan istilah semiologi, yaitu istilah untuk ilmu tentang tanda pertama kali dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik dari Swiss. Istilah dan konsep semiologi dari Saussure berbeda dengan semiotika dari Peirce dalam beberapa hal, namun keduanya menarik perhatian yang sama, yaitu kepada tanda-tanda (Berger, 2000: 4). Dari dua orang tersebut, kajian semiotik kemudian meluas ke berbagai Negara di dunia. Apapun yang berkaitan dengan tanda dapat dianalisis dengan semiotika.

Secara etimologis, semiotik berasal dari kata Yunani semeion yang berarti “tanda”, sedangkan secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek (Sobur, 2001: 95). Dengan demikian, dapat dipahami secara singkat, semiotik adalah ilmu tentang tanda. Semiotik menelaah cara-cara tanda itu bekerja dan merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk menelaah sesuatu yang berhubungan dengan hakikat tanda. Semiotika membantu kita untuk melihat bagaimana tanda bahasa digunakan untuk menginterpretasi kejadian-kejadian dan dapat menjadi alat untuk menganalisis kandungan dari pesan media.

Semiotik atau studi tentang tanda ini merupakan tradisi yang penting dalam teori komunikasi. Semiotik sangat membantu kita dalam memahami apa yang terdapat dalam sebuah pesan. Selain itu, teori semiotik juga dapat membantu kita dalam memahami bagaimana pesan datang dan memiliki makna (Littlejohn, 2005: 101). Titik perhatian semiotika adalah pada hubungan antara tanda dan maknanya serta bagaimana cara tanda itu di kombinasikan ke dalam kode-kode (Fiske, 1990: 37). *sign* atau tanda yang dipelajari dalam semiotika, di dalamnya termasuk kata, gambar, kesan bunyi, bahasa tubuh, serta objek lainnya yang tidak berdiri sendiri namun merupakan bagian dari sistem tanda. Singkatnya, semiotika mempelajari bagaimana makna dibuat melalui tanda, dan tidak hanya berhubungan dengan komunikasi, tetapi juga konstruksi dan menjaga realitas. Karena dalam sebuah tanda pastilah ada ideologi dan pemahaman tertentu yang melatarbelakangi terciptanya tanda. Dalam bahasa yang lebih tegas, Volosinov menyatakan “*When ever a sign present, ideology is present too*” (Hall, dalam Sobur, 2001: 93).

Menurut John Fiske, semiotika memiliki tiga bidang studi utama, yang pertama, yaitu tanda itu sendiri yang terdiri dari studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda menyampaikan makna, dan cara tanda itu terkait dengan manusianya. Kedua, kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda, yakni mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu budaya atau masyarakat atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya. Dan ketiga, kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja,

pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan bentuknya sendiri (Fiske, 1990: 60). Oleh karena itu, fokus perhatian utama semiotika adalah pada teks.

Semiotik sering didefinisikan ke dalam tiga area studi yang di bangun oleh Charles Morris, yaitu Semantik, Sintaktis dan pragmatiks ketiganya dapat dijelaskan sebagai berikut :

*Semantics addressed how sign relate to their referents, or what sign stand for. The second area of study is syntactics, or the study of relationship among sign. Sign virtually never stand by themselves. They are almost always part of a larger sign system, or group of sign that are organized in particular ways. Pragmatics, the third major semiotic study, look at how sign makes differents in people's lives, or the partical use and effects of sign (Littlejohn, 2005: 37).*

Semantik lebih mempelajari bagaimana tanda dapat berhubungan dengan sesuatu dan dapat digunakan untuk menunjukkan sesuatu. Sintatiks lebih mengamati tentang bagaimana tanda dapat berhubungan dengan tanda yang lain, seperti meneliti struktur tulisan atau tata bahasa. Sedangkan pragmatiks lebih mempelajari bagaimana manusia menggunakan kode dalam kehidupan sehari-hari, termasuk pengaruh dan cara manusia membentuk tanda dalam interaksi sosialnya.

Hal lain yang tidak dapat dilepaskan dalam kajian semiotika adalah pemikiran Saussure yang menyatakan bahwa konsep memiliki makna disebabkan karena adanya faktor-faktor relasi, dan dasar dari relasi tersebut adalah berlawanan atau oposisi yang bersifat duaan (*binary opposition*) (Junaedi, 2007: 63). Konsep relasi yang

dikembangkan oleh Saussure ini kemudian dikembangkan oleh Barthes untuk memahami mitos yang ada dalam tanda bahasa.

Semiotika Roland Barthes adalah pendekatan yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini. Barthes menyempurnakan semiologi Saussure yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif (Sobur, 2003: 69). Menurut konsep Barthes, tanda konotatif memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Mitos yang terdapat dalam teks dalam hal ini sinetron komedi, melahirkan makna-makna tersendiri yang kemudian melahirkan representasi. Barthes mengelompokkan model makna menjadi dua, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi dipahami Barthes sebagai ketertutupan makna, menurutnya makna denotasi bersifat opsional dan yang ada hanyalah konotasi. Sedangkan konotasi lebih identik dengan operasi ideologi yang disebut Barthes sebagai “mitos”. Mitos ini yang akan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Makna denotatif dianggap Barthes sebagai makna yang terlihat secara jelas dan dapat langsung diuraikan pada saat kita melihat tanda tersebut tanpa harus berfikir panjang. Sedangkan makna konotatif menurut Barthes adalah makna sebenarnya. Makna konotatif ini tidak terlihat dengan jelas dan tidak dapat diuraikan secara spontan ketika kita melihat tanda tersebut. Makna konotatif cenderung lebih tersembunyi dan dapat dimasukkan dalam tanda-tanda tanpa disadari oleh banyak orang. Oleh karena itu Barthes mengidentikkan makna ini dengan operasi ideologi

yang disebut Barthes sebagai “mitos”. Barthes meyakini dalam sebuah tanda pastilah terdapat ideologi-ideologi tertentu didalamnya yang mempengaruhi bentuk, bunyi, tata bahasa, gambar, tulisan, dan lain-lain yang terdapat dalam tanda tersebut.

