

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Pada akhir April 2012 hampir semua surat kabar dipenuhi dengan pemberitaan mengenai Angelina Sondakh (selanjutnya ditulis Angie) yang masuk Rutan KPK atas korupsi kasus suap Wisma Atlet. Pada 27 April 2012, Angie resmi ditahan KPK atas kasus suap Wisma Atlet tersebut setelah sidang selama kurang lebih 7 jam (Kompas, 16 Mei 2012). Hal itu sontak menjadi berita hangat bagi semua media massa. Apalagi yang diulas adalah Angie, selain tentang kasus korupsinya, ia juga adalah komisi X DPR RI yang juga pernah mendapat predikat Putri Indonesia pada 2001 silam dan pada 2009 resmi menjadi istri dari artis sinetron (Alm) Adjie Masaid. Kasus korupsi sepertinya tidak pernah selesai untuk dibicarakan dan selalu menarik perhatian karena banyak yang dirugikan.

Masuknya Angie ke dalam Rutan KPK adalah hasil akhir dari proses panjang yang dimulai pada Juli 2011. 1 Juli 2011: disebut merima uang Rp 9 miliar yang diserahkan Wafid Muharram, 15 September 2011: diperiksa KPK, 20 Oktober 2012: disebut-sebut menerima uang terkait proyek Wisma Atlet, 21 Oktober 2011: diperiksa KPK, 16 Januari 2012: disebut-sebut meminta uang ketika pembahasan anggaran Kemenpora, 25 Januari 2012: disebut-sebut menerima uang 2 miliar, 3 Februari 2012: ditetapkan KPK sebagai tersangka, 27 April 2012: ditahan KPK, 4 Mei 2012: diperiksa KPK soal keterlibatannya dalam

kasus dugaan suap Wisma Atlet dan kasus dugaan korupsi di Kemendiknas, 16 Mei 2012 Masa penahanan Angelina untuk 20 hari pertama berakhir dihitung sejak 27 April (Kompas 16 Mei 2012. Sumber Litbang “Kompas”/UMI, diolah dari kompas.com dan sumber lain).

Kasus korupsi cukup menyita perhatian publik dengan munculnya beberapa *figure* perempuan yang memiliki jabatan dalam sebuah institusi besar. Beberapa perempuan yang terlibat kasus korupsi seperti; Miranda Gultom, mantan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia atas keterlibatannya dalam dugaan suap pemilihan dirinya sebagai Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia tahun 2004 (*Tempo*, 12 Januari 2012); Nunun Nurbaeti atas keterlibatannya dalam kasus suap anggota DPR RI pada pemilihan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia dengan calon Miranda Goeltom (*Kompas*, 9 Mei 2012); Malinda Dee dalam kasus penggelapan dana nasabah Citibank (*Tempo*, 7 Maret 2012). Terakhir, ulasan tentang kasus korupsi yang melibatkan anggota DPR RI Angelina Sondakh (*Kompas*, 21 Mei 2012) marak diberitakan di berbagai media massa lokal maupun nasional. Berbagai media begitu gencar dan kompetitif meliput dan mengemas *update* terkait informasi yang sedang dibutuhkan masyarakat sekarang ini.

Persoalan tentang perempuan merupakan persoalan yang senantiasa aktual dan seringkali mengundang perdebatan panjang yang tak berujung. Ada kalanya perempuan digambarkan kuat, lemah, dan yang lebih parah lagi, dengan memberi predikat kedua/inferior dalam tatanan sosial dibanding laki-laki yang biasanya dipandang pertama/superior. Permasalahan perempuan selalu dikaitkan dengan dikotomi publik dan privat.

Banyak orang beranggapan kesetaraan gender tidak perlu lagi diperjuangkan. Kebebasan perempuan, menurut sejumlah kalangan, sudah sedemikian kasat mata. Apalagi jika yang dirujuk adalah kehidupan kaum perempuan di kota besar. Namun anggapan ini tentu ditentang oleh hampir seluruh kaum perempuan. Masih banyak kasus membuktikan betapa eksistensi perempuan belum sepenuhnya dihargai. Salah satunya yang ada pada media dengan segala kebutuhannya. Adapun isu tentang perempuan tidak terasa basi untuk menghiasi atmosfer pembicaraan publik dan media massa tentu saja merupakan pihak yang sangat berkepentingan terhadap *expose* persoalan-persoalan yang menarik seputar perempuan untuk bisa dikonsumsi khalayak.

Akademis kritik feminis tentang kajian “perempuan dan media” berhasil mengungkapkan bahwa media, khususnya media massa, secara suntek telah terlibat dalam pola-pola diskriminasi yang menyepelkan perempuan, menjerumuskan mereka ke dalam semacam “anihilasi simbolik”. Perhatian ini banyak menyingkapkan persoalan (kemangkiran) perempuan dalam profesi (kekeliruan) citra perempuan dalam media (Gallagher dalam Budiman, 2000: 82). Wacana yang dimunculkan mungkin bisa beragam, tapi kajian di atas membuktikan bahwa perempuan identik dengan wacana-wacana yang menyertainya secara umum yaitu inferior.

Paska mendekamnya Angie di Rutan KPK atas kasus suap Wisma Atlet, media massa sebagai agen informasi bagi masyarakat tentunya sangat antusias dalam meliput setiap perkembangan dari kasus tersebut. Di sini surat kabar lokal tidak mau ketinggalan juga atas berita tersebut. Setiap perkembangan yang terjadi

di pusat tentunya akan terinformasikan ke daerah, salah satunya melalui surat kabar lokal yang berada di daerah-daerah. Pemberitaan yang dilakukan oleh media ini menjadi menarik, karena setiap media berusaha membangun pencitraan melalui konstruksi pemberitaannya dengan perspektif atau sudut pandangnya masing-masing.

*Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* merupakan dua surat kabar lokal di Yogyakarta yang terakhir terbit. Lebih dahulu *Harian Jogja* (Mei 2008) daripada *Tribun Jogja* (April 2011). Tentu ada perbedaan cara pandang terhadap suatu masalah atau peristiwa yang disajikan kedua surat kabar tersebut. Perbedaan ini tak lepas dari latar belakang kedua surat kabar, dimana *Harian Jogja* berada di bawah payung PT SOLOPOS, anak dari surat kabar berbasis bisnis di Jakarta, yaitu *Bisnis Indonesia*. *Harian Jogja* terbit di Yogyakarta pada Mei 2008 dengan *tagline* “Berbudaya Membangun Kemandirian” dengan dominasi warna hijau dan dijual dengan harga ecer Rp. 2.500,- dan terbit setiap pagi hari.

Sedangkan *Tribun Jogja* berada di bawah payung Kompas Gramedia Grup. Kedua payung tersebut sangat identik dengan masing-masing, Kompas identik dengan pemerintahan dan kebebasan berekspresi sedangkan *Bisnis Indonesia* identik dengan perekonomian. *Tribun Jogja* terbit di Yogyakarta pada April 2011 dengan *tagline* “Spirit Baru DIY-Jateng” dengan *layout* dan warna yang *fullcolours*, dijual dengan harga RP. 1.000,- dan terbit setiap pagi hari. *Tribun Jogja* berada di bawah payung Kompas Gramedia Grup.

Pemberitaan mengenai Angie paska mendekam di Rutan KPK kemudian sempat dimuat selama beberapa hari berturut-turut pada surat kabar *Tribun Jogja*. Terhitung *Tribun Jogja* hanya 1 kali menjadikan berita ini sebagai *headline*, *Tribun Jogja* juga turut menyajikan berita tentang Angie ini ke beberapa rubrik lainnya pada saat yang sama. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti, *Tribun Jogja* telah memuat 11 berita selama 28 April - 11 Mei 2012.

Sedangkan *Harian Jogja*, hanya 1 kali menjadikan berita ini sebagai *headline*, *Harian Jogja* juga turut menyajikan berita tentang Angie ini ke beberapa rubrik, bahkan melalui *Harian Jogja Express* yang terbit lebih cepat. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti, *Harian Jogja* termasuk *Harian Jogja Express* telah memuat 13 berita selama 28 April 2012 - 21 Mei 2012.

