

BAB IV

REFLEKSI PENELITIAN:

JURNALISTIK ONLINE DALAM JARING KEKUASAAN

Dinamika jurnalisme mengalami perubahan seiring perkembangan teknologi. Salah satunya adalah idealisme wartawan yang mulai luntur tergantikan oleh keterburuan mencari dan menulis berita. Dinamika tersebut secara kentara terjadi dalam praktik jurnalisme online. Adapun keinginan media online untuk memberitakan suatu peristiwa sebagai yang pertama justru seringkali membuat keberimbangan berita dikesampingkan. Keberimbangan berita apabila menyangkut berita kekerasan seksual sangat penting dilakukan.

Sejauh ini praktik jurnalisme di perusahaan media online lokal berbasis media massa cetak pertama di Indonesia, *Suaramerdeka.com*, masih mengganggalkan keberimbangan berita online. Selama ini, berita-berita kekerasan seksual di *Suaramerdeka.com* hanya memuat satu sudut pandang narasumber yang berkeyakinan bahwa korban pemerkosaan turut bertanggung jawab atas peristiwa traumatis yang menimpanya (*blaming the victim*). Artinya, kultur dominasi patriarki kental hadir dalam *newsroom Suaramerdeka.com*. Terlebih lagi, Editor, Redpel, dan Pemred sebagai *gatekeeper* belum mengupayakan keberimbangan guna membela korban pemerkosaan.

Penelitian yang telah dilakukan akhirnya bisa melihat posisi jurnalistik online dalam jaring kekuasaan patriarki. Berdasarkan hasil penelitian yang telah

dilakukan, bisa dipaparkan beberapa implikasi, meliputi implikasi teoritis, implikasi sosial, dan implikasi praktis. Berikut pemaparannya:

4.1. Implikasi Teoritis

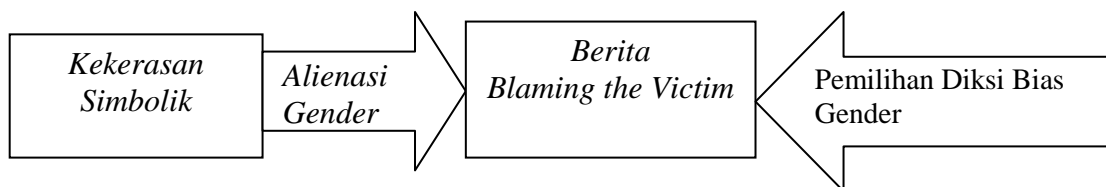
Asumsi atau tesis penelitian ini terverifikasi, yakni terjadinya kekerasan simbolik pada berita *blaming the victim* karena kebijakan redaksi di *Suaramerdeka.com* belum sensitif gender dan masih beroperasinya ideologi dominan (patriarki).

Selain itu, terdapat temuan penting lain dari penelitian ini mengenai faktor-faktor penyebab terjadinya *blaming the victim*. Setelah dilakukan analisis mikro terhadap lima teks berita asusila di *Suaramerdeka.com*, diketahui bahwa berita *blaming the victim* semakin dipertegas keberadaannya karena korban kekerasan seksual tidak dihadirkan sebagai narasumber berita (alienasi gender). Jikalau korban tidak mau diwawancarai, pada prinsipnya, untuk mencapai keberimbangan berita (*cover both side*), seharusnya dicari narasumber lain semisal keluarga korban atau KPAI atau Komnas Perempuan sebagai pihak yang mengerti betul bagaimana membela korban kekerasan seksual.

Selain itu, pemilihan diksi bias gender juga menyumbang terjadinya *blaming the victim*. Pada berita yang dianalisis di atas, diketahui wartawan menggunakan kata “digilir” pada korban pemerkosaan. Kata “digilir” memiliki konotasi bahwa korban kekerasan seksual merupakan obyek seks yang bisa digilir oleh para pelaku pemerkosaan. Dengan demikian, penggunaan kata “digilir” memperteguh gambaran perempuan di media massa sebagai obyek seks. Sebagai

obyek seks, perempuan korban pemerkosaan cenderung disalahkan karena dia dianggap sebelah mata hanya sebagai “obyek”.

Gambaran perempuan dalam lima teks berita yang telah dianalisis membuktikan bahwa terdapat praktik *blaming the victim* pada berita kekerasan seksual di *Suaramerdeka.com*. Praktik *blaming the victim* ternyata tidak bisa lepas karena berlangsungnya alienasi gender dan pemilihan diksi yang bermakna korban merupakan obyek seks. Apabila digambarkan, prosesnya adalah sebagai berikut:



Selanjutnya, setelah dilakukan observasi dan telaah pada keseluruhan proses produksi dan reproduksi berita di *Suaramerdeka.com* (analisis level meso), diketahui bahwa terjadinya *blaming the victim* pada berita kekerasan seksual adalah sebagai berikut:

Pertama, pada proses eksekusi pencarian berita oleh wartawan tidak diutamakan mencari pendapat narasumber lain sebagai keberimbangan. Proses pencarian berita oleh wartawan online lebih diutamakan pada kecepatan memperoleh berita sehingga berakibat abai pada keberimbangan berita.

Kedua, SOP perlakuan pada berita kekerasan seksual hanya sebatas menyamarkan nama korban dan tidak mengungkap identitas secara jelas. Hal-hal terkait penggunaan diksi yang ramah perempuan kurang diperhatikan.

Ketiga, pada proses *monitoring*, seringkali berita kekerasan seksual tidak di *follow up* untuk mencapai keberimbangan dan tidak ada evaluasi dari Editor, Pemred, dan Redpel berkaitan dengan hal tersebut.

