

WOMEN IN MASS MEDIA



LAPORAN PENELITIAN STUDI KAJIAN WANITA
TAHUN ANGGARAN 2002

KKB
KK-2B
353.535
10a
P

**POTRET SOSIAL EKONOMI DAN MEKANISME SURVIVAL
PEKERJA WANITA DI SEKTOR MEDIA MASSA
DI JAWA TIMUR**

Oleh:

Dra. RACHMAH IDA, M.Comms.
YUYUN WAHYU I, M.A.
I.G.A.K SATRYA WIBAWA, S.Sos.

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

3000126033141

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai Oleh Bagian Proyek Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia
DIP Nomor : 003/XXIII/1--/2002 Tanggal 1 Januari 2002
Kontrak Nomor : 023/LIT/BPPK-SDM/IV/2002
Ditjen Dikti, Depdiknas
Nomor Urut : 5

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

September, 2002



LEMBAGA PENELITIAN

1. Puslit Pembangunan Regional
2. Puslit Obat Tradisional
3. Puslit Pengembangan Hukum (5923504)
4. Puslit Lingkungan Hidup (5995710)
5. Puslit Pengembangan Gizi (5995720)
6. Puslit/Studi Wanita (5995722)
7. Puslit Olah Raga
8. Puslit Bioenergi
9. Puslit Kependudukan dan Pembangunan (5995719)
10. Puslit/ Kesehatan Reproduksi

Kampus C Unair, Jl. Mulyorejo Surabaya 60115 Telp. (031) 5995246, 5995248, 5995247 Fax. (031) 5962066
E-mail : lpunair@rad.net.id - http://www.geocities.com/Athens/Olympus/6223

3000126033141

IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN STUDI KAJIAN WANITA

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. a. Judul penelitian | : Potret Sosial Ekonomi dan Mekanisme Survival
Pekerja Wanita di Sektor Media Massa di
Jawa Timur |
| b. Macam penelitian | : Terapan |
| 2. Kepala Proyek Penelitian | |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : Dra.Rachmah Ida, MA |
| b. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| c. Pangkat/Golongan dan NIP | : Lektor / IIC NIP.132 061 811 |
| d. Jabatan Sekarang | : Staf pengajar Ilmu Komunikasi |
| e. Fakultas/Puslit/Jurusan | : Pusat Studi Wanita |
| f. Univ/Inst./Akademi | : Universitas Airlangga |
| g. Bidang ilmu yang diteliti | : Gender |
| 3. Jumlah Tim Peneliti | : 2 orang |
| 4. Lokasi Penelitian | : Surabaya |
| 5. Kerjasama dengan instansi lain | : |
| a. Nama instansi | : - |
| b. Alamat | : - |
| 6. Jangka Waktu Penelitian | : 5 Bulan |
| 7. Biaya yang diperlukan | : Rp 6.000.000,- (Enam Juta Rupiah) |

Surabaya, 23 Oktober 2002

Mengetahui :
Puslit Studi Wanita
Kepala,

Dra. Emy Susanti, M.A.
NIP 131 406 097

Ketua Peneliti,

Dra.Rachmah Ida, MA
NIP 132 061 811

Menyetujui:
Lembaga Penelitian Unair
K e t u a,

Prof. Dr. H. Sarmanu, MS
NIP. 130 701 125



Ringkasan

(POTRET SOSIAL EKONOMI DAN MEKANISME SURVIVAL PEKERJA WANITA DI SEKTOR MEDIA MASSA DI JAWA TIMUR, Rachmah Ida, Yuyun W.I Surya, IGAK Satrya Wibawa, 2002, 78)

Penelitian ini mengangkat permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimanakah potret atau kondisi sosial ekonomi pekerja wanita di sektor media massa di Jawa Timur? (2) Bagaimanakah mekanisme survival yang dilakukan oleh pekerja wanita di sektor ini untuk mengatasi persoalan atau situasi sosial ekonomi dalam keluarganya? (3) Bagaimanakah gaya hidup pekerja wanita di sektor media massa di luar aktifitas rutin pekerjaannya? (4) Bagaimanakah eksistensi, kondisi kerja, dan fasilitas yang diperoleh pekerja wanita di sektor media massa? (4) Apakah ada perbedaan dengan pekerja laki-laki? Hal tersebut penting untuk diketahui mengingat dunia pers, misalnya, hingga saat ini masih identik dengan dunia laki-laki. Sehingga pekerja jurnalistik yakni wartawan dan reporter dalam industri media massa tetap didominasi oleh proporsi jumlah kaum laki-laki daripada kaum perempuan. Pekerjaan menjadi wartawan atau reporter diidentifikasi stereotipe sebagai pekerjaan laki-laki, dimana perempuan dianggap oleh publik tidak cocok atau tidak pantas menjadi wartawan. Asumsi-asumsi yang tidak menguntungkan inilah yang akhirnya berdampak terhadap terjadinya peringgiran kaum perempuan dalam industri pers dan media massa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tingkat kesejahteraan atau kondisi sosial ekonomi pekerja wanita di sektor media massa. Selain itu juga penelitian ini ingin memperoleh gambaran mekanisme survival yang dilakukan oleh pekerja wanita tersebut dalam mengatasi kehidupan sosial ekonomi keluarganya. Hal ini mengingat beberapa pekerja perempuan mengalami perlakuan yang diskriminatif dalam perolehan tunjangan keluarganya. Tujuan lainnya adalah ingin melihat gambaran gaya hidup kaum perempuan yang bekerja di industri media massa sendiri.

Metode penelitian ini adalah survei kuantitatif yang akan dilakukan kepada para perempuan yang bekerja di industri media massa di Surabaya khususnya dan Jawa Timur pada umumnya. Sedangkan tipe penelitian ini adalah deskriptif, yakni memberikan gambaran potret sosial ekonomi dan gaya hidup para pekerja wanita di media massa.

Responden dalam penelitian ini adalah wanita yang bekerja di beberapa surat kabar.

radio-radio swasta dan RRI, serta yang bekerja di TVRI

Jumlah responden yang akan diteliti ditetapkan sebanyak 100 orang dengan cara mengambil secara purposive-random.

Data akan dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner kepada para responder dengan pertanyaan tertutup dan semi terbuka. Sedangkan diskusi dan interpretasi data akan dilakukan secara kualitatif. Untuk mendapatkan gambaran kualitatif yang komprehensif penelitian ini juga akan melakukan wawancara mendalam atau depth interview dengan beberapa responden

Penelitian ini menunjukkan bahwa pekerjaan dalam industri media massa masih dianggap kurang memenuhi kebutuhan dari sisi materiil atau penghasilan bagi kaum perempuan. Dalam arti penghargaan ekonomis atau material yang diberikan kepada perempuan dalam standar hidup yang sederhana. Terutama mereka yang bekerja pada institusi media milik pemerintah dengan status pegawai negerinya seringkali mengeluhkan ke tidak puas dengan renumerasi yang diterimanya setiap bulan.

Sebagian besar perempuan pekerja di industri media massa baik yang belum berkeluarga maupun yang sudah menyatakan cukup puas atau cukup dengan penghasilan yang diterimanya setiap bulan. Ada dua alasan utama mengapa sebagian besar merasa cukup dengan penghasilannya. *Pertama*, mereka yang bekerja lebih banyak mengharapkan gaji suami atau penghasilan suami sebagai *income* atau penghasilan utama untuk keluarga. Sementara penghasilan perempuan sendiri masih dianggap oleh perempuan untuk dirinya sendiri. Walaupun ada beberapa yang mengaku men-*share* dengan penghasilan suami. *Kedua*, bagi perempuan yang masih *single*, karena mereka masih ikut orang tua, sehingga penghasilan yang diterimanya cukup untuk kebutuhan sendiri sehari-hari.

Sebagian besar responden juga menyatakan sudah tidak ada lagi diskriminasi dalam duni kerjanya. Walaupun pernyataan mereka bias, bahwa dalam hal tertentu tidak ada pembedaan namun dalam hal lain perempuan masih saja dibedakan, misalnya system penggajian, pemberian tunjangan keluarga, tunjangan kesehatan, dan lain-lain. Namun perempuan tidak menyadari adanya perbedaan ini. Akan halnya fasilitas yang diterima, perempuan merasakan semuanya sama, walaupun untuk urusan teknologi perempuan masih jauh tertinggal dengan laki-laki.

Penggunaan teknologi komunikasi dan informasi misalnya, seperti internet jauh dari yang diharapkan. Sedikit sekali perusahaan yang memberikan fasilitas internet kepada karyawannya termasuk perempuan, sehingga mereka harus mengakses sendiri. Karena

harus menggunakan uang sendiri, maka perempuan malas untuk menggunakan teknologi informasi ini.

Dalam melihat prospek pekerjaannya (dalam dunia media massa) sebagian menyatakan bagus dan pantas untuk perempuan, namun sayangnya masih dengan perspektif pandangan stereotip, misalnya karena perempuan 'luwes', 'teliti', dan sebagainya yang membedakan sifat itu dari laki-laki, sehingga cocok untuk perempuan. Belum lagi karena alasan fleksibilitas waktu. Dual role atau peran ganda perempuan disadari dan diterima perempuan pekerja sendiri.

Gaji/penghasilan bukan motivasi utama ketika mereka memilih untuk terjun dalam dunia jurnalistik dan kepenyiaran. Pengalaman dan aktivitas serta jenis pekerjaan ini yang menantang mereka untuk menggelutinya. Walaupun memang tidak semuanya menyatakan hal ini, ada pula beberapa yang melihat bahwa bekerja di bisnis media karena gaji yang dicari selain pengalaman.

Penelitian ini lebih difokuskan dalam hal profil sosial ekonomi dan mekanisme survival pekerja perempuan. Akan tetapi dalam hasilnya, perempuan sendiri terutama yang bekerja di media massa merasakan sudah cukup dengan penghasilan yang diterima dan lebih menggantungkan terhadap suami, sehingga variasi sisi social ekonomi pekerja perempuan di sektor ini belum begitu mendalam. Lebih baik jika fokus kemudian diarahkan kepada bagaimana mereka mengatasi hambatan sosial ekonomi yang berhubungan dengan diskriminasi penghasilan yang diterima oleh perempuan, misalnya.

(Pusat Penelitian Studi Wanita, Lemlit Universitas Airlangga, 023/LIT/BPPK-SDM/IV/2002)

SUMMARY

(SOCIO-ECONOMIC PORTRAIT AND SURVIVAL MECHANISM OF WOMEN
WORKER IN MASS MEDIA IN EAST JAVA, Rachmah Ida, Yuyun W.I Surya, IGAK
Satrya Wibawa)

This research aims to explore (1) What is the socio-economic portrait of women worker in mass media in East Java? (2) How does their survival mechanism in handling social economic problem in their families? (3) What is their lifestyle outside their routine work activities? (4) What kind of work condition and facility they get? (5) Are there any differences between women and men worker? These are important as mass media particularly press are identic with men. Thus journalists in quantity are still dominated by male rather than female. People still think that woman is not suitable to and appropriate to work in this area. This work is typically man's work. This assumption gives disadvantage to women as they become marginalised.

This research aimed at describing prosperity level or socio-economic condition of women worker in mass media. Furthermore it also aims to describe their survival mechanism in handling socio-economic problem in their family. These are based on the fact that women worker still experience discrimination in getting their income. It also tries to get their life style.

This research uses quantitative survey as the method in collecting data from women worker in mass media in Surabaya and East Java in general. Therefore the research type is classified as descriptive, which is trying to describe women worker's socio-economic portrait and life style in mass media. Women work in newspapers, radio stations (private and state-owned) and state-owned television station (TVRI). A hundred respondents are purposefully selected.

Data are gathered through questionnaire with closed and open-ended questions. A qualitative discussion and interpretation were added to get a comprehensive description using depth interview for some selected respondents.

This research reveals that work in mass media is still considered as less fulfilling particularly in material and income monthly for women. It happens mostly in state-owned media institution. Although they said they are satisfy with it. There are reasons for it which are: those who have husband were expected to receive their husband's wage as an income

for their family expenses. Whereas women's income is only for themselves. The other reason is, for single women worker, the income is enough as they still live in their parents' houses.

Most of the respondents said that there is no longer discrimination in the workplace. Although in fact it is biased, as to some extents there are still discrimination practices such as in remuneration system, health insurance, family support , etc. However, women worker do not have an awareness on this discrimination. Another issue is related to technology. Women worker are lack of technology usage compare to their men counterparts.

In seeing the career prospect, some of the respondents think that it is good and suitable for women, yet this thought were followed by stereotypical view of women. Dual role of women is in fact accepted and realised by women worker themselves. Income is not the main motive for women worker to choose to work in mass media. Experience and variety of challenging activities are the main motives.

This research focuses more on socio-economic profile and survival mechanism of women worker. Therefore, it is better to undertake research that is focus more on how women worker overcome socio-economic barrier related to income discrimination.

(Pusat Penelitian Studi Wanita, Lemlit Universitas Airlangga, 023/LIT/BPPK-SDM/IV/2002)

KATA PENGANTAR

Konstruksi sosial atas perempuan yang tidak menguntungkan ini, membawa konsekuensi pragmatis, perempuan dianggap sebagai *the second wage earner* oleh masyarakat. Laki-laki adalah pencari nafkah utama keluarga (*breadwinner*), sementara penghasilan perempuan tidak diperhitungkan sebagai penghasilan utama dalam keluarga. Persoalan ini menjadi krusial, manakala dunia industri bisnis mulai melakukan diskriminasi atas numerasi *reward* atau penghasilan yang harus diterima oleh perempuan. Asumsi stereotipe yang merugikan perempuan tidak diasadari banyak pihak telah menimbulkan diskriminasi terhadap peran serta dan eksistensi perempuan.

Dunia pers, misalnya, hingga saat ini masih identik dengan dunia laki-laki. Sehingga pekerja jurnalistik yakni wartawan dan reporter dalam industri media massa tetap didominasi oleh proporsi jumlah kaum laki-laki daripada kaum perempuan. Pekerjaan menjadi wartawan atau reporter diidentifikasi stereotipe pekerjaan laki-laki. Perempuan dianggap oleh publik tidak cocok atau tidak pantas menjadi wartawan. 'Ketidak-pantasan' digunakan sebagai alat untuk tidak memberikan peluang kepada kaum perempuan dalam dunia pers ini. Kaum perempuan dianggap lemah dan kurang mampu menghadapi tantangan lapangan yang berat meliput peristiwa. Ditambah lagi kaum perempuan tidak pantas jika harus pulang terlalu malam, sementara pekerjaan sebagai jurnalis identik dengan pekerjaan malam.

Ucapan terima kasih terutama kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian Universitas Airlangga, dalam hal ini Prof.Dr.H.Sarmanu, MS selaku ketua Lembaga Penelitian, yang telah memberikan kesempatan dan dana kepada peneliti untuk mengadakan observasi di lapangan hingga penyelesaian penulisan laporan penelitian ini.

Karya ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kekurangan yang ada di dalamnya, membuka peluang bagi siapapun untuk memberikan masukan dan kritik untuk lebih menyempurnakan dan memperbaiki karya ini lebih lanjut.

Harapan peneliti semoga laporan ini bisa menjadi masukan dan bahan kajian bagi siapapun yang memperhatikan penerapan kesetaraan gender di media massa. Akhir kata, semua saran ataupun kritik dari berbagai pihak dengan senang hati dan segenap kerendahan hati, peneliti akan memperbaiki laporan ini.

Surabaya, 25 September 2002
Peneliti

Rachmah Ida, M.Comms

Daftar isi

Halaman Judul		
Lembar Identitas dan Pengesahan		
Kata Pengantar		
Daftar Isi		
Bab I	Pendahuluan	1
	I.1. Latar Belakang Masalah	1
	I.2. Perumusan Masalah	6
Bab II	Tinjauan Pustaka	7
Bab III	Tujuan dan Manfaat	26
	III.1. Tujuan Penelitian	26
	III.2. Manfaat Penelitian	27
Bab IV	Metode Penelitian	28
Bab V	Hasil dan Pembahasan	32
	V.1. Profil Pekerja Perempuan di sektor Media Massa	32
	V.2. Gambaran Pekerjaan Perempuan di Institusi Media Massa	38
	V.3. Motivasi Perempuan Bekerja di Media Massa	42
	V.4. Fenomena Perempuan Bekerja di Media Massa	44
	V.5. Kondisi Sosial ekonomi Responden	46
	V.6. Mekanisme Survival Pekerja Perempuan	50
	V.7. Penghasilan Suami vs Penghasilan Istri	53
	V.8. Gaya Hidup Pekerja Perempuan	55
	V.9. Perempuan dan Teknologi	58
	V.10. Perempuan dan Teknologi Komunikasi dan Informasi	59
	V.11. Pandangan dan Opini Pekerja Perempuan terhadap Kondisi Kerja dan Fasilitas Pekerja perempuan di Media Massa	63
	V.12. Pandangan dan Opini Pekerja Perempuan terhadap Eksistensi dan Kedudukan Pekerja Perempuan di Media Massa	68
	V.13. Pandangan dan Opini Perempuan tentang "Dunianya" (yang digeluti saat ini)	70
Bab VI	Kesimpulan dan Saran	73
	VI.1. Kesimpulan	73
	VI.2. Saran	76
Daftar Pustaka		77

Bab I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Penelitian

Persoalan gender yang hingga kini belum pernah terselesaikan dalam ruang publik di tanah air adalah perlakuan yang tidak adil (*gender inequality*) terhadap kaum perempuan. Sejak lama hak-hak perempuan mengalami perlakuan yang tidak menguntungkan. Peran serta dan keberadaan kaum perempuan selama ini masih dilihat sebelah mata dan cenderung tidak dilibatkan dalam segenap aspek pembangunan negara. Ditambah lagi dengan kuatnya budaya patriarki dan stereotipe yang muncul tentang perempuan itu sendiri.

Dalam konteks pembangunan negara, indikator keberhasilan pembanguana selama ini dilihat dalam tataran 'makro'. Dimana fokus perhatian terpusat pada GDP dan GDB. Karena fokus perhatian terpusat pada persoalan tersebut, maka hanya sektor-sektor formallah yang ter-cover dalam kegiatan pembangunan, sementara mengesampingkan sektor informal dimana mayoritas perempuan terlibat dalam sektor ini. Kurangnya perhatian terhadap sektor informal, sekaligus negasi terhadap peran serta perempuan dalam pembangunan, semakin meminggirkan eksistensi kaum ini di wilayah publik negara. Belum lagi energi dan peran perempuan di sektor domestik, kerumahtanggaan, masih diabaikan sebagai bagian dari peran serta perempuan dalam pembangunan negara.

Kenyataan seperti diatas, berpengaruh juga terhadap pembagian peran dan aktivitas perempuan baik di ranah domestik maupun publik. Di ranah publik misalnya, proporsi perempuan yang ditempatkan pada posisi *policy maker* atau pengambil kebijakan dalam



organisasi, instansi negara, maupun dalam dunia bisnis dan industri masih sangat sedikit jumlahnya. Dominasi laki-laki masih kental dalam posisi penting terutama pengambil keputusan. Pandangan stereotipe terhadap perempuan akhirnya merugikan eksistensi perempuan di sektor formal/publik.

Konstruksi sosial atas perempuan yang tidak menguntungkan ini, membawa konsekuensi pragmatis, perempuan dianggap sebagai *the second wage earner* oleh masyarakat. Laki-laki adalah pencari nafkah utama keluarga (*breadwinner*), sementara penghasilan perempuan tidak diperhitungkan sebagai penghasilan utama dalam keluarga. Persoalan ini menjadi krusial, manakala dunia industri bisnis mulai melakukan diskriminasi atas numerasi *reward* atau penghasilan yang harus diterima oleh perempuan. Asumsi stereotipe yang merugikan perempuan tidak diasadari banyak pihak telah menimbulkan diskriminasi terhadap peran serta dan eksistensi perempuan.

Dunia pers, misalnya, hingga saat ini masih identik dengan dunia laki-laki. Sehingga pekerja jurnalistik yakni wartawan dan reporter dalam industri media massa tetap didominasi oleh proporsi jumlah kaum laki-laki daripada kaum perempuan. Pekerjaan menjadi wartawan atau reporter diidentifikasi stereotipe pekerjaan laki-laki. Perempuan dianggap oleh publik tidak cocok atau tidak pantas menjadi wartawan. 'Ketidak-pantasan' digunakan sebagai alat untuk tidak memberikan peluang kepada kaum perempuan dalam dunia pers ini. Kaum perempuan dianggap lemah dan kurang mampu menghadapi tantangan lapangan yang berat meliput peristiwa. Ditambah lagi kaum perempuan tidak pantas jika harus pulang terlalu malam, sementara pekerjaan sebagai jurnalis identik dengan pekerjaan malam.

