

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Media memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Selain digunakan sebagai tempat mencari informasi, media juga dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat melalui pemberitaan. Tak terkecuali pada informasi mengenai kasus prostitusi online artis. Media massa memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk mempengaruhi kesadaran masyarakat, sehingga kasus prostitusi artis berada dalam ruang kesadaran mereka. Frame digunakan untuk memberikan rangsangan pada khalayak agar dapat memunculkan respon emosional dan interpretasi tertentu, sehingga khalayak memiliki anggapan bahwa pesan yang disampaikan media adalah solusi yang logis.

Analisis framing digunakan untuk membedah bagaimana media menampilkan realitas. Teks yang diteliti yaitu berita prostitusi online artis TA yang ditampilkan di Detik.com antara 17 Desember 2020 sampai 10 Februari 2022. Jumlah berita dengan membahas tentang prostitusi artis TA sebanyak 94 berita. Dari total jumlah berita tersebut, peneliti memilih sepuluh berita dengan pertimbangan memiliki tingkat objektivikasi tertinggi menurut peneliti.

#### **5.1 Simpulan**

*Pertama*, terjadi framing objektivikasi seksual pada berita Prostitusi Online Artis TA di Detik.com. Objektivikasi seksual terjadi ketika bagian dan fungsi

perempuan dipisahkan dari dirinya, direduksi menjadi instrument belaka atau dianggap mampu mewakili dirinya. Artinya seluruh eksistensi perempuan diidentifikasi dengan tubuh. Detik.com melakukan objektifikasi seksual melalui diks-diksi yang ditujukan pada TA maupun menampilkan foto TA dengan melekatkan pandangan bahwa TA adalah model seksi, serta dipandang sebagai barang atau hewan.

**Kedua**, adanya framing objektifikasi wanita pada berita Prostitusi Online Artis TA di Detik.com dipengaruhi oleh ideologi dominan yaitu ideologi patrialistik dan kapitalistik. Bentuk objektifikasi seksual yang dilakukan Detik.com semakin mengukuhkan posisi laki-laki sebagai pemegang kuasa. Selain itu, Detik.com memanfaatkan berita-berita yang menyangkut aib, seperti skandal-skandal para artis termasuk prostitusi menjadi sesuatu yang sangat menarik. Karena semakin heboh kasus tersebut, maka pemberitaan tersebut semakin diminati oleh public dan keuntungan yang didapatkan oleh media juga tinggi. Detik.com cenderung memanfaatkan berita kasus prostitusi artis TA untuk meraih keuntungan sebanyak-banyaknya.

**Ketiga**, Objektifikasi Wanita pada Berita Prostitusi Online di Detik.com ini berupa objektifikasi seksual, yaitu perempuan dijadikan objek dan akhirnya terjadi eksploitasi tubuh perempuan untuk mencari keuntungan, menaikkan rating yang tinggi, laba industri. Untuk memperoleh keuntungan, Detik.com menggunakan judul *clickbait* dalam pemberitaan agar pembaca tertarik untuk mengklik dan membaca berita. Dalam mencari keuntungan, Detik.com cenderung tidak memperhatikan Kode Etik Jurnalistik yakni dengan

menampilkan foto artis TA, identitas TA, dan tidak memperhatikan keberimbangan berita. Sehingga, Detik.com melanggar kode Etik Jurnalistik. Selain itu, Detik.com tidak memperhatikan prinsip prinsip *cover both side* dalam pemberitaan, karena cenderung menggunakan satu sumber berita dalam pemberitaan.

*Ke empat*, Detik.com dalam memberitakan kasus prostitusi masih belum memperhatikan sensitifitas gender. Media melakukan kekerasan kepada perempuan dalam bentuk kekerasan bahasa atau teks, kekerasan visual, dan kekerasan dokumen. Penggunaan kata *digiring, dicituk, tarif TA, harga TA* menunjukkan bahwa artis TA sebagai perempuan direndahkan dan disubordinasikan dalam pemberitaan. Detik.com menjelaskan tentang artis TA secara tidak adil. Detik.com cenderung merahasiakan pihak lelaki sebagai pemesan, namun mengungkapkan informasi tentang artis TA secara berlebihan. Detik.com mengukuhkan anggapan bahwa dalam kasus prostitusi, pihak laki-laki merupakan pemegang kuasa.

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melihat bahwa perlu adanya upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi persoalan social yang muncul akibat adanya objektifikasi wanita pada media massa.

### **5.2.1 Rekomendasi Teoritis**

Secara teoritis, teori *standpoint* mampu digunakan untuk melihat posisi perempuan yang ditempatkan pada posisi yang kurang beruntung, karena adanya

budaya patriarki dan kapitalisasi. Sehingga teori ini mampu menjadi kritik bagi budaya patriarki. Akan tetapi, *standpoint theory* belum menjelaskan secara khusus tentang kapitalisasi media.

### **5.2.2 Rekomendasi Praktis**

Pemberitaan yang dibangun oleh media seharusnya memperhatikan aspek keberimbangan. Perlunya perhatian khusus bagi para jurnalis atau pekerja dalam *newsroom* untuk mendalami aturan dan regulasi yang berlaku. Pengarahan dan bimbingan menumbuhkan kesetaraan gender harus selalu dikontrol, sehingga dapat menjaga kestabilan pengetahuan jurnalis tentang narasi berita agar selalu objektif dan komprehensif.

### **5.2.3 Rekomendasi Sosial**

Media harus menyampaikan kebenaran, karena hal tersebut merupakan bagian dari tugas dan kewajiban penting terhadap masyarakat. Media menjadi alat bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Media juga menjadi ruang *public* bagi masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan baru terkait kesetaraan gender dalam tatanan social. Sehingga, perlu sebuah koordinasi yang baik antara media dan masyarakat. Koordinasi ini dapat dilakukan dalam bentuk dialog *public*, seminar FGD tentang sensitif gender. Lebih lanjut, perlunya edukasi tentang literasi media dengan materi berbasis gender. Berbagai elemen harus saling bekerjasama dalam situasi ini. Sehingga, edukasi diharapkan mampu menciptakan kompetensi masyarakat untuk bersama-sama membangun tatanan social yang lebih adil. Tidak ada ketimpangan maupun kecemburuan social yang

nantinya dapat memperkeruh kesenjangan gender menjadi semakin nampak jelas.