### **3. Dekonstruksi Stereotip Perempuan**

Dekonstruksi merupakan salah satu dari tiga proses sosial dalam pembentukan realitas. Tiga proses sosial dalam pembentukan realitas itu antara lain; konstruksi, dekonstruksi, dan rekonstruksi (Abdullah, 1997: 5). Konstruksi lebih dipahami sebagai suatu pembentukan objektif yang telah diterima dan menjadi kesepakatan umum. Sedangkan dekonstruksi sering dipahami sebagai pembongkaran yang untuk selanjutnya menghasilkan konsep rekonstruksi yang dapat diartikan sebagai perbaikan kembali (Azizy dalam Supena dan Fauzi, 2002: v). Metode dekonstruksi adalah perkembangan dari studi tanda yang merupakan pemahaman dari para penganut paham semiotik post-strukturalis, antara lain; Derrida, Kristeva, dan Barthes. Penganut paham ini merupakan aliran filsafat yang bermaksud melanjutkan dan memperbaiki pandangan strukturalisme. Penganut paham ini memahami realitas sosial sebagai teks atau tanda yang bisa memiliki makna yang tak terhingga (Noviani, 2002: vii).

Kemunculan dekonstruksi dipelopori oleh Derrida yang berbeda pendapat dengan Heidegger, seorang filsuf Jerman tentang *destruction* (penghancuran) metafisika barat. Menurut Derrida, *destruction* merupakan konsep yang sia-sia yang justru dapat



menghasilkan metafisika baru. Oleh karena itu, Derrida menawarkan konsep *deconstruction* (pembongkaran) yang berarti menata kembali dengan konsep dasar yang sama sekali baru (Tommy F. Awuy dalam Supena dan Fauzi, 2002: 37). Dekonstruksi bertujuan untuk menciptakan keterbukaan. Dengan kata lain, dekonstruksi bukan semata-mata tindakan negatif, tetapi sekaligus positif karena ia akan membuka suatu susunan baru bagi realitas (Supena dan Fauzi, 2002: 110).

Dekonstruksi pada perempuan terjadi pada saat keabsahan realitas (objektif) kehidupan perempuan dipertanyakan yang kemudian memperlihatkan praktik-praktik baru di dalam kehidupan perempuan (Abdullah, 1997: 5). Jadi, dekonstruksi pada perempuan muncul ketika realitas keadaan perempuan yang ada mulai berubah dari keadaan yang biasa terjadi, sehingga memunculkan pandangan baru, persepsi baru dan kebiasaan baru tentang perempuan itu sendiri. Dekonstruksi ini kemudian menghasilkan proses sosial baru yaitu rekonstruksi yang merupakan proses rekonseptualisasi dan redefinisi. Dengan kata lain, rekonstruksi merupakan produk dari dekonstruksi yang membangun susunan baru yang berbeda terhadap suatu realitas.

Perempuan sering dianggap sebagai *the other sex*. Jenis kelamin yang lain, dartikan juga sebagai *second sex* yang menandakan bahwa keberadaannya tidak terlalu diperhitungkan. Definisi lain mengatakan, laki-laki adalah sang subjek, sang absolut sedangkan perempuan adalah “sosok yang lain” (Beavoir, 2003: 3). Sosok yang lain sama artinya dengan sosok yang subordinat, sosok yang berbeda atau sosok

yang tidak terlalu diutamakan. Anggapan-anggapan tentang jenis kelamin tersebut telah menghadirkan stereotip-stereotip tertentu pada laki-laki dan perempuan. Konsep stereotip ini berperan penting dalam membentuk perspektif sebuah objek.

Suatu stereotip terdiri dari reduksi *person* menjadi serangkaian ciri-ciri karakter yang dibesar-besarkan, dan biasanya bersifat negatif (Barker, 2004: 259). Sedangkan menurut Fakih, stereotip adalah pelabelan atau penandaan terhadap suatu kelompok tertentu (Fakih, 1996: 16). Jadi, bisa dipahami bahwa stereotip merupakan suatu ciri khas yang melekat pada seseorang atau lebih yang diciptakan oleh suatu masyarakat tertentu, membuatnya berbeda dari yang lain, dan biasanya stereotip yang ditempelkan tersebut bersifat negatif. Stereotip tersebut muncul melalui proses yang panjang melalui konstruksi, sosialisasi dan diperkuat terus-menerus secara sosial maupun kultural. Pada akhirnya stereotip yang melekat pada laki-laki dan perempuan dianggap sebagai ketentuan atau kodrat Tuhan yang tidak dapat diubah lagi.

Realitas yang ada di dalam masyarakat sekarang ini perempuan selalu distereotipkan sebagai makhluk yang berbadan lemah, patuh, suka bersolek, memiliki tugas utama melayani suami dan mengurus rumah tangga atau dengan kata lain identik dengan karakteristik feminin. Karakter dan peran tersebut telah dikonstruksi sejak lama, secara sosial, kultural, maupun keagamaan. Seperti yang diungkapkan Simone De Beauvoir, pasivitas yang merupakan karakteristik esensial dari seorang perempuan “feminin” merupakan ciri khas yang berkembang dalam dirinya sejak usia muda (Beauvoir, 2003: 20). Jadi, karakteristik feminin yang ada pada perempuan telah

diciptakan dan dikonstruksi terus menerus semenjak kecil, sehingga karakteristik tersebut selalu dianggap identik dengan perempuan. Pandangan-pandangan tentang stereotip ini melekat begitu kuat dalam diri perempuan yang pada akhirnya menimbulkan banyak ketidakadilan gender. Akibat dari stereotip-stereotip tersebut, perempuan sering menjadi korban kekerasan, pelecehan seksual, pendidikan dan pendapatnya juga sering dinomorduakan.