Di balik perbedaan cara penyajian berita antara *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* tersebut tentunya tersirat makna yang ingin disampaikan oleh kedua surat kabar lokal tersebut terkait pemberitaan mengenai kasus suap Wisma Atlet yang dilakukan oleh Angie. Dari pemilihan halaman, penulisan judul, penggunaan bahasa, banyak-sedikitnya berita, foto, narasumber, dan lain-lain. Perbedaan ini secara langsung maupun tidak tentunya juga akan mempengaruhi opini pada pembaca ketika mengkonsumsi kedua surat kabar tersebut.

Gambar 1.

Pemberitaan Angie paska mendekam di Rutan KPK pada *Tribun Jogja*



(Sumber: *Tribun Jogja*, 28 April 2012)

Di *Tribun Jogja* ulasan mengenai Angie terdapat pada halaman pertama (*headline*) paska mendekamnya Angie di Rutan KPK dengan judul "*Aliyah Menangis di Pelukan Angie*". Isi berita sebenarnya adalah pengalaman pertama Angie di Rutan, tetapi *Tribun Jogja* menyoroti tentang kesedihan keluarga dan anak-anaknya yang akan ditinggalkan Angie selama berada dalam tahanan di Rutan KPK. Judul Berita tersebut di letakan pada *headline* pemberitaan, ditambah foto Angie sedang memeluk Aaliyah (anak kedua dari Adjie Massaid dan Reza Artamevia).

Penempatan pada *headline* dapat sangat terlihat karena pada judul, redaksi menggunakan ukuran *font* yang lebih besar di banding berita lainnya. Pada sisi ini, rupanya wartawan dengan sadar melihat bahwa berita itu memang sedang *hot* daripada berita lainnya. Berdasarkan berita itu, secara awam informasi bermakna bahwa sangat kasihan anak-anak dan keluarga atas ditahannya Angie oleh KPK. Secara tidak langsung berita itu menyoroti sisi keibuan dari Angie, yang tentunya memiliki makna tersendiri dalam wacana jurnalisme berspektif gender.

Gambar 2.

Pemberitaan Angie paska mendekam di Rutan KPK pada *Harian Jogja*



(Sumber: *Harian Jogja*, 28 April 2012)



Pada hari yang sama, *Harian Jogja* (28 April 2012) juga memberitakan Angie tetapi dengan *headline* yang berbeda. *Harian Jogja* meliput Angie dengan menggunakan judul "*KPK Tahan Tersangka Kasus Wisma Atlet, Angie Tetangga dengan Rosa*". Isi berita sebenarnya adalah pada ditahannya Angie di Rutan KPK yang disebabkan oleh kasus suap Wisma Atlet yang dilakukannya. Di tahanan nanti Angie akan bersebelahan ruang (sel) dengan Rosa. Kedua tahanan tersebut itu tidak akan mendapatkan fasilitas yang istimewa dari KPK.

Dari kedua berita yang berasal dari *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* tersebut terdapat perbedaan yang cukup spesifik jika dilihat dari judul kedua berita tersebut, di mana *Tribun Jogja* menulis "*Aaliyah Menangis di Pelukan Angie*" dan *Harian Jogja*, menulis "*KPK Tahan Tersangka Kasus Wisma Atlet, Angie Tetangga dengan Rosa*". Sedangkan pada inti isi berita, kedua berita tersebut sama-sama menginformasikan tentang masuknya Angie di Rutan KPK. Namun yang membedakan adalah *Tribun Jogja* pada *lead*-nya memberitakan kondisi keluarga, lebih khusus anak-anaknya yang masih kecil. Sedangkan *Harian Jogja* menekankan isi berita pada Angie yang bertetangga sel dengan Malinda Rosalina di mana ia adalah salah satu direktur dari Permai Grup serta beberapa informasi mengenai fasilitas yang tidak istimewa dari kedua tahanan tersebut.

Penelitian-penelitian tentang figur perempuan di media massa cetak sebenarnya pernah dilakukan juga. Seturut penemuan peneliti atas beberapa penelitian terdahulu, peneliti menemukan penelitian terkait figur perempuan di media massa terdahulu yang pernah dilakukan oleh Nurul Hasfi, S.Sos, MA di Universitas Diponegoro pada tahun 2011 dengan judul "*Framing Pemberitaan*

*Malinda Dee Pada Detikcom, Majalah Tempo, dan Metro TV*". Penelitian tersebut menyimpulkan ada enam representasi dari Malinda Dee yaitu, perempuan tidak benar, orang yang kalah yang sedang menjalankan karma, monster mistik, barbie untuk simbol komersialisme, memiliki kelainan psikologis, dan orang yang menjadi obyek humor.

Penelitian tersebut melihat pemberitaan pada media massa dengan skala nasional atas perempuan karir sebagai objek berita, Malinda Dee. Secara sederhana, status antara Angie dan Malinde Dee sama-sama memiliki posisi yang baik dalam instansinya masing-masing. Angie sebagai Komisi X DPR sedangkan Malinda Dee sebagai Relation Manager Citigold di Citibank atau wanita karir/banker. Juga sama-sama memiliki keluarga dan anak-anak. Sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian mengenai seorang politisi perempuan dalam surat kabar lokal *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*.

Berdasarkan penelitian tersebut dan kemudian berdasarkan pengamatan peneliti bahwa pada tanggal 28 April 2012 hingga 21 Mei 2012, kedua media baik *Tribun Jogja* maupun *Harian Jogja* yang merupakan dua surat kabar lokal di Yogyakarta memiliki pandangan dan cara pemberitaan yang berbeda-beda dalam mengkonstruksi realitas dan ideologi yang dimiliki terhadap berita yang sama, yakni pemberitaan terhadap kasus korupsi yang dilakukan oleh Angelina Sondakh selaku Komisi X DPR (politisi) atas suap Wisma Atlet dan beberapa proyek Kemendikbud dan Kemenpora. Perbedaan ini kemudian akan memiliki dampak

terhadap khalayak, khususnya terhadap cara pandang khalayak dalam melihat realitas peristiwa tersebut dalam ulasan surat kabar.

Penulis melihat, bahwa penelitian ini menarik. Sebab tema pemberitaan bias-gender dalam surat kabar terhadap perempuan sudah banyak diteliti adalah kejahatan terhadap perempuan yang secara sosial memiliki kemampuan lemah, baik di bidang ekonomi dan pendidikan. Sebagaimana pernah dimunculkan media dalam hal pembunuhan buruh perempuan bernama Marsinah, (<http://www.komnasperempuan.or.id/2012/03/logika-media-dan-ketidak-pekaan-gender-potret-diskriminasi-terhadap-perempuan/> diakses pada 29 September 2012, 21:21 WIB). Penelitian ini mencoba untuk menggali lebih jauh tentang permasalahan politisi perempuan, dalam kasus ini Angie, dengan meneliti dua surat kabar lokal berbeda yaitu *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*. Penelitian ini diharapkan bisa menjawab pertanyaan tentang bagaimana surat kabar di Yogyakarta dalam hal ini *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* membingkai kasus-kasus pemberitaan Angie tersebut. Selain untuk mengetahui bagaimana *frame* yang dilakukan kedua surat kabar lokal tersebut, juga untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan cara pemberitaan yang dilakukan oleh *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* terhadap peristiwa tersebut.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berkaitan dengan hal tersebut, persoalan yang coba dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* membingkai kasus korupsi yang dilakukan oleh politisi perempuan Angelina Sondakh (Angie)?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Mengetahui bagaimana konstruksi Angelina Sondakh dalam praktek jurnalisme yang dilakukan *Tribun Jogja* dan *Harian jogja*, sekaligus mengidentifikasi perbedaannya.
2. Untuk mengidentifikasi bagaimana praktek jurnalisme berdasarkan isu gender dilakukan kedua surat kabar lokal, *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* terhadap pemberitaan mengenai kasus Angie.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan, manfaat, pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana teks berdasarkan isu gender yang diproduksi surat kabar lokal di Yogyakarta. Selain itu penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan masukan dan landasan

bagi para jurnalis yang secara tidak sadar maupun sadar sudah memproduksi berita yang mengandung bias-gender.