Keempat, tidak adanya Redpel yang menangani bidang kriminalitas. Selama ini terdapat tiga Redpel di *Suaramerdeka.com*. Masing-masing Redpel memiliki pembedangan atau spesialisasi. I nengah Segara Seni bidang olah raga dan pariwisata, Murdiyatmoko bidang politik, ekonomi, dan pendidikan, Bambang Is bidang seni dan budaya. Tidak adanya Redpel Bidang Kriminal penting untuk dikritisi, mengingat Redpel merupakan pengendali produk yang tayang di *Suaramerdeka.com*.

Kelima, tidak ada pelatihan gender para personil *Suaramerdeka.com*. Pelatihan gender terakhir diadakan tiga tahun lalu oleh HRD *Suara Merdeka* Grup. Kesadaran gender para personil *Suaramerdeka.com* perlu diasah lagi melalui pelatihan-pelatihan gender secara internal.

Selanjutnya, kaitannya dengan relasi pekerja perempuan dan laki-laki di *Suaramerdeka.com*, masih menunjukkan relasi asimetris. Apabila merujuk pada Teori Strukturasi Gender (Sunarto, 2009), pengetahuan dan kekuasaan dalam organisasi media dikuasai oleh agen laki-laki. Hal ini terjadi sebagai konsekuensi dari relasi asimetris sebagaimana dinaturalisasikan oleh patriarkisme.

Naturalisasi patriarkisme semakin kentara karena baik editor laki-laki maupun editor perempuan diketahui meloloskan berita *blaming the vicim*. Artinya, patriarkisme telah menaturalisasikan praktik produksi dan reproduksi berita *blaming the victim*. Dengan demikian, nilai-nilai individual atau persepsi

para editor, baik laki-laki maupun perempuan sejajar dengan kolega mereka. (Gordon, Kittross, Reuss, 1996: 46). Selanjutnya, bisa dikatakan bahwa etika para pekerja media di *Suaramerdeka.com* belum menyentuh masalah sensitivitas gender.

Etika memengaruhi karakter moral pekerja media. Sebagaimana pernyataan John C. Merrill yang menyatakan bahwa melakukan proses mengenai cerita apa yang akan dihadirkan, memilih mana yang akan digunakan dan mengekspresikannya ke dalam tulisan, semuanya menyangkut etika dan dipengaruhi karakter moral pekerja media (dalam Gordon, Kittross, Reuss, 1996: 1-2). Etika dan karakter moral pekerja media yang belum sensitif gender, berdasarkan hasil penelitian, cenderung menghasilkan berita *blaming the victim*.

Berita *blaming the victim* sesungguhnya menyalahi demokrasi komunikasi. Demokrasi memang mengandaikan kebebasan untuk berfikir, berbicara dan berkomunikasi tanpa diskriminasi, manipulasi dan represi (Hardiman, 2010: 185). Karenanya, sebagai pembaca kita dituntut bersikap kritis terhadap praktik bias gender media.

Pembaca kritis harus memahami bahwa sebuah berita di media bukan hanya rangkaian fakta yang tersusun menjadi sebuah kalimat dan paragraf. Berita merupakan perwujudan pemikiran dan sikap wartawan, editor, Redaktur Pelaksana, Pemimpin Redaksi. Media massa merupakan kombinasi aksi dan pengambilan keputusan banyak pihak. Hasil tersebut kebanyakan berasal dan dilakukan dari sedikit individu. Dengan demikian, inti dari semuanya, adalah nilai

individu. Keputusan bersama dibuat oleh para aktor yang bekerja untuk media berita, semuanya berasal dari nilai individu.

Individu-individu dalam struktur, sebagaimana hasil penelitian ini masih dipengaruhi paham dominan (patriarki) dalam mendeskripsikan berita kekerasan seksual terhadap perempuan. Dari sudut pandang ekonomi politik, kuasa media bisa dinilai telah mencederai kepercayaan pembaca. Kepercayaan pembaca dicerai karena media belum bisa menghadirkan informasi yang benar dan mendidik.

Dengan demikian, berdasarkan pemahaman ekonomi politik, media membuat semacam hegemoni dengan membatasi agenda tertentu mengenai proses politik dan seluruh bidang kultural yang memungkinkan representasi yang dilakukan (Gaye Tuchman dalam Jensen, 2002: 81). Semua pemberitaan dalam media, melibatkan simbol-simbol dominan dalam masyarakat, dibentuk ulang dan dipertegas melalui proses pemberitaan (Gaye Tuchman dalam Jensen, 2002: 81).

Pembentukan ulang simbol-simbol dominan dalam masyarakat oleh jurnalisme online terasa sangat cepat penyebarannya. Hal tersebut terjadi dikarenakan proses pemberitaan jurnalisme online berbeda dengan jurnalisme cetak. Proses pemberitaan berbeda karena karakteristik media online berbeda dari media cetak. Beberapa karakteristik media/jurnalisme *online*, antara lain: (1) *Unlimited space*. Jurnalistik *online* memungkinkan halaman tak terbatas. Ruang bukan masalah. Artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin, tanpa batas. (2) *Audience Control*. Jurnalistik *online* memungkinkan pembaca lebih leluasa memilih berita/informasi. (3). *Non-Linearity*. Dalam jurnalistik *online*

masing-masing berita berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan. (4) *Storage and Retrieval*. Jurnalistik *online* memungkinkan berita “abadi”, tersimpan, dan bisa diakses kembali dengan mudah kapan dan di mana saja, dan (5) *Immediacy*.

Dengan demikian, berdasarkan poin paparan (1) dan (4) di atas, seharusnya berita online memiliki ketegasan verifikasi data dan pembahasan mendalam baik dalam bentuk satu kali penayangan berita utuh atau dalam bentuk *follow up stories*. Pentingnya verifikasi dalam berita online karena sifat halaman tak terbatas dan abadi. Namun, ironisnya fakta di lapangan menyatakan sebaliknya.