Perempuan yang dianggap baik dewasa ini adalah perempuan yang mampu mengurus rumah, suami dan anak dengan baik. Bilapun bekerja, ia tidak akan mengabaikan kehidupan rumah tangganya. Dalam agama Islam, menjadi istri yang soleha adalah istri yang menurut sepenuhnya kepada suami, mengabdikan dan melakukan segalanya demi suami dan anak-anaknya. Bila istri berkehendak sesuka hati dan tidak sependapat dengan apa yang dikatakan suami, maka ia dinilai bukanlah istri yang baik. Gambaran perempuan yang baik, selalu menjadikan perempuan sebagai makhluk yang tertindas dan tidak boleh mempunyai keinginan pribadi untuk kebahagiaan sebagai individu. Ketika perempuan ditampilkan sebagai sosok yang mandiri, aktif dan kompetitif yang memiliki kebahagiaan sebagai individu justru sering digambarkan membuat banyak orang menderita, seperti suami dan anak-anak yang terlantar, suami yang selingkuh, ataupun rumah tangga yang berujung pada perceraian. Dalam hal ini perempuan dianggap menyanggah tanggung jawab atas budaya massa dan efek-efek yang merugikannya (Strinati, 2007: 218). Jadi, dengan kata lain, perempuan dituntut untuk mengorbankan kebahagiaannya sebagai individu

demi kebahagiaan orang-orang disekitarnya. Realitas ini yang terus menerus dikonstruksi baik secara sosial dan kultural, sehingga bila ada kecenderungan perempuan menyimpang dari fenomena diatas, maka bisa dikatakan ia telah merusak tatanan yang baik dimasyarakat dan telah menciptakan suasana disharmoni.

Stereotip yang ada pada pandangan gender ini kemudian memunculkan istilah maskulinitas dan feminitas. Maskulinitas yang mencerminkan sikap agresif, kuat, pemberani, dan memimpin selalu diidentikkan dengan laki-laki, sedangkan feminitas yang mencerminkan sikap lemah lembut, penyayang, patuh dan emosional selalu diidentikkan dengan perempuan. Padahal sebagai prinsip, feminitas tidak mesti hanya dimiliki oleh kaum perempuan, juga maskulinitas tidak serta merta hanya dimiliki oleh laki-laki (Fakih, 1996: 101). Kedua stereotip yang melekat pada masing-masing jenis kelamin ini bisa dipertukarkan, karena bukan kodrat Tuhan yang dibawa sejak lahir melainkan konstruksi-konstruksi yang diciptakan secara sosial maupun kultural. Hal ini memang sesuai dengan realitas yang ada, karena pada kenyataannya, banyak juga kaum perempuan, terutama para feminis yang menganut ideologi maskulinitas. Hal ini sah-sah saja, karena seperti yang dikatakan oleh Simone de Beauvoir, perempuan juga mempunyai sedikit hormon testosterone sehingga memiliki kapasitas *pour-soi* (rasionalitas maskulin) atau biasa juga disebut sebagai dorongan maskulin. Perubahan konstruksi stereotip feminin menjadi maskulin inilah yang dinamakan dengan dekonstruksi gender.

Logika dekonstruksi gender ini sudah dipakai oleh kalangan feminis sejak abad ke-18 (Abdullah, 1997: 283). Diharapkan dengan adanya dekonstruksi, perempuan tidak lagi terpenjara dalam peranan dan ketentuan yang harus atau tidak harus dilakukan. Laki-laki dan perempuan pun dapat hidup berdampingan dengan serasi, harmonis dan sejajar. Media massa pun telah banyak berperan dalam mendekonstruksi stereotip perempuan, seperti dalam film dan sinetron yang menayangkan perempuan sebagai sosok yang aktif, mandiri, dan mampu bersaing diwilayah publik. Perempuan juga menempati posisi peran utama di hampir semua judul sinetron.

Namun, dalam media massa dekonstruksi yang terjadi justru seringkali menciptakan stereotip negatif yang baru bagi perempuan. Media tidak hanya berputar-putar ketika menampilkan perempuan dalam berbagai peranan stereotipnya, tetapi memiliki suatu peranan yang jauh lebih mendasar dalam membantu mendefinisikan dan membentuk makna mendasar terhadap feminitas dan maskulinitas (Strinati, 2007: 220). Perempuan yang lebih memilih karir dari pada rumah tangga, dicitrakan sebagai perempuan yang egois, perempuan tetap digambarkan sebagai makhluk yang sangat emosional, perempuan digambarkan sebagai makhluk yang gemar bersolek, sehingga bila terjadi pelecehan seksual pada perempuan tak jarang justru perempuanlah yang disalahkan. Hal ini bisa juga dikaitkan dengan teori yang diungkapkan Tuchman sebagai “Anihilasi perempuan secara simbolik”, karena secara tidak langsung menegaskan peranan yang harus dilakukan perempuan yang dianggap

sebagai takdir perempuan dalam masyarakat patriarkal. Sama seperti halnya yang terjadi di Amerika, meskipun “ perempuan sebesar 51 persen dari populasi dan 40 persen dari tenaga kerja”, relatif sedikit perempuan yang diangkat kepermukaan, perempuan yang diangkat kepermukaan tersebut justru seringkali dikutuk, sebagian lagi diremehkan karena mereka disimbolkan sebagai mainan, anak kecil yang harus dilindungi atau dilepaskan dalam kekangan rumah (Strinati, 2007: 209).

Terkadang, perempuan ingin ditampilkan sebagai sosok yang maskulin, tapi maskulinitas yang digambarkan pada perempuan lebih menjurus kepada hipermaskulinitas, yaitu sikap maskulin yang berlebihan. Kata hiper diartikan sebagai terlalu, sangat, lebih, berlebih-lebihan, dan terlampau tinggi, sedangkan maskulin diartikan sebagai pembawaan jiwa yang jantan, agresif dan identik dengan laki-laki (Barry dan Partanto, 1994: 224 dan 442). Dari dua pengertian tersebut dapat dipahami secara singkat hipermaskulin adalah sifat pembawaan jiwa yang jantan, agresif yang terlalu berlebihan. Seperti contoh sinetron komedi *Office Boy* yang menampilkan Saodah sebagai perempuan yang perkasa namun sering bertindak sewenang-wenang dengan rekan-rekannya yang lain, ia memanfaatkan kekuasaan dan keperkasaannya sebagai alat untuk menindas orang lain. Begitu pula yang terjadi dalam sinetron komedi *Suami-suami Takut Istri*, sikap para istri yang menguasai suami-suami mereka dan selalu marah-marah digambarkan secara berlebihan. Ini mengakibatkan munculnya stereotip negatif yang baru pada perempuan yang pada akhirnya melahirkan persepsi-persepsi yang keliru tentang perempuan.