## 2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi sumbangan bagi ilmu jurnalistik dan kajian gender, yang kemudian memberikan sumbangan dalam pengaplikasian secara praktis yang menjadi landasan dalam pembelajaran ilmu jurnalistik.

## **E. KERANGKA TEORI**

### **1. PARADIGMA KONSTRUKSIONIS**

Dalam ilmu komunikasi ada beberapa paradigma penelitian yang berhubungan dengan media massa, ini mengadopsi dari pemikiran Guba (1990: 1994). Terdapat tiga paradigma dalam ilmu komunikasi: paradigma klasik/positivistik, paradigma kritis, dan paradigma konstruksionis (KOMUNIKA. Vol. 8, No. 1, 2005. 10 - 11). Paradigma dalam media massa dapat disederhanakan menjadi cara pandang. Suatu cara dengan keyakinan tertentu melihat atau merespon dunia yang direfleksikan melalui media massa. Paradigma positivistik percaya bahwa media adalah tempat di mana seluruh informasi adalah benar dan media bersifat netral. Paradigma konstruksionis melihat bahwa media merubah realitas tergantung dengan kebutuhannya.

John Fiske dalam bukunya *Cultural and Communication Studies* (2009) menjelaskan bahwa ada dua mazhab komunikasi. Pertama, Fiske melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan atau hal ini kemudian dikenal dengan paradigma positivistik, dimana lebih menekankan kepada proses berlangsungnya sebuah pesan serta bagaimana pengirim dan penerima pesan itu mengkonstruksi pesan dan kemudian menerjemahkannya. Kedua, Fiske menganggap komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna atau yang lebih dikenal dengan paradigma konstruksionisme (Fiske, 2011: 8 – 9). Littlejohn dalam Zen memakai istilah konstruktivisme untuk menjelaskan suatu teori yang menyatakan bahwa setiap individu menafsir dan berperilaku menurut kategori-kategori konseptual dari pikirannya (Zen, 2004: 44). Realitas tidak muncul begitu saja dalam bentuknya yang mentah, tetapi ia harus disaring melalui cara orang itu memandang setiap hal yang ada.

Peter Berger bersama Thomas Luckmann menulis risalah teoritisnya tentang konstruksionisme dengan judul "*Pembentukan Realitas Secara Sosial*" (1966). Pemahaman kita terhadap sesuatu muncul akibat komunikasi dengan orang lain. Realitas sosial sesungguhnya tidak lebih dari sekedar hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu (Zen, 2004: 50). Ada penekanan mengapa sesuatu digunakan seseorang kepada orang lainnya dalam berkomunikasi. Penekanan tersebut tentunya dilakukan dengan memiliki tujuan-tujuan tertentu yang akan dicapai apabila proses komunikasi itu dilakukan.

Robyn Penmann (1992) dalam Zen menuliskan beberapa pemikirannya tentang konstruksionisme:

- a. Tindakan komunikatif yang bersifat sukarela. Seperti halnya perspektif, kebanyakan konstruksionis sosial memandang komunikator sebagai makhluk pembuat pilihan. Namun demikian, ini tidak berarti bahwa setiap orang memiliki pilihan bebas. Lingkungan sosial memang membatasi apa yang dapat dan sudah dilakukan, tetapi dalam kebanyakan situasi, ada elemen pilihan tertentu;
- b. Pengetahuan adalah sebuah produksi sosial. Pengetahuan bukanlah sesuatu yang ditemukan secara objektif, melainkan diturunkan dari interaksi di dalam kelompok-kelompok sosial. Selanjutnya, bahasa membentuk realitas dan makna menentukan mengenai apa yang kita ketahui;
- c. Pengetahuan bersifat konstektual. Pengertian kita terhadap peristiwa selalu merupakan produk interaksi di tempat dan waktu tertentu serta pada lingkungan sosial tertentu. Oleh karena itu, pemahaman kita atas suatu hal akan terus berubah sesuai dengan berjalannya waktu;
- d. Teori-teori menciptakan dunia-dunia. Teori-teori dan aktivitas ilmiah serta penelitian pada umumnya bukanlah alat-alat yang objektif untuk suatu penemuan, melainkan ia lebih berperan dalam menciptakan pengetahuan. Dengan demikian, pengetahuan sosial selalu menyela dalam proses-proses yang tengah dikaji. Pengetahuan itu sendiri membawa pengaruh pada apa yang sedang diamati dan diteliti;
- e. Pengetahuan sarat dengan nilai. Apa yang kita amati dalam suatu penelitian atau apa yang kita jelaskan dalam suatu teori senantiasa dipengaruhi oleh nilai-nilai yang tertanam di dalam pendekatan yang dipakai (Zen, 2004: 51).

Dalam analisis lebih lanjut, Penman menguraikan empat kualitas komunikasi jika dilihat dari perspektif konstruksionis. *Pertama*, komunikasi itu bersifat konstruktif; artinya, komunikasi itu sendiri yang menciptakan dunia kita. *Kedua*, komunikasi itu bersifat konstektual; artinya, komunikasi hanya dapat dipahami dalam batas-batas waktu dan tempat tertentu. *Ketiga*, komunikasi itu bersifat beragam; artinya,

komunikasi itu terjadi dalam bentuk-bentuk yang berbeda. *Keempat*, komunikasi itu bersifat tidak lengkap; artinya, komunikasi itu ada dalam proses, dan oleh karenanya, selalu berjalan dan berubah (Zen, 2004: 52).

Terdapat dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis. *Pertama*, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. *Kedua*, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis (Eriyanto, 2002: 40 - 41). Karena, pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Tetapi, dalam menyampaikan pesan seseorang menyusun gambaran tertentu dalam menggambarkan realitas. Pendekatan konstruksionis memusatkan perhatian pada bagaimana pesan atau teks, hubungan dengan khalayak dalam memproduksi makna yang berarti pada peranan teks dalam kebudayaan yang melingkupinya.

Berita-berita yang kita terima sehari-hari merupakan hasil akhir dari proses panjang di mana semua elemen dalam surat kabar, memproduksi dan mengolah suatu informasi menjadi sesuatu yang dalam paradigma ini diyakini bahwa itu adalah bukan realitas sebenarnya, melainkan hasil daripada konstruksi. Secara sederhana kita bisa membedakan antara satu surat kabar dengan surat kabar lainnya dalam hal pemberitaan. *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* merupakan dua surat kabar berbeda, hal itu akan berdampak bagaimana masing-masing media memproduksi suatu berita.



## 2. KONSTRUKSI PEREMPUAN

Perempuan dengan segala instrumennya memang menarik untuk diberitakan kepada siapapun terlebih seorang *public figure* atau seorang yang dikenal masyarakat. Perempuan seperti mempunyai nilai yang lebih dalam media dibanding laki-laki. Media dalam bentuk apapun banyak yang terkait dengan keberadaan perempuan di dalamnya. Film, sinetron, iklan, majalah, berita, dan surat kabar. Terdapat beberapa kepentingan-kepentingan yang menjadi alasan mengapa perempuan selalu berada dalam media.

Dalam pemberitaan mengenai perempuan, ia selalu dikaitkan dengan stereotip tentang perempuan dalam wacananya masing-masing. Menurut Busby, Dominick dan Rauch dalam Sunarto (2009:4), sebagai berikut:

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

Hal itu tidak terlepas dari gender dan domestifikasinya serta ideologi yang dianut oleh media. Domestikasi perempuan menurut Munti erat kaitannya dengan mitos 3M: masak (memasak), manak (melahirkan), dan macak (merias diri) (Munti, 2005: 8). Satu contoh di atas tidak bisa

lepas dari kondisi sosial-politik yang berada di masyarakat. Informasi yang merendahkan posisi perempuan ini menurut Mora Dingin, terdapat dua sifat: terbuka (overt) dan tertutup (covert).

