

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Media massa mempunyai kekuatan yang sangat besar dalam menyampaikan berbagai realita yang terjadi di masyarakat termasuk realita tentang perempuan. Melalui teks-teks yang disebarluaskannya, disadari atau tidak media massa telah memberikan pendidikan gender yang akan menuntun opini dan perilaku masyarakat tentang berbagai peran antara laki-laki dan perempuan.

Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang menjadi alat utama menyebarkan informasi, seolah menghilangkan batas-batas wilayah suatu Negara dan membentuk pemikiran modern tentang berbagai fenomena di masyarakat termasuk tentang perempuan. Peran perempuan di masyarakat budaya Barat sedikit demi sedikit mempengaruhi peran perempuan di budaya timur seperti halnya di Indonesia mulai mendapatkan tempat dan posisi yang cukup penting di ruang publik. Sehingga, media pun mulai menyajikan realita peran perempuan di ruang publik misalnya peran dan perjuangan para aktivis perempuan di bidang pendidikan, hak azasi manusia dan legislative.

Harian Nasional Kompas tanggal 2 Mei 2012 dalam kampanye iklan bertema “Buka Mata dengan Kompas” menggambarkan perjuangan seorang perempuan muda bernama Butet Manurung, 31 tahun, pemegang dua gelar kesarjanaan, dengan keberaniannya masuk ke dalam rimba Taman Nasional Bukit Tiga Puluh di Jambi

untuk mengajarkan baca tulis dan berhitung kepada anak-anak rimba. Sebuah penggambaran perempuan yang sangat kontradiktif dalam wacana *stereotype* bahwa perempuan itu lemah fisik dan mental (Handoko, 2005:94).

Meskipun peran perempuan di ruang publik mulai meluas, tetap saja sebagian besar realita media massa menempatkan perempuan dalam perannya sebagai subordinat terhadap laki-laki. Tubuh perempuan seolah menjadi milik publik karena dengan balutan wacana budaya patriarki dan ekonomi kapitalisme, tubuh perempuan menjadi komoditas yang diperjualbelikan. Demi kepentingan bisnis, media memungkinkan perempuan untuk menjadi ajang *display* demi keuntungan dan meraih pangsa pasar (Ibrahim,2011:47). Pemberitaan kasus kasus korupsi yang melibatkan perempuan, diwarnai dengan visualisasi perempuan dengan fokuskan pada sisi femininitas sebagai strategi komodifikasi untuk menarik pembaca.

Malinda Dee, seorang perempuan yang terlibat dalam kejahatan penggelapan dana nasabah Citibank merupakan satu dari beberapa wanita yang ditampilkan sebagai sampul Majalah Berita Mingguan Tempo edisi 05 (4-10 April 2011), yang digambarkan sebagaimana lukisan Monalissa karya Leonardo Da Vinci. Buah dada Malinda dengan ukuran yang sangat besar dikemas sedemikian rupa agar menjadi pusat perhatian khalayak.

Tempo Edisi 11-17 April 2011 kembali menjadikan kasus Malinda sebagai Laporan Utama dengan *coverline* : “Nasabah Kakap Malinda: Korbannya dari Jenderal Polisi, Pengacara Kondang, Pengusaha, sampai Mantan Pejabat”, Malinda digambarkan sebagai sosok Medusa (Sukma,2011:63). Medusa adalah seorang dewi

dalam mitologi Yunani yang dikutuk menjadi perempuan berambut ular dengan mata yang mempunyai kekuatan sihir sehingga seseorang yang menatapnya menjadi batu (Daly,2004:83)

Kasus korupsi Wisma Atlet Palembang yang menyeret nama Angelina Sondakh menjadi topik laporan utama Majalah Berita Mingguan Tempo 12-19 Februari 2012 dengan visualisasi sosok Angelina Sondakh pada sampulnya dengan *coverline* : “‘Apel’ Angie, Brankas Nazar”. Dimana pada sampul ini Angelina Sondakh divisualisasikan dalam posisi duduk dengan balutan busana putih yang ketat sehingga terlihat seksi. Visualisasi ini akan mengingatkan pada adegan dalam sebuah film, yaitu adegan interogasi aktris Sharon Stone dalam film Basic Instinct 1 yang berperan sebagai Catherine Tramell yaitu perempuan yang digambarkan sebagai seorang perempuan seksi pembunuh berdarah dingin. Adegan ini dianggap kontroversial karena menonjolkan daya tarik seksualitas perempuan secara vulgar.



Gambar 1.1

Beberapa representasi perempuan yang terlibat dalam skandal kasus korupsi pada sampul Majalah Berita Mingguan Tempo a) Malinda Dee dengan *metaphor* lukisan Monalisa b) Malinda Dee dalam sosok Medusa c) dan Representasi Angelina Sondakh seperti dalam adegan film 'Basic Instinct 1'

(Sumber : a) <http://majalah.tempo.co/2011/04/04/623/cover1405>, b) <http://majalah.tempo.co/2011/04/11/624/cover1406>, c) <http://majalah.tempo.co/2012/02/13/671/cover504>)

Wanita dalam media massa seringkali ditempatkan sebagai obyek yang diwarnai oleh penggambaran secara *stereotype* sesuai gendernya. Hal ini merupakan strategi komodifikasi untuk meningkatkan nilai jual produk misalnya wajah cantik putih sebagai komoditas produk kecantikan, komoditas produk kebutuhan sehari-hari, dan alat-alat rumah tangga untuk menarik khalayak media.

Kehadiran media massa merupakan salah satu ciri modernitas masyarakat dengan pengemasan teks media yang beragam disesuaikan dengan segmentasi konsumen, kepentingan pemilik dan faktor-faktor yang lain. Kemampuan mengelola organisasi media dan pemahaman terhadap audiens sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup media di tengah persaingan media yang sangat ketat dewasa ini. Untuk itu, pemenuhan kebutuhan audiens yang terkandung dalam teks-teks media

sangat penting. Heterogenitas audiens, mengharuskan media harus memilih segmen tertentu yang menjadi pangsa pasarnya dan memenuhi kebutuhan mereka.

Majalah merupakan media yang terbit secara berkala, yang isinya meliputi bermacam-macam artikel, cerita, gambar, dan iklan (Djuroto, 2002:32). Majalah memberikan informasi dan hiburan, baik dalam bentuk tekstual maupun visual seperti gambar. Visualisasi adalah cara untuk membuat sesuatu yang abstrak menjadi jelas secara visual yang mampu menarik emosi pembaca, dapat menolong seseorang untuk menganalisa, merencanakan dan memutuskan suatu problema dengan mengimajinasikan pada kejadian yang sebenarnya (Kusmiyati, 1999:36).

Elemen-elemen desain membentuk struktur bahasa terutama pada sampul muka dan ilustrasi artikel di dalam majalah. Majalah sebagai karya desain memuat nilai-nilai, dan dianggap sebagai representasi dari proses sosial budaya yang mengiringi proses penciptaannya (Sachari,2007:3). Lebih lanjut Sachari (2007:3) menyatakan menarik tidaknya *cover* suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi majalah dalam menampilkan ciri khasnya dari desain covernya. *Cover* majalah biasanya berisi foto atau gambar lainnya seperti karikatur yang dilengkapi oleh headline tentang berita, yang ditulis secara singkat, mudah dibaca, sebagai suatu strategi untuk membangkitkan rasa keingintahuan khalayak akan informasi yang disajikan secara utuh di dalam majalah tersebut.

Cover atau sampul depan merupakan elemen yang penting dalam menentukan nilai jual majalah karena keputusan konsumen media untuk membeli atau membaca sebuah majalah, seringkali ditentukan sampul dan ilustrasi gambarnya. Sehingga

cover biasanya ditampilkan menggunakan kertas yang bagus dan ilustrasi gambar yang menarik (Ardianto,2004:113).

Melalui sampul sebuah majalah, khalayak bisa dengan mudah mengetahui secara langsung, berita hangat yang sedang beredar di masyarakat saat ini. Elemen visual dalam sampul majalah menentukan pilihan masyarakat untuk membeli sebuah majalah (Kitch,2001:4-5). Sampul majalah merupakan bagian paling penting dalam penjualan produk, pengelola majalah pun mengemas sampul majalahnya dengan sangat menarik untuk membuat konsumen tertarik dengan “*display*” sampul majalah. Idiom *don't judge the book by it's cover* terjadi karena masyarakat seringkali membeli suatu majalah dari daya tarik sampulnya. Tokoh atau simbol yang ditampilkan pada sampul majalah diharapkan dapat membentuk emosi, dan menciptakan imajinasi pembaca tentang peristiwa yang terjadi. Sebagai sarana komunikasi, gambar merupakan pesan non verbal yang dapat menjelaskan dan memberikan penekanan tertentu pada isi pesan karena gambar lebih mudah dimengerti dibandingkan tulisan (Kelsey, 2003: 35).

Representasi perempuan dalam sampul majalah adalah teks yang sangat menarik untuk diteliti. Perempuan seringkali menjadi sampul pada majalah dengan selalu menekankan pada identitas perempuan yang tidak dipisahkan dari penampilan diri, tubuh yang sexy, wajah yang cantik dan kulit yang lembut (Kitch, 2001:3). *Stereotype* ini terus melekat hingga sekarang. Tampilan daya tarik femininitas perempuan di media massa dengan rambut panjang, hitam, dan lurus, bentuk badan langsing dan tinggi, hidung yang mancung, bibir seksi yang tipis, payudara yang

besar, montok dan menonjol, berkulit putih bersih dan usia muda secara tidak disadari dapat membentuk standar dalam menilai seorang perempuan.