Asumsi-asumsi yang tidak menguntungkan inilah yang akhirnya berdampak terhadap terjadinya peminggiran kaum perempuan dalam industri pers dan media massa. Penelitian yang

dilakukan oleh Ashadi Siregar dan kawan-kawan (1999) terhadap keberadaan kaum perempuan di industri pers, menunjukkan bahwa dominasi kaum laki-laki dalam industri jurnalistik masih tinggi. Sementara keberadaan kaum perempuan menjadi minoritas. Awal muasal keterpinggiran perempuan salah satunya disebabkan karena faktor kerja malam dan hambatan kultural lainnya yang masih stereotipe, sehingga kaum perempuan tidak pantas untuk menduduki pekerjaan jurnalis ini.

Meskipun terjadi peningkatan yang signifikan dalam hal jumlah pekerja perempuan di sektor media massa ini, namun jumlah mereka, yang menduduki jabatan struktural ataupun *policy maker* di industri ini masih minim. Walaupun ada, mereka menduduki struktur jabatan yang lunak seperti di bagian/*desk* keredaksionalan yang tidak berkaitan dengan berita-berita atau rubrik-rubrik serius.

Studi yang dilakukan oleh Ashadi Siregar dkk (1999) juga memberikan gambaran tentang penghasilan dan fasilitas yang diberikan perusahaan media massa kepada jurnalis perempuan. Ada beberapa perusahaan media massa yang tidak memperlakukan perbedaan penghasilan antara kaum laki-laki dan perempuan, namun masih ada yang melakukan tindakan diskriminatif. Seperti misalnya pemberian tunjangan, ada perusahaan pers yang memberikan tunjangan keluarga hanya kepada jurnalis laki-laki, tidak terhadap jurnalis perempuan. Jurnalis laki-laki memperoleh tunjangan istri dan anak, bahkan ada perusahaan surat kabar yang memberikan tunjangan keluarga ini untuk laki-laki sampai anak ketiga. Sedangkan untuk jurnalis perempuan, mereka tidak menerima tunjangan keluarga. Jurnalis perempuan tidak menerima tunjangan untuk suami dan anak, walaupun diberikan tunjangan keluarga hanya anak pertama yang mendapat sementara anak kedua dan seterusnya tidak. Perbedaan pemberian tunjangan ini telah menimbulkan diskriminasi terhadap kaum perempuan itu sendiri. Apakah

karena selama ini anggapan bahwa istri ikut suami, sehingga tunjangan keluarga hanya diberikan kepada lakilaki/suami tidak kepada perempuan/istri? Bagaimana dengan jurnalis perempuan yang suaminya tidak bekerja atau memperoleh penghasilan yang kecil bagi keluarga?

Berangkat dari hasil penelitian di atas, penelitian ini lebih di fokuskan pada keinginan untuk melihat gambaran bagaimana keadaan sosial ekonomi jurnalis perempuan sebenarnya? Jika dari sisi penerimaan penghasilan saja mereka dibedakan dengan yang diperoleh oleh jurnalis laki-laki. Tambahan lagi berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jawa Timur (Rochman dkk, 2000) menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan jurnalis di Jawa Timur masih sangat rendah. Rata-rata penghasilan mereka adalah Rp. 250.000,- sampai Rp. 500.000,- sebulan. Dengan kecilnya penghasilan ini tak jarang wartawan mudah menerima amplop dan melakukan pekerjaan sambilan di dunia jurnalistik. Ini yang pada akhirnya mempengaruhi kadar independensi wartawan dan kualitas dunia jurnalistik sendiri. Sayangnya penelitian AJI tersebut belum melihat secara detail bagaimana perbedaan antara wartawan laki-laki dan perempuan.

Sementara perempuan sendiri, dalam konteks masyarakat Jawa, menjadi '*master*' (tuan rumah) sekaligus '*manager*' (pengelola) sumber daya terutama keuangan dalam rumah tangga (Sullivan 1994). Perempuan mempunyai '*dual role*', peran ganda yang selama ini di konstruksikan kepada masyarakat, selain sebagai pekerja yang juga mencari tambahan kebutuhan rumah tangga, sekaligus juga sebagai '*pengatur*' lalu lintas pengeluaran dalam kesehariannya. Karena itu perlu untuk melihat, bagaimana strategi atau mekanisme yang dijalankan oleh perempuan pekerja (*working women*) dengan kehidupan yang harus dia hadapi di sisi domestik kehidupannya. Pekerja wanita yang dimaksud disini tidak hanya wartawan di

media cetak tapi juga reporter dan staf redaksi yang bekerja di radio dan televisi di Jawa Timur.

Hasil-hasil studi terdahulu tersebut, menjadi data dasar dan latar belakang perlunya penelitian ini dilakukan. Dengan tujuan ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kesejahteraan pekerja perempuan di sektor media massa dan mekanisme survivalnya jika beberapa fakta menunjukkan bahwa telah terjadi diskriminasi terhadap keberadaan wartawan di dunia kerjanya. Fokus penelitian dipersempit dengan mengambil subyek, para pekerja perempuan di sektor industri media massa.

Selain itu, penelitian ini dimaksudkan juga untuk melihat bagaimana aspek politik, terutama era transisional Indonesia mempunyai korespondensi atau signifikansi terhadap reformasi peran dan kedudukan perempuan di ranah-ranah publik di tanah air. Mengingat dominasi Orde Baru terhadap perempuan telah tumbang, sementara perspektif Indonesia baru akan dilihat apakah mempunyai dampak terhadap kedudukan perempuan, khususnya pekerja perempuan di sektor media massa saat ini. Selanjutnya, era kebebasan pers dan informasi telah memberikan atmosfer yang baik bagi perkembangan industri media di tanah air. Apakah aspek ekonomi-politik industri media ini mempunyai implikasi yang berarti bagi kebaikan dan kemajuan pekerja perempuan di bisnis media, terutama dalam regional konteks?

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka beberapa permasalahan yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah potret atau kondisi sosial ekonomi pekerja perempuan di sektor media massa ?
2. Bagaimanakah mekanisme survival yang dilakukan oleh pekerja perempuan di sektor ini untuk mengatasi persoalan atau situasi sosial ekonomi dalam keluarganya?
3. Bagaimanakah gaya hidup pekerja wanita di sektor media massa di luar aktifitas rutin pekerjaannya?
4. Bagaimanakah eksistensi, kondisi kerja, dan fasilitas yang diperoleh pekerja wanita di sektor media massa? Apakah ada perbedaan dengan pekerja laki-laki?

Bab II

Tinjauan Pustaka

Beberapa studi yang dilakukan untuk melihat posisi dan peran perempuan di media massa di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa peneliti di bidang komunikasi dan media di tanah air. Sementara itu sebelum mengupas tentang fenomena pekerja perempuan di sektor media massa dan tingkat kesejahteraan perempuan, maka dalam bab tinjauan pustaka ini beberapa review terhadap tulisan-tulisan dan teori baik dari perspektif Indonesia dan Barat dimaksudkan untuk melihat apa yang telah terjadi dan apa yang belum pernah dilakukan. Tinjauan pustaka disini akan: (i) mengupas dan menyajikan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan kedudukan dan peran perempuan dalam pembangunan khususnya di Indonesia dengan pendekatan historis, yakni melihat apa yang telah terjadi dengan kedudukan perempuan di era Orde Baru, dan membawa kedalam perspektif kekinian, bagaimana peran perempuan paska orde Reformasi, yakni di era transisional ini. (ii) Dalam kajian pustaka ini pula akan di lihat fenomena segregasi pekerjaan yang seolah 'boleh' dan 'tidak boleh' dilakukan oleh perempuan dalam bidang komunikasi dan bisnis teknologi informasi (iii) Gambaran hasil penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan terhadap keberadaan pekerja perempuan di sektor media dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

II.1. Peran Perempuan Dalam Pembangunan Indonesia: Deskripsi Ringkas Dari Orde Baru ke Era Reformasi

Peran dan kedudukan kaum perempuan di Indonesia sudah sejak lama tidak

menguntungkan. Hegemoni negara terhadap status perempuan dalam pembangunan, tidak pernah menempatkan dan menjadikan kaum perempuan sebagai subyek pembangunan. Dalam konsepsi Orde Baru, peran serta perempuan lebih di tempatkan pada domestikasi daripada aktor yang mempunyai hak sama dengan laki-laki dalam pembangunan nasional. Konsepsi '*state-ibuisism*' yang di lansir oleh Julia Suryakusumah (1996) , menunjukkan bahwa peran perempuan tidak lebih dari sekedar pendamping suami. Perempuan di asumsikan tidak akan bisa mandiri, jika tidak ada suami/laki-laki di belakangnya.

Sub ordinasi terhadap kaum perempuan semakin mengerucut, manakala rejim Orde Baru menggunakan konsep-konsep Jawa tentang kedudukan dan status perempuan yang "surga nunut, neraka katut". Status perempuan selalu di lekatkan dengan laki-laki. Dalam kegiatan pembangunan perempuan di berikan peran di garis belakang yakni rumah tangga. Urusan kesehatan keluarga, mempersiapkan generasi bangsa, mengurus anak, membesarkan dan menjaga anak di rumah adalah tanggung jawab perempuan yang disosialisasikan oleh negara untuk menempatkan perempuan dalam garis peripheral pembangunan. Seperti kaum minoritas lainnya –suku bangsa, agama, ras- perempuan tidak pernah memperoleh kesempatan yang sama.

Di era reformasi, setelah jatuhnya Suharto dan Orde Baru tahun 1998, Indonesia mengalami beberapa transformasi sosial, politik, dan ekonomi. Dalam hal perlakuan diskriminatif terhadap perempuan di tanah air, selain dengan meratifikasi keputusan Konggres Perempuan di kota Beijing, untuk berjuang melawan dan menghapuskan segala tindak kekerasan terhadap perempuan. Dalam bidang ketenaga kerjaan, pemerintah juga telah melakukan beberapa reformasi terhadap *gender equity* atau kesetaraan gender kepada pekerja Indonesia tertuang dalam Undang-Undang ketenaga kerjaan No. 25/1997 telah

kehidupan rumah tangga masih tetap langgeng untuk menempatkan dan sekaligus melegitimasi bahwa domestik *sphere* adalah tempat perempuan yang tepat untuk beraktifitas. Hasil dari konstruksi kultural ini adalah salah satu faktor yang menempatkan apapun posisi perempuan diluar (publik) tetap beban keluarganya harus dipikul. Beban sebagai 'master' sekaligus 'manager' dalam rumah tangga mengharuskan perempuan untuk pandai-pandai mengatur pendapatan ekonomi dan kelangsungan proses *murturing* dalam rumah tangga. Besar kecil *income* rumah tangga yang diperoleh oleh anggota keluarga, akan kembali lagi kepada perempuan. Betatapun keadaannya dan sesulit apapun kondisi sosial ekonomi keluarga menjadi tanggung jawab perempuan. Maka tak jarang perempuan harus pandai-pandai mengaturnya, strategi survival yang ditempuh oleh perempuan banyak cara, mulai mengikuti arisan –sebagai bentuk spekulasi menambah pendapatan tak terduga bagi rumah tangga—sampai 'nge-bon' atau hutang bahan pokok makanan untuk tetap menjaga kelangsungan hidup keluarga. Peran sebagai 'manager' keluarga akhirnya menyulitkan perempuan sendiri. Dalam konstruksi peran ini, negara mempunyai peran yang signifikan dalam kontribusi pelanggaran pembentukan peran dan posisi perempuan dalam rumah tangga (Saptari 2000).

11.2. Segregasi Pekerjaan Perempuan

Berbagai studi yang dilakukan baik tentang analisis isi media dan keberadaan media dalam institusi media sendiri tidak pernah menampakkan hasil yang menggembirakan untuk kajian perempuan. Dalam banyak studi analisis isi image perempuan yang di representasikan dalam media selama bertahun-tahun terus saja menampakkan hasil bahwa perempuan tidak pernah 'beruntung'. Dalam posisi apapun perempuan selalu digambarkan emosional, sub

ordinan, dan kelemahan yang jauh berbeda bila dibandingkan dengan konstruksi atas laki-laki.

Paralel dengan studi analisis isi, studi tentang perempuan dalam institusi media tidak jauh berbeda. Konstruksi sosial yang melemahkan perempuan masih tetap saja menjadi dominasi hasil survey kuantitatif dan kualitatif dalam bidang area ini. Pembagian pekerjaan antara perempuan dan laki-laki dalam institusi ini, misalnya, telah menunjukkan bagaimana laki-laki memperoleh posisi yang lebih kuat dibandingkan perempuan. Pascoe (2000) menulis sebuah feature artikel yang mengangkat persoalan perempuan dan teknologi. Dalam tulisannya Pascoe menyatakan bahwa dalam perkembangan dan aplikasi teknologi saat ini, keterlibatan perempuan sangat minim, bahkan cenderung diremehkan walau perempuan telah menjadi direktur utama dalam firma-firma teknologi informasi. Tulisan yang berjudul "*women out of technology*" menjelaskan bahwa, para pemilik (investor) bisnis teknologi informasi menjauh dari beberapa perusahaan/firma internet yang dipimpin oleh perempuan. Pascoe (2000) mencontohkan bagaimana kesulitan pebisnis perempuan dalam bidang internet menghadapi masalah ini. Contohnya, direktur *lastminute.com*, *World Online*, dan *Miss Boo*, mengalami kesulitan bisnis bukan karena bisnis mereka dipertanyakan tetapi karena para direkturnya adalah perempuan. Segregasi kedudukan dan posisi perempuan dalam industri teknologi dan media seolah mempertanyakan kehandalan dan status perempuan dalam sektor publik ini.

Fenomena di atas tanpa disadari pada akhirnya memberikan batasan-batasan sektor publik mana yang boleh dikuasai perempuan dan mana yang tidak boleh dikuasai perempuan. Sehingga hal ini mendukung adanya konstruksi sosial masyarakat bahwa telah terjadi stereotip pekerjaan antara pekerjaan perempuan dan laki-laki. Ashadi Siregar (1999:ix) menyatakan bahwa stereotip yang terjadi di masyarakat disadari atau tidak sudah menginternalisasi cara berpikir masyarakat akibat sosialisasi yang dilakukan sejak awal tetap dipertahankan dan secara

sengaja dimanfaatkan oleh pihak yang menduduki posisi hegemonik dalam struktur sosial masyarakat itu sendiri.

Pandangan stereotip terhadap peran perempuan dan laki-laki, membawa konsekuensi terhadap jenis pekerjaan yang pantas dan tidak pantas digeluti oleh kaum perempuan dan laki-laki. Menurut Pamela Creedon (1994), stereotip pekerjaan antara perempuan dan laki-laki sebenarnya terjadinya sejak sosialisasi awal seorang mahasiswa di Perguruan Tinggi misalnya. Menurutnya mahasiswa yang lulus dari jurusan Jurnalistik di Perguruan Tinggi, 60% lulusan laki-lakinya mencari kerja dan diterima sebagai jurnalis/wartawan di media massa di AS. Sedangkan hanya 40% mahasiswa perempuan yang berprofesi sebagai jurnalis/wartawan (Pamela, h.91). Jumlah lulusan perempuan dari jurusan Komunikasi sendiri menurut Creedon lebih memilih untuk menjadi Public Relations Officer atau petugas humas. Sehingga menurutnya, stereotip itu sendiri telah terinternalisasi dalam diri siswa-siswa di Perguruan Tinggi bahwa dunia kerja laki-laki dan perempuan berbeda. Dari hasil pengamatan Creedon juga (1994) ditemukan bahwa di masyarakat sendiri ada pembedaan jenis pekerjaan yang bisa atau pantas dilakukan oleh anak perempuan dan anak laki-laki.

II.3. Studi Tentang Pekerja Perempuan Dalam Industri Media

Menurut McQuail (2000: 353) hasil produksi teks-teks media yang lebih sarat gender diskriminatif sebenarnya juga dipengaruhi oleh ideologi, nilai-nilai, dan latar belakang wartawan atau penulisnya sendiri. Wartawan atau penulis yang memproduksi teks-teks berita atau informasi di media massa secara tidak langsung juga menawarkan nilai-nilainya dalam tulisan yang dibuatnya, sehingga telah menggiring serta membentuk image masyarakat



pembaca terhadap keberadaan realitas itu sendiri. Dalam hal ini, dikhawatirkan jika lebih banyak laki-laki yang mendominasi dalam institusi media massa terutama dalam struktur editorialnya, maka produksi pemberitaan diperkirakan akan lebih dominan berperspektif patriarkhi dan akan bias gender.

Dalam studinya tentang 'women on the screen and behind the scene' terhadap 65 tayangan seri drama sepanjang tahun 1995-6 di televisi, Lauzen (1999) menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan bahwa seri (tayangan) yang di tulis, diproduksi, dan di sutradarai oleh perempuan berhubungan dengan profil dan karakter perempuan dalam tayangan tersebut. Sebanyak 37% dari semua karakter, 43%-nya dari karakter utama adalah perempuan, namun karakter perempuan ini masih saja tidak menunjukkan indikasi yang berarti berkaitan dengan 'pengangkatan' karakter perempuan ke posisi yang lebih baik. "Hubungan antara penulis perempuan dan kekuatan bahasan yang digunakan oleh karakter/pemain perempuan sangat kecil berhubungan" (Lauzen, h. 8). Sutradara perempuan, misalnya, dihubungkan hanya pada saat karakter perempuan harus bicara daripada ketika karakter laki-laki yang berbicara atau sedang berakting.

Dalam industri penyiaran (broadcasting) televisi dan radio, memang posisi dan status perempuan masih problematic. Studi yang dilakukan Phalen (2000) dari hasil wawancaranya dengan 14 manager perempuan di beberapa stasiun televisi dan radio di Amerika menyatakan bahwa meskipun saat ini perempuan mengalami kemajuan dan terlibat kedalam posisi yang memiliki otoritas namun masih saja dalam stuktur penyiaran mereka menghadapi kendala dan konflik dengan budaya dominan. Beberapa manager perempuan tersebut melakukan adaptasi terhadap budaya yang ada, sementara yang lainnya melakukan konfrontasi terhadap budaya dominan tersebut dengan maksud untuk merubahnya. Diantara manager perempuan itu sendiri

tidak ada kesepakatan bagaimana sebenarnya dan seharusnya posisi dan status mereka dalam dunia kepenyiaran yang ideal dan diinginkan (Phalen 2000:9).

Dalam industri pers cetak atau surat kabar, perempuan sendiri dianggap sebagai salah satu faktor juga yang semakin mengukuhkan pandangan yang bias gender ini tentang pekerjaan jurnalis. Pekerjaan wartawan selama ini dianggap dengan pekerjaan malam. Para redaktur biasanya bekerja pada malam hari. Hal ini yang diakui oleh salah satu wartawan perempuan dari hasil penelitian LP3Y (1998) yang menyatakan dirinya keberatan untuk bekerja malam hari. Keinginannya untuk berada di rumah pada malam hari bersama suami dan anak, pada akhirnya menyulitkan posisi perempuan sendiri di dunia pers (Siregar,dkk: 1999: 42). Konstruksi social dalam masyarakat yang menjadi wacana dominan adalah perempuan adalah ibu rumah tangga yang harus bertanggung jawab terhadap suami dan anak-anak, menjadi semacam '*barier to entry*' dan kendala bagi perempuan untuk menggeluti dunia jurnalistik dan reportase di media massa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh LP3Y berkaitan dengan pekerja perempuan di industri surat kabar di Indonesia, menunjukkan bahwa jumlah pekerja perempuan di tahun 1998, relatif sangat kecil proporsinya dibandingkan dengan jumlah jurnalis laki-laki. Dari 9 surat kabar yang diteliti, wanita yang mempunyai posisi sebagai reporter berjumlah 107 orang. Sedangkan yang menduduki posisi asisten redaktur sebanyak 7 orang. Posisi redaktur sendiri dipegang oleh 12 orang perempuan, dan hanya 1 orang yang menduduki posisi redaktur pelaksana, itupun dipegang bersama-sama dengan 4 orang laki-laki. Hanya ada 1 orang yang duduk menjadi pimpinan redaksi dan itupun Tuti Azis dari Surabaya Post yang sekaligus adalah pemilik harian sore di Surabaya ini (Siregar, dkk: 1999: 43). Sedikitnya jumlah perempuan yang menduduki posisi policy maker dalam dunia pers ini tentu saja akan berpengaruh terhadap

keberadaan "nasib" para jurnalis perempuan yang ada di media massa yang bersangkutan.