“Bersifat terbuka (overt) dan manifest, sehingga mudah diidentifikasi, seperti eksploitasi bagian tubuh dalam konteks seksual dan tujuan sensualitas. Sementara ada pula bersifat tertutup (covert) dan tersembunyi (latent), seperti eksploitasi kualitas tubuh perempuan melalui kecantikan, kerampingan, kulit lebih putih, yang dikemas dalam konteks komersialisme.” (Mora Dingin, mahasiswa pasca sarjana UNPAD, [www.harianhaluan.com](http://www.harianhaluan.com) diakses 5 Juni 2012 13:09).

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

Hal lain yang juga dapat dibuktikan melalui Julia Suryakusuma dalam bukunya yang berjudul *The State and Sexuality in New Order Indonesia* (1996) adalah bahwa masih ada sisa-sisa orde baru mengenai perempuan yang direduksi melalui program Darma Wanita yang mengkonstruksi perempuan sebagai istri atau ibu (Prabasmoro, 2006: 314). Masih melalui Julia Suryakusuma, bahkan konstruksi itu tertulis sebagai berikut:

1. Mendukung karir suami
2. Memberikan keturunan

3. Merawat dan membesarkan anak
4. Menjadi ibu rumah tangga yang baik
5. Menjadi penjaga masyarakat

Singkat kata, “wajah” wanita di media massa masih memperlihatkan stereotip yang merugikan: perempuan pasif, bergantung pada pria, didominasi, menerima keputusan yang dibuat oleh pria, dan terutama melihat dirinya sebagai symbol seks (Sobur, 2006: 38). Apa yang dipaparkan Sobur dengan stereotipnya adalah pemahaman yang selama ini berkembang dalam masyarakat Indonesia. Sehari-hari kita biasa disuguhi berbagai informasi mengenai perempuan yang telah dikonstruksi secara stereotip dalam media massa. Konstruksi gender yang berkembang di dalam kehidupan masyarakat sangat erat kaitannya dengan “kepantasan”. Dalam budaya patriarki, perempuan selalu dikonstruksikan sebagai kaum lemah yang berada di bawah kendali laki-laki. Pemberitaan tentang perempuan di surat kabar dan televisi masih menonjolkan peran perempuan di ranah domestik daripada ranah publik (<http://female.kompas.com/read/2011/03/09/1701011/AJI.Citra.Perempuan.di.Pemberitaan.Media.Masih.Klise> diakses pada 26 September 2012, 11:13).

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

tangga” (Barker, 2004: 264). Perempuan sebagai pemilik seks (kodrati) dalam realitas media selalu bersinggungan kuat dengan gender.

Merujuk pada pemahaman tentang konstruksi yang dilakukan media massa terhadap perempuan. Pada penelitian bagaimana *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* melihat atau membingkai permasalahan terkait Angie dengan suap Wisma Atlet yang sedang ramai dibicarakan publik. Atribusi dari Angie yang menarik, politisi Partai Demokrat, mantan Putri Indonesia 2001, dan mantan istri artis sinetron (Alm) Adjie Massaid saling jalin-kelindan menghiasi informasi terkait dalam berita di media massa.

### **3. MEDIA MASSA DAN KONSTRUKSI REALITAS**

Di desa maupun kota, media massa cetak dan elektronik begitu mendominasi, ditambah lagi internet yang bisa super cepat (*update-realtime*) dalam menginformasikan dibanding kedua media massa sebelumnya. Hampir semua media massa mudah diakses oleh masyarakat. Di dalam suatu keluarga yang pada awalnya hanya ada satu pusat informasi seperti radio/televisi sekarang sudah berubah menjadi fasilitas individu di dalam layar genggamnya masing-masing. Ironisnya lagi setiap sumber-sumber informasi itu bertumpuk menjadi satu. Setiap orang hampir sudah pasti mengonsumsi media dengan caranya masing-masing.

Sebuah informasi adalah bagian yang tak bisa dilewatkan begitu saja. Tak lebih dari sekedar membicarakannya di waktu makan siang atau mendiskusikannya secara mendalam pada kelompok-kelompok kecil maupun besar. Setiap informasi apapun dapat saja dengan mudah dikonsumsi atau tidak, penyederhanaan telah terjadi dengan *control* masing-masing individu yang sudah sangat mudah dalam menyeleksi mediana masing-masing. Tak bisa dipungkiri, media massa telah menjadi penting untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat sekarang ini untuk mengikuti perkembangan zamannya.

Segala jenis informasi berusaha diberikan pada khalayak yang luas ini. Hal ini tidak dapat terlepas dari kepentingan-kepentingan media. Bagaimana media berusaha untuk mencapai kepentingannya, seperti yang dikatakan Gamson dan Modigliani, bahwa wartawan dapat mengemas berita dengan perspektif, gaya bahasa, retorika, dan *commonsense* yang dikehendaki (Sudibyo, 1999: 29). Media dalam melakukan tugasnya adalah sebuah proses komunikasi. Dimana komunikasi selalu melihat bagaimana proses penyampaian pesan dapat berjalan dengan baik. Salah satunya adalah dengan suatu bentuk (cara) yang dipilih oleh media tersebut, juga melihat siapa komunikan yang dituju. Media massa pada fokus kali ini adalah surat kabar, sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Penyebaran informasi yang dilakukan surat kabar juga dibarengi dengan kebutuhan lain yang melingkupinya. Media itu sendiri menggunakan kemampuannya untuk mempengaruhi khalayak yang mengkonsumsinya. Menurut Kurniawan Junaedhi, "komunikasi jurnalistik merupakan hubungan-hubungan yang mengandung pengertian bahwa sebuah berita dimaksudkan untuk mempengaruhi pendapat orang lain" (Junaedhi, 1991:117). Penjelasan tersebut mengindikasikan bahwa, pencatatan dan penyebaran suatu kejadian biasa, akan menjadi luar biasa. Karena media lebih memperhitungkan sebab akibat dan pengaruh pemberitaan terhadap khalayak. Itu juga yang mempengaruhi faktor pemilihan (seleksi) berita dan cara penyajiannya, karena akan menentukan mutu pengaruh suatu berita.

Melihat perkembangan digital yang sedang marak ini, surat kabar sebagai media massa tentunya ingin terus menambah oplahnya. Hal itu dapat dilihat dari perkembangan digital yang sudah dapat diakses siapapun, tak terkecuali seorang di bawah umur dengan menggenggam alat pengonsumsi informasi seperti *handphone*. Melihat realitas itu, untuk lebih menarik minat khalayak dalam mengonsumsi informasi, surat kabar mengemas beritanya dengan berbagai cara. Salah satunya mengemas berita dengan memasukkan unsur *entertainment/infotainment* dalam penulisan beritanya. *Infotainment* seperti kita ketahui adalah penyampaian informasi dalam bentuk *entertainment*/bersifat hiburan (Tempo, 2004, volume 33, isu 31-36). Semacam pencampuran antara

cara kerja jurnalistik dan hiburan, agar berita dapat lebih enak dicerna dan tidak membosankan. Segala jenis berita pada akhirnya memadukan unsur *infotainment* untuk menarik perhatian khalayak.

Kasus korupsi yang menimpa Angie merupakan berita yang sangat menarik bagi surat kabar. Surat kabar dalam fungsi sosialnya dimasyarakat tentu sangat membantu dalam menginformasikan berita terkait masalah tersebut. Angie dengan segala atributnya: mantan Putri Indonesia pada 2001 dan pernah menjadi istri Adjie Massaid yang notabene adalah seorang mantan artis sinetron atau figur yang banyak dikenal oleh masyarakat (selebriti). Sisi itulah yang selalu terkait dengan pemberitaan mengenai Angie dalam media massa cetak ataupun elektronik. Hal di atas, ada kaitannya dengan "*celebrity gossips*". Sebuah informasi yang identik dengan berita-berita tentang selebriti yang cerai, selingkuh, bertengkar, atau meninggal dunia (Tempo, 2004, volume 33, isu 31-36). Tidak lagi melihat bahwa informasi seperti itu sebenarnya adalah bumbu agar pembaca tetap mengkonsumsi media.

Di luar kepentingan berbagai surat kabar memainkan peranannya, ada beberapa surat kabar yang dikategorikan berdasarkan isinya. Pers informasi dan pers opini. Jika bobot opini dalam suatu surat kabar lebih kuat dari bobot informasinya, maka surat kabar itu disebut "pers opini", sedangkan yang lain "pers informasi" (Oetama, 2004: 300). Media pada dasarnya adalah cerminan atau refleksi dari masyarakat secara umum.