Pemberitaan beberapa perempuan yang terlibat dalam kasus korupsi sangat marak lima tahun terakhir. Pemberitaan tidak hanya meliputi substansi kasus korupsi itu sendiri tetapi juga diwarnai dengan pemberitaan yang menggambarkan *feature of femininity*. Gaya hidup, gaya busana, kegemaran hingga kehidupan rumah tangga juga diulas sehingga terkadang mengaburkan kasus korupsi itu sendiri. Misalnya pemberitaan perempuan pelaku tindak pidana korupsi di salah satu Bank swasta yang tidak bisa mengenakan baju tahanan karena ukuran payudara yang kebesaran seakan sama pentingnya dengan tindak kriminal yang dilakukannya.

Penyusunan konstruksi di media massa melalui berbagai bentuk teks media menggunakan bahasa sebagai perangkat utama. Bahasa yang digunakan media mengandung muatan ideologi yang akan disampaikan kepada khalayaknya. Pada majalah, penyampaian ideologi disampaikan secara visual dan tulisan, baik melalui elemen-elemen disain yang membentuk struktur bahasa pada sampul muka dan elemen naratif yang menceritakan suatu realita.

Majalah Berita Mingguan Tempo merupakan majalah yang selalu mempunyai posisi kritis dalam menyajikan berita politik. Dengan menggunakan gaya *hard-hitting journalism*, dan sikap kritisnya terhadap pemerintah yang berkuasa, Majalah Berita Mingguan Tempo pernah mengalami dua kali pembredelan pada tahun 1982 dan 1994, namun hal itu tidak membuat Tempo semakin mendapat dukungan masyarakat. Dengan semangatnya untuk memperjuangkan kebebasan pers, Tempo berhasil bangkit

kembali sejak era reformasi bergulir di tahun 1998 dan menjadi salah satu majalah yang terdepan (www.tempointeraktif.com diunduh pada 2 Agustus 2012 pk. 12.03 WIB).

Majalah Berita Mingguan Tempo beberapa kali menggambarkan perempuan sebagai sampul dalam majalahnya terutama terkait dengan kasus yang sedang menimpa mereka yang diangkat sebagai topik Laporan Utama. Ada beberapa perempuan di Indonesia yang menjadi topik pemberitaan Majalah Berita Mingguan Tempo terkait dengan masalah hukum yang menimpa mereka, yaitu Miranda Gultom, Nunun Nurbaeti, Melinda Dee, Wa Ode Nurhayati, dan Angelina Sondakh. Ada kesamaan di antara perempuan tersebut yaitu mereka sama-sama terlibat dalam kejahatan intelektual yaitu korupsi, berpendidikan tinggi dan mempunyai kehidupan yang secara ekonomi dikatakan mapan. Akan tetapi tidak semua perempuan tersebut ditampilkan sebagai *cover* majalah, hanya beberapa di antara mereka yang ditampilkan dalam sampul, dan direpresentasikan dengan cara yang berbeda.

Dalam menyajikan kasus-kasus korupsi dan politik, Majalah Berita Mingguan Tempo berani menyajikannya secara *hard-hitting journalism* dengan mengungkap fakta-fakta politik yang melatarbelakangi suatu kasus korupsi. Pemilihan kata yang santun dan berani sesuai temuan fakta hasil reportase seringkali menimbulkan ketidaknyamanan dan meresahkan tokoh tertentu yang menjadi pusat pemberitaan dalam suatu kasus yang sedang diungkap. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin melihat bagaimana Tempo merepresentasikan perempuan yang terlibat dalam

kasus korupsi dan mengungkap ideologi dominan yang menjadi dasar dalam penyajiannya.

Pada era modern, di mana kemajuan teknologi informasi berkembang pesat, antara masyarakat dan media seolah terdapat interaksi timbal balik. Media massa berada di tengah masyarakat yang sarat akan berbagai kepentingan, dan konflik yang bermacam-macam. Media massa memberikan perhatian kepada isu dan topik topik yang relevan dengan kepentingan masyarakat yang disesuaikan dengan kepentingan media itu sendiri. Penyusunan agenda terjadi di mana media harus menseleksi isu dan meringkai suatu masalah sosial tertentu sesuai dengan posisinya di masyarakat dan kepentingannya.

Setiap kegiatan menyajikan suatu peristiwa adalah usaha mengkonstruksi realita. Pesan media adalah hasil konstruksi realita atas suatu kejadian di mana bahasa baik verbal maupun non verbal merupakan unsur utama dan instrumen pokok dalam menarasikan realitas (Hamad, 2004:11).

Realitas yang ditampilkan oleh media tidaklah selalu menggambarkan seluruh realitas yang sebenarnya tetapi juga diwarnai distorsi, dan kecenderungan keberpihakan pada orang-orang yang memiliki kekuatan dan pengaruh yang cukup besar di masyarakat sehingga realitas media sarat akan berbagai muatan. Konstruksi teks media juga merefleksikan ideologi media tersebut yang sangat dipengaruhi oleh kepentingan pemilik modal yang terkait erat dengan kepentingan ekonomi politik. Teks media merupakan akumulasi dari pengaruh yang sangat beragam.

Stuart Hall (dalam Bungin, 2008:43) berpendapat bahwa media massa merupakan sarana paling penting dari kapitalisme abad ke-20 untuk memelihara hegemoni ideologis, sebagaimana juga menyediakan kerangka berfikir bagi berkembangnya budaya massa. Melalui dimana kelompok dominan terus-menerus berusaha mempertahankan, melembagakan, melestarikan kekuasaan demi menggerogoti, melemahkan dan meniadakan potensi tanding dari pihak-pihak yang dikuasai.

Media massa selalu menggambarkan perempuan sesuai sudut pandang laki-laki yang didominasi oleh unsur *voyeurism* (Santosa,2011:52). Lebih lanjut Santosa menjabarkan bahwa konsep *voyeuristic* dipergunakan untuk menggambarkan tingkat kenikmatan ketika memandang sesuatu. Media massa sebagai ruang publik seharusnya menyajikan nilai, norma dan tanggung jawab social dalam menyampaikan pesan melalui ruang publik. Akan tetapi, di ruang publik kekerasan fisik dan psikologis terhadap wanita justru sering terjadi dan dianggap sebagai sesuatu yang wajar karena relasi jender yang tidak seimbang karena konstruksi budaya yang berlaku di masyarakat. Kekerasan terhadap perempuan diperkokoh dengan kekerasan simbolik (*symbolic violence*). Ibrahim (2011:270) menyatakan bahwa kekerasan simbolik paling banyak terjadi dalam media massa dalam bentuk penggunaan bahasa dan foto atau gambar yang muncul di media (cetak maupun elektronik) yang memosisikan perempuan dalam *stereotype body and beauty, not brain*.

Kekerasan di media disebut sebagai kekerasan simbolik (*symbolic violence*) karena dilakukan dengan kekerasan bahasa (*language violence*); tidak hanya

kekerasan makna tetapi juga kekerasan citra (*image violence*). Berbagai bentuk kekerasan media terjadi seolah tak tampak seperti distorsi, pelencengan, pemalsuan, dan plesetan (Piliang, 2001:140-149).

‘Kekerasan simbolik’ (*symbolic violence*) merupakan suatu bentuk kekerasan melalui mekanisme bahasa dan kekuasaan, yang mengarahkan ke sebuah mekanisme sosial, yang di dalamnya terdapat relasi komunikasi yang bertaut dengan relasi kekuasaan. Pihak yang mengendalikan kekuasaan cenderung untuk melanggengkan posisinya dengan mendominasi media komunikasi, bahasa yang digunakan di dalam berkomunikasi, makna-makna yang dipertukarkan di dalam komunikasi serta interpretasi terhadap makna-makna tersebut-inilah dominasi simbolik (*symbolic domination*). Di dalam proses dominasi tersebut sebetulnya terjadi sebuah ‘pemaksaan simbolik yang sangat halus’, akan tetapi, orang yang didominasi secara simbolik tersebut tidak menyadari adanya pemaksaan, atau menerima pemaksaan tersebut sebagai sesuatu yang memang seharusnya begitu kekerasan simbol adalah dominasi yang diujikan melalui komunikasi yang tersembunyi (Thompson, 1984:42-46).

Media massa sebagai representasi simbolis seringkali membentuk *stereotype* yang memarjinalkan perempuan. Perempuan cenderung direpresentasikan di dalam teks sebagai pihak yang bersalah, marjinal dibandingkan laki-laki, mengalami pembungkaman, dan direpresentasikan sebagai obyek seksual laki-laki. Pemberitaan media yang berkaitan dengan perempuan lebih bersifat sensasional, memarjinalkan, dan mengkriminalkan (Eriyanto, 2001: 199)

Bentuk pemarjinalan yang dilakukan media antara lain melalui penekanan bagaimana perempuan diposisikan dalam teks media. Analisis ini dikemukakan oleh Mills (1992:190), posisi tersebut dipandang sebagai bentuk pensubyeakan seseorang, di mana satu pihak mempunyai posisi sebagai penafsir sementara di pihak lain menjadi obyek yang ditafsirkan. Pemosisian satu kelompok pada dasarnya membuat satu kelompok lain mempunyai posisi lebih tinggi dan kelompok lain menjadi obyek atau sarana pemarjinalan.