Keadaan yang signifikan disini barangkali persoalan tunjangan dan fasilitas yang diperoleh oleh jurnalis perempuan yang bekerja di beberapa surat kabar di Indonesia. Masih berdasarkan penelitian dari AJI di atas, tunjangan dan fasilitas yang diberikan kepada jurnalis perempuan dan laki-laki ternyata mengalami perbedaan di beberapa surat kabar. Walaupun dari jumlah gaji setiap bulan yang mereka terima sama, namun untuk tunjangan lain-lain seperti tunjangan keluarga ternyata berbeda. Wartawan perempuan tidak mendapat tunjangan keluarga, karena asumsi perempuan tidak menghidupi laki-laki/ suaminya. Bahwa gaji perempuan tidak dianggap sebagai breadwinner dalam income keluarga telah menjadi pembenar pihak manajemen untuk memberikan tunjangan yang berbeda. Kalaupun perempuan di berikan tunjangan hanya sampai pada anak pertama. Anak kedua dan seterusnya tidak mendapatkan tunjangan dari perusahaan. Kondisi yang berbeda diperlakukan untuk laki-laki yang menerima tunjangan hingga anak yang ketiga lahir (Siregar, dkk: 1999: 68-69).

Kondisi ini menjadi ironis jika hasil penelitian di atas di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh AJI Jawa Timur bekerja sama dengan the Asia Foundation, yang menemukan bahwa 34,1% jurnalis di Jawa Timur berpenghasilan rata-rata lebih dari Rp. 250,000 - Rp. 500,000 per bulan. Sementara 36,3% berpenghasilan antara Rp. 500,000 -Rp. 1.000,000 per bulan (Budiyanto, dkk: 2000: 9). Dengan gaji yang relatif kecil ini konsekuensinya mengakibatkan banyaknya wartawan yang kemudian mau menerima amplop pemberian nara sumber, yang pada akhirnya dikhawatirkan akan mempengaruhi hasil penulisan pemberitaan. Atau dengan kata lain, independensi wartawan diragukan karena uang amplop ini. Hasil penelitian di atas juga memberikan gambaran bahwa keluarga-keluarga jurnalis kebanyakan memprihatinkan. Survei ini menghasilkan data bahwa 38,1% penghasilan

suami/istri wartawan berkisar antara Rp. 250,000 - Rp. 500,000 per bulan (Budiyanto: 2000: 15). Sehingga jika dirata-rata maka penghasilan bersih keluarga mereka berkisar antara Rp. 500,000 - Rp. 1,000,000 per bulan. Kondisi ekonomi ini berpengaruh juga dalam kondisi sosial keluarga wartawan di Jawa Timur. Masih banyak wartawan yang mengontrak rumah di daerah perkampungan kumuh atau di gang-gang sempit di kota Surabaya. Jumlah penghasilan yang relatif kecil dengan gemerlapnya dunia kota, akhirnya mendorong wartawan laki-laki misalnya untuk mencari tambahan pekerjaan lain di luar dunia kewartawanan sebagai mekanisme survivalnya.

Berdasarkan fenomena di atas inilah, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana dunia para pekerja wanita di sektor media massa, terutama berkaitan dengan tingkat kesejahteraan mereka dan mekanisme survival yang dilakukannya untuk tetap bertahan hidup di kota besar seperti Surabaya. Bagaimanakah juga mereka menyiasati hidup dengan penghasilan yang relatif tidak mencukupi tersebut? Bagaimanakah para pekerja wanita ini harus menghadapi hambatan struktural dan kultural dengan pekerjaan mereka dan keadaan jika mereka harus kerja pada malam hari? Semuanya akan dikaji dalam studi ini.

II.4. Industri Media Massa di Indonesia

Industri media massa di tanah air mengalami lompatan yang sangat cepat pada dekade akhir krisis ekonomi tahun 1999. Munculnya beberapa stasiun televisi swasta nasional dan berkembangnya industri pers dan media cetak sebagai akibat dari era keterbukaan informasi dan tumbanganya kontrol rejim Orde Baru terhadap press, menandai dinamika pertumbuhan industri media massa Indonesia ke arah yang lebih baik. Bagian ini akan mengulas deskripsi gambaran pertumbuhan dan perkembangan industri media massa di tanah air dari sejak masa krisis hingga

periode paska Orde Baru berkuasa. Gambaran ini akan lebih di persempit atau di fokuskan pada fenomena perkembangan industri media massa di kawasan lokal/regional dengan Surabaya sebagai studi kasus dalam hal ini.

11.4.1. Perkembangan Industri Media Massa di Indonesia

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1997-1998 mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap kehidupan bisnis media massa. Industri media di tanah air terpuruk, seiring dengan memburuknya situasi ekonomi yang mengakibatkan hampir semua sektor ekonomi dan sosial di Indonesia mengalami nasib yang sama. Ketidak pastian ekonomi dibarengi dengan *political turmoil*, atau kekacauan di bidang politik, semakin memperparah kondisi ini. Banyak perusahaan pers yang gulung tikar karenanya.

Namun secara perlahan, di tahun 1998, industri media mulai mengalami perbaikan. Strategi yang dilakukan oleh para pemilik media kebanyakan dengan mengurangi jumlah halaman atau ketebalan medianya, atau dengan melakukan rasionalisasi tenaga kerjanya. Berbagai strategi ditempuh agar media tetap bisa hidup ditengah arus keterpurukan ekonomi nasional.

Jatuhnya pemerintahan Orde Baru harus pula dilihat sebagai salah satu faktor yang signifikan yang berpengaruh terhadap kehidupan dan perkembangan industri media massa di tanah air. Hilangnya kekuatan kontrol penguasa atau pengawasan yang dilakukan oleh negara terhadap kebebasan pers mempengaruhi derajat pertumbuhan industri media massa di tanah air. Hal ini karena para pemilik modal melihat bahwa bisnis media tidak menguntungkan karena kekhawatiran terhadap konsepsi breidel atau penutupan media oleh negara. Jatuhnya rejim Orde

Baru, seakan mengangkat kembali kondisi keterpurukan industri media ke arah yang lebih suportive dan demokratis.

II.4.2. Surat Kabar

Data-data empiris menunjukkan pada sejak tahun 1998 sampai 2000, perkembangan industri media massa di Indonesia menunjukkan indikasi yang baik. Lihat saja angka statistik tahun 1998 tentang industri media di Indonesia menunjukkan indikasi yang menggairahkan. Di tahun 1998, dari 79 jumlah harian yang ada angka sirkulasinya mencapai 5.02 juta (Idris & Gunaratne, 2000: 274). Sementara itu dari 20 harian berskala nasional total sirkulasinya mencapai 2.73 juta, sementara 59 harian regional atau lokal daerah mencapai 2.29 juta sirkulasinya. Data ini menunjukkan bahwa ekuivalensi 2.3 copies surat kabar di baca oleh 100 orang (Idris & Gunaratne, h. 274).

Namun walaupun jumlah perusahaan surat kabar meningkat dan jumlah sirkulasinya juga, angka yang berkaitan dengan pendapatan iklan menurun di tahun yang sama. Hanya 30% saja jumlah iklan yang terserap oleh industri surat kabar, sementara di tahun sebelumnya 70% jumlah iklan yang terserap dalam media ini.

Perusahaan media besar seperti *Kompas* dan *Media Indonesia* dinilai telah melakukan strategi pemasaran yang cukup baik untuk meningkatkan jumlah sirkulasi koran mereka di tanah air. *Kompas*, terutama, yang juga dinilai berhasil menyelaraskan strategi pemasarannya dengan kualitas isi medianya. Jacob Oetama (1989) sendiri menyatakan bahwa kualitas yang baik dari sebuah surat kabar harus dibarengi dengan suport finansial dan manajemen bisnis yang bagus.

Kompas sendiri, memang dianggap sebagai salah satu industri surat kabar di tanah air yang paling besar dan berhasil menjaga kualitas isi sebaik strategi pemasaran yang di kembangkan. Munculnya berbagai perusahaan surat kabar di era paska reformasi 1998, dalam jumlah angka, tidak sebanding dengan kualitas isi informasi yang di perdagangkan. Jumlah surat kabar yang beredar di tanah air mencapai angka ribuan, tetapi akhirnya berguguran satu persatu. Hanya konglomerasi media besar sajalah yang tetap eksis dalam pasar dan industri media massa di Indonesia. *Kompas-Gramedia group*, *Tempo group*, *Media Indonesia group*, dan *Jawa Pos group*, adalah media-media besar yang berhasil untuk tetap eksis di jalurnya. Kuatnya kompetisi pasar dan pentrasi surat kabar terhadap pembacanya di tanah mengakibatkan koran-koran gurem tidak bisa hidup melawan arus konglomerasi media besar.

Tetapi dalam hal pendapatan kue iklan, surat kabar tetap saja harus kalah dengan kehadiran televisi swasta belakangan di tanah air. Dari data yang berkaitan dengan pendapatn iklan (*advertising revenues*) berdasarkan jenis media massa di tanah air surat kabar hanya memperoleh porsi iklan 29.8% di tahun 1998, dibandingkan dengan televisi yang mencapai 54.1%, lebih dari separuh jumlah total kue iklan yang diperebutkan. Industri televisi memang dianggap memberikan masa depan yang lebih baik dalam bisnis media massa di tanah air, karena populasi di Indonesia lebih memilih untuk menonton televisi daripada mengkonsumsi surat kabar.

II.4.3. Televisi

Pesawat televisi seolah sudah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat Indonesia. Hampir setiap rumah tangga dan masyarakat kelas bawah mempunyai televisi (Nilan 2000, Sen

& Hill, 2000). Televisi bukan lagi dianggap sebagai barang mewah dalam kategori kepemilikan barang di tanah air. Media audio visual lebih digemari daripada surat kabar dan radio. BPS (bps.go.id) sendiri mencatat di tahun 2001 jumlah populasi 10 tahun ke atas yang menonton televisi sudah mencapai angka 87.97%, yang sebenarnya menurun dari tahun sebelumnya (2000) yang mencapai lebih dari 89%. Televisi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat sejak tahun 1980-an (Sen & Hill 2000: 114).

Sementara jumlah pembaca surat kabar dan majalah menurut data BPS tahun 2001, tercatat hanya 17.47%, sedangkan pendengar radio mengalami kenaikan yang cukup signifikan yakni mencapai 43.72%. Namun sayangnya tidak di lansir data berapa persen konsumen dan pengguna media massa di tanah air berdasarkan segregasi gender.

Maraknya industri televisi di tanah air di mulai sejak akhir tahun 1989, tatkala dua stasiun televisi swasta nasional diberikan kesempatan untuk mengudara, yakni RCTI dan SCV. Dalam perkembangan tahun-tahun selanjutnya tiga stasiun televisi swasta yang mulai bersiaran nasional segera menyusul seperti TPI, Indosiar, dan ANTV, disamping televisi pemerintah sendiri yakni TVRI. Walaupun kepemilikan stasiun televisi swasta tersebut didominasi oleh keluarga Suharto dan kroninya, akan tetapi kehadirannya memberikan stimulus terhadap kehidupan dan perkembangan industri media massa di Indonesia.

Kehadiran televisi swasta di salah satu pihak bisa dilihat sebagai pemberian alternatif pilihan kepada pemirsa di tanah air yang notabene selama dua dasawarsa lebih dikooptasi oleh kehadiran TVRI, yang notabene berfungsi sebagai corong pemerintah daripada menjadi saluran informasi dan hiburan bagi khalayak penonton di tanah air.

Total belanja iklan yang diperoleh televisi di Indonesia meningkat terus secara cepat. Data yang dilansir oleh AC Nielsen di tahun 2002 menunjukkan bahwa belanja iklan televisi

masih menduduki tempat teratas, dengan total keseluruhan sebesar 70% dengan jumlah rupiah sebesar Rp. 3.1 triliun pada kuartal II tahun 2002 (*Tempo Interaktif*, Agustus 2002). Indosiar adalah stasiun televisi swasta terbesar yang meraup iklan dalam beberapa tahun belakangan dibandingkan dengan stasiun televisi swasta yang lainnya. Kehadiran Metro TV sebagai televisi yang hanya memfokuskan pada tayangan berita, semakin menyemarakkan bisnis televisi di tanah air.

Laju pertumbuhan industri televisi di tanah air dinilai sangat cepat. Dari 5 stasiun televisi yang ada sebelumnya, di tahun 2000 dan 2001 beberapa stasiun televisi baru seperti Metro TV, TV7, Trans TV, Global TV, dan Lativi, meramaikan dunia pertelevisian swasta nasional. Namun dari sisi pertumbuhan volume iklan, televisi dianggap masih kalah dibandingkan pertumbuhan volume iklan media surat kabar dan radio, walaupun dari segi jumlah pendapatan rupiah, belanja iklan televisi tetap yang terbesar. Volume iklan untuk dunia televisi ini hanya tumbuh sekitar 20%, dibandingkan surat kabar contohnya yang tumbuh 47.6% dengan total Rp. 186 miliar (*Tempo Interaktif*, Agustus 2002).

II.4.4. Radio Siaran

Radio tidak bisa dilepaskan dengan sejarah Republik ini. Peran radio dan kedekatannya dengan masyarakat, membuat industri ini tidak pernah 'punah' dari perhatian audiens di Indonesia. Walau berjalan agak lambat, namun media radio masih saja tinggi popularitasnya di Indonesia.

Reformasi politik telah mengubah banyak format siaran radio dari hanya sebagai media hiburan menjadi media informasi. Acara talk show radio dan pola interaktif siaran radio di negeri ini menjadi trend populer bentuk siaran radio di era kontemporer Indonesia saat ini.

Menurut data yang dilansir oleh Widarto (1989 dalam Idris & Gunaratne 2000) menunjukkan bahwa ada 973 radio siaran yang kini hadir di tanah air. Sebagian besar adalah komersial radio, sementara sisanya adalah radio lokal dan yang dikelola oleh pemerintah pusat dan daerah.

Sampai saat ini persoalan radio masih saja di dominasi sebagian besar oleh negara. Melalui pengaturan izin frekuensi siaran, negara mempunyai peran besar dalam pengaturan regulasinya. Undang-Undang Penyiaran Indonesia, radio dan televisi dimaksudkan untuk mengatur regulasi frekuensi ini salah satunya.

Perubahan format dan trend siaran radio saat ini dari format musik hiburan menjadi format radio jurnalisme, semakin menempatkan radio dalam posisi yang berarti dalam kancah komunikasi politik di tanah air. Kecenderungan ini membawa konsekuensi juga para perekrutan tenaga kerja. Beberapa radio yang saat ini memformat dirinya menjadi radio jurnalistik, tidak saja memiliki penyiar, tetapi juga reporter dan *gate keeper* atau editor sama seperti yang berlaku di institusi koran.

II.4.5. Perkembangan Industri Media Massa Regional: Surabaya

Perkembangan industri media massa di kawasan regional Jawa Timur, salah satunya yang dianggap paling cepat. Jawa Pos group utamanya, adalah satu-satunya konglomerasi media terbesar yang menguasai pangsa pasar di Jawa Timur. Hampir semua surat kabar pagi

yang terbit di Surabaya dikuasai dalam satu manajemen *Jawa Pos group* dengan *news networknya* yang diberi nama '*Radar...*'. Di tahun 1998, *Jawa Pos group* meraup keuntungan bisnis yang sangat besar. Pendapatan yang diperoleh oleh group ini mencapai US\$2.8 juta (Idris & Gunaratne 2000: h. 275). Dalam masa reformasi dan setelahnya group ini harus bersaing ketat dengan surat kabar dari Jakarta yakni *Kompas-Gramedia group*.

Jawa Pos group menguasai lebih dari 50 penerbitan di Surabaya, Jawa Timur, dan kawasan Indonesian Timur lainnya. Perusahaan yang berbasis di kota Surabaya ini melebarkan sayapnya tidak tanggung-tanggung. Di era pos-Suharto, lebih dari 20 jumlah penerbitan barunya melanglang di bisni media massa cetak di Indonesia. Strategi pasar yang dilakukan oleh group ini adalah dengan menekankan dirinya sebagai surat kabar provinsial, yakni surat kabar yang ada di beberapa provinsi di Indonesia utamakan di kawasan Timur. Sirkulasi *Jawa Pos* di Surabaya saja di klaim mencapai angka 352,000 eksemplar setiap harinya, sementara *Surya* di bawah *Kompas-Gramedia group* yang juga terbit dari Surabaya hanya mencapai angka 140,000 eksemplar (Cohen 1999 dalam Idris & Gunaratne 2000: h. 275).

Walaupun dalam jumlah 'readership' atau pembaca secara nasional, *Jawa Pos* masih tertinggal jauh dari *Pos Kota* yang mencapai angka 2.23 juta pembaca di tahun 1999, dan *Kompas* sebesar 2.04 juta di tahun yang sama, namun kekuatan pasar *Jawa Pos* di kawasan regional Jawa Timur tidak tertandingkan. Jumlah pembaca *Jawa Pos* di lansir sebesar 799,000 dengan harga jual eceran yang lebih mahal daripada *Pos Kota*.

Dalam industri surat kabar, *Jawa Pos* tidak terkalahkan oleh perusahaan-perusahaan pers yang lain di kawasan Jawa Timur seperti *Surya* dan *Surabaya Post*. Bahkan *Surabaya Post*, setelah ditinggal oleh Tuti Azis, mengalami kemunduran yang pesat bahkan menuju pada kematian surat kabar ini. Konflik manajemen yang berkelanjutan tidak berhasil untuk



menyelesaikan kemelut di tubuh surat kabar ini. Sementara harian Surya bermain sendiri di pasarnya.

Tahun 2002 ini, *Jawa Pos* group melebarkan sayapnya dengan mendirikan televisi swasta local JTV (*Jawa Pos TV*). Sayangnya dalam jangka 3 bulan masa pengudaraan televisi ini harus berkonfrontasi dengan penguasa daerah, terutama aparat kepolisian Jawa Timur. JTV dianggap telah melanggar aturan yang berkaitan dengan frekuensi pengudaraannya. Di luar konflik politik ini, sebenarnya JTV bisa merupakan salah satu alternatif pilihan penonton lokal atas dominasi televisi nasional yang lebih besar dikendalikan dari pusat (Jakarta).

Sama seperti halnya kota-kota lain di Indonesia, di Jawa Timur ini hanya satu stasiun televisi pemerintah TVRI Stasiun Surabaya saja yang beroperasi untuk memenuhi kebutuhan pemirsa lokal. Sebelumnya SCTV dan ANTV mempunyai stasiun lokal yang dikelola dari Surabaya. Namun dengan adanya aturan yang mengharuskan stasiun televisi nasional harus bermarkas di Jakarta, selain itu pula karena kesulitan ekonomi akibat krisis ekonomi nasional, stasiun televisi tersebut akhirnya menutup studio dan kantor operasinya di Surabaya pindah ke Jakarta. Dari sinilah kematian industri televisi yang dikendalikan dari kawasan lokal/regional di Jawa Timur mati.

Dalam hal industri radio, kawasan Jawa Timur dan Surabaya khususnya semakin dinamis. Salah satu radio terbesar, *Suara Surabaya FM*, merupakan radio yang mempunyai volume spot iklan dan penerimaan jumlah iklan terbesar di kawasan ini dibandingkan dengan stasiun radio lainnya. SSFM yang menerapkan pola radio komunitas dan interaktif publik ini, popularitasnya di kawasan Surabaya utama tidak disangsikan lagi. Radio ini pulalah yang menjadi '*pilot trend*' atau inspirasi radio-radio komersial di kawasan regional Jawa Timur dan

Surabaya memformat institusinya menjadi radio jurnalistik, radio yang melakukan fungsi penyiaran news dan informasi ketimbang mengutamakan musik.

Jumlah radio komersial yang beroperasi di kawasan Surabaya dan Jawa Timur juga menunjukkan kemajuan yang pesat. Selain melakukan strategi segmentasi usia pendengar radio, kini kecenderungan untuk menggunakan segmentasi berdasarkan gender telah mewarnai perkembangan radio komersial lokal. Beberapa radio yang memfokuskan kepada perempuan, atau menjadi semacam '*female radio*' mengempakkan sayapnya di kota Surabaya dan Malang, seperti halnya radio *Kosmonita FM*. Selain radio *Female FM*, *Kosmonita FM* mengkhususkan dirinya menjadi radio penyedia informasi dan hiburan khusus bagi kaum perempuan. *Niche* atau strategi celung yang dilakukan oleh pemilik radio ini, memberikan alternatif pendengar atas kejenuhan terhadap format radio umum.

Apapun kondisinya, perkembangan industri media massa di kawasan regional diharapkan menjadi alternatif baik bagi perekrutan tenaga kerja di kawasan regional. Semakin banyak jumlah perusahaan media massa yang beroperasi di daerah, diharapkan semakin banyak pula tenaga kerja yang terserap di dalamnya. Hanya saja persoalannya kembali lagi apakah proporsi gender yang terserap dalam industri ini telah mengalami keseimbangan dan *equity* yang berarti bagi kemajuan perempuan di kawasan regional ini.