Louis Althusser (dalam Al-Zastrow, 2000: v-xii) menulis bahwa media, dalam hubungannya dengan kekuasaan, menempati posisi strategis terutama karena anggapan akan kemampuannya sebagai sarana legitimasi. Media massa, sebagaimana lembaga-lembaga pendidikan, agama, seni, dan kebudayaan merupakan bagian dari alat kekuasaan negara yang bekerja secara ideologis guna membangun kepatuhan khalayak terhadap kelompok berkuasa (*ideological state apparatus*).

Menurut Antonio Gramsci, media bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kentingan kelas dominan. Althusser dan Gramsci sama-sama menyatakan bahwa media massa bukanlah sesuatu yang bebas, independen, tetapi memiliki keterkaitan dengan realitas sosial. Jelasnya, terdapat kepentingan yang “bermain” dalam media massa. Dalam kondisi dan posisi seperti ini, media massa akan bergerak dinamis di antara pusaran-pusaran

kepentingan yang sedang bermain. Kenyataan inilah yang menyebabkan bias berita di media massa adalah sesuatu yang sulit dihindari.

Berbagai kepentingan yang sedang “bermain” ada dalam kerangka kultur di mana media tersebut berada. Sebagaimana pernyataan Siregar, informasi didominasi oleh latar kultural dimana media itu berada (2014: xxii). *Suaramerdeka.com* berada di Jawa Tengah yang masih memegang kuat budaya patriarki hingga sekarang.

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa bias berita terjadi karena media massa berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam. Derajat bias media ini, setidaknya dipengaruhi oleh tiga hal: kapasitas dan kualitas pengelola media, kuatnya kepentingan yang sedang bermain dalam realitas sosial, serta taraf kekritisian dari masyarakat (Sobur, 2012: 35).

Bias berita bukanlah persoalan kecil. Bahasa tidak netral dan tidak pula sepenuhnya dalam kontrol kesadaran. Karena itu, bias yang berasal dari bahasa adalah bias yang sesungguhnya amat berbahaya, ibarat musuh yang menikam dari belakang (Sobur, 2012: 35).

Dalam kaitannya dengan konvergensi media, *Suaramerdeka.com* mengikuti arus menggabungkan berbagai platform komunikasi menuju dinamika pasar. Selain memiliki media cetak, *Suara Merdeka* membarenginya dengan bentuk barita *online*, *e-paper* dan *live streaming*. *Suara Merdeka* sebagai sebuah industri dituntut mampu menyesuaikan perkembangan. Celakanya, yang diutamakan

adalah perkembangan pasar (ekonomi pasar), bukan perkembangan membangun masyarakat kecerdasan masyarakat, terutama kecerdasan gender.

Ekonomi pasar menurut Arendt cenderung mengikis habis solidaritas warga. Arendt mengkritik kapitalisme dari perspektif demokrasi, dan kritik seperti itu juga dilakukan Jürgen Habermas melalui konsep ruang publik. Habermas menjelaskan, sistem kapitalis merupakan ancaman nyata bagi formasi ruang publik otonom (dalam Hardiman, 2016: 186).

Masih menurut Habermas, media massa tidak menggambarkan *public sphere* karena opini publik akan terperangkap di dalam pertukaran komunikasi yang berciri massa (W. Kornhauser dalam Habermas, 2015: 343). Beberapa alasan yang mendasarinya adalah, *pertama*, proporsi masyarakat yang mengungkapkan opini jauh lebih sedikit ketimbang yang menerimanya. Komunitas publik dilihat tak lebih sebagai kumpulan abstrak individu yang menerima semua pemahaman mereka dari media massa. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang begitu tertata, sampai-sampai sulit atau mustahil bagi individu untuk menanggapi dengan cepat dan efektif. *Ketiga*, realisasi opini dalam tindakan dikontrol oleh otoritas yang mengorganisasi dan mengontrol saluran-saluran tindakan tersebut. *Kelima*, media massa tidak pernah otonom dari institusi-institusi yang ada. Sebaliknya, yang terjadi adalah agen-agen institusi otoritatif malah menginfiltrasi massa, mereduksi otonomi apa pun yang dimiliki media massa dalam membentuk opini lewat diskusi (Miller dalam Habermas, 2015: 344).

Sebenarnya, media bisa saja menjalankan fungsinya sebagai *agent of change* bagi terwujudnya *gender equality*. Media dapat berkembang menjadi

kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris. Sehubungan dengan hal tersebut, sebenarnya media berada pada posisi mendua. Artinya, ia dapat memberikan pengaruh-pengaruh “positif” maupun “negatif”. Tentu saja, atribut-atribut normatif ini bersifat sangat relatif tergantung pada dimensi kepentingan yang diwakili.

Media massa tidak menunggu peristiwa lalu mengejar, memahami kebenaran dan memberitakannya kepada publik. Media massa mendahului semua itu. Ia menciptakan peristiwa. Menafsirkan dan melayani kepentingan pihak-pihak tertentu secara setia.

Memang persoalannya adalah bahwa media tidak bisa bersifat netral. Misalnya atribut-atribut tertentu dari media dapat mengkondisikan pesan-pesan yang dikomunikasikan. Sebagaimana dikatakan oleh Marshal McLuhan, “*the medium is the message*”, medium itu sendiri merupakan pesan. “apa-apa yang dikatakan” ditentukan secara mendalam oleh medianya.

Disadari atau tidak, langsung atau tidak langsung, yang tersebar dan selalu lestari melalui media massa adalah ideologi gender dominan. Melalui media massa, kita belajar menyesuaikan diri dengan harapan-harapan masyarakat agar berperilaku seturut perbedaan dan stereotip gender. Seharusnya, melalui media, selain lingkungan keluarga, sekolah, dan teman-teman dekat, media massa merupakan salah satu agen sosialisasi yang sangat menentukan karena mampu secara khusus berpengaruh dalam menyalurkan keinsyafan dan penghargaan gender.