Dekonstruksi yang dilakukan terhadap stereotip perempuan dalam media massa tidak dapat merubah citra negatif perempuan, justru seringkali menambah deretan stereotip negatif yang baru bagi perempuan. Banyaknya upaya yang dilakukan dalam media massa untuk mendekonstruksi stereotip perempuan, tapi dekonstruksi yang terjadi tetap tidak menggambarkan perempuan dalam sosok yang ideal. Dengan kata lain, dekonstruksi dilakukan untuk mengganti stereotip negatif yang lama menjadi stereotip negatif yang baru, bukan untuk memperbaiki citra perempuan atau menggambarkan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan. Padahal, untuk menjadi setara dan memiliki kebahagiaan sebagai individu, tidak harus menjadikan perempuan sebagai sosok yang mengerikan dan membuat banyak orang menderita.

#### **4. Konsep Gender**

Konsep gender baru ditemukan oleh para antropolog pada tahun 1960-an di Amerika Serikat (Abdullah, 1997: 283). Konsep gender sebenarnya memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh pendekatan dan teori sosial lainnya, yaitu bagaimana kenyataan atau realitas dilihat dari kaca mata perempuan. Menurut Mansour Fakih, sebelum memahami konsep gender kita perlu membedakan antara konsep gender dan *sex* (jenis kelamin). Jenis kelamin merupakan pensifatan atau pembagian dua jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis dan melekat

pada jenis kelamin tertentu (Fakih, 1996: 8). Misalnya saja organ vital yang telah dimiliki semenjak lahir, merupakan ketentuan yang tidak dapat dipertukarkan.

Sedangkan konsep gender adalah sifat pembawaan yang ada pada laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural dan merupakan sifat yang dapat dipertukarkan, bukan merupakan sifat yang mutlak dan harus dimiliki oleh satu jenis kelamin. Misalnya saja, sifat lembut, penuh kasih sayang dan emosional bukan lah sifat yang pasti dan harus dimiliki oleh perempuan. Begitu juga sifat rasional, kuat dan perkasa bukanlah mutlak hanya dimiliki oleh kaum laki-laki. Ini artinya sifat rasional dan kuat mungkin saja dimiliki oleh perempuan, begitupun sebaliknya, sifat lemah lembut dan emosional juga mungkin dimiliki oleh laki - laki. Sifat - sifat tersebut juga bisa berubah dari waktu ke waktu dan berbeda dari tempat ketempat lainnya tergantung pada sistem budaya, sistem kepercayaan dan kebiasaan suatu masyarakat.

Gender dewasa ini banyak dipahami sebagai konstruksi sosial dan kultural terhadap wanita atau dengan kata lain, gender diartikan sebagai “kodrat wanita”. Menurut Julia C. Mosse, gender adalah seperangkat peran yang, seperti halnya kostum dan topeng di teater, yang bertujuan menyampaikan kepada orang lain bahwa kita adalah feminin atau maskulin (Mosse 2002: 3). Ini menandakan bahwa gender adalah peran yang bebas kita pilih yang pada akhirnya melahirkan dua kategori yang saling bertentangan, yaitu feminitas dan maskulinitas. Stereotipe feminitas dan maskulinitas ini melahirkan perbedaan gender yang dapat mengakibatkan



ketidakadilan gender (*gender inequalities*). Ketidakadilan ini bisa terjadi baik bagi kaum laki-laki dan terutama oleh kaum perempuan yang menempatkan laki-laki ataupun perempuan sebagai korban dari sistem tersebut.

Konsep gender ini yang kemudian melahirkan stereotip maskulin dan feminin. Seperti halnya konsep gender, kedua stereotip ini pun dapat dipertukarkan. Namun, bila dicermati dalam representasi media massa, banyak sekali kekeliruan mengenai konsep gender dan jenis kelamin, contohnya, dalam salah satu serial “cookies” yang ditayangkan di SCTV pernah ditayangkan cerita mengenai seorang anak perempuan yang merubah penampilan dari yang biasanya memakai rok, gaun, ber *make-up*, dan manja tiba-tiba karena dikecewakan oleh pacarnya berubah menjadi sosok yang berpenampilan sangat *macho*, selalu memakai celana hitam, jaket hitam, tidak pernah ber *make-up* lagi, dan mengendarai motor dua tak, yang lebih sering kita lihat digunakan oleh laki-laki.

Dalam konsep gender, hal ini sah-sah saja dilakukan, namun digambarkan dalam salah satu adegannya ekspresi terkejut dari ayah sang perempuan yang melihat anaknya berubah penampilan, ia terkejut sambil mengatakan “kamu kan anak perempuan, tidak pantas berpakaian seperti itu!”. Kata “perempuan” adalah kodrat Tuhan yang tidak dapat di ubah, bahwa memang mutlak adanya rahim dan postur tubuh yang berbeda dengan laki-laki. Namun kata “tidak pantas” menjelaskan tentang apa yang harus atau tidak harus dilakukan, dipakai, diperlihatkan oleh perempuan atau laki-laki. Dengan demikian, perempuan dan laki-laki telah terkotak-kotak

melalui konstruksi sosial dan kultural tersebut, yang pada akhirnya dapat melahirkan keharusan terhadap stereotip-stereotip tertentu.

Jadi, dari sepenggal cerita film televisi “cookies” diatas, kita dapat melihat bahwa media massa sendiri sering memiliki kekeliruan atau mungkin memiliki ideologi tertentu dalam menjelaskan konsep gender dan jenis kelamin. Justru sebaliknya, jenis kelamin yang mutlak dimiliki selalu dihubungkan dan diidentikkan dengan konsep gender yang notabene tidak saling berhubungan. Seperti yang dijelaskan Tong, gender merupakan suatu hal yang terpisah atau berbeda dari jenis kelamin (*sex*) (Tong, 1998: 72). Konstruksi-konstruksi seperti ini lah yang membuat masyarakat kita sering memaknai konsep gender sebagai ketentuan dan kodrat Tuhan juga, sama seperti jenis kelamin.

Dari dua stereotip tersebut, kemudian muncullah istilah baru, yaitu hipermaskulinitas. Istilah hipermaskulinitas sama seperti istilah maskulin dan feminin. Kata hiper diartikan terlalu, sangat, berlebihan atau luar biasa. Sedangkan yang kita tahu sifat alami maskulin sebenarnya adalah sifat agresif dan keinginan berjuang untuk mendapatkan sesuatu, atau dengan kata lain lebih dominan. Sedangkan hipermaskulinitas adalah usaha untuk menyuburkan sikap maskulin menjadi lebih maskulin, atau dapat diartikan juga sebagai sifat maskulin yang melewati batas (Crittenden, 2002: 27).