Bab III

Tujuan dan Manfaat

III.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kesejahteraan atau kondisi sosial ekonomi pekerja perempuan di sektor media massa. Selain itu juga penelitian ini ingin memperoleh penjelasan dari para pekerja perempuan tentang strategi atau mekanisme survival yang dilakukan dalam mengatasi kehidupan sosial ekonomi keluarganya, dengan adanya perlakuan yang diskriminatif dalam perolehan tunjangan keluarganya.

Tujuan lainnya adalah ingin mengetahui aktivitas keseharian atau gaya hidup kaum perempuan yang bekerja di industri media massa sendiri, mengingat asumsi masyarakat yang menyatakan bahwa jurnalis atau reporter perempuan hidupnya antara realitas semu dan nyata. Dalam keluarga mereka hidup sederhana, namun di luar mereka sering dekat dengan para pejabat dan selebritis sumber beritanya, belum lagi jamuan dan fasilitas yang diperoleh bila mereka harus mengikuti kunjungan dinas pejabat atau terlibat event/peristiwa di hotel-hotel berbintang atau di daerah yang bertolak belakang dengan kondisi sosial mereka sehari-hari. Lebih jauh penelitian ini melihat dengan perspektif gender tentang situasi dan kondisi pekerja perempuan di industri media massa di era transisional Indonesia saat ini, khususnya di kawasan regional Jawa Timur.

III.2. Manfaat Penelitian

Manfaat signifikansi yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memberikan data dasar kepada masyarakat dan kalangan industri media massa tentang eksistensi dan potret sosial ekonomi serta kehidupan riil perempuan pekerja (*working women*), terutama yang bekerja di sektor media massa. Selain itu harapan penelitian akan menjadi masukan bagi pengelola dan pemilik media massa sendiri bahwa keberadaan pekerja perempuan di industri ini hendaknya juga diberikan perhatian dan keseimbangan serta keadilan gender dan tidak diskriminatif membedakan laki-laki dan perempuan dalam apapun bentuknya.

Bab IV

Metode Penelitian

IV.1. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah survei kuantitatif yang akan dilakukan kepada para perempuan yang bekerja di industri media massa, seperti surat kabar/majalah, radio, dan televisi di Surabaya khususnya dan Jawa Timur pada umumnya. Sedangkan tipe penelitian ini adalah deskriptif, yakni memberikan gambaran potret sosial ekonomi dan gaya hidup para pekerja wanita di media massa.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah status sosial ekonomi yang akan diukur berdasarkan penghasilan responden per bulan, penghasilan suami per bulan, pekerjaan sampingan yang dilakukan, pengeluaran per bulan, dan pengeluaran-pengeluaran sosial lainnya. Sedangkan variabel gaya hidup yang diukur disini adalah aktifitas yang dilakukan oleh responden, interes atau hobi responden, dan penggunaan waktu luang responden bersama keluarga. Variabel lainnya yang akan dilihat adalah jenis pekerjaan/posisi responden dalam institusi media, lama responden bekerja, fasilitas dan tunjangan yang diperoleh termasuk ada tidaknya jaminan sosial atau *social security* yang disediakan oleh perusahaan, kondisi pekerjaan responden, dan fasilitas-fasilitas lain serta hak-hak kaum perempuan yang bekerja di sektor media massa.

IV.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah perempuan yang bekerja di beberapa surat kabar, radio-radio swasta dan RRI, serta yang bekerja di TVRI stasiun Surabaya yang telah bekerja lebih dari 3 bulan. Usia responden tidak dibatasi dalam penelitian ini. Unit analisisnya adalah perempuan yang bekerja di bagian pemberitaan, reporter, *gate keeper*, editorial, dan redaktur atau staf redaksi lainnya, serta penyiar. Perempuan yang bekerja di bagian manajemen organisasi media (administrasi dan manajerial) tidak termasuk dalam kategori unit analisis atau individual yang diteliti. Penelitian ini hanya memfokuskan pada pekerja profesional di industri media massa terutama mereka yang bekerja di lapangan untuk memperoleh berita dan mereka yang memegang salah satu rubrik (*desk*) serta yang menangani editing dan penyusunan atau pembuatan naskah berita, serta program siara radio yang ditangani.

Jumlah responden yang akan diteliti ditetapkan sebanyak 100 orang dengan cara mengambil secara purposive-random, berdasarkan daftar kerangka sampling yang diperoleh dari masing-masing perusahaan media. Purposive-random yang dimaksudkan disini, karena kriteris responden di atas, maka dari daftar pekerja perempuan yang menduduki posisi atau bertanggung jawab dengan jenis-jenis pekerjaan di atas sajalah yang diambil secara acak. Teknik pengambilan data ini dilakukan parallel untuk semua pekerja perempuan di perusahaan surat kabar, radio, dan televisi.

Penentuan perusahaan surat kabar hanya dilakukan terhadap surat kabar di bawah bendera Jawa Pos group dan Surya. Karena dua perusahaan media ini sajalah yang beroperasi di Surabaya dan Jawa Timur. Sementara Koran Surabaya Post tidak diambil karena ketika penelitian ini dilakukan sedang mengalami polemik dalam perusahaanya. Selain itu Jawa Pos

grouplah yang menguasai pemasaran surat kabar terbesar di kawasan Surabaya dan Jawa Timur. Walaupun tidak menutup kemungkinan, beberapa wartawan dari surat kabar Kompas, dan beberapa surat kabar Jakarta yang mempunyai perwakilan di daerah menjadi responden dalam penelitian ini.

Lokasi penelitian akan dilakukan sebagian besar di Surabaya dan sebagian kecil dua kota di Jawa Timur seperti Malang dan Jember. Alasan kedua kota ini, karena beberapa media besar seperti Jawa pos dan Kompas menempatkan wartawannya di dua kota di luar Surabaya ini. Sedangkan untuk radio hanya akan diambil radio di Surabaya yang menerapkan format jurnalistik radio, seperti Suara Suarabaya, SCFM, Kosmonita, RRI, ,Salvatore. Stasiun televisi yang diambil hanya TVRI stasiun Surabaya saja.

IV.3. Teknik Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner kepada para responden dengan pertanyaan tertutup dan semi terbuka. Untuk mendapatkan gambaran kualitatif yang komprehensif penelitian ini juga melakukan wawancara mendalam atau *indepth interview* dengan beberapa responden. Wawancara mendalam ini dilakukan di tempat tinggal responden yang terpilih. Jumlah responden yang akan diambil untuk seluruh interview ditetapkan sebanyak 10% dari jumlah responden secara keseluruhan. Sehingga data kualitatif yang lengkap dapat digunakan untuk menunjang hasil penelitian kuantitatif tersebut.

IV.4. Teknik Analisis Data

Semua data kuantitatif yang berhasil terkumpul dari kuesioner selanjutnya diolah dengan komputer dengan menggunakan program software SPSS. Analisis data akan dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif, yakni dengan mengolah data ke dalam bentuk label-label frekuensi untuk memperlihatkan kondisi sosial ekonomi pekerja perempuan di sektor media massa ini. Sedangkan diskusi dan interpretasi data akan dilakukan secara kualitatif.

Beberapa hasil wawancara kualitatif ditampilkan untuk memperkuat ulasan dan analisis, serta menunjang data-data kuantitatif dari table frekuensi yang disajikan dalam bagian analisis data dan diskusi dalam penelitian ini.

Bab V Hasil dan Pembahasan

Analisis data yang disajikan dalam bagian ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan dengan menggunakan bantuan kuesioner dan pedoman wawancara kualitatif. Data yang disajikan merupakan perpaduan antara hasil analisis statistik kuantitatif yang disajikan dalam tabel-tabel frekuensi sekaligus analisis kualitatif berupa statement atau ujaran-ujaran yang diperoleh dalam wawancara mendalam dengan beberapa responden terpilih. Penyajian data akan dilakukan berdasarkan sub bab yang tersusun untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan dan untuk memenuhi tujuan penelitian yang sudah tersusun.

V.1. Profil Pekerja Perempuan di Sektor Media Massa

Dari sejumlah 100 orang responden yang terjaring dalam penelitian ini, pekerja perempuan yang terjaring dalam penelitian ini menunjukkan dominasinya bekerja pada institusi radio siaran. Hal ini terkait dengan fenomena bahwa perempuan lebih tertarik untuk memasuki industri media massa ini sekaligus karena anggapan bahwa karena perempuan 'cerewet', maka menjadi penyiar dan reporter radio dianggap lebih cocok ketimbang pekerjaan wartawan yang harus mencari berita misalnya.

Tabel 1: Distribusi Responden Yang Bekerja di Institusi Media Massa

Institusi Media	Frekuensi	Persentase
1. Surat Kabar	25	25
2. Tabloid	6	6
3. Majalah	1	1
4. Radio	57	57
5. Televisi	11	11
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Dalam salah satu tulisannya edisi Minggu (22 September 2002), harian Kompas minggu mengungkap tentang profil perempuan yang menjadi pembawa acara baik di radio maupun di televisi. Dalam tulisan itu Kompas melansir bahwa karena 'kecerewetan' para perempuan-perempuan (yang menjadi sumber berita) itulah maka perempuan berhasil menapakkan karier di bidang kepenyiaran terutama sebagai pembawa acara. Paralel dalam penelitian ini jumlah tenaga kerja perempuan yang tersedot dalam industri media massa ternyata sebagian besarnya adalah di bidang ke-radio-an. Tampak seperti dalam tabel di atas, 57% responden yang terjaring bekerja di radio dibandingkan jumlah perempuan yang bekerja di dunia jurnalistik surat kabar dan televisi.

Seperti pengakuan salah satu penyiar radio anak muda di Surabaya yang berkomentar tentang pekerjaan sebagai penyiar radio dalam wawancara kualitatif menyatakan:

(pekerjaan sebagai penyiar, pen) pantes banget. Soalnya ini ngga' workaholic banget. Bisa menghasilkan duit yang lumayan dan tau sendiri kan cewek kudu ngurus rumah tangga juga. Jadi bisa diadaptasikan sama kegiatan-kegiatan lain. Misalnya kalau kuliahnya pagi, siarannya sore (Olp, 24 tahun, 9 tahun bekerja pada institusi media ini).

Tabel 2: Status Pernikahan

Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase
1. Menikah	36	36
2. Belum Menikah	63	63
3. Cerai	1	1
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan status pernikahan responden, 63% diantaranya kebanyakan belum menikah. Status ini kebanyakan di temui mereka yang bekerja di bidang radio dan beberapanya wartawan surat kabar. Dengan jenis pekerjaan yang harus dilakukan seperti penyiar dan reporter berita, perempuan lajang seringkali dianggap tidak mempunyai kendala dan mempunyai daya fleksibilitas yang tinggi di bandingkan perempuan yang telah berkeluarga dalam menekuni

bidang ini. Kedinamisan dan kelincaian, serta bersedia untuk bekerja hingga larut malam, seperti penyiar radio misalnya, lebih memberikan peluang kepada mereka yang masih belum menikah di bandingkan yang telah menikah.

Kurangnya jumlah pekerja perempuan yang telah berkeluarga dalam jenis pekerjaan sebagai penyiar dan reporter, dan banyaknya atau kecenderungannya perempuan yang telah berkeluarga di tempatkan dalam bagian administrasi atau manajemen karena memiliki jam kerja yang pasti dari pukul 9 pagi sampai 5 sore. Selain karena alasan waktu kerjanya yang pasti, mereka yang berkeluarga memiliki alasan masih bisa memperhatikan dan mengurus keluarga. Sekalig lagi *dual role* tidak pernah bisa 'sukses', melainkan malah menjadi '*burden*' perempuan sendiri. Pengakuan salah satu reporter TVRI di Surabaya yang menjadi informan dalam penelitian ini mengakui akan hal ini

Dari keluarga tidak apa-apa sebetulnya, tapi dari anak-anak ini biasanya waktu buat mereka kurang karena kan sering ditinggal. Kita kan waktu kerjanya nggak mesti, kadang pagi berangkat dan sampai malam tapi itu kan resiko (Lst, karyawan TVRI Surabaya, 26 tahun bekerja di institusi ini)

Keluarga menerima (pekerjaan ini, pen). Tapi kadang-kadang anak-anak juga lagi butuh saya ya saya juga harus meluangkan waktu. Saya sebenarnya pengen juga sih menjagas anak-anak tapi ya mau bagaimana lagi? (Soh, karyawan TVRI Surabaya 20 tahun bekerja pada institusi ini).

Menjalani pekerjaan sebagai reporter atau staf pemberitaan dengan waktu kerja yang tidak menentu menjadikan perempuan-perempuan yang telah berkeluarga ini dihadapkan pada dualisme yang seperti 'makan buah simalakama'. Kalau mereka menjalani pekerjaan ini, mereka merasa berat karena keluarga, terutama anak-anak, masih harus di urus, sementara jika tidak dijalani mereka kehilangan pekerjaan dan tentu saja penghasilan tidak diperoleh. Kata-kata "*ya sudah resiko*" atau "*mau bagaimana lagi*", agaknya menjadi kata-kata penghibur yang seolah pasrah dengan resiko yang harus di dapat ketika memutuskan menekuni bidang kerja

tersebut.

Tabel 3: Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi	Percentage
1. 18 – 24 tahun	31	31
2. 25 – 31 tahun	44	44
3. 32 – 38 tahun	12	12
4. 39 – 45 tahun	6	6
5. 46 tahun ke atas	7	7
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Rata-rata usia responden yang terlibat dalam pekerjaan profesional di institusi media massa adalah usia 25 – 31 tahun (44%). Usia perempuan ini adalah usia produktif. Kebanyakan juga mereka yang telah lulus dari bangku kuliah sarjana memasuki bidang-bidang ini. Selain itu anggapan bekerja di industri media massa saat ini bagi perempuan urban/perkotaan dianggap mempunyai status atau gengsi yang lebih baik dibandingkan pekerjaan di industri lainnya, tentu saja selain industri perbankan dan kehotelan. Institusi media massa saat ini menjadi salah satu bidang 'bergengsi' bagi para lulusan sarjana Strata 1 (S1). Apalagi dunia kepenyiaran dan reportase. Kebanggaan bisa mengudara dan menjadi dikenal oleh audiensnya menjadikan 'gengsi' pekerjaan ini.

Usia-usia produktif generasi muda dari sejak 18 tahun hingga 31 tahun inilah yang saat ini mendominasi pekerja perempuan di industri media. Sementara usia 32 tahun ke atas rata-rata bekerja pada institusi kepenyiaran pemerintah atau mereka yang berstatus pegawai negeri, seperti pekerja di TVRI maupun di RRI. Radio siaran komersial dan surat-surat kabar di Indonesia, lebih banyak menyerap tenaga kerja usia produktif ini. Selain karena anak muda saat ini lebih dekat dengan media dan teknologi informasi.

Tabel 4: Pendidikan Responden

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1. SMA/ sederajat	15	15
2. Diploma (D3)	9	9
3. Sarjana (S1)	76	76
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Seperti yang sudah di jelaskan di atas dalam analisis usia, 76% responden yang bekerja di industri media massa ini adalah berstatus lulusan sarjana Strata I. Biasanya responden telah bergelut dalam institusi media sejak mereka duduk di bangku kuliah. Setelah menamatkan studi S1, mereka mendaftarkan diri untuk menjadi wartawan surat kabar. Karena wartawan memang mensyaratkan minimal lulus S1, begitu pula beberapa reporter dan penyiar di radio siaran komersial.

Masih adanya (15%) pekerja perempuan yang mengaku hanya lulus SMA, lebih banyak adalah mereka yang bekerja di RRI dan TVRI. Kebanyakan pula, mereka ini bekerja sejak lama pada kedua institusi media pemerintah ini. Jika dibandingkan responden yang bekerja pada institusi komersial, para pekerja TVRI dan RRI ini ada yang mengawali kariernya tidak dalam bidang ke-profesionalan terlebih dulu, tapi harus *struggle* dengan status kepegawaian negeri-nya dulu. Sedangkan kepiawaian atau profesi yang harus ditekuninya di peroleh dari pendidikan praktis atau *training-training* yang disediakan untuk mereka.

Dari 45 orang responden yang mengaku mendapatkan tambahan ketrampilan khusus dibidangnya menempuh pendidikan non formal atau pelatihan di luar pendidikan formalnya. Tabel berikut menjelaskan apa saja jenis pendidikan non formal yang di pernah mereka tempuh selama ini.

Tabel 5: Jenis Pendidikan Non Formal Responden

Jenis Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1. Tidak mempunyai pendidikan non formal	55	55
2. Sekolah Fotografi	2	2
3. Sekolah jurnalistik	5	5
4. Sekolah Penyiar Radio	6	6
5. Sekolah teknik broadcasting	14	14
6. Lainnya	18	18
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Pendidikan ketrampilan yang ditempuh diantaranya fotografi (2 orang), jurnalistik (5 orang), penyiar (6 orang), dan teknik broadcasting (14 orang), serta pelatihan lainnya (18 orang). Ketrampilan di luar pendidikan formal memang kebanyakan harus ditempuh oleh mereka yang bekerja di bidang media, karena pekerjaan profesional menuntut adanya penguasaan bidang khusus yang berhubungan dengan dunia pekerjaannya. Seorang sarjana lulusan bukan dari jurusan Ilmu Komunikasi atau kepenyiaran harus mempunyai tambahan ketrampilan praktis. Karena bekerja di institusi media sebenarnya lebih dibutuhkan pengalaman praktisnya daripada non praktis atau non teknis.

Beberapa penyiar radio misalnya mengaku menempuh pendidikan formal bukan dalam bidangnya melainkan dalam pendidikan budi pekerti seperti John Robert Power. Alasannya, ketrampilan ini memang tidak berkaitan langsung dengan profesinya, tetapi jika mereka harus tampil di depan publik atau *'off air'*, kemampuan berbicara di depan umum dan bahasa tubuh harus diperhatikan. Sementara para pegawai perempuan di TVRI dan RRI sebagian besar telah menjalani pelatihan khusus teknik broadcasting dan pembuatan berita, seperti di MMTC (Multi Media Training Centre) atau di lembaga-lembaga broadcasting lainnya.

V.2. Gambaran Pekerjaan Perempuan di Institusi Media Massa

Rata-rata pekerja perempuan yang menekuni profesinya di industri media massa sudah berlangsung cukup lama. Dari hasil penelitian ini, 40% responden mengaku telah bekerja lebih dari 3 tahun. Bahkan beberapa dari mereka sudah lebih dari 9 tahun bekerja sebagai penyiar di stasiun radio swasta di Surabaya. 9 tahun tanpa pergantian posisi dan peran di radio, sejak pertama masuk sampai saat ini masih saja menjadi penyiar senior di radio anak muda ini. Sedangkan sebagian besar lagi yang menyatakan sudah bekerja lebih dari 6 tahun di industri media massa, mengaku telah berganti-ganti institusi media, dari koran berskala nasional hingga saat ini terakhir menjadi wartawan di Surabaya Post. Selebihnya lagi adalah status PNS yang dijalani di RRI maupun TVRI stasiun Surabaya, sehingga mereka ada yang sudah bekerja lebih dari 20 tahun di instansi ini.

Tabel 6: Lama Bekerja

Lama Bekerja	Frekuensi	Persentase
1. 3 – 12 bulan	24	24
2. 13 – 24 bulan	24	24
3. 25 – 36 bulan	12	12
4. 37 bulan lebih	40	40
Total	100	100

Sumber : Kuesioner

Motivasi pekerja perempuan di sektor media massa ini bervariasi, namun sebagian besar melihat karena bekerja di media massa selain karena ketidakformalan sifat pekerjaan dan aktivitas yang dilakukan. Pengakuan beberapa pekerja bahkan mereka *enjoy* atau suka dengan dunia kewartawanan karena dianggap penuh tantangan dan banyak berjumpa serta bersosialisasi dengan banyak orang. Bekerja di dunia media massa memang dianggap prospektif dan tidak membosankan. Individu pekerjaannya bisa mengatur sendiri jadwal waktu, tentu saja kecuali *date*

line yang mengejar. Kreatifitas untuk memilih topik pembicaraan dan membuat isi program radio misalnya adalah bentuk dari salah satu *challenge* bekerja di institusi ini.

Exciting. Pertama kita bisa mengerti banyak hal, yang ekonomi aku nggak perlu kuliah di ekonomi, aku bisa tahu masalah kriminal, politik, jadi nggak membosankan (Ros, wartawan Surabaya Post).

saya suka karena dibidang reportase ini kita bertemu dengan berbagai lapisan orang sehingga saya bisa mengamati kondisi sosial di masyarakat dari pemulung sampai pejabat. dibalik pekerjaan kita ada dapat mengamati kepribadian-kepribadian orang lain (Lsm, reporter RRI).