4.2. Implikasi Praktis

Menurut Bourdieu, bahasa tidak pernah bebas nilai. Ketika seseorang mengatakan sesuatu hal, orang yang menerima akan menangkap maksud yang berbeda. Setiap kata dan setiap ekspresi memiliki ancaman '*antagonis*' yang dicerminkan oleh cara yang hanya dipahami si pengirim dan penerima pesan. Dalam setiap percakapan ada pihak yang mendominasi dan didominasi (Bourdieu, 1991: 39).

Dalam kaitannya dengan patriarki, merupakan sistem yang mendominasi (menunjukkan kuasa simbolik) atau melegitimasi kekuasaannya kepada perempuan. Dalam proses tersebut, legitimasi bahasa resmi melalui sistem pendidikan memiliki peran penting. Sebab, bahasa dipopulerkan lewat sekolah. Dominasi bahasa di sekolah akan dibawa ke rumah dan menjadi pembiasaan (*habitus*). Orang cenderung tidak menyadari intimidasi atau kekerasan simbolik (*symbolic violence*) lewat dominasi bahasa (Bourdieu, 1991: 40).

Berkenaan dengan *habitus*, Para pekerja di media massa telah mengalami pembiasaan (*habitus*) bahasa bias gender dari sistem sosial patriarki yang disosialisasikan terus menerus melalui struktur budaya organisasi media massa tempatnya bekerja. Bahasa bias gender ini sangat mendominasi, terutama dominasi bahasa *blaming the victim*.

Perempuan korban kekerasan seksual di media massa mengalami kekerasan simbolik karena disalahkan atas tragedi perkosaan yang menimpanya. Lewat bahasa yang mengintimidasi dan tidak sensitif gender, perempuan dituding

sebagai pihak yang memprovokasi terjadinya perkosaan yang menimpaya melalui kekuasaan simbolik bahasa.

Bahasa menjadi bagian dari sistem simbolik selain seni, agama, dan mitos. Bahasa menjadi instrumen mempertahankan dominasi atau instrumen untuk mendapatkan kekuasaan (*power*). Bahasa adalah kekuasaan simbolik. Pertukaran bahasa selalu berhubungan dengan kekuasaan simbolik (Bourdieu, 1991: 37).

Banyak orang tidak sadar akan adanya intimidasi, kekerasan simbolik lewat dominasi bahasa. Ucapan tidak hanya disampaikan untuk dipahami tetapi juga sebagai tanda kekayaan yang harus dievaluasi dan diapresiasi dan juga sebagai tanda otoritas yang harus diyakini dan dipatuhi (Bourdieu, 1991: 66). Mereka yang menguasai kapital yang lebih besar (laki-laki) akan menjadi kelas yang dominan.

Budaya dominan juga berperan dalam membentuk integrasi masyarakat yang semu, kesadaran palsu, legitimasi kepada aturan yang sudah mapan, menciptakan perbedaan hierarkhis dan melegitimasi perbedaan ini sehingga semakin mengukuhkan kekerasan simbolik.

Kekerasan simbolik pada dasarnya adalah pemaknaan kategori-kategori pemikiran dan persepsi terhadap agen-agen sosial terdominasi, yang kemudian menganggap tatanan sosial itu sebagai sesuatu yang “adil.” Ini adalah penggabungan struktur tak sadar, yang cenderung mengulang struktur-struktur tindakan dari pihak yang dominan. Pihak yang terdominasi kemudian memandang posisi pihak yang dominan ini sebagai yang “benar.” Kekerasan simbolik dalam arti tertentu jauh lebih kuat daripada kekerasan fisik karena kekerasan simbolik itu

melekat dalam setiap bentuk tindakan dan struktur kognisi individual, dan memaksakan legitimasi pada tatanan sosial.

Kuasa simbolik Bourdieu hadir dalam arena dari relasi dialektiknya dengan habitus dan modal (kapital), terutama kapital simbolik. Seseorang yang menguasai kapital dengan habitus yang memadai akan menguasai arena dan memenangkan pertarungan sosial karena di dalam arena selalu terjadi pertarungan sosial.

Mekanisme dominasi simbolik nantinya memuncak pada pemikiran Bourdieu tentang *doxa*. *Doxa* merupakan pandangan penguasa yang dianggap sebagai pandangan seluruh masyarakat. Masyarakat tidak lagi memiliki sikap kritis pada pandangan penguasa walaupun secara konseptual pandangan tersebut mengandung banyak kesesatan. Misalnya pandangan bahwa korban kekerasan seksual sebagai pihak pasif (pasrah, tidak aktif) dan sumber penggoda birahi, serta turut menikmati berhubungan seks dengan pelaku. *Doxa* penguasa di masyarakat yang dianggap memiliki otoritas ini misalnya saja polisi, Gubernur Jawa Tengah, dan Wakil Wali Kota. Penguasa masyarakat seringkali dijadikan narasumber berita kekerasan seksual. Implikasinya, *blaming the victim* selalu “abadi” di masyarakat melalui sosialisasi media massa terus menerus.

Hal tersebut kentara karena sejumlah penelitian menyatakan bahwa laki-laki yang banyak membaca berita kekerasan seksual terhadap perempuan yang bias gender akan membuatnya melakukan hal serupa kepada perempuan disekitarnya (Christians dan Wilkins, 2009: 169).

Sedangkan dalam penelitian ini, secara empiris terbukti bahwa generasi Z, sebagai salah satu konsumen potensial *Suaramerdeka.com* cenderung

menyalahkan korban pemerkosaan, berdasarkan makna dominan yang ditawarkan media. Artinya, produksi dan reproduksi berita kekerasan seksual memang harus melibatkan etika. Etika komunikasi melalui media diperlukan untuk memberikan informasi tepat sehingga bisa menjadi sarana pendidikan yang efektif bagi pembaca.