Karena itu, media bukanlah saluran yang bebas; dia juga subyek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangannya.

Penggunaan bahasa dalam surat kabar itu sendiri menunjukkan kepada siapa surat kabar itu ditujukan (target audiens). Menurut Andrew Hard dalam *Understanding Media: Particular Guide* (1991: 8), dalam media terdapat lima prinsip dasar, yaitu:

- a. Media tidak secara sederhana merefleksikan atau meniru realitas.
- b. Seleksi, tekanan dan perluasan makna terjadi dalam tiap hal dalam proses konstruksi dan penyampaian pesan yang kompleks.
- c. Audiens tidaklah pasif dan mudah diprediksi, tetapi aktif dan berubah-ubah dalam memberikan respon.
- d. Pesan tidaklah semata-mata ditentukan oleh keputusan produser dan editor tapi juga oleh pemerintah, pengiklan maupun media yang kaya.
- e. Media memiliki keanekaragaman kondisi yang berbeda yang dibentuk oleh perbedaan teknologi, bahasa dan kapasitas. (Hard, 1991: 8).

Segala informasi yang disajikan media pada dasarnya adalah apa yang juga dibutuhkan oleh konsumennya. Jika konsumen sedang marak memperhatikan satu kasus yang menyita perhatian, tentu media langsung melihat konsumen aktif itu dengan menambah info serupa dari sudut pandang yang lain. Yang terjadi pada akhirnya adalah keseragaman topik informasi setiap media. Melihat ketentuan dalam hukum tentang media massa, akan tampak jelas bahwa media massa diberi tugas, kewajiban, ataupun fungsi formal untuk melestarikan nilai-nilai budaya bangsa Indonesia (Sobur, 2006: 31). Hal ini tentunya sangat berbeda dengan



penjelasan di atas, bahwa media mengkonstruksi informasi berdasarkan pada kepentingannya, bukan pada melestarikan nilai-nilai budaya bangsa Indonesia. Walaupun ada beberapa yang mencoba untuk tetap melestarikan nilai budaya bangsa, seperti yang dilakukan dalam acara *Si Bolang* dalam Trans TV. Hanya prosentase informasi seperti itu sangat kecil dibanding informasi mengenai hiburan belaka.

Banyak aspek dari media massa yang membuat dirinya penting dalam kehidupan politik media. Menurut Hamad ada lima aspek penting media. Pertama, daya jangkauannya (*coverage*) yang sangat luas dalam menyebar-luaskan informasi politik; yang mampu melewati batas wilayah (geografis), kelompok umur, jenis kelamin dan status-ekonomi-sosial (demografis) dan perbedaan paham dan orientasi (psikografi). Kedua, kemampuannya melipat-gandakan pesan (*multiplier of message*) yang luar biasa. Ketiga, setiap media massa bisa mewacanakan sebuah peristiwa politik sesuai pandangannya masing-masing. Keempat, tentu saja dengan fungsi agenda setting yang dimilikinya, media memiliki kesempatan yang sangat luas (bahkan hampir tanpa batas) untuk memberitakan sebuah peristiwa politik. Kelima, pemberitaan peristiwa politik oleh satu media lazimnya berkaitan dengan media lainnya hingga membentuk rantai informasi (*media as links in other chains*) (Hamad, 2004: xv-xvi). Dengan adanya beberapa aspek ini, semakin kuatlah peranan media dalam mencapai kepentingannya.

#### 4. IDEOLOGI DAN KEKUASAAN MEDIA

Salah seorang pakar yang mendalami ideologi, Terry Eagleton, mengumpulkan definisi mengenai ideologi dalam buku *Ideology, An Introduction* (1991) mengumpulkan 15 definisi untuk kata ideologi:

1. Sebagai proses produksi dari arti, lambang, dan nilai-nilai dalam kehidupan sosial.
2. Sebagai suatu kumpulan ide yang merupakan karakteristik dari suatu kelompok sosial atau kelas.
3. Merupakan ide-ide yang membantu untuk melegitimasi kekuasaan politik yang dominan.
4. Merupakan ide-ide palsu untuk melegitimasi kekuasaan politik yang dominan
5. Merupakan bentuk-bentuk pemikiran yang dimotivasikan oleh kepentingan-kepentingan sosial.
6. Adalah pemikiran identitas
7. Adalah ilusi sosial yang diperlukan
8. Merupakan perangkat pelaku-pelaku sosial untuk menentukan arti terhadap dunianya
9. Merupakan suatu perangkat kepercayaan sebagai dasar bertindak
10. Sebagai perangkat yang diperlukan bagi seorang individu untuk hidup dalam hubungannya dengan struktur sosial (Tillaar, 2003: 115-117).

Demikianlah analisis Terry Eagleton yang sangat komprehensif mengenai arti ideologi, terutama dengan mencari pengertiannya secara historis dengan bermacam-macam rumusan yang bukannya tidak bertentangan satu dengan yang lain. Suatu hal yang perlu kita perhatikan dari pengertian ideologi adalah bahwa ideologi tidak cukup hanya dari

satu pandangan saja sebagai sesuatu yang disadari. Posisi juga menentukan bagaimana suatu ideologi dapat diberlangsungkan. Di sebuah tempat bisa menggunakan ideologi yang satu tapi tidak bisa menggunakan ideologi yang lainnya. Bahwa semua elemen dalam suatu tempat tersebut juga merupakan bagian dari ideologi. Sehingga dapat dipastikan ideologi berkenaan dengan suatu sistem yang berlaku dengan segala elemen-elemen di dalamnya.

Ideologi dan kekuasaan adalah dua hal yang saling mempengaruhi. Betapa tidak, jika kita mempunyai kekuasaan tentu kita dapat menyalurkan ideologi yang kita anut kepada yang lainnya, begitupun sebaliknya. Sebagai contoh, kita bisa lihat beberapa film tentang perjuangan Indonesia pada masa revolusi yang dipimpin oleh Soeharto. *G30SPKI* dan *Janur Kuning* adalah dua contoh film dimana ideologi dan kekuasaan atas media terjadi.

*G30SPKI* film yang sering kita saksikan setiap tanggal 30 September waktu itu. Penggambaran komunis dalam film itu sangat kejam dalam membunuh setiap orang yang tidak mengikuti ideologi tersebut dipertontonkan agar masyarakat paham bahwa komunis yang pada waktu itu sedang dibasmi oleh militer itu jahat dan sangat kejam dan tidak pas dengan ideologi pancasila yang baik bagi sesama.

*Janur Kuning*, kisah perjuangan heroik Indonesia dari Soeharto sendiri yang begitu bagus karakternya dalam film tersebut sehingga

sangat mudah untuk merebut hati masyarakatnya kala itu. Kedua contoh di atas adalah bagaimana media dengan berbagai instrumennya dapat dengan mudah digunakan untuk mempengaruhi masyarakat dalam melihat sesuatu melalui perantara media.

Penjelasan dari Althusser di bawah ini akan lebih jelas melihat antara ideologi dan kekuasaan. Ia mengenalkan dua istilah mengenai ideologi: (1) Apparatus Negara Represif (*Repressive State Apparatuses-RSA*) yang terdiri dari pemerintahan, tentara, polisi, pengadilan, penjara, dan sebagainya. Apparatus jenis ini berfungsi dengan menggunakan sarana kekerasan. (2) Apparatus Negara Ideologis (*Ideological State Apparatuses-ISA*) yang terdiri dari gereja, sekolah, keluarga, sistem hukum, partai politik, asosiasi dagang dan jaringan komunikasi (Sunarto, 2009: 74). RSA dan ISA dapat kita lihat dari kasus yang kita kenal sebagai *PETRUS* atau penembak misterius. Di mana Soeharto menggunakan RSA pada pembunuhan orang-orang bertato yang diyakini pasti bermasalah dalam kestabilan keamanan sebuah Negara. Di sisi lain, ISA bertindak melalui berbagai institusi seperti sekolah dalam memberikan pengertiannya tentang orang-orang bertato yang harus kita curigai dan dapat membahayakan hidup kita. Kedua hal itu berhasil dilakukan dalam kepemimpinan Soeharto untuk menjaga kestabilan keamanan waktu itu.