Awalnya karena saya jurusan bahasa inggris pertama saya sebagai penerjemah. Karena waktu itu dibutuhkan yg bisa berbahsa Inggris kemudian berkembang tidak hanya bahasa Inggris dan kemudian saya suka bidang ini. Lalu saya jadi reporter. Sekarang saya malah kembali pada jurusan saya dulu dan membuat tulisan-tulisan bahasa Inggris untuk anak-anak (Kr, wartawan majalah anak-anak).

Dari pengakuan para reporter, wartawan, dan penyiar senior di beberapa perusahaan media di Jawa Timur yang terjaring dalam penelitian ini mengaku tak satupun yang merasa keberatan dengan bidang yang ditekuninya. Walau memang ada beberapa yang mengaku awalnya coba-coba, lama-lama mereka menyukai dunia pekerjaan saat ini. Artinya kendala waktu, kelincahan, kemauan untuk bertemu dengan orang lain, mencari sumber berita dan meliput berita bukan hal aneh dan sulit bagi perempuan. Sehingga sebenarnya, laki-laki ataupun perempuan mempunyai kapabilitas dan kualitas yang sama jika perempuan di beri kesempatan untuk dan dipercaya untuk melakukan tugas, yang selama ini notabene di stereotipkan dengan pekerjaan laki-laki.

Sejauh informasi yang diperoleh dari para responden, gaji/penghasilan bukan motivasi utama ketika mereka memilih untuk terjun dalam dunia jurnalistik dan kepenyiaran. Pengalaman dan aktivitas serta jenis pekerjaan ini yang menantang mereka untuk menggelutinya. Walaupun memang tidak semuanya menyatakan hal ini, ada pula beberapa yang

melihat bahwa bekerja di bisnis media karena gaji yang dicari selain pengalaman. Salah seorang wartawan, mengaku telah berpindah di 4 perusahaan media sepanjang kariernya karena alasan fasilitas serta gaji yang diperoleh belum memuaskan.

Tabel 7: Status Pekerjaan Responden

Status Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase
1. Tenaga Kontrak	26	26
2. Freelancer	5	5
3. Pegawai Tetap	69	69
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Pekerja perempuan memang seringkali dinilai punya loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan yang ditekuni dan perusahaan yang diikuti. Karena bagi perempuan rata-rata bekerja saja di sektor publik sudah cukup. Artinya sudah untung bagi perempuan bisa bekerja di luar rumah dan memperoleh penghasilan sendiri walaupun betapa kecilnya penghasilan itu. Bekerja di luar rumah dan bersosialisasi dengan banyak orang memberikan semangat yang luar biasa bagi para perempuan ini. Dari responden yang diteliti 69% telah menjadi pegawai tetap institusi media. Mereka bekerja dari awal saat hanya iseng supaya dapat pekerjaan sampai akhirnya menyenangi pekerjaannya karena pelatihan-pelatihan yang diterima memberikan motivasi dan tantangan pekerjaan. Walaupun 26% mengaku masih tenaga kontrak. Kebanyakan para penyiar radio di ikat oleh perusahaan dengan sistem kontrak. Kerja mereka dilihat dari ketekunan dan prestasi yang dihasilkan. Kontrak sebagai penyiar atau reporter di dunia broadcasting di perbaiki setiap setahun sekali atau dua tahunan. Kebanyakan mereka yang berstatus tenaga kontrak adalah yang masih baru bekerja dan/atau yang belum berkeluarga.

Tabel 8: Jenis Pekerjaan Yang Ditekuni Saat Ini

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1. Wartawan/Reporter	34	34
2. Gate Keeper/Editor	19	19
3. Penanggung jawab program/kolom acara	18	18
4. Penyiar	19	10
5. Staf redaksional	10	19
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Dari seluruh responden, 34% kebanyakan mereka bekerja sebagai wartawan/reporter di institusi media. Namun jika dilihat secara keseluruhan dari tabel di atas, mengindikasikan bahwa penempatan perempuan sebagai penanggung jawab program/kolom relatif kecil hanya 18% dari keseluruhan responden yang terjaring. Posisi ini kebanyakan juga diberikan kepada para senior yang bekerja lebih dari 10 tahun. Sementara sebagian besar, perempuan harus bergulat langsung dengan lapangan sebagai pencari berita. Posisi editor/gate keeper (19%) dan staf keredaksionalan (10%) ternyata juga banyak menyerap tenaga kerja perempuan. Sama halnya bahwa jumlah penyiar radio perempuan relatif tinggi (19%).

Tabel 9: Lama Menekuni Bidang Pekerjaan Saat Ini

Lama Menekuni Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1. kurang dari 3 bulan	11	11
2. 4 – 12 bulan	24	24
3. 13 – 24 bulan	27	27
4. Lebih dari 25 tahun	38	38
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

38% pekerja perempuan mengaku telah menekuni bidang pekerjaan yang saat ini dilakukan lebih dari 25 tahun. Alasan yang mengemuka mulai karena sudah ditempatkan di bidang pekerjaan tersebut oleh atasan, belum pernah di pindah ke jenis pekerjaan lain selama ini, hingga alasan memang karena suka dan tidak mau pindah ke jenis pekerjaan lainnya.

Sedangkan rata-rata jenis pekerjaan yang ditekuni oleh pekerja perempuan yang lain lebih dari 50% mengaku baru saja antara 1-2 tahun. Mereka ini baru saja masuk dan melibatkan diri ke dalam dunia kewartawanan dan reporter beberapa radio yang setelah reformasi merubah formatnya menjadi radio jurnalistik. Sedangkan 11% sisanya karena mereka baru masuk dan mengawali karier sebagai wartawan di beberapa surat kabar di Jawa Timur dan baru saja selesai melaksanakan *training* atau pelatihan di bidang jurnalistik dan kepenyiaran.

V.3. Motivasi Perempuan Bekerja di Media Massa

Motivasi yang mempengaruhi perempuan untuk menekuni bidang yang saat ini dijalannya bervariasi. Ada yang merasakan 'jatuh cinta' dengan profesi yang digeluti awalnya bukan karena kesukaan atau cita-cita yang diimpikan, melainkan dari iseng-iseng yang akhirnya membuat senang dengan dunia *broadcasting* yang ditekuninya saat ini. Seperti pengakuan salah satu karyawan yang bergerak di bagian program acara salah satu instansi media pemerintah berkaitan dengan bidang kerja yang digelutinya:

Saya waktu itu coba-coba dulu bekerja...waktu itu saya kan masih kuliah, saya dari fakultas Hukum tapi kita waktu masuk di training di MMTTC Yogya akhirnya asyik juga bekerja di broadcasting ini" (Lst, bagian program TVRI Surabaya).

Awalnya sich karena part time aja ya. dulunya sich main aja buat bayar kuliah daripada ngga' ada kerjaan dan keluarga ngga' papa. Pada dasarnya mereka seneng-seneng aja asal itu positif (Ol, penyiar radio swasta)

Namun ada pula yang mengaku memang karena bakatnya atau kesenangan sejak awal dengan dunia yang digelutinya saat ini, atau karena keahlian yang sudah lama di perolehnya, dan juga karena latar belakang keahlian yang diterima semasa kuliah dulu.

Karena senang, berawal dari seringnya nari di sanggar, lalu diajak untuk bekerja di TVRI yang kebetulan membutuhkan orang seni untuk menangani beberapa acaranya. Akhirnya saya berkembang di broadcast (ES, penanggung jawab program/acara TVRI Surabaya)

Mungkin latar belakang pendidikan saya dari komunikasi STIKOSA jadi saya pikir dengan keahlian yang saya punya awalnya coba - coba lama - lama saya merasa cocok... (MY penyiar radio swasta).

Suka nulis sih soalnya, saya dulu pernah sebelum ini juga bekerja sebagai penulis naskah. Saya juga menghasilkan beberapa buku yang diam-diam telah diterbitkan. Dunia tulis menulis sudah lama saya tekuni... (Dah, penulis naskah program).

Motivasi menekuni pekerjaan yang saat ini dilakukan karena tuntutan pekerjaan yang dilakukan memberikan kesempatan kepada perempuan untuk membuka wawasan sekaligus melakukan proses sosialisasi dengan orang lain. Banyak memang alasan yang sering di lontarkan mengapa perempuan bekerja di luar rumah, sebagian besarnya menyatakan ingin melakukan aktualisasi diri sekaligus bersosialisasi dengan orang-orang di luar kehidupannya sehari-hari. Motivasi perempuan bekerja untuk mencari nafkah atau mengejar penghasilan relatif kecil. Seperti halnya pengakuan informan dalam penelitian ini, tak satupun yang menyatakan bahwa mereka terjun sebagai pekerja di luar rumah karena alasan mencari nafkah atau karena gaji yang di cari semata.

Saya suka karena dibidang reportase ini kita bertemu dengan berbagai lapisan orang sehingga saya bisa mengamati kondisi sosial di masyarakat dari pemulung sampai pejabat. dibalik pekerjaan kita ada dapat mengamati kepribadian-kepribadian orang lain (Ls, redaktur televisi).

Ya waktu kita masuk pertama kali belum ada motivasi, kita belum tahu ini nanti pekerjaannya seperti apa, gajinya berapa, dulu kan pikirannya yang penting kita sudah bekerja dulu ternyata dengan pekerjaan ini saya senang bias ngikutin gitu ya... (Ls, redaktur kepala di stasiun televisi).

V.4. Fenomena Perempuan Bekerja di Media Massa

Bekerja sebagai wartawan, reporter, penyiar, ataupun pelaksana program acara di media massa menuntut perempuan untuk bersedia bekerja di luar jam kerja formal 9 pagi –5 sore. Terkadang bekerja di dunia jurnalistik bahkan mengharuskan perempuan untuk tinggal berlama-lama di kantor sampai subuh. Banyak kendala pasti yang dihadapi perempuan dengan waktu kerja yang tidak teratur ini. Salah satu kendala itu adalah keluarga. Perempuan yang telah menikah, berstatus sebagai ‘ibu bekerja’ (*working mother*) harus pandai-pandai mengatur perhatiannya antara pekerjaan dan keluarga. Perempuan bekerja dituntut untuk tetap berkewajiban mengurus keluarga dan *child caring*. Berat memang beban yang di tanggung oleh perempuan bekerja. Jika karier yang diutamakan, cibiran dari keluarga dan masyarakat di tujukan kepadanya. Sehingga sebenarnya perempuan yang bekerja dengan jam kerja yang tidak menentu juga merasa ‘bersalah’ jika harus meninggalkan keluarga dan anak-anak di rumah.

Keluarga menerima sih... Tapi kadang-kadang anak-anak juga lagi butuh saya ya saya juga harus meluangkan waktu. Saya sebenarnya pengen juga sih menjagas anak-anak tapi ya mau bagaimana lagi? (sdh, editor teknik di stasiun televisi).

Keluarga awalnya melarang, terutama orang tua yang risih melihat saya sering pulang malam. Tapi namanya resiko pekerjaan, akhirnya mereka jadi terbiasa menerima hal tersebut. Kalau suami hanya berpesan sebagai seorang perempuan bekerja harus bisa menempatkan posisi sebagai perempuan dan ibu rumah tangga (Es, penanggung jawab program, TVRI).

“Dibalik sukses pria, selalu ada wanita hebat dibelakangnya”, pepatah ini tidak pernah berlaku “ dibalik sukses wanita, selalu ada pria hebat di belakangnya”. Artinya kesuksesan pria diperoleh karena ada perempuan di rumah yang mendukung dan mensupport karier laki-laki. Tetapi tidak pernah di akui bahwa perempuan juga bisa sukses di dunia publik karena juga ada pria yang mendukung atau mensupport karier perempuan. Namun temuan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebenarnya tidak ada masalah jika perempuan harus bekerja di luar

rumah membina karier atau pekerjaannya. Resiko sebagai perempuan pekerja telah dipahami baik oleh suami sendiri maupun oleh orang tua dan keluarga para informan dalam penelitian ini. Pengakuan beberapa perempuan, bahwa suami mereka mendukung, walau awalnya keberatan dengan apa yang dilakukan oleh istrinya.

Kalo suami melihat selama masih jam kantor pergi jam delapan pulang jam 4 masih jam normal yang nggak masalah. Tapi kalo harus keluar kota, suami selalu mengingatkan untuk hati-hati dan saya ijin, tapi jangan sering-sering karena nak-anak masih membutuhkan perhatian begitu pula dengan suami, walaupun kendala itu nggak saklek ya. anak-anak menginginkan hari sabtu minggu itu ada dirumah walaupun mereka ada rasa bangga terhadap pekerjaan ibunya. Orang tua saya demokratis sehingga membebaskan saya menjadi apa saja selama saya mampu. Tapi bapak saya suka keberatan kalo saya pulang malam, tapi itu kan resiko (Lsm, reporter RRI).

Suami saya ngasih dukungan, sebab dari dulu juga sudah mengerti rutinitas kerja yang saya miliki, jadi tidak ada masalah dengan suami sebenarnya... (Rt, editor surat kabar).

Pekerjaan di dunia media massa yang kadang menuntut pekerjaanya untuk bekerja hingga larut malam, juga dialami oleh para pekerja perempuan ini. Sama seperti halnya urusan anak dan suami di atas, pandangan bahwa perempuan kerja sampai larut malam tidak pantas. Kepantasan perempuan hanya bekerja di siang hari, kadang juga menjadi kendala mengapa tidak banyak perempuan memilih pekerjaan di dunia jurnalistik, jika bukan karena terpaksa dan kesukaan bekerja di bidang ini. Hanya perempuan 'nakal' saja yang bekerja di malam hari. Anggapan tidak menguntungkan kaum perempuan ini, untungnya bisa diatasi oleh para wartawan dan reporter serta para perempuan yang terlibat di dunia penyiaran.

Keluarga pertama keberatan pulang malam terus, tapi akhirnya ngerti kerjanya wartawan. Itu resiko. Ketika kita sudah terjun di dunia wartawan kita harus menerobos batasan itu. kita nggak bisa seperti pegawai negeri atau ibu rumah tangga sehingga jam-jam keluarga memang harus dikorbankan (Ros, wartawan surat kabar)

Mereka (keluarga, pen) memberi dukungan. Saya pulang malam hari nggak apa – apa kok. Keluarga juga nggak apa – apa. Nggak berharap saya jadi pegawai negeri soalnya (End, editor naskah dan lay out surat kabar)

Dari fenomena di atas ternyata tidak ada halangan atau '*barrier to entry*' bagi perempuan untuk terlibat dalam dunia jurnalisme dan *broadcasting* yang menuntut perempuan harus pulang malam dan/atau bekerja dengan waktu yang tidak menentu. Kesadaran akan resiko pekerjaan, menjadi rasionalitas di balik justifikasi itu. Sehingga sebenarnya sudah harus dihapuskan pandangan stereotip yang melihat bahwa hanya laki-laki saja yang pantas bekerja di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.

V.5. Kondisi Sosial Ekonomi Responden

Dari jumlah responden yang menikah, diperoleh data bahwa pekerjaan suami mereka lebih banyak 11% adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS). Walaupun yang lainnya menyatakan bahwa pekerjaan suami mereka adalah tenaga profesional (9%) dan karyawan swasta (7%). Hanya 1 responden yang mengaku suaminya tidak bekerja, dan dialah yang menjadi tulang punggung keluarga untuk mencari pendapatan keluarga.

Tabel 9: Pekerjaan Suami Responden

Jenis Pekerjaan Suami	Frekuensi	Persentase
1. Belum Menikah	62	62
2. Tidak Bekerja	1	1
3. Pegawai Negeri	11	11
4. Profesional	9	9
5. Wiraswasta	4	4
6. Executive	4	4
7. Staf/Karyawan swasta	7	7
8. Lainnya	3	3
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Dari sisi penghasilan responden, rata-rata pekerja perempuan di industri media massa ini berkisar antara Rp. 1,000,000 – Rp. 1,500,000. Sebanyak 42% responden memiliki standar penghasilan seperti di atas. Walaupun memang pengelompokan penghasilan responden memusat (35%) kepada mereka yang berpenghasilan antara Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta. Rata-rata penghasilan yang diperoleh tidak hanya dari gaji pokok, melainkan juga dari insentif dan uang jabatan. Dilihat dari trend penghasilan pekerja industri media non-administrator, kecenderungan mengelompok pada penghasilan rata-rata di atas Rp. 1 juta ternyata menggambarkan bahwa industri media tidaklah merupakan bidang pekerjaan yang ‘menakutkan’ dari segi numerasi/standard penggajiannya bagi pekerja disini. Walaupun ada yang masih mengeluhkan kecilnya jumlah penghasilan yang diterima sehingga masih merasakan kekurangan. Bahkan ada pula yang membandingkan jumlah penghasilan yang diterimanya saat ini dengan bidang pekerjaan yang sama yang diterima oleh pekerja di perusahaan media massa lainnya.

Saya merasa penghasilan yang saya dapat saat ini masih kurang. Apalagi dengan kondisi ekonomi saat ini (Rt, wartawan Surat Kabar)

kalo dibilang cukup ya memang cukup tapi tidak sama dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama (Kr, Redaktur Pelaksana majalah Anak-Anak).

Apapun keluhan pekerja perempuan atas penghasilan yang diterimanya, mereka toh masih harus bergulat dengan strategi untuk 'menyelamatkan' kehidupan dirinya sendiri dan keluarga tentunya.

Tabel 10: Penghasilan Responden Rata-Rata sebulan

Kategori Penghasilan per bulan	Frekuensi	Persentase
1. Sampai dengan Rp. 500 ribu	13	13
2. Rp. 500,000 – Rp. 1,000,000	35	35
3. Rp. 1,000,001 – Rp. 1,500,000	27	27
4. Rp. 1,500,001 – Rp. 2,000,000	16	16
5. Rp. 2,000,001 – Rp. 2,500,000	3	3
6. Rp. 2,500,001 – Rp. 3,000,000	5	5
7. Rp. 3,000,001 – lebih	1	1
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Kecenderungan trend pendapatan para pekerja perempuan di sektor media massa ini mengerucut ke bawah. Artinya semakin kecil jumlah pekerja yang memperoleh penghasilan besar, mulai dari Rp. 2 juta ke atas. Kecilnya jumlah responden yang menerima gaji besar juga karena kecilnya jumlah mereka yang menduduki jabatan penting dalam institusi media seperti penanggung jawab rubrik ataupun program, atau bahkan kepala program. Realitasnya perempuan masih mendapatkan tempat marginal dalam posisi dan kedudukannya dalam institusi media.

Tabel 11: Pengeluaran Responden Rata-Rata sebulan

Kategori Pengeluaran per bulan	Frekuensi	Persentase
1. Sampai dengan Rp. 500 ribu	25	25
2. Rp. 500,000 – Rp. 1,000,000	39	39
3. Rp. 1,000,001 – Rp. 1,500,000	17	17
4. Rp. 1,500,001 – Rp. 2,000,000	11	11
5. Rp. 2,000,001 – Rp. 2,500,000	6	6
6. Rp. 2,500,001 – Rp. 3,000,000	1	1
7. Rp. 3,000,001 – lebih	1	1
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

Jika benar para responden mengaku bahwa kecenderungan pengeluaran mereka per bulan mengumpul pada trend range antara Rp. 500 ribu dan Rp. 1 juta, maka kondisi ekonomi mereka terlihat cukup 'pas-pasan'. Artinya jumlah penghasilan yang diterima habis terbagi untuk pengeluaran sehari-hari selama sebulan. Bahkan satu-satunya responden yang mengaku berpenghasilan lebih dari Rp. 3 juta per bulan, menyatakan bahwa pengeluaran per bulannya sama dengan yang diterima juga.

Beberapa contoh pengakuan informan yang terjaring dalam wawancara kualitatif juga menyatakan hal yang sama.

Berhubung saya sudah punya anak dilihat dari penghasilan saya kira kurangt ya. apalagi saya sudah bekerja di RRI selama 19 tahun dan gaji saya belum mencapai 1 juta, ya hampirlah 1 juta tapi dengan kerja selama hampir 20 tahun. Itu listrik sebulan sudah 150 ribu, telepon rumah paling minim 100 ribu, HP 100 ribu, anak sekolah 300 ribu, untuk makan sehari 20 ribu aja nggak cukup. Kan harga-harga naik. Kita buat seminim mungkin (Lsm staf redaksi pemberitaan TVRI Surabaya).

Ya kalau bisa jangan sampai kurang, dengan adanya itu kita harus pinter-pinter mengatur rumah tangga. Tapi kondisi sampai sekarang dengan yang dulu memang berbeda. Kalau dulu masih bisa nabung sekarang ini sudah nggak bisa nabung, uang sudah pas-pasan untuk biaya sehari-hari juga (Lst karyawan redaksi pemberitaan TVRI).

Namun ada kalanya yang menyatakan cukup, bahkan lebih penghasilan yang diterimanya selama satu bulan. Bahkan dirinya mengaku masih bisa menabung dan tidak sepenuhnya menghabiskan gajinya dalam masa satu bulan tersebut. Karena masih ikut orang tua dan belum berkeluarga, maka penghasilan yang diterimanya dianggap mencukup bahkan berlebih.