Berkenaan dengan hal tersebut, Nodding menyatakan bahwa dalam etika tidak hanya diperlukan *respect* dan pemenuhan hak bagi semua pihak tetapi juga diperlukan rasa *care*. Rasa *care* ini yang kemudian mengantarkan pada keadilan gender (dalam Christians dan Wilkins, 2009: 369). Sayangnya, hak publik untuk mendapat informasi tepat sering tidak dijamin karena adanya pertarungan kepentingan dalam hal politik, ekonomi, atau budaya.

Penerapan etika komunikasi diperlukan karena *pertama*, media mempunyai kekuasaan dan efek yang dahsyat terhadap publik. Media menyediakan cara untuk melihat suatu realita kepada pembaca. *Kedua*, etika komunikasi merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab. Artinya, semua bentuk kritik kepada media jangan pernah dianggap sebagai pengebirian kebebasan pers. *Ketiga*, menghindari dampak negatif logika instrumental yang cenderung mengabaikan nilai dan makna. Logika instrumental hanya menjadikan sarana atau instrumen sebagai cara memperoleh tujuan. Logika instrumental dalam dunia media terkait dengan determinisme ekonomi dan teknologi. Namun, etika komunikasi ingin mengoreksi agar kedua determinisme ini tidak dijadikan alibi tanggung jawab wartawan dan

editor untuk memberikan pembenaran kekeliruan atau atau kepentingan mereka (Boris Libois dalam Haryatmoko, 2007).

Etika minimal terdiri atas tiga pilar: *pertama*, sikap netral terhadap konsepsi tentang ‘baik.’ *Kedua*, prinsip menghindari merugikan pihak lain. *Ketiga*, prinsip untuk menerapkan nilai yang sama pada suara atau kepentingan setiap orang (Ogien dalam Haryatmoko, 2007).

Ketiga pilar tersebut, tidak boleh hanya terukir dalam pikiran belaka tetapi juga harus diwujudkan melalui internalisasi motivasi. Internalisasi motivasi penting terutama melalui penerimaan kritis, refleksi dan diskusi guna membantu mempertajam makna tanggung jawab dan membiasakan diri pada tindakan yang baik: dalam hal ini adalah tindakan yang berkeadilan gender.

Etika komunikasi tidak hanya berhenti pada masalah perilaku aktor komunikasi (wartawan, editor, Redaktur Pelaksana, Pemimpin Redaksi). Etika komunikasi tidak dibatasi pada deontologi jurnalisisme. Etika komunikasi juga berhubungan dengan praktik institusi, hukum, komunitas, struktur sosial, politik, dan ekonomi. Maka, aspek sarana atau etika strategi dalam bentuk regulasi sangat perlu. Hal tersebut dimaksudkan bukan untuk membatasi praktik jurnalistik, tetapi justru membantu agar media menjaga kredibilitasnya: memberikan informasi sehat kepada publik.

Regulasi untuk menghasilkan berita berkeadilan gender sebenarnya sudah diatur dalam Kode Etik jurnalistik dan mendapat payung hukum pada UUD 1945.

Arti penting pemberitaan secara berimbang dan berkeadilan gender terdapat pada pasal 28-I (Ayat 1 dan 2) UUD 1945. Selain itu, ketidakadilan representasi

perempuan di media bertentangan dengan *Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women* (CEDAW) yakni Konvensi Penghapusan segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan tahun 1979.

Keberimbangan pemberitaan telah diatur dalam Kode Etik Jurnalistik (KEJ) sebagai landasan moral dan etika profesi wartawan pada Pasal 1. Pada Pasal 4, disebutkan, wartawan tidak diperkenankan cabul. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi. Pasal 8 juga menyatakan pelarangan diskriminasi berdasarkan jenis kelamin.

Kode Etik Jurnalistik tersebut memiliki manfaat, yakni; (1) membantu membangun pemahaman profesionalisme bagi mereka yang bekerja di industri media; (2) Kepatuhan pada kode etik akan menciptakan kredibilitas media di mata pembaca (publik) karena percaya pada apa yang ditulis, dilihat dan didengar; (3) Kode etik memberikan ukuran yang seragam untuk mengatasi problem dalam pengumpulan berita. Karya jurnalis dipengaruhi oleh pelatihan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh jurnalis. Kode etik dimaksudkan untuk mengatasi problem yang mungkin disebabkan oleh jurnalis yang mungkin pelatihannya kurang dan nilai-nilai yang dibawanya berbeda (Roinicki, Tate, dan Taylor, 2008: 362).

Pada kenyataannya, mayoritas pemberitaan di media massa bias gender. Hal tersebut terjadi karena terdapat serangkaian penstrukturan tindakan-tindakan yang dimulai oleh agen-agen yang secara bersama membentuk relasi gender (Sunarto, 2009: 15). Sunarto menyatakan, proses strukturasi menjadi semakin penting ketika mempunyai pengaruh signifikan pada terbentuknya hegemoni. Hegemoni

di sini berkaitan erat dengan pandangan patriarki yang dinaturalisasikan dan dianggap masuk akal dan terberi (sudah semestinya).

Pandangan patriarki yakni pandangan yang menyatakan bahwa perempuan makhluk kelas dua dan bisa diperlakukan semena-mena. Pandangan atau pola pikir patriarki ini acapkali membuat wartawan dan editor yang kebanyakan adalah laki-laki melaporkan berita kekerasan seksual dengan bias kepada pembaca. Misalnya saja, korban pemerkosaan justru disalahkan karena ia perempuan. Dalam pandangan masyarakat patriarkal, diyakini bahwa sudah selayaknya perempuan menjadi obyek seks bagi laki-laki.