Media massa juga turut melestarikan ideologi jender. Realitas media di Indonesia menunjukkan adanya bias jender dalam merepresentasikan perempuan. Butcher dalam Young (1981:317) menyatakan perempuan selalu diposisikan sebagai “obyek seksual” dengan daya tarik sensualitas dan seksualitasnya untuk menggaet khalayak; atau sebagai seorang ibu yang pintar dan tahu membeli alat dan perlengkapan dapur untuk kebutuhan keluarga. Representasi ini memberikan nilai konotatif terhadap image perempuan yaitu suatu image yang sederhana yaitu sosok yang selalu tersenyum, berwajah cantik, siap untuk aktivitas sex atau fantasi, kesenangan atau kekuatan laki-laki.

Media merupakan representasi dari budaya yang diwakilinya. Sebagaimana dikemukakan McQuail (2010 : 86) lembaga media massa merupakan bagian dari struktur masyarakat, dan infrastruktur teknologinya adalah bagian dari dasar ekonomi dan kekuatan, sementara ide, citra, dan informasi disebarkan oleh media merupakan aspek penting dari budaya. Begitu pula representasi perempuan dalam media massa juga akan dipengaruhi bagaimana konstruksi sosial yang melingkupinya. Industri

media sangat dipengaruhi berbagai hal termasuk di dalamnya ekonomi dan politik. Hal ini bisa diartikan bahwa media massa tidak bisa berdiri pada posisi yang netral karena sangat bergantung pada struktur kekuatan politik dan ekonomi.

Politik pemaknaan merupakan suatu hal yang perlu ditekankan dalam mempelajari teks-teks media. Stuart Hall menyatakan, makna adalah suatu produksi sosial, suatu praktek konstruksi. Media massa pada dasarnya tidak mereproduksi, melainkan menentukan realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih. Makna tidak secara sederhana bisa dianggap sebagai reproduksi dalam bahasa, tetapi sebuah pertentangan sosial (*social struggle*), sebuah perjuangan dalam memenangkan wacana. Maka itu, pemaknaan yang berbeda merupakan arena pertarungan tempat memasukkan bahasa di dalamnya (Hall,1997:16-21)

Representasi media selalu berkait dengan budaya. Realitas media disusun dari berbagai peristiwa (realitas) yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna. Namun Hall (1997:225), menyebutkan bahwa ada sebuah konsep filosofis yang mengatakan bahwa yang kita lihat bukanlah realitas, melainkan representasi (*sense datum*) atau tanda (*sign*) dari realitas yang sesungguhnya, yang tidak dapat kita tangkap. Yang dapat ditangkap hanyalah tampilan (*appearance*) dari realitas dibalikinya.

1.2. Perumusan Masalah

Penelitian media massa lebih difokuskan bagaimana pengaruh teks media terhadap khalayak. Teks media dengan perangkat utama yaitu bahasa menyusun realitas akan tetapi realitas yang disusun bukanlah suatu konstruksi yang bebas nilai tetapi mengandung berbagai kepentingan. Teks media merupakan suatu realitas yang memihak pada ideologi kelas tertentu. Dalam relasi gender antara laki-laki dan perempuan, laki-laki selalu direpresentasikan sebagai pihak yang dominan sementara perempuan sebagai pihak yang subordinat. Masyarakat sebagai konsumen media juga tidak merasa dimanipulasi oleh media yang memarginalkan perempuan karena nilai-nilai budaya yang dianut. Sehingga proses ketidakadilan tersebut dianggap sebagai suatu yang alami.

Visualisasi realitas secara terus menerus akan menjadi model belajar bagi khalayak dan akhirnya akan diterima sebagai sesuatu yang wajar. Seperti diketahui, media massa memberikan materi belajar sosial bagi masyarakat. Konstruksi media tentang perempuan pun, akan menjadi dasar panduan dalam menilai seorang perempuan. Jika melihat beberapa representasi perempuan pelaku tindak pidana korupsi di atas, terlihat bahwa media membentuk *stereotype* yang ditujukan untuk perempuan. Penelitian ini mencoba menggali

1. Bagaimana representasi beberapa perempuan yang terlibat dengan masalah tindak pidana korupsi di Indonesia yaitu Malinda Dee, Angelina Sondakh, Miranda Gultom, Nunun Nurbaety pada sampul Majalah Berita Mingguan Tempo

2. Apa makna dan ideologi dominan dari representasi terhadap beberapa perempuan tersebut

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Majalah Berita Mingguan Tempo merepresentasikan beberapa perempuan yang terlibat dalam tindak pidana korupsi seperti Malinda Dee, Angelina Sondakh, Miranda Gultom, dan Nunun Nurbaety sekaligus mengidentifikasi perbedaannya.

1.4.Signifikasi Penelitian

Pada hakikatnya penelitian dilakukan untuk mendapatkan suatu manfaat . Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mencoba menggambarkan bagaimana media menjadi bagian dari dominasi ideologi patriarkhi memberi tempat bagi konstruksi realitas yang bias gender dalam merepresentasikan perempuan melalui berbagai macam teks media yang selalu menampilkan kondisi perempuan sebagai obyek, dengan visualisasi dan identifikasi tubuh. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi ilmu jurnalistik dan kajian gender dengan menginisiasikan penerapan jurnalisme yang berperspektif gender yang lebih memberikan gambaran tentang posisi gender yang seimbang antara laki-laki dan perempuan dalam teks-teks media.

1.4.2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan, sumbang saran agar dalam proses pemberitaan terhadap perempuan lebih menampilkan perempuan secara signifikan baik dalam kehidupan publik dan menghindari representasi yang bias, daripada membangun citra tubuh dan seksualitas perempuan untuk kebutuhan imajinasi laki-laki

1.4.3. Manfaat sosial

Secara umum hasil penelitian ini dapat memberikan kesadaran pada masyarakat bahwa representasi media terhadap perempuan yang cenderung selalu memarjinalkan perempuan adalah sesuatu yang perlu diluruskan kembali keberadaannya. Kaidah jurnalisme harus menempatkan kembali pada nilai-nilai yang berperspektif gender yang merefleksikan kesetaraan dan ekualitas antara laki-laki dan perempuan.

1.5.Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma

Menurut Guba dan Lincoln (2005:99), paradigma merepresentasikan suatu cara pandang yang mendefinisikan sifat ‘dunia’ tempat atau posisi individu di dalamnya dan jarak kemungkinan hubungan antara ‘dunia’ dengan bagian-bagiannya. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis, di mana dalam memahami realitas sosial, perspektif kritis melihat dengan cara yang berbeda.

Realitas diciptakan bukan oleh alam (*nature*), tetapi oleh orang (*people*). Ini berarti orang-orang mempunyai kekuasaan dalam memanipulasi, mengkondisikan, dan

melakukan *brain washing* terhadap orang lain untuk memahami sesuatu dan menginterpretasikan sesuai apa yang mereka inginkan. Dalam studi penelitian isi media, paradigma kritis beranggapan bahwa isi media bukanlah sesuatu yang netral dan menjadi ruang dari berbagai pandangan yang berseberangan dalam masyarakat. Media adalah ruang di mana kelompok dominan menyebarkan pengaruhnya dengan meminggirkan kelompok lain yang tidak dominan (Eriyanto,2001:49)

Penelitian dengan paradigma kritis menekankan pada *historical situatedness* (sejauhmana penelitian memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi dan politik). Paradigma kritis menganggap media sebagai instrumen ideologi yang mengkonstruksikan realitas atas penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarkan kepada khalayak. Representasi oleh media dalam struktur masyarakat dipahami sebagai media yang mampu memberikan konteks pengaruh kesadaran. Dengan demikian media menyediakan pengaruh guna mereproduksi dan mendefinisikan status atau memapankan keabsahan struktur tertentu. Tujuan utama dari paradigma kritis adalah pembebasan nilai dari dominasi kelompok penindas. Hal ini akan mempengaruhi cara paradigma kritis membedah realitas dalam penelitian ilmiah, termasuk di dalamnya analisis kritis tentang teks media. (Guba dan Lincoln,2007;99-105). Sistem kapitalisme dan budaya patriarki yang menghegemoni media di Indonesia saat ini memposisikan perempuan dalam konstruksi nilai-nilai feminitas yang menempatkan perempuan dalam posisi yang marjinal di bawah laki-laki.

1.5.2. State of The Art

Penelitian Nurul Hasfi tahun 2011 terhadap kasus Malinda Dee (MD), pelaku kejahatan yang dalam pemberitaan tentang dirinya memunculkan pemberitaan yang bias karena keluar dari konteks permasalahan. Berita banyak fokus terhadap daya tarik fisik MD, perilaku dan kehidupan pribadinya. Penelitian ini menyimpulkan ada enam representasi untuk MD yaitu (1) Perempuan ‘tidak benar’ (*bad woman; bad wife; bad mother*), (2) Orang yang kalah (*a loser*) yang sedang menjalani karma, (3) Monster mistik (*mythical monster*), (4) Barbie, boneka yang menyimbolkan komersialisme, (5) Perempuan yang memiliki kelainan psikologi, (5) Orang yang menjadi obyek humor.