Kriteria cukup itu gimana ya, manusia nggak pernah cukup. Cukup saya akui masih bisa hidup artinya nggak pernah ngutang, malah bisa nabung (MY, penyiar radio).

Pengeluaran terbanyak yang dilakukan oleh para responden adalah belanja rumah tangga 39% dan keperluan pribadi (28%) serta biaya rutin rumah tangga (19%) seperti membayar listrik, telepon, air, dan sebagainya. Kecil sekali penghasilan yang diperoleh responden dipergunakan untuk biaya pendidikan anak dan transportasi.

Tabel 12: Jenis-jenis Pengeluaran

Jenis-jenis Pengeluaran	Frekuensi	Persentase
1. Belanja rumah tangga	39	39
2. Biaya Pendidikan anak	4	4
3. Biaya rumah tangga rutin	19	19
4. Transportasi	4	4
5. Keperluan pribadi	28	28
6. Lainnya	6	6
Total	100	100

Sumber: Kuesioner

V.6. Mekanisme Survival Pekerja Perempuan

Beragam strategi yang dilakukan oleh pekerja perempuan yang merasakan bahwa penghasilan yang diperoleh saat ini masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran keluarganya dan diri sendiri. Dari 28 jumlah responden yang menyatakan penghasilannya tidak mencukupi harus melakukan beragam cara untuk mengatasi kekurangan

ekonomi dalam rumah tangga. Begitu pula responden yang merasa cukup dengan penghasilan yang diterima sebenarnya masih melakukan pekerjaan sampingan, supaya penghasilan yang diperoleh lebih untuk cadangan ekonomi keluarga dan dirinya sendiri.

Tabel 13: Jenis Pekerjaan atau Aktivitas yang menghasilkan tambahan Income

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1. Berdagang	11	39.3
2. Bekerja di tempat lain/sambilan	9	32.1
3. Menjual hasil ketrampilan sendiri	3	10.7
4. Mengambil lembur/overtime	1	3.6
5. Lainnya	4	14.3
Total	28	100

Sumber: Kuesioner

Membawa dagangan ke kantor atau menjual kue dan makanan adalah beberapa cara yang ditempuh oleh responden yang merasakan kurang pendapatan keluarganya dari gaji yang ia terima dan suami. Beban tanggungan jumlah anak dan keluarga besar (*extended family*) menjadi faktor utama pekerja perempuan untuk menempuh langkah-langkah ini. Bahkan ada di antaranya yang 'nyambi' pekerjaan atau melakukan pekerjaan sampingan di luar profesi mereka, seperti mengajar jurnalistik atau menjadi penulis lepas serta penterjemah bahasa Inggris.

Strategi-strategi yang dijalankan oleh perempuan dimaksudkan agar kehidupan 'dapur' keluarganya bisa tetap berlangsung. Apalagi mereka yang bekerja di instansi media pemerintah dengan status pegawai negerinya merasakan gaji yang diterimanya sangat kecil. Tidak sedikit dari mereka lalu yang bergantung kepada penghasilan suaminya. Selain perempuan sendiri berusaha dengan berdagang di kantor atau di tempat lain untuk mencukupi kondisi keuangan keluarga.

Seperti yang dikemukakan oleh Sullivan (1994), bahwa posisi perempuan dalam komunitas urban kampung di perkotaan Jawa sebenarnya menempatkan posisi perempuan dalam apa yang disebutnya sebagai *'master'* sekaligus *'manager'*, pada gilirannya menyudutkan perempuan sendiri. Dengan kata lain, karena statusnya sebagai *'manager'* atau pengelola keuangan dan distribusi atau alokasi anggaran yang tersedia dengan kebutuhan rumah tangga, membuat perempuan harus *survive* sendiri. Entah dengan mengutang kepada tetangga, mengikuti arisan baik di kantor maupun di lingkungan rumah. Suami seolah tidak mau tahu dengan kondisi ini.

Beban sebagai *'manager'* rumah tangga pulalah yang menyebabkan perempuan harus pandai-pandai mengatur strategi pembelanjaan uang. Bukan tidak mungkin jika perempuan harus mengorbankan sendiri kebutuhan dan keinginan terhadap barang yang diharapkan. Apalagi jika mereka hidup dalam konteks *extended family*, dimana mereka yang telah menikah dan bekerja harus menghidupi tanggungan yang ikut dalam rumah tangga mereka selain anak-anak mereka.

Beberapa informan yang diteliti mengaku tidak sampai *'berhutang'* dalam bentuk uang kepada teman atau kantor untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga dan diri mereka sendiri. Karena fenomena *'hutang'* dalam konteks masyarakat urban kelas menengah saat ini agaknya sudah tidak berkenan. Oleh sebab itu perempuanlah yang akhirnya mencari alternatif sumber penghasilan diluar pekerjaan rutinnya.

Saya iseng-iseng punya TK (Taman Kanak-Kanak) ya ternyata lancar jalan, saya sebulan penghasilannya 500 ribu. Kalau sudah dipotong untuk yang lainnya ya.. semakin berkurang. Lalu saya sebagai reporter tidak dapat dipungkiri setiap kali kesuatu tempat kita dapat insentif 50 ribu-100 ribu tapi tetep aja nggak bisa nabung. Dengan usaha ini (TK) ya bisa mencukupi walaupun tidak cukup sekali. Kadang-kadang cukup, kadang-kadang ngga. Karena pasti ada saja pengeluaran extra seperti anak-anak sakit dll. Jadi walaupun suami saya kerja, tapi dia sendiri

ada biaya hidupnya seperti rokok, lalu makan siang dikantor karena dia sendiri bekerja sampe sore. Jadi walaupun ada gaji dari suami dan tunjangan yang didapatnya tetap saja belum bisa membuat kami bernapas lega (Lsm, bekerja di RRI).

ya nyambi ditempat lain seperti ngasih materi jurnalistik yang nggak jauh-jauh dari dunia jurnalistik. Ya pokoknya kita sesuaikan pengeluaran dan penghasilan. Ngukurlah, karena aku kan masih sendiri dan tinggal sama orangtua, jadi nggak banyak, paling habisnya banyak di transport sama jajan (Ros, wartawan).

Alternatifnya, kerjaan sampingan. Belum ya saat ini bener-bener., Cuma kita sering ya, membawa apa seperti baju, tas, sepatu untuk tambahan kan juga ada yang dari suami tapi kan biaya anak kuliah kan mahal (Les, televisi)

Hampir semua informan mengaku mengikuti arisan baik di kantornya maupun di lingkungan rumahnya. Arisan ini diakui saat ini bukan sebagai ajang mencari tambahan penghasilan tetapi ajang sosialisasi. Arisan tidak semata-mata dijadikan alat untuk mendapatkan tambahan uang itu. Ini berbeda dengan apa yang ditemui oleh Sullivan (1989) di beberapa kampung Jawa, bahwa arisan dipakai sebagai ajang untuk menggerakkan aktifitas ekonomi domestik perempuan.

V.7. Penghasilan Suami vs Penghasilan Istri

Ketika seorang perempuan telah menikah, maka menurut hukum Islam dan konstruksi kultural masyarakat di Indonesia, suamilah yang berkewajiban untuk memberikan nafkah bagi istri dan keluarganya. Kewajiban menafkahi istri dan anak inilah yang menyebabkan munculnya konstruksi sosial yang bias gender, karena penghasilan istri (perempuan) tidak 'masuk' dalam kategori penghasilan yang 'menafkahi'. Sehingga dalam konteks Barat, penghasilan istri (perempuan) tidak pernah di kategorikan sebagai penghasilan '*breadwinner*' (pencari nafkah keluarga).

Persoalan yang muncul ketika istri (perempuan) bekerja, maka yang terjadi, terutama dari kalangan kelas menengah perkotaan, penghasilan mereka seolah menjadi hak pribadi, yang

hanya dipakai untuk membeli kebutuhan 'pribadi' perempuan yang bersangkutan. Sedangkan untuk kebutuhan makan dan pokok dirinya dan keluarga, penghasilan suaminya yang digunakan. Prinsip '*sharing*' dua penghasilan sebagai satu income keluarga agaknya belum tersosialisasikan. Karena suami berkewajiban mencari nafkah bagi keluarga, maka hasil suami dimakan oleh keluarga, sementara hasil istri hanya dipakai untuk dirinya (istri).

Standar hidup saya ndak tinggi, saya tidak perlu mobil mewah. Ada mobil yang siap antar jemput yang namanya bemo. Saya hidup harus dengan gaji suami kalau gaji saya ya itu gaji saya. (End, wartawan surat kabar).

Selama ini saya merasakan penghasilan kami cukup. Karena juga tanggungannya nggak banyak, hanya saya, suami, dan anak satu. Penghasilan rumah tangga ada tambahan dari gaji suami, jadi ya cukuplah... (Ret, wartawan).

Diakui oleh beberapa responden dan informan bahwa gaji suami masih sangat diandalkan untuk mencukupi kebutuhan social ekonomi rumah tangga daripada gaji perempuan sendiri. Adakalanya income keluarga di hitung secara bersama antara penghasilan suami dan istri. Karena tanggungan keluarga tidak hanya kewajiban suami, tetapi istri juga harus mendukung, maka mereka menyatakan bahwa sebenarnya beban memikul biaya ekonomi domestik adalah beban dan tanggung jawab keduanya: suami dan istri. Sama halnya ketika harus mengalokasikan anggaran, suami dan istri harus duduk bersama untuk membicarakan hal ini. Kesulitan yang dihadapi dalam rumah tangga bukan hanya tanggung jawab istri untuk mengatasinya, melainkan suami pun juga. Namun kebanyakan, istri atau perempuan sendiri merasa bahwa jika gaji mereka tidak cukup untuk memenuhi segala jenis pengeluaran rumah tangga, maka gaji suaminya yang diharapkan untuk menutupi itu.

Ketimpangan gender atas tanggung jawab dan pembagian peran dalam rumah tangga, selain memunculkan fenomena segregasi penghasilan dan tanggung jawab, juga menyebabkan ketimpangan di salah satu pihak. Ketidakseimbangan dalam mengalokasi hak dan kewajiban

dalam lingkup domestik belum disadari sebagai hak dan tanggung jawab laki-laki dan perempuan dalam ranah ini.

V.8. Gaya Hidup Pekerja Perempuan

Beragam aktivitas yang dilakukan oleh responden dalam memanfaatkan waktu luang. Walaupun pekerjaan sering menuntut mereka harus pulang malam dan ketidakteraturan jadwal kerja, sebagian besar menyatakan masih menyempatkan diri untuk melakukan aktifitas di luar pekerjaan rutin.

Namun sebagian besar menggunakan sisa waktu luangnya untuk membaca dan jalan-jalan ke Mal. Sebagian kecil saja mereka menggunakan waktu luangnya untuk mengasuh anak dan berolah raga.

Tabel 14: Aktifitas di Luar Kerja

Jenis Aktifitas	Ya (%)	Tidak (%)
1. Mengasuh Anak	25	75
2. Jalan-jalan ke Mal	53	47
3. Nonton Bioskop	36	64
4. Membaca	71	29
5. Olah Raga	34	66
6. Lainnya	25	75

Sumber: Kuesioner

Bekerja di dunia media massa diakui oleh para pekerja perempuan ini menuntut keluasan wawasan dan pengetahuan. Sehingga aktifitas 'membaca' bagi mereka adalah keharusan. Seperti pengakuan salah satu penyiar radio dalam penelitian ini "kalau kita tidak membaca akan habis bahan untuk obrolan atau sekedar menyampaikan informasi kepada pendengar..." (Olp, penyiar radio swasta). Sehingga memang 71% dari responden melakukan

aktifitas membaca segala bentuk material pengetahuan sebagai sumber inspirasi dalam kerja mereka.

Sementara para pekerja muda yang belum menikah lebih memilih memilih menghabiskan waktu jalan-jalan ke Plaza atau Mal, hanya untuk cuci mata. Kadang di saat mereka jalan-jalan terkadang ada bahan reportase yang menarik untuk di bawah ke meja redaksi atau kantor mereka. Kejenuhan setelah seharian bekerja yang rata-rata dihabiskan antara 5 – 10 jam sehari di kantor, membuat mereka lelah dan membutuhkan aktifitas di luar kerja rutin. Kehidupan kosmopolitan kota, seperti Surabaya, misalnya lebih memilih untuk berrekreasi di Mal, sebagai alternatif bahkan satu-satunya '*leisure place*' di kawasan metropolitan.

Kehadiran televisi sebagai media hiburan yang murah serta hadir dimana-mana membuat penonton lebih memilih untuk mengkonsumsi media ini daripada pergi ke gedung bioskop. Hanya 36% dari jumlah keseluruhan responden perempuan ini mengaku menggunakan waktu luangnya untuk pergi ke gedung bioskop. Mereka pun adalah pekerja yang belum berkeluarga atau masih single. Popularitas bioskop memang mengalami penurunan sejak televisi di tanah air mampu menghadirkan tayangan hiburan yang membuat pemirsa seperti '*couch potato*' di depan televisi set mereka.

Tabel 15: Kegiatan Pengisi Waktu Luang di Kantor

Jenis Aktifitas	Ya (%)	Tidak (%)
1. Mengkonsumsi media massa (cetak & TV)	68	32
2. Ngobrol dengan teman	55	45
3. Mendengarkan musik	34	66
4. Merencanakan masa depan	31	69
5. Lainnya	16	84

Sumber: Kuesioner

Di sela-sela 'break' atau waktu luang di kantor para pekerja perempuan dalam penelitian menyatakan menghabiskannya dengan membaca media massa cetak entah Koran, tabloid, atau majalah. Berbagai macam respon mereka mengapa menggunakan media cetak sebagai pelampiasan waktu senggangnya, kadang bukan karena sengaja mencari informasi atau tambahan wawasan untuk pekerjaan, tetapi terkadang mencari gossip atau isu yang dapat dipakai sebagai bahan obrolan dengan teman di kantor. Misalnya tabloid-tabloid hiburan, seringkali di konsumsi para pekerja ini untuk mencari tahu tentang gossip selebritis atau sinetron yang sedang hangat, yang kemudian informasi ini dipakai sebagai bahan obrolan antar sesama teman yang juga menyukai sinetron-sinetron di televisi. Tak jarang pula, di sela waktu senggang mereka menghabiskan dengan menonton televisi, terutama ketika ada tayangan telenovela yang digemari oleh para perempuan ini.

Aktifitas kedua yang sering dilakukan oleh pekerja perempuan di media massa di waktu senggangnya adalah 'ngobrol' (*chatting*) dengan teman di kantor. Sebagian besar para perempuan ini mengaku lebih suka meluangkan waktunya sambil bergosip dengan teman kerja. Selain membunuh kebosanan, aktifitas ini dipakai sebagai medium sosialisasi dengan orang-orang di sekitarnya. Beragam topik pembicaraan beredar selama proses *chatting* ini.

Hanya 31% saja dari responden yang mengaku menyempatkan dirinya untuk menyusun rencana ke depan. Mereka kebanyakan adalah para pekerja muda usia dan yang bekerja di industri media massa swasta. Orientasi terhadap karier dan masa depan ternyata cukup penting bagi mereka. Biasanya mereka selain melihat prospek pekerjaan yang saat ini dilakukan, responden juga melakukan perbandingan dengan pekerjaan yang sama tetapi di luar institusi yang diikutinya saat ini. Menyusun rencana ke depan juga dimaksudkan untuk mendapatkan status dan posisi yang lebih tinggi dari yang ditekuninya saat ini. Bahwa ternyata perempuan

juga mempunyai 'concern' terhadap kehidupannya kelak. Anggapan bahwa perempuan hanya bias pasrah dengan 'takdir' dan 'kodrat' nya saja tidak beralasan di era modernitas saat ini.

V.9. Perempuan dan Teknologi

Perempuan dan teknologi, adalah dua unsur terpenting untuk melihat hubungan antara modernitas (*modernity*) dan perempuan. Sejauh mana perempuan telah mengenal dan terbiasa dengan teknologi dan aplikasinya adalah ukuran yang dapat dipakai untuk menjelaskan bahwa modernitas berpihak kepada siapa. Mattelart (1987) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi rumah tangga diciptakan yang pada akhirnya mengukung atau menjadi jerat perempuan sendiri dengan konsepsi domestikasi yang telah lama di konstruksi ke dalam kehidupan sosial masyarakat. Microwave, vacuum cleaner, washing machine (mesin cuci), mixer, dan sebagainya di promosikan sebagai teknologi yang membantu kemudahan perempuan dan ibu rumah tangga. Contohnya telah sering dilihat di media massa atau iklan-iklan teknologi rumah tangga bahwa teknologi membantu ibu/perempuan di sayang suami dan anak, atau teknologi menjadikan ibu si ratu rumah tangga. Tak sadar memang para perempuan terhadap keberadaan 'bahasa' budaya yang mengkonstruksikannya dan melegitimasi hegemoni dominan patriarki atas perempuan.

Tabel 16: Penggunaan Teknologi Kerumah-tangga (*Household Appliances*)

Jenis Teknologi Rumah Tangga	Sering (%)	Kadang-kadang (%)	Tidak Pernah (%)
1. Microwave	14	29	57
2. Mesin Cuci	43	23	24
3. Vacuum Cleaner	15	28	37
4. Mixer	27	44	29
5. Food Processor	11	26	63
6. Blender	36	38	26
7. Lainnya	3		97

Sumber: Kuesioner

Hampir sebagian besar responden terbiasa dengan teknologi-teknologi rumah tangga, terutama yang dilakukan sehari-hari seperti mesin, blender dan mixer. Alat-alat rumah tangga ini sering digunakan dan diaplikasikan oleh mereka setiap harinya. Lebih dari itu, teknologi microwave dan vacuum cleaner karena masih dianggap sebagai barang mewah dalam konteks masyarakat Indonesia, maka jarang sekali atau banyak yang mengaku tidak pernah menggunakannya. Teknologi canggih di tanah air masih relatif cukup mahal, sehingga aplikasinya untuk keperluan rumah tangga tidak begitu banyak dilakukan, selain karena harga teknologi set-nya sendiri, biaya listriknya tidak terjangkau oleh masyarakat, bahkan kalangan kelas menengah (*middle class*) pun.

Namun teknologi di Indonesia tidak jauh dengan perempuan, artinya dalam perkembangan era modernisasi dan globalisasi, perempuan tidak tertinggal dengan teknologi. Karena selama ini anggapan yang beredar bahwa teknologi hanya milik laki-laki, perempuan di jauhkan dari kondisi ini. Namun, iklan-iklan di media massa di akhir dekade 1990-an hingga tahun 2000 lebih mengarahkan isi pesannya untuk membidik perempuan sebagai target pasarnya daripada laki-laki (Ida, 1999). Berbagai jenis teknologi rumah tangga dari mixer, blender, microwave, dan sebagainya saat ini telah di dekatkan dengan perempuan. Mendukung teori yang dikenalkan oleh Mattelart (1987) tentang modernitas dan perempuan, bahwa pada akhirnya teknologi kerumahtanggaan pun dimaksudkan untuk mengukung perempuan dalam ranah domestik kembali.

V.10. Perempuan dan Teknologi Komunikasi dan Informasi

Pertanyaan kemudian, bagaimana dengan perempuan yang bekerja di dunia media massa dimana informasi menjadi komoditi dagang, apakah mereka juga terbiasa dengan

aplikasi teknologi informasi seperti komputer, internet, dan alat-alat komunikasi canggih yang tersedia di kantornya?

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya teknologi *mobile phone* atau 'hand phone' dalam istilah Indonesia, yang lebih dekat dengan perempuan. 87% responden menyatakan sering menggunakan mobile phone dalam kehidupan sehari-hari. Mobile phone bukan lagi barang mahal dalam konteks kepemilikan barang bagi urban kelas menengah Indonesia saat ini. Dimanapun dijumpai teknologi komunikasi ini. Tidak hanya milik perempuan karier, eksekutif, melainkan ibu-ibu rumah tangga telah terbiasa dengan barang ini. Selain karena teknologi komunikasi mobile bukan barang 'mahal' dalam arti keberadaannya masih bisa diakses secara material oleh para kaum urban Indonesia saat ini.

Era digitalisasi dan komputerisasi telah menempatkan teknologi ini dekat dengan masyarakat di Indonesia, termasuk kaum perempuan, apalagi perempuan pekerja. Mereka yang bekerja sebagai jurnalis, penulis naskah (*script writer*), penyiar, dan juga programmer menggunakan komputer *desk top* untuk menunjang pekerjaan di kantor. 75% dari responden menyatakan setiap harinya memang harus bergulat dengan komputer. Apalagi komputer adalah mesin tercepat dan sangat membantu dalam kapasitasnya menyimpan file data yang telah di kerjakan sebelumnya. Tetapi kondisi yang masih ironis terjadi di institusi media milik pemerintah. Karena penggunaan teknologi komputer masih sangat minim. Mereka lebih sering masih menggunakan mesin ketik manual untuk pekerjaannya. Penggunaan laptop atau notebook komputer juga terlalu minim. Karena masih mahalnya harga laptop, sehingga tidak semua perusahaan media menyediakan teknologi komputer kompak untuk para pekerjanya.