Sebagai sebuah ideologi, patriarki merupakan *belief system*, *world view* dan *value* yang mengakar kuat. Ideologi tidak merefleksikan realita secara akurat bahkan bisa merendahkan pihak lain (Milan, Hoynes, Croteau, 2012: 153). Artinya, realita semu bentukan ideologi patriarkhi ini telah merugikan perempuan. Sehingga diperlukan advokasi politis semacam kritik mengenai distorsi berita yang dilakukan media karena sudut pandang ideologi patriarki guna menghasilkan berita berkeadilan gender.

Berita berkeadilan gender adalah berita yang menampilkan laki-laki dan perempuan secara sama: sama-sama sebagai subjek. Dengan demikian, di masa yang akan datang, diharapkan terjadi kesamaan posisi di masyarakat antara laki-laki dan perempuan. Selama ini, posisi antara laki-laki dan perempuan berada dalam hierarki: perempuan menempati posisi inferior sedangkan laki-laki superior.

Etika komunikasi media yang sensitif gender mendorong adanya kesadaran agar masyarakat mengefektifkan dan mengoptimalkan penggunaan jalur hukum. Tujuannya, selain agar terwujud apropriasi hukum oleh masyarakat, juga agar perubahan dalam perjuangan keadilan dapat mengubah secara struktural kondisi dominasi patriarkal media.

Permasalahan bias gender menyangkut berita kekerasan seksual di media massa, bisa ditinjau dari tiga dimensi etika komunikasi (Haryatmoko, 2007: 44-51). *Pertama*, dimensi aksi komunikasi yang langsung terkait dengan perilaku aktor komunikasi, meliputi kesadaran moral atau nurani aktor komunikasi dan deontologi jurnalisisme. Tiga prinsip deontologi jurnalisisme yakni: (1) Hormat dan perlindungan atas hak warga negara akan informasi dan sarana-sarana yang perlu untuk mendapatkannya; (2) Hormat dan perlindungan atas hak individual lain dari warga negara; (3) Ajakan untuk menjaga harmoni masyarakat.

Dimensi *kedua* adalah dimensi sarana yakni norma etika komunikasi yang sudah menjadi hukum atau undang-undang. Dimensi *ketiga* adalah dimensi tujuan (*policy*) menyangkut nilai demokrasi, terutama kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers dan juga hak akan informasi yang benar.

Dalam negara demokratis seperti di Indonesia, para aktor komunikasi harus memiliki komitmen terhadap nilai kebebasan tersebut. Salah satu cara misalnya, pimpinan perusahaan media massa harus memfasilitasi terwujudnya nilai keadilan gender dengan rutin mengadakan pelatihan gender bagi pekerjanya. Namun, hal tersebut nyatanya belum bisa diwujudkan *Suaramerdeka.com*. Hal tersebut

terbukti karena *Suaramerdeka.com* sudah tiga tahun tidak mengadakan pelatihan gender.

Pelatihan gender, tentu saja sangat penting untuk membuat para awak media melek gender. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan pola pikir patriarki dibuat bisa melek gender membutuhkan proses, salah satunya bisa dilakukan dengan pelatihan gender secara kontinyu. Pelatihan gender secara kontinyu merupakan wujud pelaksanaan dimensi komunikasi yang ketiga, yang pada akhirnya tentu saja, akan mendorong terwujudnya kesadaran untuk memenuhi dimensi pertama dan kedua dari para aktor komunikasi.

Perlu disadari bahwa berita kekerasan seksual yang menyalahkan korbannya merupakan penindasan terhadap perempuan. Penindasan perempuan bersifat struktural dan penyelesaiannya pun hanya terjadi apabila ada perubahan struktur kelas (Fakih, 2016: 105).

Dalam struktur media, selama ini perempuan yang menjadi pekerja media bisa dihitung jari (tidak banyak). Perempuan yang bekerja di media massa dibatasi oleh struktur yang memberikan legitimasi dan fasilitas kepada kaum laki-laki (struktur sebagai aturan). Posisi strategis atau posisi pengambil keputusan kebanyakan diduduki oleh laki-laki. Jabatan Pemimpin Redaksi di media massa yang merupakan jabatan politis karena dinilai prestis hampir tidak pernah diduduki perempuan. Implikasinya, hampir semua berita kekerasan seksual yang dihasilkan mewakili dominasi patriarki yang menggambarkan perempuan korban kekerasan sebagai pihak inferior dan patut disalahkan. Berita bias gender ini merupakan *outcome* dari struktur patriarki media massa.

Dengan demikian, merujuk pada pendapat Fraser, diperlukan lebih banyak peran perempuan sebagai pengambil keputusan di perusahaan media. Fraser menyatakan bahwa perempuan juga harus dilibatkan dalam menghadirkan berita mengenai perempuan dengan sudut pandang perempuan sehingga secara moral dan politis perempuan memiliki tempat untuk menyuarakan pendapatnya sendiri, tidak melalui pendapat laki-laki dengan sudut pandang laki-laki (dalam Christians dan Wilkins, 2009: 375).

Dengan demikian, secara praktik diketahui bahwa pelayanan publik *Suaramerdeka.com* belum menyentuh sensitivitas gender pada berita-berita kekerasan seksual di media massa. Konten media merefleksikan ketidakadilan gender dalam dunia sosial dan di dunia industri media. Hal tersebut disebabkan oleh ideologi patriarki yang memengaruhi produser media dan produk media dalam suatu struktur.

Oleh karena itu, diperlukan advokasi guna mewujudkan melekat gender di segala lapisan masyarakat, terutama di kalangan pelaku industri media. Salah satunya dengan mengadakan pelatihan gender secara kontinyu.