Hasil penelitian Widjajanti M Santoso (2011) menyatakan bahwa representasi feminitas di dunia industri media (televisi) telah memperlihatkan adanya *stereotype* dan stigma tertentu, berupa nilai dan ideologi misogini yang sangat tidak menguntungkan perempuan. *stereotype*, dalam batas-batas tertentu cenderung menghegemoni sehingga perempuan tidak bisa lepas dari konstruksi yang mengikatnya. Media menjadi perjuangan symbol atau tanda. Posisinya sangat ditentukan oleh konstruksi budaya tempat perempuan berada. Media umumnya hidup dalam budaya patriarki sehingga symbol feminitas termarginalkan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini memfokuskan pada perbandingan representasi beberapa perempuan yang terlibat dalam pusaran kasus korupsi dengan menggunakan analisa semiotika visual. Objek penelitian ini adalah sampul Majalah Tempo yang bertujuan menemukan ideologi pada cover majalah berita yang merupakan representasi pemihakan media. Ideologi ini terepresentasikan

melalui aturan-aturan teknik grafis dan visual seperti komposisi, , teknik visualisasi, dan sudut pembaca dalam format cover majalah. Apabila diringkas dalam tabel, kedua penelitian sebelumnya akan termuat sebagai berikut :

Tabel 1.1

Ringkasan penelitian Widjajanti M Santoso terkait Representasi Feminitas pada Industry Media (Santosa, 2011)

Nama peneliti	Widjajanti M Santoso (2011)
Judul	Konstruksi Perempuan dalam Industri Media
Teori / Metode	Stand Point Theory / Gambaran Ideografis
Abstraksi	<p>Visualisasi perempuan sebagai pelaku kekerasan merupakan bagian yang tidak terlepas dari perempuan korban kekerasan. Sinetron Indonesia dipenuhi oleh adegan kekerasan, seolah kekerasan menjadi ekspresi yang paling digemari masyarakat atau menjadi ikon yang beredar di masyarakat. Dari sisi perempuan, ikon tersebut merepresentasikan unsur-unsur misoginis, artinya perempuan yang divisualisasikan adalah perempuan yang terstigmatisasi.</p> <p>Stigma tersebut antara lain berupa janda, perempuan yang tidak menikah, perempuan yang hidup bukan dengan anggota keluarganya, perempuan yang berselingkuh dan sebagainya. Stigma-stigma tersebut memperlihatkan bahwa perempuan cenderung bermasalah ketika masuk ke institusi pernikahan atau keluarga. Visualisasi tersebut merepresentasikan kriminalisasi terhadap tindakan perempuan</p>

Tabel 1.2

Ringkasan penelitian Nurul Hasti terkait representasi feminitas pada industry media (Hasfi,2011)

Nama peneliti	Nurul Hasfi (2011)
Judul	Analisa Framing pemberitaan Malinda Dee di Detik.com, Majalah Berita Mingguan Tempo dan Metro TV
Teori / Metode	Teori Representasi / Analisa Framing
Abstraksi	<p>Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan terhadap kasus Malinda Dee (MD), pelaku kejahatan yang dalam pemberitaan tentang dirinya memunculkan pemberitaan yang bias karena keluar dari konteks permasalahan. Berita banyak fokus terhadap daya tarik fisik MD, perilaku dan kehidupannya.</p> <p>Populasi yang diambil adalah pemberitaan selama kurun waktu dua minggu sejak kasus MD bergulir yang disiarkan di tiga media di Indonesia yaitu Detikcom, Majalah Berita Mingguan Tempo dan Metro TV. Sementara sampelnya adalah berita yang bias dan keluar dari konteks permasalahan kriminalitas MD yang disiarkan dalam kurun waktu 29 Maret hingga 14 April 2011. Penelitian ini menggunakan metode framing Model Pan dan Kosicki berasumsi dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana representasi MD dalam pemberitaan di ketiga media diatas.</p> <p>Penelitian ini menyimpulkan ada enam representasi untuk MD yaitu (1) Perempuan ‘tidak benar’ (<i>bad woman; bad wife; bad mother</i>), (2) Orang yang kalah (<i>a loser</i>) yang Sedang Menjalani Karma, (3) Monster mistik (<i>Mythical Monster</i>), (4) Barbie, boneka yang menyimbolkan komersialisme, (5) Perempuan yang memiliki kelainan psikologi, (6) Orang yang menjadi obyek humor</p>

1.5.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.3.1. Feminisme Liberal

Subordinasi perempuan dalam masyarakat melahirkan gerakan feminisme, yaitu suatu gerakan yang berangkat dari asumsi dan kesadaran bahwa kaum perempuan pada dasarnya ditindas dan dieksploitasi, sehingga diperlukan upaya mengakhiri penindasan dan eksploitasi tersebut. Gerakan ini mempersoalkan ketidakadilan gender di berbagai bidang kehidupan secara kritis. Mereka tidak ingin melihat adanya penyimpangan yang terjadi pada perempuan. Ideologi gerakan feminisme adalah pembongkaran terhadap ideologi penindasan, pengeksploitasian, dan hal-hal negatif lainnya yang menimpa perempuan atas nama gender, mencari akar penindasan hingga menciptakan pembebasan bagi perempuan (Fakih, 1996: 78-79).

Feminisme menggugat ketidakadilan posisi dan perlakuan antara perempuan dan laki-laki di dalam struktur social masyarakat yang melingkupi hampir semua elemen kehidupan baik social, ekonomi dan politik. Feminisme lahir untuk menghapus persoalan penindasan terhadap perempuan dengan menekankan pada relasi kekuasaan yang tidak seimbang antara laki-laki dan perempuan, dengan mendorong gerakan emansipatoris untuk mewujudkan keseimbangan dan keadilan gender di masyarakat.

Rosmarie Tong (dalam Fakih, 1996:78) menyebutkan setidaknya ada delapan aliran feminisme, yaitu feminisme liberal, radikal, marxis dan sosialis, psikoanalisis dan gender, eksistensialis, postmodern, multikultural dan global, serta ekofeminisme.

Pembahasan aliran feminisme untuk mengidentifikasi ketimpangan perempuan dalam teks media, hanya akan difokuskan pada feminisme liberal yang dirasa relevan dengan penelitian ini.

Feminisme liberal mendasarkan pemikirannya pada konsep liberal yang menekankan bahwa perempuan dan laki-laki diciptakan, mempunyai hak dan kesempatan yang sama. Aliran feminis ini berdasarkan pada demokrasi liberal, yang berusaha membentuk pemikiran tentang keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat, meliputi jaminan persamaan hak bagi semua individu termasuk di dalamnya kesempatan dan hak kaum perempuan. Setiap individu harus memiliki kemampuan rasionalitas yang memadai untuk mendapatkan hak-haknya sebagai warga negara. Bagi feminisme liberal, pelanggaran atas hak tersebut adalah pelanggaran terhadap hak azasi manusia. Dengan adanya prinsip persamaan, maka segala bentuk diskriminasi juga termasuk pelanggaran hak azasi manusia (Fakih, 1996:80-81).

Feminisme liberal membantah anggapan bahwa perempuan lemah sebagai konsekuensi biologis. Dasar perjuangan feminis liberal adalah menghapus diskriminasi dengan memberikan akses yang sama atas pendidikan dan kesempatan kerja. Feminisme liberal menghendaki reformasi sistem dan budaya masyarakat yang diskriminatif serta integrasi perempuan dalam berbagai peran di bidang ekonomi, politik, sosial dan pendidikan bersama-sama dengan kaum laki-laki. Opresi kelompok dominan terhadap kelompok lain yang subordinat akan tereliminasi sehingga tercipta kesetaraan gender (Tong, 2010:49). Feminisme liberal hadir untuk melepaskan jeratan kultural terhadap perempuan dalam masyarakat termasuk dalam media massa.

Perempuan dapat diidentifikasi melalui sejumlah representasi yang ditampilkan melalui teks media. Ide, image dan symbol adalah produk yang dihasilkan oleh individu-individu yang menjadi bagian dari kelas yang berkuasa untuk mempertahankan control masyarakat. Kelas berkuasa secara aktif menghasilkan ideologi-ideologi yang berguna untuk mengatur kelas dan bagaimana kekuasaan tersebut bekerja, dan melegitimasi dominasinya. Pemahaman seperti ini mengarahkan kita untuk meneliti siapa yang memproduksi untuk siapa, dan darimanakah bentukan-bentukan sosial mengenai kesadaran berasal. (Smith, 1991:54)

1.5.3.2. Teori Kelompok Bungkam (Muted Group Theory)

Penerapan *Muted Group Theory* (West dan Turner, 2008:199-209) berfokus pada wanita sebagai kelompok yang dibungkam pendapatnya. Dalam suatu budaya, masyarakat memberikan penghargaan bagi karakteristik dan perspektif tertentu. Orang-orang dalam perspektif ini membentuk kelompok dominan (dominant group), atau kelompok yang memegang kekuasaan di dalam sebuah budaya. Kelompok lain yang ada bersama dengan kelompok dominan ini biasanya merupakan bawahan dari kelompok tersebut dalam hal bahwa mereka tidak memiliki akses terhadap kekuasaan sebagaimana kelompok dominan.