Hipermaskulinitas ini pada umumnya dimiliki oleh laki-laki yang lagi-lagi menyalahkan kaum wanita atas munculnya sifat tersebut. Seperti yang diungkapkan Crittenden hipermaskulin pada laki-laki ini muncul akibat dari tidak adanya mekanisme kaum pria untuk memanifestasikan sifat maskulin yang secara alami melekat pada mereka, sehingga mereka menyalurkannya pada hal-hal yang negatif, seperti melakukan pelecehan, memukul wanita, bertindak sesuka hati, menggoda wanita lain (Crittenden, 2002: 128). Jadi, ia menyimpulkan bahwa laki-laki seolah-olah menjadi bingung untuk menyalurkan sifat maskulinnya karena tidak adanya tempat untuk menyalurkan *manifest* maskulinnya terhadap perempuan karena perempuan sudah sangat mandiri, kompetitif dan lebih agresif. Atau dengan kata lain, laki-laki menjadi hipermaskulin disebabkan oleh perempuan yang mulai meninggalkan sikap femininnya dan turut mengadopsi sikap maskulin. Seperti halnya sifat maskulin dan feminin, sudah sewajarnya hipermaskulin pun bisa juga dimiliki oleh perempuan, karena secara logikapun seharusnya bisa dipertukarkan.

Dalam banyak hal, perempuan dikelompokkan menjadi dua, yaitu ideal dan menyimpang (Barker, 2004: 261). Perempuan ideal, mengasuh, menjadi pendukung laki-laki, berkorban, empati, dan terkurung dalam rumah. Perempuan yang menyimpang adalah yang mendominasi suami dan lebih memilih pekerjaan dari pada keluarga. Mendominasi suami dan lebih memilih pekerjaan dari pada keluarga bisa dikategorikan sebagai hipermaskulin. Karena hipermaskulin muncul ketika ada orang lain yang ditindas.

Perempuan yang maskulin ingin disejajarkan dengan laki-laki dan selalu dihormati, mereka cenderung tidak ingin dilindungi laki-laki karena, menurut banyak feminis, keinginan untuk dilindungi adalah “candu” yang dipakai para lelaki untuk tetap mendominasi perempuan (Crittenden, 2002: 24). Sedangkan perempuan yang digambarkan dalam media seringkali menunjukkan karakter feminin atau menjadi objek eksploitasi dari seksualitas. Apabila perempuan ingin digambarkan sebagai sosok yang maskulin, ia selalu membuat orang lain menderita dan sangat egois. Hal ini disebut Tuchman sebagai “anihilasi perempuan secara simbolik” (Tuchman dalam Strinati, 2007: 207). Jadi, walaupun perempuan digambarkan mampu sejajar dengan laki-laki, sebenarnya secara simbolik justru membuat perempuan tersebut dicitrakan negatif, tidak memiliki perasaan bahkan dikutuk oleh banyak orang.

Terkadang maskulinitas yang digambarkan pada perempuan lebih menjurus kepada hipermaskulinitas. Seperti yang digambarkan dalam sinetron komedi Suami-suami Takut Istri ini, sikap perempuan yang sangat berkuasa, menindas para suami, dan posesif yang berlebihan dapat diartikan sebagai hipermaskulinitas karena ada orang lain yang ditindas dan menderita. tetapi sikap hipermaskulinitas pada perempuan jarang sekali disebut-sebut sebagai akibat dari laki-laki. Justru seringkali perempuanlah yang dianggap terlalu berlebihan untuk menjadi setara dengan laki-laki. Jadi, kesimpulannya ketika laki-laki memiliki karakteristik hipermaskulin, perempuanlah yang menjadi penyebab dan bertanggung jawab atas hal tersebut.

Tetapi ketika perempuan yang memiliki sifat tersebut, ia justru harus menyanggah citra perempuan yang menyimpang.

Hipermaskulin yang digambarkan pada perempuan ini tidak sesuai dengan tujuan yang semula mungkin ingin menggambarkan perempuan dalam sosok yang ideal dan berbeda dari sebelumnya, dekonstruksi yang sering terjadi justru menghadirkan sisi negatif yang baru bagi perempuan dan pada akhirnya perempuan “lagi” yang menaggung citra negatif. Memang benar, maskulinitas dan femininitas dapat dipertukarkan atau bahkan dimiliki secara bersamaan, akan tetapi hal tersebut diharapkan tidak membuat kesenjangan dan ketidakadilan baru baik bagi laki-laki ataupun perempuan.

## **5. Ideologi Patriarki dalam Media Massa**

Patriarki merupakan ideologi yang identik terhadap dominasi dan kekuasaan yang merefleksikan berbagai pengalaman penindasan (Brooks, 1997: 25). Namun saat ini, istilah patriarki telah kehilangan semua kekuatan analitik dan penjelasannya dan sekarang digunakan sinonim dengan “dominasi pria” (Brooks, 1997: 25). Jadi, saat ini patriarki diartikan sebagai ideologi yang menciptakan ketidakadilan berdasarkan jenis kelamin. Ideologi ini menempatkan laki-laki sebagai manusia superior dan perempuan sebagai subordinat.

Pada mulanya kata “patriarki” memiliki pengertian sempit, merujuk kepada sistem yang secara historis berasal dari hukum Yunani dan Romawi, di mana kepala rumah tangga, laki-laki memiliki kekuasaan hukum dan ekonomi yang mutlak atas anggota keluarga laki-laki dan perempuan yang menjadi tanggungannya berikut dengan budak laki-laki maupun perempuannya (Mosse, 2002: 64). Namun, pada abad ke-19 istilah “patriarki” mulai digunakan di seluruh dunia untuk menggambarkan dominasi laki-laki atas perempuan dan anak-anak di dalam rumah keluarga. Saat ini patriarki justru berlanjut pada dominasi laki-laki dalam semua lingkup kehidupan masyarakat. Praktek budaya patriarki dalam masyarakat kita sendiri telah berlangsung sangat lama, dibentuk, disosialisasikan dan diperkuat terus menerus baik secara sosial, kultural dan keagamaan.