Cara lainnya adalah dengan memperbanyak jumlah perempuan pemegang jabatan pengambil keputusan di industri media sehingga bisa melakukan perubahan struktur dan menghasilkan berita berkeadilan gender. Selama ini, industri media mssa dikuasai oleh laki-laki sehingga sumber daya dan aturan-aturan diciptakan dan diperuntukkan bagi kepentingan laki-laki.

Kepentingan laki-laki dalam kaitannya dengan era kecepatan informasi patut diwaspadai. Integrasi informasi dan teknologi informasi berlangsung bukan

karena kebiasaan membaca publik yang amat lahap, tetapi karena para pengusaha menemukan bahwa mereka bisa menghasilkan uang lewat fasilitas komunikasi yang lebih cepat. Tak ada pengusaha yang dilibatkan di sini melakukan apa yang mereka lakukan karena kebaikan hatinya. Dengan demikian, kisah komunikasi global juga merupakan kisah kemajuan modal. Dalam pengertian tersebut, amat sulit berpikir tentang komunikasi global tanpa berfikir tentang proses-proses globalisasi (Beck dan Barton, 2010: 94).

Industri media bukanlah konsep abstrak. Industri media terdiri dari ribuan perusahaan yang ada pemiliknya. Pemiliknya bisa individu, rekanan, sebuah keluarga atau ribuan investor (Gomery dan Compaine, 2000: 504). Pelaku ekonomi tentu saja menghadapi dunia nyata (*profit oriented*) bukan menghadapi idealisme media. Ini tentu saja, membuat kita frustrasi karena masalah yang kompleks.

Karenanya, kita perlu menganalisa interkoneksi antara aspek ekonomi dan masyarakat dengan tidak mengurangi kriteria nilai. Kita perlu menerima perilaku ekonomi dan aksi kultural agar jalin-menjalin.

Ekonomi media harus keluar dari studi komunikasi klasik dengan menawarkan metode yang fleksibel dan *powerful* untuk menganalisa industri media dalam konteks komunikasi. Marxisme “studi kritis” dan empirisme pasar bebas kekurangan daya tariknya karena mengajak seseorang untuk menganalisa sebuah subjek yang sudah diantisipasi sebelumnya. Karenanya, perlu sudut pandang lain yang melihat industri media bukan hanya mempertanyakan “siapa pemilik media” (struktur ekonomi) dan “bagaimana sebuah perusahaan beroperasi

di dunia nyata (*media conduct*).” Namun, diperlukan juga metodologi lain dengan melihat secara langsung untuk menilai bagaimana media massa tampil dengan baik di masyarakat modern (Gomery dan Compaine, 2000: 507-8).

Dibutuhkan kombinasi analisis ekonomi media dan analisis normatif untuk melihat bagaimana kita bersepakat dengan kebijakan publik yang *concern* dengan media massa. Kombinasi antara analisis ekonomi dan analisis normatif bisa menjadi pilihan terbaik yang membantu membuat kebijakan pemerintah yang tepat dan menaksir jangkauan pengaruh dan efek sebuah kebijakan (Emery dalam Gomery dan Compaine, 2000: 507-8).

Dalam analisis ekonomi, hanya mengutamakan *market oriented* tentu saja tidak sah. Kemudian, dalam analisis normatif, apa yang ditampilkan media massa Indonesia saat ini di luar batas kewajaran realita: membodohi masyarakat. Intinya, untuk menyadarkan pelaku ekonomi media, perlu menekankan etika bisnis. Etika sebagai panduan utama terciptanya bisnis media sehat dan terjadinya harapan normatif masyarakat tentang media. Harapan normatif masyarakat adalah media seharusnya mencerahkan dan mendidik. Siapa pun pemilik media itu, ia haruslah menawarkan konten siaran yang beragam dan mendidik.

4.3. Implikasi Sosial

Suaramerdeka.com sebagai media online lokal berbasis media cetak pertama di Indonesia, nyatanya belum memiliki sensitivitas gender dalam menghadirkan berita kekerasan seksual.

Lebih lanjut, bisa dikatakan bahwa media massa melakukan *symbolic annihilation* apabila merujuk pada konsep yang dikemukakan Gaye Tuchman. *Symbolic annihilation* terjadi manakala media merendahkan derajat perempuan karena tidak melihat potensi perempuan sebagai subyek. *Symbolic annihilation* bisa pula menunjukkan terpenuhinya kewajiban pelayanan publik media massa.

Pelayanan untuk kepentingan publik media massa berarti bahwa media membawa sejumlah tugas penting dan pokok dalam masyarakat kontemporer dan menjadi kepentingan umum agar tugas-tugas tersebut dijalankan dengan baik. Secara jelas, menurut kepentingan publik bahwa media tidak menyebabkan masalah sosial maupun serangan ekstrim (McQuail, 2011: 180).

Berita-berita kekerasan seksual di *Suaramerdeka.com*, apabila merujuk pada pernyataan McQuail bisa dikatakan belum memenuhi pelayanan akan kepentingan publik.

Belum terwujudnya pemenuhan akan kepentingan publik yang dimaksud adalah adanya serangan ekstrim dari media massa kepada korban kekerasan seksual yang masih bias gender. Media menggunakan bahasa-bahasa yang tidak sensitif gender dan cenderung menyalahkan korban pemerkosaan sebagai penggoda birahi pemerkosa, atau menyatakan bahwa pemerkosa turut menikmati hubungan seks dengan pelaku.

Apabila merujuk pada sudut pandang pelayanan publik, seharusnya *Suaramerdeka.com* memberi nilai-nilai positif kepada masyarakat untuk menghadirkan berita sensitif gender. Sebagaimana pernyataan McQuail bahwa ide mengenai kepentingan publik juga melibatkan pengharapan positif (McQuail,

2011b: 180). Apabila pelayanan publik tidak dipenuhi oleh media massa, berakibat menggeser tanggung jawab atas norma, etika, dan nilai atas masyarakat (McQuail, 2011b: 181).