Cheris Kramarae memandang pembicaraan laki-laki dan perempuan sebagai pertukaran yang tidak setara antara mereka yang mempunyai kekuasaan dan yang tidak. Perempuan kurang bisa mengartikulasikan diri di ruang publik dibanding laki-laki karena kata dalam bahasa dan norma-norma dikendalikan laki-laki. Laki-laki lebih

mempengaruhi bahasa sehingga menghasilkan bahasa yang bias laki-laki. Perempuan menjadi tidak bisa berekspresi sebagaimana laki-laki untuk mengatakan apa yang mereka inginkan karena kata-kata dan norma untuk mengungkapkannya menggunakan formulasi kelompok dominan, yaitu laki-laki. Kramarae mengajukan tiga asumsi dalam teori Kelompok Bungkam: Pertama, Wanita mempersepsikan dunia secara berbeda dengan pria karena pengalaman yang berbeda serta adanya kegiatan-kegiatan yang berakar pada pembagian pekerjaan. Perbedaan ekspresi ini seringkali terlihat pada perbedaan antara dunia kerja, komersial, dan kompetisi serta dunia privat rumah, keluarga dan pengasuhan. Kedua, Karena dominasi politik pria, sistem persepsi pria menjadi dominan. Laki-laki sebagai kelompok dominan mengontrol makna ekspresi publik. Seperti pada media massa, hukum, dan pemerintah, maka gaya ekspresi mereka mempunyai hak istimewa (priviledge). Laki-laki bertugas memberikan nama dan label dalam kehidupan sosial, sehingga pengalaman wanita seringkali tidak mempunyai nama. Ketiga, Wanita harus mentransformasikan pengalaman mereka sesuai dengan sistem ekspresi pria agar dapat berpartisipasi dalam masyarakat. Wanita harus mengkonseptualisasikan sebuah pemikiran kemudian mencari kosa kata yang sesuai dengan pemikiran laki-laki, agar mendapatkan kata-kata yang terbaik untuk menyampaikan pesan tersebut. Hal ini menyebabkan perempuan menjadi penutur yang kurang fasih bila dibandingkan dengan laki-laki.

Pembungkaman kelompok marginal adalah adalah fenomena yang dialami secara sosial. Beberapa bentuk pembungkaman antara lain dengan mengejek, yaitu dengan memberikan label terhadap pembicaraan perempuan sebagai mengoceh,

menggosip, mengomel yang dianggap sebagai hal yang tidak bermakna ; ritual, banyak terdapat ritual sosial yang memiliki dampak dalam membungkam perempuan dan atau menyatakan bahwa perempuan adalah bawahan laki-laki, sebagaimana dalam ritual upacara pernikahan ; kontrol, di mana laki-laki mengendalikan banyak keputusan adalah suatu bentuk komunikasi yang menempatkan laki-laki sebagai posisi pusat dan perempuan hanya sebagai bayang-bayang ; pelecehan, pria mengendalikan wilayah publik sehingga perempuan yang memasuki area tersebut dimungkinkan akan menerima ancaman. Pelecehan seksual adalah sebuah metode untuk mengatakan bahwa perempuan tidak sesuai bekerja di luar wilayah domestik mereka (West dan Turner, 2008:199-209).

1.5.3.3. Teori Representasi

Teori Representasi mengidentifikasi sejumlah representasi yang ditampilkan melalui teks media. Teori representasi memfokuskan pada penggunaan bahasa baik verbal maupun non verbal untuk menyampaikan pesan yang mengandung makna tertentu kepada orang lain. Makna suatu symbol merupakan bagian terpenting dari proses representasi, di mana proses pembentukannya sangat berkait dengan sebuah kebudayaan (*culture*).

Dalam konteks media, representasi didasarkan atas sebuah ideologi yang beroperasi dalam produksi makna-termasuk makna dalam media yang disebut sebagai prinsip ‘oposisi biner’ (*binary opposition*), yaitu polarisasi segala sesuatu (tanda, kode, makna, , identitas) yang di dalamnya terjadi proses generasilasi dan

reduksionisme, sehingga segala sesuatu dikategorikan ke dalam dua kelompok yang ekstrim, saling bertentangan dan kontradiktif. Dalam media, ideologi beroperasi pada tingkat bahasa, baik ‘bahasa tulisan’ maupun ‘bahasa visual’. Ideologi pada tingkat bahasa atau linguistik melibatkan yang pertama, pilihan (*choices*) kata-kata, kosa-kata, sintaks, grammar, cara pengungkapan, pada tingkat paradigmatic (perbendaharaan bahasa), dan yang kedua, tingkat seleksi (*selection*) yaitu penentuan kata atau bahasa berdasarkan pada berbagai pertimbangan ideologis (Hall,1997:229).

Menurut Stuart Hall (1997:15-16), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Anggota komunitas yang mempunyai membagi pengalaman yang sama, akan membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam ‘bahasa’ yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. Representasi merujuk kepada konstruksi media massa terhadap segala aspek realitas atau kenyataan, seperti masyarakat, obyek, peristiwa, hingga identitas budaya melalui penggunaan bahasa verbal dan non verbal. Pemaknaan orang tentang budaya akan sangat tergantung pada pemahaman subyektif antar aktor atau subyek di dalam lingkungan kebudayaannya. Hall membuat dua pengertian representasi yang relevan (1997:16) yaitu merepresentasikan sesuatu adalah mendeskripsikannya, memunculkan gambaran atau imajinasi dalam benak kita, menempatkan kemiripan dari obyek dalam pikiran/ indera kita.

Merepresentasikan sesuatu adalah menyimbolkan, mencontohkan, menempatkan sesuatu, penggantian sesuatu. Christopher Prendergast memberi dua definisi kata representasi sebagai usaha menghadirkan kembali sesuatu dalam dua cara

yang saling terkait yaitu secara spasial dan temporal. Kedua representasi dimaknai sebagai pendelegasian kehadiran atau substitusi sesuatu atau seseorang dengan sesuatu yang lain. Hal ini seringkali terlihat dalam bahasa dan politik (Webb, 2009:8).

Representasi biasanya dipahami sebagai gambaran sesuatu yang akurat atau realita yang terdistorsi. Representasi tidak hanya berarti “*to present*”, “*to image*”, atau “*to depict*”. “Representasi” adalah sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan. Stuart Hall berargumentasi bahwa representasi harus dipahami dari peran aktif dan kreatif orang memaknai dunia (Webb, 2009:16).

Kajian representasi memfokuskan kepada cara pembentukan representasi suatu realita hingga menjadi sebuah teks media yang terlihat sebagai sebuah normalitas alami. Konsep representasi selalu identik dengan nilai - nilai ideologis yang melatarbelakanginya, bagaimana ideologi - ideologi itu di bentuk dalam sebuah kerangka seperti sistem posisi dalam representasi tentang jender (Hall,1997:249).

Hall membagi sistem representasi menjadi dua bagian, yaitu *mental representations* dan *language*. *Mental representations* (representasi mental) dimana semua obyek, orang dan kejadian dikorelasikan dengan seperangkat konsep yang terdapat dalam benak kita. Representasi ini bersifat subyektif, individual, sehingga setiap individu dimungkinkan memiliki perbedaan dalam mengklasifikasikan konsep-konsep sekaligus menetapkan hubungan diantara semua itu. *Kedua*, bahasa (*language*) yang dipergunakan dalam mengkonstruksi arti (*meaning*). Konsep harus diterjemahkan dalam bahasa universal supaya terhubung dengan bahasa tertulis,

bahasa tubuh, bahasa oral maupun foto maupun visual (*signs*). Tanda-tanda (*Signs*) dalam bentuk bahasa inilah yang membentuk system arti (*meaning system*) dalam kebudayaan (*culture*) kita (Hall,1997:17).

Bahasa sebagai piranti ekspresi pikiran, konsep dan ide adalah medium untuk memproduksi makna yang sangat dipengaruhi oleh cara kita dalam merepresentasikan suatu realita. Bahasa adalah suatu system representasional karena memberikan penggambaran bagi sesuatu ke dalam bentuk-bentuk yang lain. (Webb,2009:40).

Menurut Hall (1997:15), Teori representasi terdiri dari 3 pendekatan yaitu : (1) *Reflective Approach*, (2) *Intentional Approach*, (3) *Constructionist Approach*.

Reflective Approach yang menjelaskan bahwa bahasa berfungsi seperti cermin yang memantulkan (merefleksikan) arti yang sebenarnya (*mimetic*).

Intentional Approach, dimana bahasa digunakan mengekspresikan arti personal dari seseorang penulis, pelukis, dan lain-lain. Pendekatan ini dianggap memiliki kelemahan, karena menganggap bahasa sebagai kode pribadi sehingga sangat subjektif.

Constructionist Approach yaitu pendekatan yang menggunakan sistem bahasa (*language*) atau sistem apapun untuk merepresentasikan konsep kita (*concept*). Pendekatan ini lebih pada pendekatan yang bertujuan mengartikan suatu bahasa (*language*).