Dapat kita lihat empat aspek dalam karya Althusser yang menjadi inti dari pandangannya tentang ideologi:

1. Ideologi memiliki fungsi umum untuk membangun subyek.
2. Ideologi sebagai pengalaman yang dijalankan tidaklah palsu.
3. Ideologi sebagai kesalahan dalam memahami kondisi nyata eksistensi adalah sesuatu yang palsu.
4. Ideologi terlibat dalam reproduksi bangunan sosial dan relasi mereka terhadap kekuasaan. (Barker, 2004: 58)

Kajian mengenai ideologi, Karl Marx meyakini dalam bukunya *German Ideology* berpendapat, “hubungan antara kekuasaan dan ideologi itu berpusat pada negara”. Salah seorang pemikir postmodernis abad 20, Louise Althusser, mengatakan bahwa ideologi merupakan sistem keyakinan yang menyembunyikan kontradiksi-kontradiksi internalnya (Tillaar, 2003: 116). Artinya ideologi itu ada keterkaitannya dengan kekuasaan, yaitu negara seperti yang disebutkan Karl Marx. Negara dengan kekuasaannya dapat menyelenggarakan aktivitasnya atau menghantarkan ideologinya kepada masyarakat luas dengan caranya. Menurut Foucault, ‘hubungan-hubungan kekuasaan yang merasuki dan membentuk struktur suatu masyarakat tak dapat disusun, diwujudkan, dan dimapankan tanpa berfungsinya wacana-wacana ilmiah serta institusi-institusi yang memproduksinya” (Sudiby, 2001: 124). Dalam skala kecil, bukti paling jelas terlihat adalah bagaimana suatu media massa dengan ideologi dan kekuasaannya dapat berbeda dalam hal pemberitaan dengan kasus yang sama.

Foucault menyimpulkan bahwa ideologi tersangkut dengan empat hal, yaitu: 1) ekonomi sebagai basisnya; 2) kelas yang berkuasa; 3) kekuasaan represif, dan 4) sesuatu yang berlawanan dengan kebenaran sejati (Tillaar, 2003: 116). Hal itu menyiratkan bahwa media menggunakan kekuasaan yang dimilikinya untuk menyalurkan ideologi-ideologinya. Hegemoni menurut Gramsci bukanlah hubungan dominasi dengan menggunakan kekuasaan, melainkan hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologis (Zen, 2004: 89). Artinya, kelas bawah (*lower strata*) menerima dominasi dengan kesadaran palsu (*false consciousness*). Masyarakat bawah menerima kesepakatan yang spontan terhadap dominasi kelas atas tersebut disebabkan oleh prestise dan posisi mereka, bukan sebagai sesuatu yang dikehendaki. Mereka menerima konsep tentang dunia ini bukan dari dirinya sendiri, melainkan meminjam dari kelompok lain.

Raymond William dalam Eriyanto menjelaskan apa itu ideologi. Menurutnya, terdapat dua definisi mengenai ideologi. Pertama, ideologi sebagai sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh sejumlah kelompok atau kelas tertentu. Kedua, ideologi sebagai sebuah sistem kesadaran palsu/sistem kepercayaan yang dibuat (Eriyanto, 2001: 87-88). Definisi yang pertama disebutkan itu biasa kita temui dalam diskusi-diskusi kecil di kelas ataupun dalam suatu perbincangan di media massa. Satu media mengulas kasus Angie sebagai koruptor paska mendekam dalam penjara menitik beratkan pada akibat yang diderita sebagai

koruptor yaitu masuk penjara. Media yang lain mungkin dan sah saja apabila ada yang meliput tentang sisi ke-ibuan dari Angie, tentang anak-anaknya yang masih kecil dan jenis pakaian yang dibutuhkan dalam penjara.

Merujuk pada pengertian di atas bahwa ideologi dan kekuasaan sebagai suatu sistem tertentu yang dianut oleh suatu kelompok, tentunya kita sebagai pembaca menemukan perbedaan hasil antara liputan media yang satu dengan yang lainnya dilihat dari kasus yang sama. Beberapa pembaca mungkin akan menemukan kebenaran suatu berita tentang dampak korupsi, di lain pihak juga sama, bahwa Angie itu seorang ibu yang memiliki anak-anak yang masih kecil. Ini menunjukkan betapa ideologi dan kekuasaan sebenarnya memerankan peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat.

## **5. GENDER DAN FEMINISME**

Era reformasi telah membuka kesempatan bagi pers Indonesia untuk mengeksplorasi kebebasan. Dampak yang kemudian terlihat, bukannya diekplorasi melainkan dieksploitasi. Kini media bebas untuk mengumbar sensasi, informasi yang diedarkan adalah yang bernilai jual tinggi, dikemas dengan gaya sensasi. Akibatnya seringkali media massa menyebarkan informasi yang sebenarnya berkualifikasi isu, rumor bahkan dugaan-dugaan (opini hingga cacian dan hujatan). Pada ekstrim

yang lain terdapat pula pers yang diterbitkan untuk tujuan politis: mempengaruhi dan membujuk pembacanya agar sepakat dan ikut dengan ideologi dan tujuan politisnya, atau bahkan menyerang dan membungkam pihak lawan. Media massa sebagai penyalur informasi mengemas apapun yang bisa diinformasikan, asalkan itu menyenangkan dan sedang menjadi gunjingan publik.

Kebebasan Pers yang kini berkembang di Indonesia, telah ditanggapi secara negatif oleh sejumlah pihak, karena dianggap telah “bebas terlampau jauh”. Pemahaman negatif kebebasan pers saat ini terlihat semakin nyata dengan banyak bermunculannya media partisan, sensasional, termasuk yang menonjolkan erotika. Fenomena lainnya adalah munculnya banyak media yang mengusung asas jurnalisme alakadarnya dan kurang menghargai etika.

Media adalah salah satu instrumen dalam membentuk pemahaman tentang gender pada masyarakat. Media yang memiliki karakteristik dengan jangkauannya yang luas, bisa menjadi alat yang efektif dalam menyebarluaskan pemahaman gender kepada masyarakat. Berbekal fenomena tersebut beberapa media memang menggunakan kesempatan itu, tetapi ada juga beberapa media menggunakannya untuk perlawanan. Hal itu juga berimbas pada bagaimana perempuan ada dalam media. Sebagai contoh, terbitnya majalah dewasa Playboy yang beredar di Indonesia pada pertengahan tahun 2006 telah menimbulkan pro dan kontra. Majalah asal negeri paman Sam tersebut terbit dengan cover



perdananya Andara Early. Eksploitasi perempuan pada tubuhnya seperti sudah menjadi hal wajar. Eksploitasi tersebut menunjukkan bahwa perempuan berpotensi menjadi pemikat daya jual dan seks, terlebih majalah itu dewasa atau tidak. Tapi pada posisi itu, perempuan sudah dirugikan dengan komodifikasi uang atas tubuh. Beberapa koran kuning di beberapa daerah juga melakukan hal tersebut, dengan menuliskan hal-hal sensasional yang merugikan perempuan. Mungkin tidak *se-extream* majalah Playboy, tapi tersirat bahwa perempuan dilakukan sebagaimana kebutuhan media untuk menarik pembacanya tetap terjadi.

Media massa dan perempuan ibarat dua sisi mata uang yang tak bisa dipisahkan, keduanya memiliki kaitan erat yang berjaln berkelindan saling melengkapi. Perempuan banyak yang memanfaatkan jasa media massa demi untuk meningkatkan popularitasnya, sebaliknya media massa butuh sebuah “nuansa khas” dari seorang perempuan, mulai dari sisi keberhasilan karir dan jabatannya, ketegarannya menyikapi sebuah persoalan besar, “kenekadannya” dalam melakukan sesuatu dan terakhir adalah keberaniannya untuk memperlihatkan auratnya (Nana Sudiana, <http://sosbud.kompasiana.com/2011/04/04perempuan-dan-media-massa/> diakses 21 Mei 2012 21:33).

