



DIK RUTIN

LAPORAN PENELITIAN
CITRA PEREMPUAN DALAM BAHASA INDONESIA
Studi Kasus Citra Perempuan dalam Penggunaan Bahasa Indonesia
pada Iklan Majalah Femina dan Kartini

Oleh

Drs.M.Hermintoyo

Drs.Suyanto

Drs.M.Muzakka,M.Hum.

Dibayai oleh Bagian Proyek Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia,
Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional
Tahun Anggaran 2002

FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

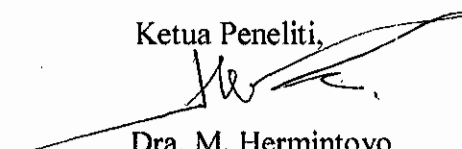
2002

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN DIK RUTIN TAHUN 2002

1. a. Judul Penelitian : Citra Perempuan dalam Bahasa Indonesia: Studi Kasus Citra Perempuan dalam Penggunaan Bahasa Indonesia pada Iklan Majalah Femina dan Kartini
b. Bidang Ilmu : Ilmu Sosial
c. Kategori Penelitian : Pembangunan
2. Ketua Peneliti
a. Nama dan Gelar : Drs.M.Herintoyo
b. Jenis Kelamin : Laki-laki
c. Pangkat/Gol/NIP : Penata Muda Tk I/ III-B/131764882
d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
e. Jabatan Struktural : -
f. Fakultas/Jurusan : Sastra/Sastra Indonesia
g. Universitas : Universitas Diponegoro
h. Pusat Penelitian : Universitas Diponegoro
3. Jumlah Anggota Peneliti : 2 (dua) orang
Nama Anggota Peneliti : Drs.Suyanto
Drs.M. Muzakka, M.Hum.
4. Lokasi Penelitian : -
5. Kerjasama dengan Insitusi Lain: -
6. Lama Penelitian : 6 (enam) Bulan
7. Biaya yang diperlukan :
a. Sumber DIK Rutin Th 2002 : Rp3.000.000,-
b. Sumber Lain : -
c. Jumlah : Rp3.000.000,- (Tiga juta rupiah)

Semarang, 17 Oktober 2002

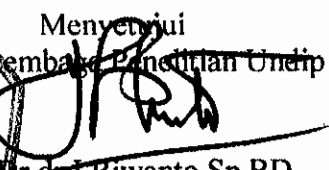
Ketua Peneliti,


Dra. M. Hermintoyo
NIP 131764882

Prof.Dr. Th.Sri Rahayu P, M..A.
NIP 130516 887

Menyetujui

Ketua Lembaga Penelitian Undip


Dr. I. Riwanto, Sp.BD
NIP 130529454

RINGKASAN

Budaya patriarki yang menempatkan perempuan sebagai subordinasi laki-laki dan inferior terhadapnya telah melembaga dalam semua aspek kehidupan sehingga kenyataan tersebut oleh perempuan dipandang sebagai hal yang tidak perlu dipersoalkan lagi. Namun, semenjak tahun 1970-an sejalan dengan bertiupnya kesadaran akan hak asasi individu, kesetaraan, dan demokratisasi, maka pola relasi jender yang bersifat mapan itu mulai digugat dari semua aspek, baik aspek ekonomi, sosial, politik, hukum, dan budaya, khususnya bahasa.

Penelitian ini merupakan salah satu langkah koreksi terhadap sistem bahasa yang seksis yang dicerminkan dalam citra perempuan pada iklan di media massa, *Femina* dan *Kartini*. Citra perempuan dalam bahasa Indonesia sangat intensif dicerminkan melalui kosa kata dan frasa. Kosa kata dan frasa yang mencerminkan perempuan pada umumnya berupa kata idea yang merupakan kesatuan antara kata biasa (bunyi dan makna) dengan bayangan mental.

Citra perempuan dalam bahasa Indonesia secara terus-menerus mengalami proses reproduksi dengan bersandar pada akar budaya tertentu yang dapat menyadarkan kepada para konsumen (perempuan) bahwa hal tersebut merupakan kebutuhan bagi dirinya. Selain itu, dengan penggunaan bahasa Indonesia pada iklan yang mencitrakan perempuan merupakan salah satu bentuk eksploitasi atas perempuan oleh kapitalisme. Oleh karena itu, musuh utama perempuan saat ini adalah kapitalisme, setelah itu disusul laki-laki dan berikutnya sesama perempuan.

KATA PENGANTAR

Ketimpangan gender yang sudah melembaga dalam semua aspek kehidupan tercermin dengan jelas pada bahasanya. Salah satu wujud ketimpangan itu adalah citra perempuan dalam bahasa Indonesia pada iklan majalah *Femina* dan *Kartini*. Citra perempuan dalam bahasa Indonesia hingga saat ini belum menjadi perhatian serius di kalangan pakar bahasa. Oleh karena itu, Tim Peneliti mencoba melakukan penelitian pendahuluan tentang itu sehingga dapat memberikan gambaran awal tentang peta ketimpangan gender (seksisme) dalam bahasa Indonesia.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada Dekan Fakultas Sastra Undip atas izin dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Ketua Lembaga Penelitian Undip yang memberi kesempatan dan dukungan dana yang memungkinkan penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar.

Tim Peneliti mengharapkan pada tahap selanjutnya dapat dilakukan penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif tentang ketimpangan gender, khususnya yang tercermin pada citra perempuan dalam bahasa Indonesia. Dengan demikian, perubahan paradigma dalam bidang sosial dan politik yang sedang terjadi dibarengi juga perubahan paradigma dalam bidang bahasa Indonesia. Dengan demikian, rekonseptualisasi dan redefinisi tentang sosok perempuan dalam bahasa Indonesia dapat dirwujudkan.