Penggambaran media tentang kelompok tertentu seringkali dilakukan secara stereotipikal atau merendahkan dan hal inilah yang mempengaruhi pemahaman seseorang. *Strereotype* yang digambarkan kepada seseorang, mempengaruhi bagaimana

masyarakat membuat penilaian terhadap orang yang dikenai *stereotype* (Bryan, 2002 : 102-103).

Representasi perempuan pada media di Indonesia sebagian besar memperlihatkan *stereotype* sebagai makhluk yang pasif, bergantung pada laki-laki, didominasi, dan sebagai *symbol seks*, obyek juga penggoda secara seksual dapat dikaitkan dengan budaya patriarki yang berkembang dan dominan di masyarakat.

1.5.3.4. Teori Media and Crime

Teori *Media and Crime* menyatakan bahwa ketika seorang perempuan melakukan kejahatan akan mendapatkan perhatian yang lebih dari media dan masyarakat, karena dikaitkan dengan fungsi 'biologis' (*biological purpose*) dan susunan psikologis perempuan (*psychological make up*). Perempuan yang terlibat kejahatan menghadapi dua hukuman yaitu pengadilan hukum criminal (*crime law*) dan hukum alam (*laws of nature*) dan dianggap melakukan penyimpangan berlipat (*doubly deviant*) dan mendapatkan kutukan berlipat (*doubly damned*) (Jewkes, 2005; 111). Yvonne Jewkes (2005; 113-131) mengemukakan berbagai penggambaran yang sering digunakan media dalam mengkonstruksi perempuan yang melakukan tindak kriminal : (1) Seksualitas dan penyimpangan seksual (*Sexuality and Sexual Deviance*), (2) Daya tarik fisik (*Physical Attractiveness*), (3) Istri yang tidak baik (*Bad Wives*), (4) Ibu yang tidak baik (*Bad Mothers*), (5) Monster Mitos (*Mythical Monster*), (6) Perempuan gila (*Mad Cows*), (7) Manipulator jahat (*Evil Manipulators*) dan (8) Tidak memiliki otoritas (*Non-Agent*).

Seksualitas dan penyimpangan seksual (*Sexuality and Sexual Deviance*). Hal ini berkaitan dengan news value karena seksualitas perempuan mempunyai nilai berita yang tinggi (*newsworthy*).

Daya tarik fisik (*Physical Attractiveness*). Daya tarik fisik perempuan selalu menjadi obyek media. Daya tarik femininitas dinilai dengan keremajaan, kelangsingan tubuh, penampilan dikonstruksi sebagai bahan “tatapan” laki-laki. Pemberitaan perempuan yang melakukan kriminalitas sering dimunculkan dengan stereotype *la femmes fatales* yaitu perempuan dengan penampilan fisik mereka menarik, tetapi mempunyai perilaku yang tidak sesuai dengan kecantikannya. Dalam standar penilaian masyarakat patriarki biasanya menilai perempuan yang mempunyai performa kecantikan yang menarik akan diikuti dengan perilaku yang lemah lembut, sehingga antara performa dan perilaku mempunyai kesesuaian.

Istri yang tidak baik (*Bad Wives*). Sebutan ini ditujukan untuk perempuan yang membunuh dan menganiaya pasangannya. Menurut Llyod (dalam Jewkes, 2005: 119), kriminalitas yang dilakukan perempuan akan dihubungkan dengan status pernikahan, latar belakang keluarga dan anak, di mana hal tersebut tidak berlaku bagi kasus criminal yang melibatkan laki-laki. Menurut Worrall (dalam Jewkes, 2005: 119) anggapan yang biasanya terdapat di masyarakat tentang perempuan yang idealnya menjadi ibu rumah tangga, tinggal dirumah, secara emosional dan ekonomi tergantung kepada suami yang bertugas di ruang publik. Perempuan diperbolehkan bekerja di ruang publik setelah menyelesaikan tugas terhadap suami, anak dan keluarga.

Ibu yang tidak baik (*Bad Mothers*). Menurut kelompok Freudian, ketergantungan terhadap ibu akan menimbulkan trauma jika menghadapi fakta bahwa ibu kita adalah pelaku kriminal. Media selalu menganggap seorang wanita penjahat memiliki nilai berita (news value) yang tinggi karena dianggap sebagai hal yang luar biasa (*extra ordinary*). Kuantitas penjahat wanita dalam melakukan tindak kriminal berat memang masih sangat kecil dibandingkan laki-laki, karena masih berpegang pada anggapan bahwa wanita seharusnya menjadi penjaga dan perawat anak. Seorang ibu, yang terlibat kasus kekerasan seksual terhadap anak-anak akan mendapat julukan *monstrous maternal*. Julukan *bad wives* dan *bad mother* pun muncul (Morris dan Wilczynski, 1993 dalam Jewkes, 2005;22).

Monster Mitos (*Mythical Monster*). Visualisasi gambar yang dibuat media untuk wanita yang terlibat kasus kejahatan juga diambil dari mitologi beberapa kebudayaan yang mengarah pada sosok perempuan jahat sehingga menanamkan rasa takut bagi masyarakat. Hal ini juga memunculkan penilaian terhadap perempuan yang dikelompokkan dalam kategori wanita baik (*good*) atau buruk (*bad*) untuk menetapkan batas-batas perilaku yang dianggap 'baik' untuk 'semua wanita'.

Perempuan gila (*Mad Cows*). Representasi ini didasarkan pada kontribusi ilmu kedokteran dengan ditemukannya istilah *female pathology* pada abad 19 untuk menjelaskan perempuan yang melakukan kesalahan. Pathology adalah ilmu yang mempelajari tentang penyakit. *Female pathology* bisa diartikan bahwa wanita dianggap 'sakit'. Perempuan pelaku kejahatan seringkali dianggap memiliki gangguan kesehatan, hormonal dan kejiwaan disebabkan oleh mitos 'keibuan'. Faktor biologi

perempuan karena perubahan hormonal seperti menstruasi, kehamilan, dorongan seksual, dan menopause dianggap sebagai factor pendorong perempuan untuk melakukan kejahatan.

Manipulator jahat (*Evil Manipulators*). Kelainan psikologis perempuan dikonstruksi media menjadi alat yang mengarahkan kita pada stereotype wanita sebagai manipulator jahat.

Tidak memiliki otoritas (*Non-Agent*). Yang artinya tidak memiliki otoritas atau kekuatan (*power*) untuk melakukan sesuatu tindakan. Hal ini mengarah pada posisi perempuan dalam masyarakat yang subordinat terhadap laki-laki.

1.6.Operasinalisasi Konsep

1.6.1. Definisi Konseptual

Representasi menurut Stuart Hall (1997:16) yaitu: Pertama, Merepresentasikan sesuatu adalah mendeskripsikannya, memunculkan gambaran atau imajinasi dalam benak kita, menempatkan kemiripan dari obyek dalam pikiran/ indera kita. Dan Kedua, Merepresentasikan sesuatu adalah menyimbolkan, mencontohkan, menempatkan sesuatu, menggantikan sesuatu.

Representasi lebih dilihat sebagai suatu proses mengkonstruksi dan memberi makna realita dunia sekitar kita dengan menggunakan elemen bahasa dan gambar. Bahasa dan gambar digunakan untuk memahami, menggambarkan dan menjelaskan realita.

Representasi memfokuskan kepada cara menggambarkan isu - isu sehingga terlihat alami dan diterima oleh masyarakat. Representasi selalu identik dengan nilai - nilai ideologis yang melatarbelakanginya, bagaimana ideologi - ideologi itu di bentuk dalam sebuah kerangka seperti sistem posisi dalam representasi tentang jender (Hall,1997:249).

1.6.2. Definisi Operasional

Representasi itu bisa dilihat dari produksi *stereotype* dan *labelling*. Lippman mengatakan bahwa *stereotype* adalah “gambaran dalam kepala kita” yang memiliki komponen kognitif dan afektif. Gambaran tersebut sebagai faktor penentu penghormatan terhadap diri sendiri, gambaran dari dunia kita, system nilai, posisi, dan hak-hak kita. Oleh karena itu, *stereotype* berkaitan erat dengan perasaan seseorang yang melekat pada *stereotype* tersebut. *Stereotype* merupakan representasi kognitif atas seseorang yang mempengaruhi perasaan masyarakat terhadap orang tersebut (Gudykunst, 1997 : 112). *Labelling* (penjulukan) adalah penerapan kata-kata *ofensif* kepada individu, kelompok atau kegiatan.

Media seringkali menjadikan sisi feminitas seorang perempuan sebagai tontonan yang dikonsumsi masyarakat yang sebenarnya adalah representasi dari bagaimana laki-laki melihat perempuan. Representasi perempuan di media massa seringkali terdistorsi dan bias, dengan menggunakan bentuk-bentuk kekerasan simbolik terhadap tubuh perempuan sebagai bagian dari konstruksi pasar yang ditujukan bagi khalayak laki-laki.

Media merefleksikan, mengungkapkan dan mempermainkan interpretasi perbedaan seksual yang sudah mapan – yakni bentuk interpretasi yang mengendalikan image dan cara-cara erotis dalam melihat dan menonton (Mulvey, 1989:14). Tubuh perempuan direpresentasikan dengan penggambaran-penggambaran yang menentukan standar penilaian laki-laki terhadap perempuan antara lain ukuran tubuh (langsing, gemuk, tinggi, pendek), rambut, tatapan, dan *fashion*. Media massa secara umum merepresentasikan perempuan sebagai (Zoonen, 1994:66) : (1) Istri, Ibu dan Pekerja domestik bagi laki-laki, (2) Sebagai obyek seksual yang bisa dijual kepada laki-laki dan (3) Sesosok makhluk yang harus tampil cantik untuk kepentingan laki-laki.