Selain itu, masyarakat seolah sudah sangat terbiasa membedakan peran, tindak tanduk dan kewajiban antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan sejak lahir dan masa anak-anak sudah ditanamkan. Dari cara bersikap, perempuan harus bersikap manis, manja, lemah lebut dan berhati-hati dalam segala hal. Dari cara bermain, orang tua selalu membelikan anak perempuan boneka dan alat permainan masak, sedangkan laki-laki dibelikan mobil-mobilan, robot-robotan, dan alat permainan perang (pedang dan pistol). Dari cara berpakaian, perempuan harus memakai rok, gaun-gaun yang indah yang membuat mereka harus selalu berhati-hati dalam berjalan, duduk dan makan, sedangkan laki-laki tidak mungkin memakai rok, ia akan selalu memakai celana. Dari pembedaan-

pembedaan semenjak lahir sampai dewasa itulah yang membuat kita tidak bisa lari terlalu jauh dari ideologi patriarki.

Patriarki di zaman dahulu memang sudah sangat berbeda dengan masa kini, perempuan Indonesia pada zaman dahulu dapat dipastikan tidak lebih dari sekedar “hiasan” dan hanya bisa pasrah dinikahkan dalam usia yang masih sangat muda (Gogirl, 2008/40: 56). Namun, pada masa sekarang ini, patriarki yang ada adalah penyaringan dari patriarki zaman dahulu. Patriarki dapat dilihat dari iklan-iklan produk rumah tangga yang selalu diidentikkan dengan perempuan. Hal ini secara tidak langsung telah mengindikasikan bahwa pekerjaan domestik sewajarnya adalah pekerjaan perempuan. Film-film yang menampilkan sosok lemah dari perempuan yang menandakan perempuan sudah sewajarnya bergantung dengan laki-laki, karena laki-laki lebih kuat dan mampu melindungi.

Patriarki dapat dilihat juga dari pembagian kerja dan gaji para buruh secara seksual. Berdasarkan kenyataan yang ada, buruh perempuan mengalami subordinasi berganda. Buruh perempuan dicitrakan sebagai buruh yang ideal yang terampil, rajin, teliti, patuh, dan murah. Disamping itu, buruh perempuan dianggap berbahagia dengan kesempatan kerja yang diperolehnya, sehingga mereka menjadi buruh yang paling mudah diatur dan tidak banyak menuntut (Abdullah, 1997: 254). Jadi, dalam hal ini perempuan dieksploitasi demi kepentingan para pemilik modal dan gajinyapun tidak disamakan dengan laki-laki walaupun pekerjaan yang dilakukan sama atau bahkan lebih berat dari laki-laki.

Kesetaraan gender yang saat ini banyak disuarakan oleh para feminis ternyata belum sepenuhnya mampu menghapus budaya patriarki yang ada dalam masyarakat. Ini terbukti dari masih banyaknya representasi dalam media tentang subordinasi perempuan. Media massa berperan penting dalam mempresentasikan kehidupan sosial masyarakat, termasuk patriarki itu sendiri, karena media massa merupakan mediasi antara media dan massa.

Media massa sendiri dalam kajian komunikasi massa sering dipahami sebagai perangkat-perangkat yang diorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang beranjak kepada khalayak luas dalam waktu yang singkat (McQuail, 2002: 17). Jadi, secara sederhana dapat kita pahami bahwa media massa merupakan alat atau saluran yang digunakan untuk berkomunikasi dengan massa. Fajar Junaedi memahami media massa dalam pendekatan teori kritis sebagai pemain yang mempunyai kekuatan pengaruh yang sangat besar dalam pertarungan ideologis (Junaedi, 2007: 31). Jadi, dalam sebuah media massa informasi yang diuraikan kepada khalayak baik secara audio, visual ataupun cetak pasti memiliki ideologi-ideologi tertentu. Jadi, isi media sebenarnya adalah hasil dari para pekerja media yang mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya menurut pemikiran dan ideologi-ideologi tertentu yang dianutnya. Jadi, isi media merupakan realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*).



Melalui media massa ideologi yang ada dapat tersalurkan dan disebarluaskan. Tanpa media massa penyebaran ideologi tidak akan berkembang dengan pesat. Dengan demikian dapat kita pahami, ketika media massa merepresentasikan sesuatu, pasti lah terdapat ideologi-ideologi dan kepentingan tertentu di dalamnya. Karena media massa memiliki ideologi tertentu, maka tak jarang media justru memerangkap khalayak kepada ideologi, norma, dan pemikiran-pemikiran yang berada di balik media tersebut. Dalam wacana representasi gender di media misalnya, ideologi patriarki yang ada dapat dilihat dari sering munculnya pandangan yang sangat diskriminatif dan tendensius terhadap laki-laki dan perempuan.

Ada dua pandangan yang kerap kali dimunculkan media tentang perempuan, pertama perempuan didefinisikan dari tubuh, anggota tubuh, atau hubungan fisiknya dengan makhluk lain. Kedua, perempuan adalah pasif dan agen yang selalu dikenai tindakan (Bailey dalam Pratomo, 2002: 1). Dalam hal ini, media turut berperan dalam menunjukkan bagaimana superioritas laki-laki dan cara pandangya mengenai perempuan. Karena media terus menerus merepresentasikan perempuan sebagai subordinat, maka akhirnya stereotip yang selalu dilekatkan pada perempuan tersebut menjadi mitos yang berakar kuat. Seperti yang dikatakan Rahmat, ketika perempuan didefinisikan dari *world view* laki-laki dan standar laki-laki, muncul berbagai deskripsi perempuan yang sarat dengan mitos (Rahmat dalam Pratomo, 2002: 2).

Perempuan tidak akan dapat setara dengan laki-laki. Hal itu terjadi disebabkan oleh cara patriarki mengkonstruksi *psike* laki-laki dan perempuan, perempuan akan terus menjadi subordinat laki-laki, hingga pemikiran perempuan dan laki-laki terbebaskan dari pemikiran bahwa perempuan kurang dari setara dengan laki-laki (Tong, 1998: 177). Jadi, selama psikologi perempuan dan laki-laki masih didominasi oleh simbol-simbol patriarki, kedudukan perempuan dan laki-laki tidak akan pernah setara dan ideologi patriarki itupun tidak akan pernah terhapuskan.