Perempuan yang bekerja di dunia publik tetap melakukan aktivitas diranah domestik. Bagi orang kebanyakan menyebutnya “pengorbanan”. Simone de Beauvoir (1998:42-43) dalam *The Second Sex* mengartikan “pengorbanan” itu adalah bentuk penindasan laki-laki terhadap

perempuan (Gamble, 2010: 248). Dalam penjelasannya, De Beauvoir memaparkan, penindasan terhadap perempuan itu ada karena perempuan bekerja tetap diharapkan memainkan peran sebagai istri dan ibu. Kedua peran itu menuntut kewajiban yang berhubungan dengan urusan domestik. Domestikasi perempuan erat kaitannya dengan mitos tentang perempuan yang diidentikkan dengan 3M: masak (memasak), manak (melahirkan), dan macak (merias diri). Mitos ini lagi-lagi menempatkan perempuan pada posisi subordinat di bawah laki-laki (Munti, 2005: 8).

Akademis kritik feminis tentang kajian “perempuan dan media” berhasil mengungkapkan bahwa media, khususnya media massa, secara suntuk telah terlibat dalam pola-pola diskriminasi yang menyepelkan perempuan, menjerumuskan mereka ke dalam semacam “anihilasi simbolik”. Perhatian ini banyak menyingkapkan persoalan (kemangkiran) perempuan dalam profesi (kekeliruan) citra perempuan dalam media (Gallagher dalam Budiman, 2000: 82). Wacana yang dimunculkan mungkin bisa beragam, tapi penelitian di atas membuktikan bahwa perempuan identik dengan wacana-wacana yang menyertainya secara umum yaitu inferior. Pertanyaannya kemudian adalah bagaimana sosok perempuan berdaya—mengambil contoh kasus Angelina Sondakh yang notabene merupakan *public figure* perempuan yang "kuat" dan populer; *single parent* dengan tiga anak, politisi perempuan, dan mantan ratu kecantikan Indonesia,—ini dikonstruksikan oleh media massa.

Kejadian-kejadian seperti itu bukan hanya bisa kita temui pada majalah besar atau surat kabar kecil nasional ataupun lokal. Beberapa surat kabar nasional juga melakukan hal tersebut. Mungkin bahasa dan pola ucapnya disesuaikan dengan kredibilitas surat kabar tersebut. Ketimpangan tentang perempuan ini mengakibatkan ketidakadilan gender dalam masyarakat yang mengakibatkan hal itu menjadi tidak menguntungkan bagi pihak perempuan. Seksi, penggoda, cantik, lembut, di rumah, seakan menjadi stigma masyarakat atas perempuan. Hal tersebut juga berimbas pada laki-laki sebagai individu berjenis kelamin. Kuat, perkasa, pemimpin, menjadi hal yang lumrah bagi pemegang kelamin laki-laki. Isu gender yang digulirkan menjadi semacam pegangan bagi beberapa orang untuk bertingkah laku dalam masyarakat.

Isu gender sebenarnya bukanlah sesuatu hal yang baru, karena sejak manusia lahir di dunia ini telah dibedakan menjadi dua jenis kelamin yang berbeda, yaitu laki-laki dan perempuan. Ketika itu pula sudah terjadi konstruksi sosial budaya dalam suatu masyarakat tentang peran masing-masing dari makhluk adam dan hawa ini. Bingkisan yang dibawa ketika akan menjenguk sang bayi pun sudah disesuaikan berdasarkan jenis kelamin. Tetapi hal ini tergantung bagaimana masyarakat memahami gender tersebut, karena masih banyak masyarakat yang keliru mengartikan gender dan seks.

Seks mengacu pada identitas biologis seseorang dan dimaksudkan untuk menandakan fakta bahwa seseorang itu laki-laki dan perempuan (Andersen, 1997: 20). Merujuk pada kamus, kata gender berarti jenis kelamin (KBBI, 2012: 439). Sedangkan seks: jenis kelamin (KBBI, 2012: 1245). Antara seks dan gender secara arti sama-sama memiliki arti kata jenis kelamin. Sedangkan secara istilah, kedua kata tersebut mengacu pada perbedaan antara laki-laki dan perempuan berdasarkan pada sifat alami (biologis) dan konstruksi sosial dan kultural pada waktu dan tempat di mana mereka berada.

Gender mengacu pada cara berperilaku sosial dan harapan-harapan yang berkaitan dengan kedua jenis kelamin, laki-laki dan perempuan (Andersen, 1997: 20). Sedangkan, istilah peran sosial ditujukan pada aturan-aturan budaya mengenai bagaimana seseorang dengan tipe tertentu harus berperilaku (Sears, *et al*, 1991: 209). Cara berperilaku sosial dan harapan-harapannya itu merupakan turunan dari apa yang kita pahami sebagai kebudayaan. Kluckohn dalam Andersen (1962) menyatakan definisi budaya, sesuatu yang mengacu pada himpunan definisi-definisi realitas yang dimiliki bersama oleh orang-orang yang berbagi dengan cara yang berbeda dari kehidupan (Andersen, 1997: 20). Jika dalam suatu masyarakat kita menyaksikan ketimpangan, ketidakadilan, antara laki-laki dan perempuan, itu menandakan bahwa dalam masyarakat tersebut memiliki harapan-harapan untuk berperilaku sosial dengan cara tersebut. Semacam pola-pola yang tersusun tentang

perilaku apa yang tepat dan diyakini bagi anggota masyarakat. Dengan demikian, pola tersebut menjadi resep untuk individu dalam berperilaku sosial.

Sebab dari ketimpangan dan ketidakadilan yang kerap menimpa perempuan tersebut, beberapa perempuan yang tidak sepakat dengan pemahaman tersebut melakukan gerakan yang disebut, feminisme. Gerakan yang dimulai dengan pemikiran dasar bahwa posisi laki-laki dan perempuan dalam masyarakat merupakan hasil dari faktor sosial, bukan faktor alami atau biologis (Andersen, 1997: 8). Hal ini dapat kita lihat melalui rangkuman beberapa gerakan perempuan atau feminis melalui Julia Kristeva dalam "*Women's Time*":

1. Feminisme Egalitarian yang menuntut hak yang sejajar dengan laki-laki.
2. Feminisme Radikal yang menuntut hak perempuan untuk terus bebas dalam ranah politik.
3. Feminisme post-modernisme yang menggabungkan kedua gerakan sebelumnya untuk tetap ada tanpa menghilangkan kefeminisannya (Prabasmoro, 2006: 40).

Gerakan di atas dapat memberikan sedikit gambaran perjuangan dari kaum feminis atas posisi perempuan yang dialaminya di hampir seluruh di dunia. Feminisme bertumpu pada premis bahwa mengubah apa yang kita ketahui tentang wanita akan mengubah kehidupan perempuan (Andersen, 1997: 10).

Hakikat dari perjuangan feminisme adalah demi kesetaraan, dan kebebasan setiap individu dalam memperlakukan kodratnya sebagai

manusia. Perjuangan feminisme merupakan perjuangan untuk mentransformasikan sistem dan struktur yang tidak adil, sehingga terwujudnya sistem yang adil, baik untuk laki-laki maupun perempuan. Sebab, ketidakadilan tersebut membuat beberapa perempuan menjadi stereotip, direndahkan, dan subordinasi.

Esensi dari feminisme adalah cara berpikir dan bertindak bagi perubahan sosial (Andersen, 1997: 8). Meskipun, para feminis tidak percaya bahwa perempuan harus seperti laki-laki, mereka percaya bahwa pengalaman, ketertarikan, dan ide-ide perempuan merupakan hal yang sama berharganya dengan laki-laki dan harus diperlakukan dengan keseriusan dan penghormatan yang sama. Tetapi, Bagi beberapa feminis menimbulkan gambaran sebagai pembenci laki-laki dan seorang perempuan agresif, seperti jika menjadi feminis berarti seseorang tidak bisa lembut dan baik, masuk akal, dan memiliki hubungan yang baik dengan laki-laki.