Tseelon dalam Santoso (2012:56), menggambarkan konstruksi tentang perempuan di media massa berdasarkan *male gaze* (tatapan laki-laki) sebagai berikut: (1) Ditujukan untuk obyek tontonan laki-laki, (2) Glamor, Diidealkan, dan tanpa batasan waktu, (3) Secara primer, perempuan selalu ditampilkan sebagai obyek kesenangan, (4) Didefinisikan oleh dan untuk laki-laki dan (5) Sebagai obyek seksual yang memberikan kepuasan bagi laki-laki.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode semiotika komunikasi visual yaitu sebuah metode pembacaan tanda visual dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya serta hubungannya dengan tanda-tanda lain. Analisa semiotika komunikasi visual menekankan aspek produksi tanda di

dalam pelbagai rantai komunikasi, saluran dan media. Semiotika komunikasi visual berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap orang banyak dengan pikiran maupun perasaan (Tinarbuko, 2009;11-25)

Sebuah representasi lebih mudah diterima dalam masyarakat apabila telah ada sistem pemaknaannya. Pemaknaan mengenai citra perempuan, di dalam struktur sosial masyarakat berkembang melalui tataran nilai-nilai budaya yang telah dianut secara turun temurun, seperti tradisi, adat, norma, nilai-nilai feodal dan sebagainya. Representasi beberapa perempuan yang terlibat dalam tindak kejahatan korupsi dalam sampul Majalah Berita Mingguan Tempo merupakan penggambaran visualisasi perempuan secara variatif dan mempunyai penekanan pada khalayak yang dituju. Eksploitasi seksual diantaranya pada representasi Malinda Dee mengidentikkan khasiat sebagai pemikat laki-laki. Di sisi lain, representasi kecerdasan perempuan juga tampak dalam cover dengan model Miranda Gultom yang memvisualisasikan perempuan karier dengan busana kerja yang formal. Representasi Miranda Gultom dapat dimaknai bahwa ada representasi perempuan yang tidak hanya memberi gambaran keseharian perempuan yang terbatas di ruang domestic : seputar dapur, tempat tidur dan keluarga tetapi sudah memperluas wilayah gerak perempuan di ruang publik. Miranda Gultom direpresentasikan sebagai sosok perempuan yang mandiri yang mempunyai peran penting di ruang publik.

1.7.2. Situs Penelitian

Adalah sampul majalah yang memvisualisasikan perempuan sebagai tontonan dan obyek yang erotis – suatu hal yang sesuai dengan keinginan laki-laki dalam melihat dan menikmati sebuah tontonan.

1.7.3. Subjek Penelitian

Penelitian ini mengambil subyek *Majalah Berita Mingguan Tempo*. Unit observasi adalah sampul yang diterbitkan media tersebut dengan perincian sebagai berikut: Majalah Berita Mingguan Tempo yang memuat Malinda Dee (edisi 4 April 2011 dan 11 April 2011), Angelina Sondakh (edisi 12 Februari 2012), Nunun Nurbaety (edisi 25 Desember 2011), Miranda Gultom (edisi 30 Januari 2012 dan 6 Februari 2012) dan Hartati Murdaya (edisi 23 Juli 2012)

1.7.4. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data berupa teks, *cover* majalah, dan simbol-simbol yang merepresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan dari peristiwa yang menjadi obyek penelitian.

1.7.5. Sumber Data

Dua sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder, yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

1.7.5.1. Data primer

Yaitu data utama yang diperoleh secara langsung dari analisa semiotika visual terhadap sampul Majalah Berita Mingguan Tempo yang menampilkan perempuan-perempuan yang terlibat dalam tindak pidana korupsi yang memiliki kecenderungan memvisualisasikan perempuan sebagai obyek tontonan sesuai dengan keinginan laki-laki dalam melihat dan menikmati sebuah tontonan.

1.7.5.2. Data sekunder

Merupakan referensi penunjang berupa tulisan/gambar. Data ini merupakan studi literature tentang kajian analisa semiotika yang mana datanya diperoleh dari buku, jurnal penelitian, artikel di internet maupun media cetak. Data sekunder ini bermanfaat untuk pengkajian, penelaahan, analisis masalah penelitian, dan juga untuk pengembangan kerangka pikir.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data berupa teks, dan symbol-simbol yang merepresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan dari peristiwa yang menjadi obyek penelitian. Teknik pengumpulan data primer yaitu observasi sebagai kegiatan mengamati secara langsung –tanpa mediator- sesuatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan obyek tersebut, dengan teknik *Purposive Sampling* mencakup sampul Majalah Berita Mingguan Tempo yang diseleksi berdasarkan tujuan riset. *Purposive Sampling* digunakan karena didasarkan pada tujuan penelitian yakni

mengungkap makna yang termuat dalam tanda pada kriteria tertentu, yakni visualisasi perempuan yang terlibat dalam kasus korupsi. *Purposive sampling* termasuk salah satu dari beberapa jenis pengambilan sampel non probabilitas (non probability sampling) yang biasanya disebut dalam penelitian kualitatif. Disebut non probabilitas karena, anda sebagai peneliti tidak bertujuan untuk menggeneralisasikan temuan penelitian (Singarimbun,1989:169).

Dari pendapat di atas penulis memahami bahwa tujuan dari penelitian tidak untuk menggeneralisasi melainkan melakukan interpretasi terhadap temuan penelitian. Dengan demikian, untuk mengumpulkan data penulis menggunakan teknik purposive sampling (sampel bertujuan), dengan tujuan untuk mengetahui makna tanda dari tiap-tiap sampul Majalah Berita Mingguan Tempo yang memvisualisasikan perempuan yang terlibat dalam tindak pidana korupsi.

1.7.7. Analisa dan Interpretasi Data

1.7.7.1. Analisa Semiotika Visual Roland Barthes

Untuk menganalisa sampul sebuah majalah, digunakan *model semiotika* Roland Barthes (2010:20), yaitu : (1) Pesan linguistik (*linguistic message*), (2) Pesan Ikonik yang tak terkodekan (*a non-coded iconic message*), (3) Pesan Ikonik yang terkodekan (*a coded iconic message*).

Pesan linguistik (*linguistic message*), yaitu semua kata dan kalimat yang muncul dalam sampul majalah, baik *denotatif* maupun *konotatif*. Denotasi merupakan makna yang objektif dan tetap. Konotasi adalah makna yang subjektif dan bervariasi.

Pesan Ikonik yang tak terkodekan (*a non-coded iconic message*), menunjuk denotasi “harfiah”, pemahaman langsung dari gambar dalam sampul majalah, tanpa mempertimbangkan kode sosial yang lebih luas. Denotasi merupakan tingkat makna lapisan pertama yang deskriptif dan literal serta dipahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan tertentu tanpa harus melakukan penafsiran terhadap tanda denotatif tersebut, tanda disebut juga sebagai analogon. Makna denotatif suatu sampul majalah diturunkan dari penataan elemen-elemen visual.

Analisa denotatif sampul majalah yang dilakukan penelitian ini adalah dengan mengacu pada Konvensi Visual Cover (McKay,2000:158-168) yang akan diuraikan pada sub bab 1.7.7.2.

Pesan Ikonik yang terkodekan (*a coded iconic message*), merupakan konotasi visual yang diturunkan dari penataan elemen-elemen visual. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Denotasi merupakan makna yang obyektif dan tetap, sedangkan konotasi sebagai makna yang subyektif dan bervariasi. Meskipun berbeda, kedua makna tersebut ditentukan oleh konteks. Konteks dalam hal ini untuk memecahkan masalah polisemi, sedangkan pada makna konotatif, konteks mendukung munculnya makna yang subyektif. Konotasi membuka kemungkinan interpretasi yang luas. Dalam bahasa, konotasi dimunculkan melalui majas (*metafora, hiperbola, eufemisme, ironi, dan sebagainya*). Secara umum, konotasi berkaitan dengan pengalaman pribadi atau masyarakat penuturnya yang bereaksi dan memberi makna konotasi emotif misalnya halus, kasar/tidak sopan,

peyoratif, akrab, kanak-kanak, menyenangkan, menakutkan, bahaya, tenang, dan sebagainya. Jenis ini tidak terbatas. Pesan konotasi, berkarakter umum, global dan tersebar sekaligus menghasilkan fragmen ideologis. Berbagai petanda ini memiliki suatu komunikasi yang amat dekat dengan budaya, pengetahuan, sejarah, dan melalui merekalah, demikian dikatakan, dunia yang melingkunginya menginvasi sistem tersebut. Kita dapat katakan bahwa ideologi adalah penanda konotasi, sementara gaya bahasa, majas atau metafora adalah elemen bentuk (*form*) dari konotator-konotator. Ideologi di dalam teks bisa ditemukan dengan jalan meneliti konotasi-konotasi yang terkandung di dalamnya. Setiap penggunaan teks, penggunaan bahasa dan semiosis (penggunaan tanda) pada umumnya timbul karena suatu ideologi yang secara sadar atau tidak sadar dikenal oleh pemakai tanda. Setiap teks tak pernah lepas dari ideologi dan memanipulasi khalayak ke arah suatu ideologi (Van Zoest dalam Sobur, 2003:120).