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Citra Perempuan dalam Bahasa.....	4
2.2 Pengertian Iklan.....	9
2.3 Bagian-bagian Iklan.....	11
2.3.1 Headline.....	11
2.3.2 Subheadline.....	11
2.3.3 Body Copy.....	12
2.3.4 Slogan.....	13

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	15
3.1 Tujuan Penelitian.....	15
3.2 Manfaat Penelitian.....	15
BAB IV METODE PENELITIAN.....	18
4.1. Populasi dan Sampel.....	18
4.2. Pengumpulan Data.....	19
4.3. Analisis Data.....	19
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
5.1 Unsur-unsur Bahasa yang Mencerminkan Citra Perempuan.....	21
5.1.1 Kosa Kata.....	22
5.1.2 Frasa.....	26
5.1.3 Ungkapan.....	28
5.2 Akar Budaya Pencitraan Perempuan.....	29
5.2.1 Sejarah.....	30
5.2.2 Alam/Lingkungan.....	32
5.2.3 Kesehatan.....	33
5.2.4 Biologis.....	35
5.2.5 Mental atau Psikologis.....	36
5.3 Citra Perempuan sebagai wujud Viktimisasi Kapitalisme.....	37
BAB VI PENUTUP.....	43
6.1 Simpulan.....	43
6.2 Rekomendasi.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

Budaya patriarki (*patriarchy culture*) telah menempatkan perempuan sebagai subordinasi laki-laki dan inferior terhadapnya. Hegemoni laki-laki atas perempuan telah melembaga sedemikian rupa sehingga kenyataan tersebut oleh perempuan dipandang sebagai hal yang “*given*”. Sejalan dengan bertiupnya kesadaran akan hak asasi individu, kesetaraan, dan demokratisasi, maka pola hubungan jender yang bersifat *establish* mulai digugat dari semua aspek, baik aspek ekonomi, sosial, politik, hukum, dan budaya, khususnya bahasa (cf. Darwin et.al.,2002).

Perempuan sebagai subordinasi laki-laki dan inferioritasnya dalam bahasa dimanifestasikan dalam berbagai unsur, seperti kosa kata, ungkapan, istilah, fonologis, dan gramatikanya. Hal ini ditunjukkan oleh penelitian Siusana Kweldju (1993) bahwa bahasa perempuan menunjukkan perbedaan dengan bahasa laki-laki. Bahasa perempuan ditunjukkan dengan banyaknya penggunaan kalimat majemuk setara daripada kalimat majemuk bertingkat yang diinterpretasikan bahwa perempuan kurang dapat membedakan hal pokok dan

bukan pokok. Dalam aspek fonologi, perempuan dalam berbahasa cenderung lebih mengutamakan intonasi yang mencerminkan emosinya daripada gramatika. Intonasi akhir kalimat perempuan lebih berlagu, sedangkan laki-laki dengan nada datar. Hal ini tampak jelas pada tuturan pelawak. Pelawak laki-laki jika menirukan tuturan pelawak perempuan kentara sekali merubah nada suaranya, demikian sebaliknya. Pada gilirannya, hal ini akan mencitrakan perempuan sebagai sosok yang posisinya tidak sederajat dengan laki-laki, bersifat inferior. Karena citra yang demikian, maka perempuan sering menjadi objek eksploitasi, baik secara ekonomis, seksual, maupun biologis. Perempuan dieksploitasi untuk berbagai kepentingan dan ranah atau bidang, seperti perfilman, lawak, media massa, khususnya periklanan dan yang lainnya.

Media massa sering mengeksploitasi perempuan untuk meningkatkan omset penjualannya. Selain itu, dalam masyarakat kapitalis saat ini mereka dimanfaatkan pula untuk memasarkan produk industri dalam bentuk iklan di media massa sehingga hampir semua produk dikaitkan dengan perempuan (Suharko, 1998; Tomagola, 1998). Bahkan, tidak jarang suatu produk diidentikkan dengan perempuan.

Sudah barang tentu, bahasa sebagai sarana komunikasi memegang peran penting untuk menyampaikan pesan tersebut. Bahasa sebagai cermin masyarakat pemakainya akan memantulkan fenomena yang terjadi pada masyarakat pemakainya. Oleh karena itu, citra perempuan dalam bahasa pun mengalami ketersudutan (Heraty-Nurhadi, 1998) dan penyempitan dunia (Leksono, 1998).

Istilah *wanita tuna susila* misalnya, mengapa yang dianggap tuna susila hanya perempuan yang menjajakan diri, sedangkan laki-laki yang menjaja dan germo yang berperan cukup dominan justru tidak dianggap tuna susila.

Berbagai citra yang merendahkan perempuan atau bias jender itu akan memperkokoh stereotip yang melekat pada perempuan dan sebaliknya. Dengan kata lain, citra perempuan dan stereotip perempuan merupakan hal yang bersifat *dual*, artinya citra yang ada pada perempuan saat ini akan memperkokoh stereotip perempuan, sedangkan stereotip yang sudah sedemikian mapan yang dibangun oleh berbagai unsur yang salah satunya adalah citra, akan membentuk citra baru sesuai dengan perkembangan zaman. Perempuan digambarkan sebagai sosok yang *cengeng, cerewet, judes, kurang akal* (Aripurnami, 1998),

Oleh karena itu, citra perempuan yang dibangun melalui iklan perlu diteliti dalam rangka mengungkap seksisme dalam bahasa Indonesia. Upaya ini pada gilirannya untuk membangun proses rekonseptualisasi dan redefinisi perempuan melalui bahasa (Indonesia).