Pengemasan berita di *Suaramerdeka.com* pada berita kekerasan seksual yang belum sensitif gender erat kaitannya dengan kebijakan media yang belum sensitif gender pula. Kebijakan media massa kaitannya dengan masalah seksual dinilai oleh Frasser Bond cenderung hanya sebagai rangsangan untuk menarik perhatian pembaca. Hal tersebut mendorong agen-agen industri media meliput peristiwa atau cerita-cerita kejahatan maupun roman-roman tak sehat (dalam Suhandang, 2016: 155).

Media diharuskan bersifat terbuka dan memuat informasi yang benar sesuai dengan fakta. Media harusnya melakukan tugasnya sesuai dengan fungsinya untuk itu diperlukan suatu kebijakan sensitif gender dalam memberitakan berita pemerkosaan yang dialami perempuan untuk pencerahan publik. Sebagai kebijakan komunikasi, kebijakan media massa merupakan kebijakan publik (Abrar, 2008: 13).

Tujuan kebijakan media massa, bisa dilihat dari dua segi, sosiologi dan komunikasi. Dari sisi sosiologi, tujuan kebijakan komunikasi adalah menempatkan proses komunikasi sebagai salah satu bagian dari dinamika sosial yang tidak merugikan masyarakat. Sementara dari sisi komunikasi, kebijakan komunikasi bertujuan untuk melancarkan sistem komunikasi (Abrar, 2008: 16).

Dengan demikian, seharusnya media massa tidak merugikan korban pemerkosaan dengan menimpakan kesalahan padanya. Tegasnya, dari sudut

sosiologi, kebijakan komunikasi yang sensitif gender bisa memberdayakan masyarakat dalam melakukan proses komunikasi.

Guna mewujudkan pelayanan publik, pemberdayaan masyarakat dalam komunikasi agar masyarakat sadar gender sangat diperlukan. Banyak masyarakat dan juga wartawan serta editor di media massa yang tidak sadar bahwa berita yang dibuatnya telah melanggar aturan atau kesetaraan gender yang telah diatur oleh Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Kebijakan media massa Indonesia merupakan kumpulan prinsip dan norma yang mengatur sistem media massa Indonesia. Sebagai kumpulan prinsip dan norma yang mengatur sistem media massa, kebijakan media massa tidak bisa dipisahkan dari perkembangan sosial, politik dan ekonomi sebuah negara.

Media massa merupakan media penyampai informasi perubahan kepada masyarakat sehingga bisa dikatakan sebagai alat konstruksi sosial yang paling ampuh. Pada sebuah industri media massa, biasanya pemilik memiliki andil dalam membentuk kebijakan medianya. Redaksi media tersebut juga memiliki kebijakan tersendiri dalam bentuk atau format dari pemberitaan. Segmentasi pemberitaan biasanya ditentukan oleh redaksi media tersebut.

Pemuatan berita tentang kekerasan seksual terhadap perempuan dengan unsur *blaming the victim* diseleksi terlebih dahulu di meja editor. Banyak kebijakan media yang tidak sensitif gender sehingga berita yang dimuat justru menyalahkan korban pemerkosaan. Dengan tidak adanya kebijakan sensitif gender di media massa, tidak mengherankan apabila berita pemerkosaan dikemas melibatkan unsur *blaming the victim* dengan gaya penulisan yang didramatisasi.

Kebijakan seharusnya memperlihatkan bentuk perhatian yang sensitif gender kepada masyarakat tentang bagaimana membentuk dan mengatur aktivitas sosial, politik, budaya, dan ekonomi, termasuk aktivitas media agar dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi kepentingan umum. Kebijakan dalam media massa mengatur atau membentuk media agar memberikan informasi yang benar tanpa ada yang dilebih-lebihkan atau berpihak bahkan menyakiti masyarakat, utamanya perempuan korban kekerasan seksual.

Peran media massa seharusnya menyentuh persoalan-persoalan yang terjadi di masyarakat secara aktual sebagaimana disebutkan oleh Subiakto (dalam Bungin, 2006: 86-7). Yakni: (1) Harus lebih spesifik dan proporsional dalam melihat sebuah persoalan sehingga menjadi media informasi dan edukasi yang diharapkan masyarakat (tidak mencederai kepentingan publik). (2) Dalam memotret realitas, media massa harus fokus pada realitas sehingga tidak menjadi propaganda kekuasaan, potret figur kekuasaan. (3) Media harus dapat mencerahkan dan mengutamakan fungsinya sebagai lembaga edukasi, bukan lembaga produksi. Sehingga, tidak terjadi pengarusutan berita (bias) dan kelebihan porsi iklan. Sehingga, masyarakat tidak dirugikan. (4) Media massa harus menjadi *early warning system*. Media massa menjadi sebuah sistem dalam sistem besar peringatan terhadap ancaman lingkungan.

Apabila media bisa menjalankan keempat peran tersebut, maka bias pada pemberitaan kekerasan seksual terhadap perempuan bisa diminimalisir hingga kemudian dihilangkan sama sekali. Berita kekerasan seksual dengan unsur *blaming the victim* bisa dihilangkan sama sekali, terutama jika media massa

berani berperan sebagai *early warning system* guna mengupayakan kesetaraan gender. Artinya, media harus mau menyuarakan peringatan bahaya besar yang akan dialami lingkungan (masyarakat) diakibatkan praktik diskriminasi terhadap perempuan. Bahaya diskriminasi gender yang memihak kelompok dominan akan semakin mengukuhkan peran patriarki di masyarakat dan semakin merugikan perempuan sebagai pihak yang ditindas.