Tabel 17: Penggunaan Teknologi Komunikasi dan Informasi

Jenis Teknologi	Sering (%)	Kadang-kadang (%)	Tidak Pernah (%)
1. Komputer Desk Top	75	16	9
2. Laptop/notebook	8	39	53
3. Mobile phone	87	4	9
4. Internet	78	-	22

Sumber: Kuesioner

Internet ternyata hanya diakses oleh sebagian pekerja perempuan di media massa ini. Tidak semua perempuan di industri ini mengaku menggunakan internet. Bahkan diantara sama sekali tidak pernah menggunakan internet. Dari 78% mereka yang menggunakan internet sebagian besarnya menggunakan untuk email saja (59%). Jarang atau bahkan tidak pernah dari mereka yang menggunakan untuk keperluan searching informasi.

Teknologi informasi internet saat ini sudah disediakan oleh hampir semua perusahaan media massa di tanah air. Hanya saja kepemilikan internet memang masih harus di *sharing* atau di pake secara komunal. Munculnya 'warnet' di tanah air, sebenarnya tidak lagi menjadi kendala bahwa internet bukan sesuatu yang aneh.

Tabel 18: Penggunaan Internet

Aktifitas berinternet	Pernah (%)	Tidak Pernah (%)
1. Mencari bahan pekerjaan dari internet	78	22
2. Menggunakan <i>search engine</i>	38	62
3. <i>Browsing</i> untuk keperluan pribadi	36	64
4. Email	59	41
5. Chatting	17	83
6. Lainnya	6	94

Sumber: Kuesioner

Para pemakai internet (78 orang) mengaku menggunakan internet lebih banyak untuk mencari bahan pekerjaan. Wartawan dan penyiar radio terutama yang tinggi sekali pemakaian internetnya untuk browsing informasi dari internet bagi dari web site dalam negeri maupun dari

luar negeri. Alasan mereka karena informasi berkembang sangat cepat dan mereka, karena bagian dari pekerjaan, harus selalu *keep updating* dengan informasi terbaru. Karena itulah internet sangat penting dalam kehidupan pekerjaan mereka.

Namun hanya sebagian kecil saja dari para pemakain internet di atas yang sering mengakses 'search engine' semacam *Yahoo.com* atau *Google.com* untuk mencari informasi yang dibutuhkan, jika mereka memang tidak ditugaskan untuk membuat artikel atau bahan berita yang harus mencari tambahan data dari berbagai sumber atas isu yang diangkat. Terkadang wartawan yang berada di bawah naungan *Jawa Pos group* bisa menggunakan search engine yang dimiliki *jawapos.co.id* untuk mencari data-data dan informasi tambahan. Selain itu karena *Jawa Pos group* telah memiliki *Jawa Pos News Network* yang menyediakan rangkaian berita yang dipakai untuk koran-korannya seperti '*Radar...*' dan koran-koran di kawasan Indonesia timur lainnya, melalui cetak jarak jauhnya.

Dari mereka yang mengaku menggunakan internet, lebih banyak yang menggunakan di rumah atau di warnet-warnet terdekat. Hal ini karena 5% responden saja yang mengaku bahwa perusahaan media massanya yang menyediakan fasilitas internet. Sedangkan 95% sisanya mengaku tidak ada fasilitas internet dari kantor. Seperti telah di kemukakan di atas, bahwa memang internet saat ini sangat terbatas. Hanya media besar saja yang memberikan kebebasan pekerjaanya untuk mengakses internet. Di Surabaya saja hanya *Jawa Pos* dan radio *Suara Surabaya FM* yang memberikan keleluasaan kepada pekerjaanya untuk mengakses internet di kantor. Selebihnya internet bersifat terbatas, hanya kepala program, atau bahkan beberapa staf atasan saja yang bisa mengakses. Terlebih instansi media pemerintah semacam RRI dan TVRI yang harus *struggle* dengan teknologi informasi dan komunikasi di instansinya karena

keterbatasan dana. Hampir sebagian besar para pegawai negeri di sana tidak pernah mengakses internet di kantornya.

V.11. Pandangan dan Opini Pekerja Perempuan Terhadap Kondisi kerja, dan Fasilitas Pekerja Perempuan di Media Massa

Prosentasenya relatif kecil terjadinya diskriminasi yang tajam antara pekerja perempuan dan laki-laki di beberapa media massa di Jawa Timur. Dari pengakuan responden 52% menyatakan bahwa perusahaan mereka telah memberikan hak yang sama kepada karyawannya dalam hal tanggung jawab pekerjaan. Laki-laki dan perempuan memiliki porsi pekerjaan yang sama dalam bidang yang dilakukannya. Walaupun resiko perempuan harus pergi ke luar kota dan kerja hingga malam hari.

Begitu pula dalam pemberian hak kesejahteraan dan fasilitas perusahaan kepada karyawan baik dari sisi materiil maupun imateriil tidak ditemui diskriminasi yang berarti antara kaum perempuan dan laki-laki. Walau memang tidak menutup kemungkinan ada perusahaan media yang masih melakukan diskriminasi, walaupun kecil diakui oleh 6% responden, keadaan ini harus di tuntas habis. Tidak lagi jamannya perusahaan melakukan pembedaan hak-hak kepada pekerjanya.

Tabel 19: Opini Responden Tentang Fasilitas dan eksistensi Perempuan dalam institusi medianya

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
i.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam hal tanggung jawab pekerjaan	52	34	10	4	
ii.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam hal kesejahteraan ekonomi	51	30	13	6	
iii.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam pemberian fasilitas perusahaan	51	29	14	5	
iv.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan untuk membina karir di dalam perusahaan	48	38	10	4	1
v.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam pembagian waktu kerja	36	41	11	9	
vi.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam mengemukakan pendapat, opini, ide, atau ketidaksetujuan	58	37	5		
vii.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan untuk mendapatkan pendidikan dan ketrampilan untuk mendukung pekerjaan	52	39	8	1	3

Keterangan: SS : Sangat Setuju; S: Setuju; N: Netral; TS: Tidak Setuju; STS: sangat tidak setuju

Berdasarkan data di atas, secara umum bisa disimpulkan bahwa perempuan di berikan kesempatan dan fasilitas serta tanggung jawab yang sama dengan laki-laki. Pengakuan para perempuan yang bekerja di industri media massa ini cenderung untuk menyatakan bahwa mereka puas dengan apa yang telah dilakukan oleh perusahaan baik dalam pembagian hak dan tanggung jawab, serta memberikan iklim demokratisasi kepada perempuan. Perempuan juga diberikan kesempatan yang sama untuk menyampaikan opini, pandangan, dan ide dan ketidaksetujuan dalam dunia kerjanya. Begitu juga kesempatan untuk menempuh pelatihan dan

kecakupan yang mendukung pekerjaan sama diberikan baik kepada pekerja laki-laki dan perempuan.

Kalau untuk itu disini nggak ada batasan. Cuma dia mampu nggak melakukannya. Kalo tidak berarti dia harus dirolling ke tempat lain. Tapi kalau saya sih, apapun pekerjaan yang akan saya lakukan itu kan resiko (Ros, wartawan).

Namun dibalik pernyataan tersebut, dalam wawancara kualitatif terungkap bahwa perempuan tidak sadar dengan adanya diskriminasi yang mengatas namakan 'karena istri ikut suami'. Misalnya dalam pemberian tunjangan, terutama mereka yang berstatus pegawai negeri, jumlah gaji yang diperoleh laki-laki lebih besar daripada perempuan karena alasan 'tunjangan istri dan anak'. Dalam hal ini perempuan tidak melihat adanya diskriminasi itu. Inilah contoh konsep '*hidden discrimination*', atau diskriminasi yang tersembunyi yang tanpa disadari ternyata telah membedakan dalam pemberian *reward* kepada pekerjanya. Atau perbedaan itu berdasarkan tempat peliputan dan siang-malam pekerjaan yang harus dilakukan. Seperti pengakuan beberapa informan berikut:

Kayaknya nggak ada. sama saja dalam soal hak juga sama. Dalam hal tunjangan untuk laki-laki kan mereka dapat tunjangan bila berkeluarga. Kalau suaminya pegawai negeri dia nggak dapat tunjangan, karena ikut suami, tapi kalau suaminya pegawai swasta, dia dapat tunjangan, dianggap suami ikut dia. Untuk hal yang lainnya semuanya sama aja. Kalau ada promosi pun semuanya karena prestasi (Sdh, staf TVRI).

Dari segi tunjangan kesehatan ya ada perbedaan. Pekerja perempuan kan selalu jadi single pada posisinya. Karyawan pria yang udah berkeluarga otomatis dapat jatah lebih banyak. Misal kalau untuk karyawan yang masih single dapat tunjangan kesehatan untuk satu tahun satu juta, tapi untuk karyawan pria dan wanita yang masih single. Tapi kalau karyawan laki – laki sudah berkeluarga jatahnya jadi tambah misalnya jadi seratus lima puluh ribu perbulan. Untuk karyawan perempuan jatahnya tetap meskipun sudah menikah karena mungkin tanggungjawab keluarga dibebankan pada para bapak kalau tunjangan lain seperti tunjangan transport itu sama. Disesuaikan dengan golongan. Seperti kami yang diredaksi, tunjangan transportnya lebih bila dibandingkan teman – teman yang diadministrasi. Perbedaannya disitu. Jadi tidak tergantung laki – laki atau perempuan Cuma karena posisi. Kalau perempuan dapat tunjangan untuk

melahirkan menurut saya itu kompensasi. Kalau saya melahirkan saya dapat dua juta tapi kalau istri dari karyawan laki – laki juga dapat tunjangan.(ris, tabloid anak-anak)

Pandangan stereotip masih saja ada dalam dunia kewartawanan atau jurnalistik. Terutama pemilihan daerah peliputan dan isu yang diungkap. Hanya wartawan laki-laki saja yang akan di tugaskan untuk meliput isu atau kejadian yang beresiko terhadap keamanan dan keselamatan peliput. Perempuan di jauhkan dari medan-medan liputan seperti itu. Yang menjadi ironis, perempuan sendiri sadar dan ‘menikmati’ eksklusifitas itu. Padahal berita-berita seperti ini adalah berita yang laku di jual dan perempuan banyak menjadi korban di dalamnya. Seperti kerusuhan, perang GAM di Aceh, dan sebagainya, perempuanlah yang banyak menjadi target dan korban keadaan ini. Tetapi karena peliput atau wartawan yang meliput adalah laki-laki kebanyakan, sehingga isu perempuan terpinggirkan untuk diangkat. Dunia perang dan kerusuhan seolah menjadi dunia laki-laki, tetapi perempuan yang menjadi korban dibiarkan begitu saja.

Kalo di tv, seumpama turun ke daerah GAM jarang perempuan yang diturunkan, musti laki-laki. Sehingga untuk daerah yang berbahaya wanita dibedakan lah (Ls, karyawan TVRI).

Perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam cari berita dan tanggungjawab tetap. Di Radar sama saja. Tapi kalau di tempat yang ada kerusuhan maka akan lebih dipakai laki-laki karena kondisional tergantung pada keamanan (Rt, wartawan)

Memahami opini di atas, bahwa sekali lagi ‘kepantasan’ perempuan bekerja hingga larut malam di luar masih harus ‘dijaga’. Artinya pembagian liputan malam diberikan kepada laki-laki, sementara perempuan hanya di berikan liputan-liputan berita ringan dan yang hanya terjadi pada siang hari.

Kalo disini tidak ada perbedaan karena kami dijuruskan ditempatkan sesuai dengan bidangnya. mungkin gini, kalo ada yang dibedakan itu siang-malam. Untuk liputan malam lebih untuk teman laki-laki, untuk keselamatan, alasan keamanan. Jadi walaupun misalnya liputan malam biasanya (perempuan, pen) ditemani ada teman cowoknya (Kr, penulis naskah majalah anak-anak).

Sayangnya penelitian ini tidak melihat lebih jauh, dalam hal pembagian isu atau peristiwa liputan, apasajakah yang di tugaskan kepada wartawan perempuan dan isu/event apakah yang banyak di tugaskan kepada wartawan laki-laki. Jika ini bisa ditemukan, maka akan baik untuk melihat bahwa dominasi patriarki atas ruang-ruang publik yang boleh dan tidak boleh di jamah oleh perempuan mengalami perbedaan. Namun ada juga informan yang telah menyinggung akan hal ini seperti hasil berikut:

Mmm... biasanya perempuan mengerjakan acara-acara kewanitaan, seperti saya sendiri penanggungjawab acara anak-anak. Sedangkan yang laki-laki lebih sering mengerjakan acara-acara hiburan seperti wayang kulit karena acara berlangsung semalam suntuk dan mereka juga harus menjaga property-property yang ada (sur, bagian program TVRI).

Setahuku waktu aku di media lain, kalo misalnya cewek itu untuk liputan di hotel, memasak, hiburan, kalo disini nggak. Untuk saat ini nggak ada perbedaan ini kan juga mediana masih baru. Nggak tau kalau untuk kedepan tapi semoga tetap seperti ini (ros, wartawan).

Dari data yang sederhana ini bisa dilihat bahwa pembagian tugas peliputan perempuan dan pria pun masih dibedakan. Urusan dengan wanita atau hal-hal tentang leisure activities, liputan hiburan, hotel, dan sebagainya di bebankan kepada perempuan, sedangkan untuk 'hard news' seperti politik, ekonomi, dan keamanan adalah 'kapling' dai wartawan atau reporter laki-laki.

V.12. Pandangan dan Opini Pekerja Perempuan Terhadap Eksistensi dan Kedudukan Pekerja Perempuan di Media Massa

Pandangan perempuan yang masih bias gender atas pekerja perempuan sendiri ditemui dalam penelitian ini. Masih ragu-ragunya perempuan untuk menyatakan bahwa dirinya dan kaumnya (perempuan) harus di sejajarkan dengan laki-laki sendiri sangat sering di dapati dalam pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada perempuan. Opini atas statement yang mencoba mempertanyakan dimana dan bagaimana sebaiknya perlakuan terhadap eksistensi perempuan di dunia kerjanya, masih lebih cenderung bias gender. Artinya perempuan sendiri merasa bahwa memang mereka harus dibedakan, harus diperlakukan tidak sama dengan laki-laki, dan sebagainya yang menempatkan bahwa perempuan memang berbeda dengan laki-laki dalam peran dan kedudukannya di masyarakat apalagi di tempat kerja.

Tabel 20: Pandangan dan Opini Perempuan Tentang Eksistensi dan Kedudukan Pekerja Perempuan di Media Massa

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
i.	Sebagai karyawan perempuan saya harus mendapatkan perlakuan khusus dari perusahaan	2	11	36	35	16
ii.	Sebagai karyawan perempuan saya harusnya mendapat porsi kerja yang berbeda dengan karyawan laki-laki.	5	7	26	46	16
iii.	Sebagai karyawan perempuan saya harusnya mendapatkan gaji dan kesejahteraan yang sama dengan karyawan laki-laki	57	30	6	5	2
iv.	Sebagai perempuan saya harusnya tidak boleh kerja lembur	3	12	27	43	15
v.	Sebagai karyawan perempuan saya harusnya tidak boleh kerja malam	13	22	20	32	12
vi.	Sebagai karyawan perempuan saya harusnya di tempatkan pada pekerjaan non fisik.	11	23	31	26	9
vii.	Sebagai karyawan perempuan saya seharusnya selalu didampingi oleh karyawan laki-laki	1	6	19	49	25
viii.	Sebagai karyawan perempuan saya merasa tidak pernah naik pangkat/jenjang status dalam perusahaan ini.	2	6	30	36	26
ix.	Sebagai karyawan perempuan saya harusnya diberi keleluasaan atau fleksibilitas daripada laki-laki.	9	22	33	27	9

Keterangan: SS : Sangat Setuju; S: Setuju; N: Netral; TS: Tidak Setuju; STS: sangat tidak setuju

Keragu-raguannya jawaban perempuan terhadap 'apa yang seharusnya' dan 'tidak seharusnya' dilakukan oleh pekerja perempuan baik oleh perusahaan maupun diantara kolega kerja mereka, menunjukkan bahwa sikap perempuan sendiri masih terkesan dualisme. Di satu sisi mereka sebenarnya menginginkan perlakuan yang sama dengan pria, namun kadangkala karena konstruksi sosial dan norma-norma sosial masyarakat yang memberikan 'keistimewaan' kepada perempuan, yang akhirnya menyebabkan perempuan sendiri untuk ragu menapakkan apa yang seharusnya di perjuangkan dalam masyarakat berkaitan dengan hak dan kewajiban serta eksistensi perempuan sendiri. Perempuan juga agaknya pasrah dengan yang diterimanya saat ini.

Mau jadi apa yang penting jadi anda sendiri. Kita mau jadi karyawan biasa kaya gini juga bisa. Mau jadi lebih tinggi harus melatih diri seperti itu. Kembali lagi ke orangnya (end, TVRI).

Sebetulnya tidak ada perbedaan, laki-laki dan perempuan sama. Kalo disini ya cuman kadang-kadang masih ada dari koordinator kita masih ada toleransi, mungkin untuk ditempat yang berbahaya biasanya, tapi nggak menutup kemungkinan kita untuk berangkat, tapi untuk saat ini kebanyakan masih ada toleransi (Ist. bagian program TVRI).

Toleransi-toleransi dalam konteks pekerjaan sendiri sebenarnya yang kemudian akhirnya dipakai untuk menyudutkan perempuan, bahwa mereka memang harus dibedakan dalam dunianya. Keleluasaan perusahaan untuk membolehkan pekerja perempuan membawa pekerjaan pulang ke rumah juga salah satu hal yang menyudutkan perempuan. Walau dengan dalih alasan supaya perempuan bisa kerja sambil mengurus anak. Dual role masih saja di beban perempuan, memangnya kenapa kalau laki-laki membawa pekerjaan di rumah juga harus di beri kewajiban untuk mengurus anak-anak. Kewajiban perempuan bekerja seolah dihadapkan pada resiko keluarga dan mengurus anak. Walau mereka bersikap tidak selayaknya perempuan di bedakan atau diperlakukan berbeda, namun masih ada saja yang percaya karena perempuan beda dengan laki-laki dalam hal tanggung jawab keluarga.

V.13. Pandangan Perempuan Tentang 'Dunianya' (yang digeluti saat ini)

Beragam pandangan dan opini perempuan tentang pekerjaannya terutama ketika ditanyakan tentang 'kepantasan' dunia kerjanya dengan posisinya sebagai perempuan. Ada yang menyatakan bahwa pekerjaannya cocok untuk perempuan karena fleksibilitas pengaturan waktunya, apalagi jika perempuan sudah menikah. Walaupun untuk mereka yang masih kuliahpun. Seperti beberapa pengakuan informan berikut:

pantes banget (untuk perempuan, pen). Soalnya ini ngga' workaholic banget. Bisa menghasilkan duit yang lumayan dan tau sendiri kan cewek kudu ngurus rumah tangga juga. Jadi bisa diadaptasikan sama kegiatan-kegiatan lain. Misalnya kalau kuliahnya pagi, siarannya sore (olp, penyiar)

Kalau menurut saya pantas. Kalau itu jalan kita bener ya pantas saja, kita kan juga nggak ada masalah. Sama laki-laki kita sudah harus sejajar. Nggak ada "konco wingking" lagi. Kayaknya ini saingannya kan banyak dan kalau saya kan nggak ngejar karir tapi kepuasan aja dan mungkin mungkin kita kan terbatas pada pegawai negeri tadi. Kan lain kerja di swasta dengan kerja di negeri, negeri kan aturannya lain. Kalo swasta kan ini mungkin untuk gaji seperti ini sudah lebih tinggi perhatiannya mungkin untuk kesejahteraan (Lst, bagian program TVRI).