Perempuan bisa saja beranggapan bahwa ia sudah berhasil setara dengan laki-laki. Perempuan juga dapat bersikeras bahwa apapun yang ia lakukan, seperti diet, latihan, berpakaian, ber *make-up*, melakukan pekerjaan domestik dengan baik merupakan upaya untuk menyenangkan diri mereka sendiri, tetapi pada kenyataannya semua itu dilakukan untuk menyenangkan laki-laki. Pasti ada hubungan sebab akibat di dalam setiap tindakan, karena para laki-laki senang dengan perempuan yang berbadan ramping dan wajah cantik penuh dengan *make up*, maka para perempuan berdiet dan ber *make-up* secara maksimal mempunyai tujuan untuk dilihat dan menarik perhatian para laki-laki. secara tidak langsung, laki-laki menuntut perempuan untuk menjadi sosok yang ia inginkan.

Begitulah situasi yang dialami perempuan baik dahulu maupun sekarang. Mekanisme kekuasaan patriarki bekerja dengan sangat sempurna diberbagai aspek kehidupan. Abdullah mengelompokkan mekanisme kekuasaan patriarki menjadi tiga :

Pertama, patriarki bekerja dengan permainan simbolik yang begitu kompleks, sehingga dapat membingungkan, apalagi ketika kekuasaan tampil dengan rupa yang justru dianggap ideal dan mulia. Kedua, rangkaian simbol-simbol itu, pada suatu saat pada tingkat tertentu, kemudian menjadi suatu kekuatan yang otonom, yang mempunyai perkembangannya sendiri dan yang membuatnya seolah lepas dari kelompok sosial yang menciptakannya sehingga tidak hanya menjadi sulit untuk mengidentifikasi sumbernya, melainkan dapat membuatnya menjadi milik dan sekaligus mengenai siapa saja. Ketiga, patriarki itu sendiri sebenarnya merupakan struktur yang sangat *invisible* yang terselip dalam struktur-struktur lain, seperti ekonomi, politik, maupun sosial sehingga membuatnya mampu menembus ke dalam interaksi sosial sehari-hari (Abdullah, 1997: 54).

Dari ketiga proses mekanisme kekuasaan patriarki di atas, maka dapat kita pahami bahwa budaya patriarki dengan semua mekanisme kekuasaannya terkadang justru membuatnya terlihat ideal dimata masyarakat. Perempuan dan laki-laki dianggap sudah sewajarnya menyanggah peran dan tugasnya masing-masing sesuai dengan konstruksi sosial, kultural, dan agama yang selama ini selalu dilakukan di masyarakat. Bila ada yang mendobrak budaya tersebut akan dianggap sebaliknya, yaitu tidak ideal, tidak mulia, dan tidak seharusnya dilakukan bahkan bisa saja dikutuk, dianggap aneh dan menyimpang dari ketentuan yang telah ada. Selain itu, kita mungkin tidak dapat menghapuskannya dari berbagai aspek kehidupan. Karena ia bekerja melalui permainan simbolik yang ada dalam setiap struktur kehidupan, baik ekonomi, politik ataupun sosial.

Begitupun yang terjadi dalam media massa, produksi pesan yang ditampilkan dalam berbagai tayangan tidak pernah lepas dari ideologi patriarki. Mitos yang sangat patriarki akan tercermin dalam isi media dengan cara menggambarkan karakteristik

perempuan sebagai sosok emosional, tidak logis, tergantung, pasif, lemah, dan penakut. Penggambaran tersebut terjadi dalam pelekatan citra perempuan dan laki-laki dalam film, acara-acara televisi, dan iklan, baik cetak maupun elektronik. Karakter yang ditampilkan pada perempuan biasanya sangat kuat, sehingga sering kita melihat berbagai karakter perempuan emosional, bodoh, seksi, dan sebagainya dalam sinetron, ataupun sinetron komedi. Dengan karakter yang kuat, akan menjadikan tayangan tersebut menarik. Namun tetap saja ada patriarki didalamnya, karena karakter yang dilekatkan jarang sekali menempatkan perempuan pada posisi yang menguntungkan. Atau dalam iklan alat rumah tangga yang selalu menampilkan perempuan sebagai spesialisasi urusan domestik. Ini mengindikasikan domestifikasi perempuan, yang juga merupakan produk dari patriarki. Namun, Jarang sekali kita menyadari bahwa ideologi patriarki telah bermain di dalamnya Dengan demikian, dapat kita pahami ketika perempuan ditampilkan secara tidak akurat, tidak ideal dan menjadi objek seksualitas dalam media, maka media beserta ideologi patriarkilah yang berperan dibalik semua itu.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Paradigma penelitian dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistis, yaitu memandang ilmu sosial sebagai alat untuk mengungkap makna dibalik realitas yang ada dan dibentuk (dikonstruksi) selama ini. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Selanjutnya, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah semiotika, yakni penganalisisan terhadap pesan dan menelusuri makna di balik pesan yang disampaikan.

### **2. Objek Penelitian**

Untuk Memfokuskan penelitian, penulis mengambil dua episode sebagai objek penelitian untuk diteliti. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah sinetron komedi Suami-suami Takut Istri dalam episode “Pesulap Salah Alamat” dan episode “Bantuan Banjir Bikin Tajir” di mana dalam kedua episode tersebut stereotip feminin yang biasa dilekatkan pada perempuan mengalami dekonstruksi sehingga melahirkan stereotip baru bagi perempuan dan dalam sinetron komedi tersebut posisi perempuan sangat dominan yang seolah-olah dapat mematahkan ideologi patriarki yang sudah berakar di masyarakat. Namun, perempuan tetap digambarkan negatif, apapun stereotip dan peranan yang dilakukannya.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Dokumentasi**

Untuk memudahkan penelitian, peneliti akan mendokumentasikan objek penelitian kedalam CD, kemudian adegan yang akan diteliti di *capture* dan dijadikan potongan-potongan gambar (*per-scene*).

#### **b. Studi Pustaka**

Teknik ini digunakan peneliti sebagai media untuk memperkaya wacana (teori) yang relevan dan berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Peneliti melakukannya dengan cara membaca literatur-literatur yang terdapat pada buku, majalah, internet, dan tulisan-tulisan lain yang berhubungan dengan topik penelitian.