Gambaran populer feminis sebagai wanita pemarah, radikal, pembenci laki-laki memperkuat pola pikir seperti ini. Beberapa feminis, tentu saja, marah terhadap wajah perempuan yang mendapat ketidakadilan di tempat kerja, marah terhadap kekerasan terhadap perempuan, marah kepada penganiayaan terhadap homo dan lesbian, dan marah terhadap perlakuan yang menyepelkan perempuan secara terus menerus dalam budaya populer. Feminisme meliputi cakupan luas dari

perasaan, pikiran, dan cara-cara, tak satupun diantaranya yang terlalu sempit atau terlalu buruk sebagaimana stereotype umum terhadap feminis (Anderesen, 1997: 9).

Antara seks dan gender terdapat perbedaan mendasar tentang siapa dan bagaimana berbuat apa di mana. Angie secara nyata adalah sebagai perempuan (seks). Lalu bagaimana Angie di dalam kenyataan yang lain seperti dalam surat kabar (wilayah sosial yang lain) terlihat atau tampak. Mengacu pada penelitian yang akan dilakukan, antara *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* akan terdapat kenyataan-kenyataan atau keterangan-keterangan lain dari Angie sebagai perempuan yang sedang diberitakan terkait kasus suap Wisma Atlet.

## **F. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. JENIS PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan/atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi (Pawito, 2007: 35).

Data-data dalam penelitian ini disajikan secara kualitatif. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berita yang dimuat pada media

cetak *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* tentang pemberitaan kasus korupsi suap Wisma Atlet yang dilakukan oleh Angie paska mendekamnya di Rutan KPK mulai 28 April 2012 hingga 11 Mei 2012.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan menggunakan analisis framing yang digunakan untuk mengungkap konstruksi yang dilakukan media massa (*Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* tentang pemberitaan Angie paska mendekamnya di Rutan KPK atas kasus suap wisma atlet). Analisis framing sendiri adalah suatu metode untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Sobur, 2006: 162).

Analisis *framing* dipahami sebagai sesuatu yang berkenaan dengan dua sisi sekaligus sehingga lebih bersifat komprehensif, yakni berkenaan dengan penyajian pesan oleh (atau melalui) media massa di satu sisi (*media frame*) dan penerima pesan oleh individu-individu khalayak di sisi lain (*audience frame*) (Pawito, 2007: 185).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruksionisme. Konstruksi yang dengan sengaja dibuat untuk mengemas realita menjadi berita yang akan di sampaikan kepada khalayak. Konstruksi inilah yang menentukan akan dibentuk seperti apa suatu berita ke dalam sebuah media. Pemahaman dan konstruksi atas



suatu peristiwa bias jadi berbeda antara satu media dengan media yang lain (Eriyanto, 2002: 70). Penelitian ini dilakukan bukan untuk membandingkan antara konstruksi yang di bentuk oleh media dengan realitas sebenarnya, tetapi bagaimana konstruksi realitas antara media satu dengan media lain, dalam hal ini adalah *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis *Framing* Pan dan Kosicki yang diharapkan bisa membedah sikap *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja* terhadap pemberitaan berbasis gender, dengan meneliti teks pemberitaan dalam memberitakan kasus Angie. Model Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita memiliki frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide (Sobur, 2006: 175). Metode ini merupakan modifikasi dari dimensi operasional analisis wacana Van Dijk, yang mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing, yaitu: sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Adapun perangkat framing yang digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis data dalam penelitian ini sebagaimana disusun oleh Pan dan Kosicki, yang juga identifikasi sebagai perangkat wacana, dibagi menjadi empat struktur, yaitu: struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik dan struktur retorik. Pendekatan tersebut digambarkan dalam table berikut:

**Tabel 1.**  
**Kerangka Framing Pan dan Kosicki**

<b>STRUKTUR</b>	<b>PERANGKAT FRAMING</b>
<b>SINTAKSIS:</b> Cara wartawan menyusun berita.	1. Skema berita
<b>SKRIP:</b> Cara wartawan mengisahkan cerita.	2. Kelengkapan berita
<b>TEMATIK:</b> Cara wartawan menulis fakta.	3. Detail 4. Maksud kalimat 5. Hubungan antar kalimat 6. Nominalisasi 7. Koherensi 8. Bentuk kalimat 9. Kata ganti
<b>RETORIS:</b> Cara wartawan menekankan fakta.	10. Leksikon 11. Gambar 12. Metaphor 13. Pengandaian

(sumber tabel: Sobur, 2001: 176)

Dalam pendekatan ini, framing di bagi menjadi 4 struktur besar. Pertama, *struktur Sintaksis* yang bisa diamati dari bagan berita yang meliputi cara wartawan menyusun berita. Struktur sintaksis memiliki perangkat: *headline* yang merupakan berita yang dijadikan topik utama oleh media dan *lead* (teras berita) merupakan paragraf pembuka dari sebuah berita yang biasanya mengandung kepentingan lebih tinggi. Struktur ini sangat tergantung pada ideologi penulis terhadap peristiwa berupa: latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan dan penutup.

Kedua, *struktur Skrip* yaitu cara wartawan mengisahkan fakta dengan melihat bagaimana strategi bertutur atau bercerita yang

digunakan wartawan dalam mengemas berita. Struktur skrip memfokuskan perangkat *framing* pada kelengkapan berita 5W + H yaitu *what* (apa), *when* (kapan), *who* (siapa), *where* (di mana), *why* (mengapa) dan *how* (bagaimana).

Ketiga, ***struktur Tematik*** yaitu bagaimana seorang wartawan mengungkapkan suatu peristiwa dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur tematik mempunyai perangkat *framing* berupa detail, maksud dan hubungan kalimat, nominalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat dan kata ganti.

Keempat, ***struktur Retoris***, bagaimana seorang wartawan menekankan arti tertentu atau dalam kata lain penggunaan kata, idiom, gambar dan grafik yang digunakan untuk memberi penekanan arti tertentu. Struktur retorik mempunyai perangkat *framing* diantaranya leksikon/pilihan kata yang merupakan penekanan terhadap sesuatu yang penting, grafis, metaphora dan pengandaian.

Melalui empat pendekatan yang didapat dari formula *framing* Pan and Kosicki dapat membantu menganalisa teks surat kabar terkait permasalahan yang sedang diteliti pada penelitian ini. Dengan melihat keempat struktur tersebut peneliti akan menggunakannya sebagai pisau analisa.

## **2. OBYEK PENELITIAN**

Obyek penelitian ini mengambil dua surat kabar di Yogyakarta yaitu *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*. Unit observasi adalah *isi berita* pemberitaan yang diterbitkan kurang lebih selama dua minggu setelah Angelina Sondakh masuk Rutan KPK (28 April 2012 hingga 11 Mei 2012).

## **3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Pertama, dengan studi pustaka. Mengumpulkan bahan-bahan data tertulis yang berhubungan dengan penelitian. Kedua, mengumpulkan data melalui *capture image* ulasan berita mengenai kasus korupsi suap Wisma Atlet paska mendekamnya Angie mengambil dari dua surat kabar yaitu *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*.

## **4. TEKNIK ANALISIS DATA**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode framing yang menekankan pada penonjolan kerangka pemikiran, perspektif, konsep, dan klaim interpretative masing-masing media dalam rangka memaknai obyek wacana yaitu pemberitaan kasus korupsi pasca mendekamnya Angie di Rutan KPK pada dua surat kabar yaitu *Tribun Jogja* dan *Harian Jogja*.

**Tabel 2.**  
**Teknik Analisis Data**

<b>PENJELASAN</b>	<b>UNIT YANG DIAMATI</b>
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam berita tersebut.	Headline, lead, latar informasi, sumber, pernyataan, penutup.
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan bertutur dalam berita tersebut.	<i>What, When, Who, Why, Where, dan How (5W + 1H).</i>
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan membuat sudut pandangnya atas peristiwa tersebut.	Paragraf, maksud kalimat, hubungan antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti.
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan menekankan fakta peristiwa tersebut.	Leksikon, Gambar/foto, Metaphor, Pengandaian.

(disarikan dari Sobur, 2006: 127)