Menurut Raymond William yang dikutip oleh Fiske (1990:228) ada tiga penggunaan utama ideologi : (1) Suatu keyakinan yang menandai kelompok atau kelas tertentu, (2) Suatu sistem keyakinan ilusioner-gagasan palsu atau kesadaran yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan ilmiah dan (3) Proses umum produksi gagasan

1.7.7.2.Konvensi Visual Cover Majalah

Tim Holmes (dalam McKay ,2000:156) Konvensi Visual suatu majalah ditentukan oleh elemen-elemen : Cover, Pilihan Kualitas kertas, Ukuran kertas, Model Grid/setting disain, Cara penyetakan, Disain Layout, dan pilihan Warna.

Adapun Konvensi Visual Cover Majalah (McKay,2000: 158-168) yaitu dengan menyusun unsur-unsur desainnya, sebagai berikut : 1) Penggambaran yang kuat, 2) Nama majalah dan karakter huruf, 3) *Lay out coverline*, 4) Menawarkan sesuatu yang baru, dan 5) Perletakan kata-kata yang ditekankan.

Gunakan suatu penggambaran yang kuat, meskipun tidak selalu menggunakan foto, tetapi juga bentuk-bentuk penggambaran yang lain. Interaksi gambar dan kata sangat penting dalam cover depan. Kata-kata dan potret individu dalam cover adalah selera individual dari desainer, editor dan penerbit. Dengan kreativitas inilah membawa majalah pada pembaca. Bagaimanapun bentuk gambar cover harus menjanjikan keuntungan yang jelas bagi pembaca.

Nama majalah dan karakter huruf. Nama majalah harus dapat diidentifikasi dengan jelas. Hal ini tidak selalu berarti bahwa keseluruhan huruf dalam cover harus dapat dilihat, hanya yang perlu ditekankan Nama Majalah harus dibuat untuk memperjelas bagi pembaca. Sedangkan pilihan jenis dan type huruf harus mempertimbangkan konsumsinya. Tulisan yang besar-besar untuk kalangan orang tua dan anak muda cenderung kecil-kecil. Jenis huruf ‘Sans Serif’ sangat efektif untuk *headline* atau kata-kata yang ingin dibedakan..“

Disain & Layout Coverline sebaiknya harus bisa dibaca dari jarak 2-3 meter. Lay out diperlukan secara konsisten untuk menempatkan elemet-elemet seperti kolom, nomor halaman , penempatan judul dan lain-lain. Judul yang terlalu besar adalah bagian yang sangat tidak diinginkan pembaca. Penulisan *coverline* yang bagus (nama untuk kata-kata dalam cover, yang kadang-kadang disebut *barkers* atau *screamers*) adalah

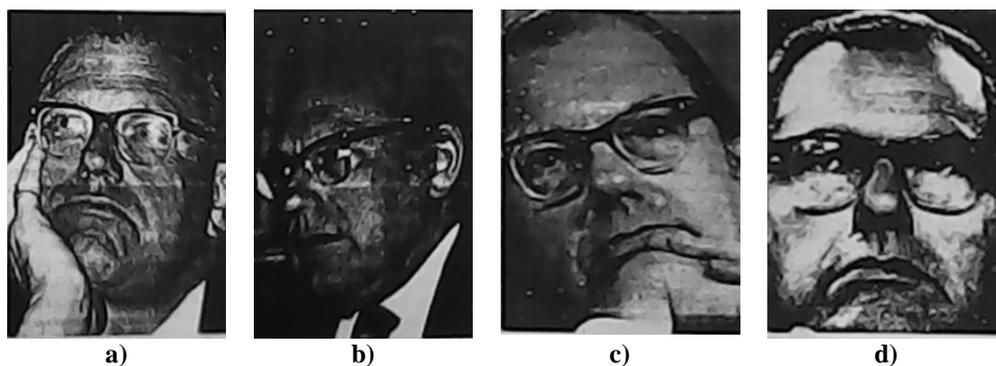
suatu ketrampilan individual. Diperlukan suatu kepandaian dalam permainan kata-kata sehingga menimbulkan godaan.

Cover harus menawarkan sesuatu yang baru kepada pembaca pemula atau pembaca baru dan terdapat hubungan yang kuat dengan halaman isi. “Pada dasarnya disain adalah suatu bahasa sebagaimana bahasa Perancis dan Jerman. Agar masyarakat dapat memahami disain dengan lancar, mereka harus menggunakan ‘bahasa buku’. Mereka tidak akan memahami kata-kata yang digunakan, tapi memahami kata sesuai kebutuhan mereka”.

Prinsip pembuatan disain cover atau konvensi suatu cover tidaklah selalu relevan untuk semua cover. Sebenarnya terdapat dua fungsi cover dari suatu majalah, yaitu menjual konsep ke masyarakat/menjual permasalahan pada para pembaca dan menunjukkan tingkat intelektualis dari isi editorial. Bagaimanapun pembahasan tentang cover seorang disainer sangat mengetahui pentingnya elemen-elemen verbal yang menyumbangkan keberhasilan suatu cover yang nantinya berpengaruh pada hasil akhir. Seorang penulis juga harus menghargai prinsip-prinsip desain yang bagus dan cara-cara disainer menuangkan apa yang dipikirkannya. Publikasi yang didasarkan pada pemberitaan lebih sering memilih konvensi disain surat kabar untuk halaman depannya dan ukuran kertas A4 mengindikasikan untuk suatu majalah berita.

Berikut suatu beberapa contoh hubungan ekspresi foto dan tulisan dalam cover dengan objek gambar dan kasus yang sama. a) *The Daily Mirror* yang menampilkan foto Reginald Moulding dengan disertai teks “Sebuah wajah pengunduran diri dari Maudling”, yang mengarahkan kita pada pembacaan suatu ekspresi wajahnya. b) *The*

Daily Express menampilkan foto pada sudut pandang berbeda dengan menuliskan teks “mengorbankan karir politiknya kemarin”. c) *The Sun* menampilkan foto Maudling disertai tulisan “Tragedi Mr.Maudling” dan d) *The Daily Mail* menampilkan gambar ekspresi marah dari Maudling disertai tulisan “Maudling si Manusia Pemarah”. (Young, J et all, 1981: 226-228).



Gambar 1.2

Beberapa ekspresi fotowajah Mr.Maudling saat pengunduran dirinya pada sampul The daily Express, Mirror, The Sun dan The Dealy Mail (Young, J et all, 1981)

1.7.8. Kriteria Kualitas Penelitian

Menurut Guba dan Lincoln (2005:112-116) *goodness* atau kriteria kualitas penelitian dapat dicermati dari paradigm/perspektif yang digunakan peneliti. Penelitian dengan paradigm kritis menekankan pada *historical situatedness* sejauhmana penelitian memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi dan politik. Sistem kapitalisme dan budaya patriarki yang menghegemoni media di Indonesia saat ini memposisikan perempuan dalam konstruksi nilai-nilai feminitas yang merendahkan perempuan.

Goodness criteria dalam penelitian kualitatif didasarkan pada sifat keaslian (*authenticity*) penelitian dan dapat dipercaya (*trustworthiness*) (Kriyantono, 2006:72). Berdasarkan pada pemikiran tersebut, maka kriteria tentang kualitas penelitian ini ditunjukkan pada ketersediaan data yang memenuhi aspek sifat keaslian (*authenticity*) penelitian dan dapat dipercaya (*trustworthiness*). Dalam penelitian ini, analisa semiotika Roland Barthes dapat dijadikan sebagai metode yang sesuai untuk menganalisa representasi perempuan pelaku tindak kejahatan korupsi pada sampul Majalah Berita Minggu Tempo.

Analisa semiotika menekankan pada produksi teks dalam kaitannya dengan nilai-nilai kultur/budaya, bagaimana nilai-nilai tersebut dikomunikasikan dan memiliki makna. Penulis memperoleh data primer dari sampul Majalah Berita Minggu Tempo yang memuat perempuan-perempuan yang terlibat dalam tindak pidana korupsi. Data primer tersebut memenuhi aspek *authenticity*. Pemilihan Majalah Berita Minggu Tempo sebagai subyek penelitian memenuhi unsur *trustworthiness* karena Majalah Berita Minggu Tempo terkenal dengan pesan-pesannya yang kritis terhadap pemerintah dan selalu menyajikan topik-topik hangat dan terbaru di bidang sosial, ekonomi, dan politik dalam setiap penerbitannya. Isu-isu hangat yang menjadi bahan pembicaraan masyarakat luas, selalu diangkat menjadi laporan utama, salah satunya tentang korupsi.

1.7.9. Keterbatasan Penelitian

Kurangnya pemahaman peneliti atas kajian/studi linguistik yang diterapkan menjadi keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti berusaha mencari, membaca dan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan linguistik untuk mengatasi keterbatasan ini. Keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti tentang ilmu desain cover juga menjadi keterbatasan dalam menganalisa aspek denotatif berdasarkan Konvensi Visual Cover.