### **4. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah dengan cara menganalisis simbol-simbol, pesan serta makna yang terdapat dalam sinetron komedi Suami-suami Takut Istri episode “Pesulap Salah Alamat” dan episode “Bantuan Banjir Bikin Tajir” dengan menggunakan metode analisis semiotika berdasarkan teori Barthes untuk menganalisis bagaimana tanda bekerja melalui pemaknaan.

Penulis menggunakan teori Barthes, karena penulis menganggap teori ini lebih tepat digunakan untuk mengetahui makna dan ideologi yang terdapat dibalik sebuah teks, karena teori Barthes merupakan penyempurnaan dari teori semiologi Saussure

yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif. Barthes menjabarkan dengan lebih detail tentang makna konotasi yang dianggapnya sebagai makna yang sebenarnya dan merupakan sumber dari terciptanya mitos dan ideologi.

Teori Barthes ini juga dapat membahas fenomena keseharian yang biasanya luput dari perhatian. Mitos yang merupakan hasil dari makna konotatif tersebut menurut Barthes merupakan hasil konstruksi yang cermat. Begitupun dengan ideologi yang menurut Barthes mewujudkan dirinya melalui kode yang ada dalam bentuk tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain (Sobur, 2003: 71). Ini berarti tanda-tanda yang dibangun oleh media juga merupakan penyebaran ideologi, nilai-nilai dan pemahaman yang dianut oleh kelas-kelas dominan. Melanjutkan studi Hjelmslev, Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja:

**Tabel 1.1**  
**Gambar Peta Tanda Roland Barthes**

|                                                                |                                                                |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <p>1. <i>signifier</i><br/>(Penanda)</p>                       | <p>2. <i>signified</i><br/>(Petanda)</p>                       |
| <p>3. <i>denotative sign</i><br/>(tanda denotatif)</p>         |                                                                |
| <p>4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i><br/>(PENANDA KONOTATIF)</p> | <p>5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i><br/>(PETANDA KONOTATIF)</p> |
| <p>6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)</p>            |                                                                |

Sumber, Alex Sobur (2003 : 69)

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4) (Sobur, 2003: 69).

Selain itu, analisis yang dilakukan penulis dalam penelitian ini akan difokuskan kepada dua aspek yaitu, pertama, aspek *visual* yang berupa ekspresi para tokoh, cara pengambilan gambar dan *setting*. Kedua, aspek *audio* yang berupa dialog para tokoh, gaya bahasa dan pilihan kata yang digunakan dalam sinetron ini.

Selain menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penulis juga menggunakan konsep pengambilan gambar, teknik *editing* dan pergerakan kamera yang dijelaskan oleh Asa Berger. Cara pengambilan gambar dalam penelitian ini dapat berfungsi sebagai penanda. Konsep cara pengambilan gambar, teknik *editing* dan pergerakan kamera dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
***Camera Shot***

| <b>Penanda - Camera Shot</b>    | <b>Definisi</b>                                                             | <b>Petanda (makna)</b>                                                                |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Extreme Close Up (E.C.U)</i> | Sedekat mungkin dengan objek (misalnya : hanya mengambil bagian dari wajah) | Kedekatan hubungan dengan cerita dan atau pesan film.                                 |
| <i>Close Up (C.U)</i>           | Wajah keseluruhan sebagai objek                                             | Keintiman, tetapi tidak sangat dekat. Bisa juga menandakan objek sebagai inti cerita. |



|                          |                                                                                    |                                                                                                                                                                            |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Medium Close Up</i>   | Pengambilan gambar dari kepala sampai dada subjek (Subroto dalam Annisa, 2006: 53) | Memberikan penekanan pada unsur visual yang dianggap penting dan memberikan penekanan unsur dramatik terhadap suatu adegan seperti dialog atau aksi.                       |
| <i>Medium Shot (M.S)</i> | Setengah badan. Pengambilan gambar dari kepala sampai pinggang                     | Hubungan personal antar tokoh dan menggambarkan kompromi yang baik.                                                                                                        |
| <i>Long Shot (L.S)</i>   | Setting dan karakter (shot penentuan)                                              | Pengambilan gambar jarak jauh dimana ia menekankan lingkungan atau latar pengambilan gambar (Kurnia dalam Annisa, 2006: 53). Menggambarkan konteks, skop dan jarak publik. |
| <i>Full Shot (F.S)</i>   | Seluruh badan objek                                                                | Hubungan sosial                                                                                                                                                            |

**Tabel 1.3**  
**Teknik Editing dan Gerakan Kamera**

| <b>Penanda</b>  | <b>Definisi</b>          | <b>Petanda</b>                         |
|-----------------|--------------------------|----------------------------------------|
| <i>Pan down</i> | Kamera mengarah ke bawah | Menunjukkan kekuasaan, kewenangan      |
| <i>Pan up</i>   | Kamera mengarah ke atas  | Menunjukkan kelemahan, pengecilan      |
| <i>Dolly in</i> | Kamera mengarah ke dalam | Memperlihatkan sebuah observasi, fokus |

|                      |                                                  |                            |
|----------------------|--------------------------------------------------|----------------------------|
| <i>Fade in / out</i> | Image muncul dari gelap ke terang dan sebaliknya | Permulaan dan akhir cerita |
| <i>Cut</i>           | Perpindahan dari gambar satu ke gambar yang lain | Simultan, kegairahan       |
| Wipe                 | Gambar terhapus dari layar                       | “Penutupan” kesimpulan     |

Sumber : Arthur Asa Berger, 2000: 33-34 dan Firly Annisa, 2006: 53

Menurut Berger, TV merupakan medium “*close up*” untuk menunjukkan sebuah karakter (Berger, 2000: 33). Dalam penerapan semiotik TV sebaiknya kita harus mengetahui aspek-aspek medium yang berfungsi sebagai tanda. Setiap *angel* gambar yang diambil mempunyai makna dan interpretasi tersendiri. Dari cara pengambilan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa setiap cara pengambilan gambar dapat menggambarkan hubungan personal antar tokoh, ekspresi, emosi, waktu, kejadian dan tempat secara lebih jelas. Dari gambar tersebut kita juga dapat melihat makna-makna dan ideologi tertentu yang ada dibalik potongan sebuah adegan.