Fleksibilitas waktu kerja memang selama ini yang dipertimbangkan oleh perempuan jika dia memutuskan untuk bekerja di luar rumah. Alasan masih bisa mengasuh anak dan mengurus suami serta rumah tangga menjadi 'concern' utama memilih pekerjaan yang ada. Apalagi pegawai negeri adalah prospek kerja yang banyak digemari oleh hampir sebagian besar masyarakat di tanah air. Karena lemahnya system kepegawaian dan pengaturan waktu kerja dalam kepegawaian negeri inilah, seringkali dan banyak pandangan yang keluar bahwa perempuan lebih cocok menjadi pegawai negeri karena fleksibel mengatur waktu dan tidak ketat.

saya kira pantas, apalagi perempuan dengan keluwesannya yang tidak dapat ditembus laki-laki. Pertanyaan- pertanyaan yang susah misalnya rahasia jabatan, kalo wanita akan lebih mudah. dengan media-media yang semakin canggih wanita harus bisa menguasai tidak hanya laki-laki. Untuk saya sendiri yang memang kadang

terbatas usia. Untuk umur 50 tahun nanti mungkin fisik sudah tidak mampu bergerak cepat dan kelihatan tua walaupun itu tidak [pokok ya, tapi tidak dapat dipungkiri (lsm, bagian program TVRI)

Karena perempuan 'luwes', 'prigel', 'fleksibel', dan sebagainya, maka perempuan pantas untuk bekerja di dunia media massa ini. Begitu kecenderungan pandangan para perempuan yang bekerja di bisnis ini. Stereotip atau pensifatan perempuan dengan konsep-konsep tersebut, yang akhirnya membuat perempuan menilai sendiri kepantasan pekerjaan apa yang cocok dan tidak cocok untuk perempuan karena 'luwes', 'lembut', dan lain-lain yang tidak dimiliki oleh laki-laki. Asal bukan pekerjaan yang menyita energi fisik perempuan, maka jenis pekerjaan apapun cocok bagi perempuan. Pandangan yang bias gender ternyata masih saja muncul dari perempuan pekerja yang tiap harinya harus bergulat dengan teknologi ini.

prospeknya (editor, pen) bagus untuk perempuan karena mereka lebih teliti, sebelum berada dalam posisi editor sebaiknya ada pengalaman menjadi wartawan dulu. Gimana kalau dijadikan penghasilan, editor masa depannya gak ada, kalau ngga mau maju atau nulis. Kalau cuman editor, jabatannya mati (Ret, editor Koran).

Dunia wartawan yang harus mencari berita, meliput peristiwa, dianggap tidak cocok dan tidak pantas oleh mereka sendiri yang bekerja di sana. Karena wartawan harus mencari berita di tempat-tempat tertentu dan kerja malam hari kebanyakan, hanya cocok bagi perempuan single atau yang belum menikah, tidak untuk perempuan yang sudah berkeluarga.

Kalau perempuan, jelas pekerjaan wartawan itu berat.

1. karena membutuhkan fisik yang kuat apalagi untuk surat kabar harian yang kerja sampe malem dan harus bisa menyesuaikan diri dengan wartawan laki-laki.
2. Proses dilapangan itu kan kendalanya banyak seperti kerja sampai malem, atau narasumber yang nakal atau iseng, ngajak kencan, dilecehkan dan lain-lain.

Karena saya masih single saya anggap cukup, tapi kalau sudah berkeluarga nggak bisa (Ros, wartawan)

Jenjang kariernya (editor di koran, pen) nggak panjang. Kalau udah editor ya udah nggak ada karier di atasnya lagi. ...Paling kalau dia mau ya akhirnya ke karier lain. Kalau itungan level jadinya tetap sama (rt, wartawan)

Tapi ada yang secara terbuka menyatakan bahwa apapun jenis pekerjaan itu baik bagi perempuan dan laki-laki, semuanya sama, tergantung dari individualnya. Bekal agama, kemandirian, dan percaya diri dengan kemampuannya yang menyebabkan perempuan atau laki-laki bisa maju dalam kariernya dimanapun mereka di tempatkan dalam institusi media massa yang lebih banyak memang berhubungan dengan informasi dan hiburan, seperti pengakuan berikut:

Pantas saja, toh ini juga untuk memajukan kaum perempuan. Apa lagi perempuan yang bekerja dibidang ini harus mempunyai banyak bekal agama agar tidak terjerumus ke hal yang negatif. Karena dunia hiburan terkesan ngawur dan campur aduksehingga ada batasan-batasan di dunia hiburan. Batasan-batasan itu kembali lagi pada masing-masing individu (Ek, penanggung jawab program TVRI)

Bab VI

Kesimpulan

VI.1. Kesimpulan

Pekerjaan dalam industri media massa masih dianggap kurang memenuhi kebutuhan dari sisi materiil atau penghasilan bagi kaum perempuan. Dalam arti penghargaan ekonomis atau material yang diberikan kepada perempuan dalam standar hidup yang sederhana. Terutama mereka yang bekerja pada institusi media milik pemerintah dengan status pegawai negerinya seringkali mengeluhkan ke tidak puasannya dengan renumerasi yang diterimanya setiap bulan.

Dari sisi penghasilan responden, rata-rata pekerja perempuan di industri media massa ini berkisar antara Rp. 1,000,000 – Rp. 1,500,000. Sebanyak 42% responden memiliki standar penghasilan seperti di atas. Walaupun memang pengelompokan penghasilan responden memusat (35%) kepada mereka yang berpenghasilan antara Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta. Rata-rata penghasilan yang diperoleh tidak hanya dari gaji pokok, melainkan juga dari insentif dan uang jabatan. Dilihat dari trend penghasilan pekerja industri media non-administrator, kecenderungan mengelompok pada penghasilan rata-rata di atas Rp. 1 juta ternyata menggambarkan bahwa industri media tidaklah merupakan bidang pekerjaan yang ‘menakutkan’ dari segi numerasi/standar penggajiannya bagi pekerja disini. Walaupun ada yang masih mengeluhkan kecilnya jumlah penghasilan yang diterima sehingga masih merasakan kekurangan. Bahkan ada pula yang membandingkan jumlah penghasilan yang diterimanya saat ini dengan bidang pekerjaan yang sama yang diterima oleh pekerja di perusahaan media massa lainnya.

Akan tetapi sebagian besar perempuan pekerja di industri media massa baik yang belum berkeluarga maupun yang sudah menyatakan cukup puas atau cukup dengan penghasilan yang diterimanya setiap bulan. Ada dua alasan utama mengapa sebagian besar merasa cukup dengan

penghasilannya. *Pertama*, mereka yang bekerja lebih banyak mengharapkan gaji suami atau penghasilan suami sebagai *income* atau penghasilan utama untuk keluarga. Sementara penghasilan perempuan sendiri masih dianggap oleh perempuan untuk dirinya sendiri. Walaupun ada beberapa yang mengaku *men-share* dengan penghasilan suami. *Kedua*, bagi perempuan yang masih *single*, karena mereka masih ikut orang tua, sehingga penghasilan yang diterimanya cukup untuk kebutuhan sendiri sehari-hari.

Namun selain dari penghasilan utama, para perempuan ini melakukan usaha lain seperti berjualan kue atau membawa barang dagangan sebagai mekanisme untuk bertahan dalam kehidupan yang membutuhkan banyak dana. Strategi lain yang ditempuh adalah dengan cara mengerjakan pekerjaan sampingan entah memberikan kursus atau melakukan pekerjaan lainnya. Selain ada pula yang berjualan hasil kerjanya. Bahkan ada pula yang mengambil kerja *overtime* untuk menambah pendapatan keluarga sehingga tidak kekurangan. Tidak ada yang mencoba untuk 'berhutang' dalam rangka menutupi kekurangan hidup mereka sehari-hari.

Sebagian besar responden juga menyatakan sudah tidak ada lagi diskriminasi dalam duni kerjanya. Walaupun pernyataan mereka bias, bahwa dalam hal tertentu tidak ada perbedaan namun dalam hal lain perempuan masih saja dibedakan, misalnya system penggajian, pemberian tunjangan keluarga, tunjangan kesehatan, dan lain-lain. Namun perempuan tidak menyadari adanya perbedaan ini. Akan halnya fasilitas yang diterima, perempuan merasakan semuanya sama, walaupun untuk urusan teknologi perempuan masih jauh tertinggal dengan laki-laki.

Penggunaan teknologi komunikasi dan informasi misalnya, seperti internet jauh dari yang diharapkan. Sedikit sekali perusahaan yang memberikan fasilitas internet kepada karyawannya termasuk perempuan, sehingga mereka harus mengakses sendiri. Karena harus

menggunakan uang sendiri, maka perempuan malas untuk menggunakan teknologi informasi ini.

Dalam melihat prospek pekerjaannya (dalam dunia media massa) sebagian menyatakan bagus dan pantas untuk perempuan, namun sayangnya masih dengan perspektif pandangan stereotip, misalnya karena perempuan 'luwes', 'teliti', dan sebagainya yang membedakan sifat itu dari laki-laki, sehingga cocok untuk perempuan. Belum lagi karena alasan fleksibilitas waktu. Dual role atau peran ganda perempuan disadari dan diterima perempuan pekerja sendiri. Karena kewajiban mengurus anak dan suami serta rumah tangganya, maka pekerjaan-pekerjaan seperti wartawan di pandang tidak cocok untuk perempuan terutama mereka yang sudah menikah. Tetapi pekerjaan penyiar karena fleksibel dari segi waktu, dan karena perempuan lebih 'cerewt' daripada laki-laki, maka dianggap pantas dan cocok. Begitu juga pekerjaan penulis naskah cocok bagi perempuan karena perempuan lebih teliti dibanding laki-laki.

Menjalani pekerjaan sebagai reporter atau staf pemberitaan dengan waktu kerja yang tidak menentu menjadikan perempuan-perempuan yang telah berkeluarga ini dihadapkan pada dualisme yang seperti 'makan buah simalakama'. Kalau mereka menjalani pekerjaan ini, mereka merasa berat karena keluarga, terutama anak-anak, masih harus di urus, sementara jika tidak dijalani mereka kehilangan pekerjaan dan tentu saja penghasilan tidak diperoleh. Kata-kata "*ya sudah resiko*" atau "*mau bagaimana lagi*", agaknya menjadi kata-kata penghibur yang seolah pasrah dengan resiko yang harus di dapat ketika memutuskan menekuni bidang kerja tersebut.

Sejauh informasi yang diperoleh dari para responden, gaji/penghasilan bukan motivasi utama ketika mereka memilih untuk terjun dalam dunia jurnalistik dan kepenyiaran. Pengalaman dan aktivitas serta jenis pekerjaan ini yang menantang mereka untuk

menggelutinya. Walaupun memang tidak semuanya menyatakan hal ini, ada pula beberapa yang melihat bahwa bekerja di bisnis media karena gaji yang dicari selain pengalaman. Salah seorang wartawan, mengaku telah berpindah di 4 perusahaan media sepanjang kariernya karena alasan fasilitas serta gaji yang diperoleh belum memuaskan.

VI.2. Saran

Penelitian ini lebih difokuskan dalam hal profil sosial ekonomi dan mekanisme survival pekerja perempuan. Akan tetapi dalam hasilnya, perempuan sendiri terutama yang bekerja di media massa merasakan sudah cukup dengan penghasilan yang diterima dan lebih menggantungkan terhadap suami, sehingga variasi sisi social ekonomi pekerja perempuan di sektor ini belum begitu mendalam. Lebih baik jika fokus kemudian diarahkan kepada bagaimana mereka mengatasi hambatan sosial ekonomi yang berhubungan dengan diskriminasi penghasilan yang diterima oleh perempuan, misalnya.

Banyaknya persoalan yang melingkupi perempuan yang bekerja di bisnis media massa perlu untuk di kupas. Misalnya pembagian jenis pekerjaan, pembagian *space* atau ruang perempuan yang bekerja, dan hal-hal lain untuk melihat bagaimana 'gender' berperan dan bermain di sana. Metode kualitatif agaknya sangat tajam dan detail dipakai untuk mengupas persoalan ini daripada data-data kuantitatif yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, Rochman dan Mabroer MS, 2000, *Kesejahteraan Jurnalis Antara Mitos dan Kenyataan*, Asia Foundation dan Aliansi Jurnalis Independen, Surabaya
- Berger, Arthur Asa, 2000, *Media and Communication Research Methods*, Sage Publication, New York
- Creedon, Pamela. J, 1994, *Women and Mass Communication*, Sage Publication, London
- Hansen, Anders, Simon Cottle, Ralph Negrine, Chris Newbold, 1999, *Mass Communication Research Methods*, McMillan, London
- Idris, Naswil dan Gunaratne, Shelton. A, 2000, 'Indonesia', dalam Gunaratner, Shelton A. (2000), *Handbook of The Media in Asia*, Sage Publication, New Delhi
- McQuail, Denis, 2000, *McQuail's Mass Communication Theory*, 4th ed., Sage Publication, New York
- Lauzen, Martha M., 1999, 'Making Difference in Prime Time: Women on screen and behind the scenes in the 1995-96 television season', dalam *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Winter 1999, Washington, pp. 1-19
- Parawansa, Khofifah Indar, 2002, 'Institution Building: An Effort to Improve Women's role and status', dalam Robinson, Kathryn dan Sharon Bessel, *Women in Indonesia Gender, Equity and Development*, Singapore, South East Asian Studies
- Phalen, Patricia C., 2000, 'Pioneers, girlfriend and wives': An Agenda for Research on Women and the Organizational Culture of Broadcasting', dalam *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Spring 2000, Washington, pp. 230-247
- Pascoe, Eva, 2000, 'Women out of Technology', dalam *New Statement (periodical)*, 10 July 2000, London
- Robinson, Kathryn dan Sharon Bessel, *Women in Indonesia Gender, Equity and Development*, Singapore, South East Asian Studies
- Siregar, Ashadi, Rondang Pasaribu, dan Ismay Prihastuti, 1999, *Media dan Gender: Perspektif Gender atas Industri surat kabar Indonesia*, Ford Foundation dan LP3Y, Yogyakarta
- Soemandoyo, Prijo, 1997, *Wacana Gender dalam Dunia Televisi*, Ford Foundation dan LP3Y, Yogyakarta
- Sen, Krishna dan David T. Hill, 2000, *Media, Culture, and Politics in Indonesia*, Oxford University Press, Australia

Sullivan, Norma, 1994, *Master and Managers: A Study of Gender Relations in Urban Java*, Sydney, Allen and Unwin

_____, 1989, 'The hidden economy and kampung women', dalam Alexander, Paul (ed), *Creating Indonesian Cultures*, Sydney, Oceania Publication

Saptari, Ratna, 2000, 'Women, family and Household: Tensions in Culture and Practice', dalam Koning, Juliet, Marleen Nolten, Janet Rodenburg, and Ratna Saptari, (Eds), *Women and Household in Indonesia*, Curzon

Suryakusumah, Yulia, 1996, 'The state and sexuality in New Order Indonesia', dalam Sears, Laurie, (ed), *Fantasizing the Feminine in Indonesia*, Durham, Duke University Press

Wright, Barbara , 1998, *Wanita Dalam Teknologi* (terj.), Rosdakarya, Bandung

AMIC, 1994, *In the Internet Era Let's Don't Forget Women*, Unpublished Research Report, Asian Mass Communication (AMIC), Singapore

INTERVIEWGUIDE LINE

Institusi Media Massa: Surat Kabar Radio
 Tabloid Televisi
 Majalah

Identitas Responden:

1. Nama (optional):
2. Alamat:
3. Status Pernikahan: i. Menikah ii. Belum Menikah iii. Cerai
4. Berapakah usia Ibu/Sdri. Saat ini?.....
5. Tingkat Pendidikan Formal Ibu/Sdri.
6. Apakah Ibu/Sdri. Mempunyai pendidikan non formal/keprofesionalan tertentu?
7. Apakah jenis pendidikan non formal/keprofesionalan yang pernah ditempuh?

Kondisi Sosial Ekonomi Responden

8. Bagaimana Ibu/sdri merasakan penghasilan yang diterima saat ini?
9. Apakah penghasilan tersebut dianggap cukup untuk memenuhi kondisi sosial ekonomi keluarga?
10. Jika tidak cukup, adakah alternatif lain yang dilakukan oleh Ibu/sdri untuk mencukupi hal tersebut?
11. Apakah dari alternatif tersebut, Ibu merasa cukup saat ini?
12. Jika masih kurang apa yang Ibu/sdri lakukan untuk menutupi kekurangan kondisi sosial ekonomi keluarga (jika dianggap kurang)?
13. Jika Ibu/sdr merasa cukup, atau sangat cukup bahkan, mengapa demikian?
14. Apakah kecukupan memenuhi kondisi sosial ekonomi keluarga sudah bisa terwakili dengan penghasilan ibu/sdri sendiri? Ataukah karena suami atau anggota keluarga yang lain?

Kondisi Pekerjaan Responden

15. Sudah berapa lamakah Ibu/Sdri. Bekerja di institusi media ini
16. Apakah jenis pekerjaan yang Ibu/Sdri. tekuni saat ini
17. Ketika ibu memutuskan untuk terjun dalam dunia pekerjaan ini apa yang mendasari atau memotivasi ibu/sdri?
18. Bagaimana suami dan/atau keluarga Ibu melihat pekerjaan yang ditekuni saat ini?
19. Bagaimana masyarakat sekitar Ibu melihat pekerjaan yang ditekuni oleh ibu saat ini?
20. Bagaimana menurut Ibu/sdri pekerjaan yang saat ini ditekuni untuk kaum perempuan? Pantaskah? Baikkah?
21. Apakah pekerjaan yang Ibu/sdri tekuni saat ini berprospek bagus untuk karir ibu/sdri sendiri dan kaum perempuan umumnya?
22. Apakah pekerjaan yang Ibu/sdri tekuni saat ini berprospek bagus sebagai lahan mencari penghasilan bagi ibu/sdri sendiri dan kaum perempuan umumnya?
23. Adakah ibu/sdri melihat perbedaan-perbedaan pekerjaan yang ditekuni saat ini dengan yang dilakukan oleh kaum laki-laki dalam jenis pekerjaan yang sama?
24. Jika ada apasajakah perbedaan-perbedaan itu, sebutkan?
25. Apakah Ibu/sdri melihat bahwa perusahaan-perusahaan media massa membedakan jenis pekerjaan yang Ibu/sdri tekuni saat ini antara pekerja perempuan dan pekerja laki-laki? Jika ada apasajakah perbedaan itu?
26. Apakah Ibu/sdri melihat ada perbedaan perlakuan, pemberian hak, dan fasilitas yang berbeda antara pekerja perempuan dan laki-laki dalam jenis pekerjaan yang sama dengan yang ibu tekuni saat ini? Jika ada apasajakah?

KUESIONER**POTRET SOSIAL EKONOMI PEKERJA PEREMPUAN DI MEDIA MASSA**

Saya adalah staf pengajar dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. Saat ini saya sedang melakukan studi tentang potret sosial ekonomi pekerja perempuan di sector media massa di Jawa Timur dengan perspektif gender. Tujuan dari studi ini adalah mencari gambaran tentang profil sosio-demografi dan kondisi sosial para jurnalis perempuan yang bekerja pada institusi media seperti surat kabar, majalah, tabloid, radio siaran, dan televisi. Studi ini akan menjadi data dasar untuk keperluan studi-studi lanjutan.

Bersama ini kami mohon kesediaan Ibu/Saudari untuk menjawab pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner ini. Semua identitas dan informasi yang Ibu/Saudari berikan akan dijamin kerahasiannya. Identitas dan latar belakang Ibu/Saudari menjadi anonim dalam studi ini dan tidak akan pernah di buka secara umum.

Informasi yang Ibu/Saudari berikan kepada saya adalah data yang sangat berharga dan berarti tidak saja untuk studi ini, melainkan untuk kemajuan ilmu pengetahuan di tanah air. Jika ada pertanyaan lebih detail mengenai studi ini silahkan bertanya langsung kepada para pewawancara.

Terima kasih atas perhatian dan bantuannya.

Institusi Media Massa: Surat Kabar Radio

 Tabloid Televisi

 Majalah

A. Identitas Responden:

1. Nama (optional):
2. Alamat:
3. Status Pernikahan: i. Menikah ii. Belum Menikah iii. Cerai
4. Berapakah usia Ibu/Sdri. Saat ini?
 - i. 18 tahun – 24 tahun
 - ii. 25 tahun – 31 tahun
 - iii. 32 tahun – 38 tahun
 - iv. 39 tahun - 45 tahun
 - v. 46 tahun ke atas
5. Tingkat Pendidikan Formal Ibu/Sdri.
 - i. SMA/ sederajat
 - ii. Diploma (D3)
 - iii. Sarjana (S1)
 - iv. Sarjana Lanjutan (S2,S3)
6. Apakah Ibu/Sdri. Mempunyai pendidikan non formal/keprofesionalan tertentu:
 - i. Ya
 - ii. Tidak (langsung pertanyaan berikutnya)
7. Apakah jenis pendidikan non formal/keprofesionalan yang pernah ditempuh:
 - i. Sekolah Fotografi

- ii. Sekolah Jurnalistik
- iii. Sekolah Penyiar Radio
- iv. Sekolah Broadcasting
- v. Lainnya, sebutkan

B. Kondisi Sosial Ekonomi Responden

8. Jika Ibu/Sdri. Sudah menikah, apakah pekerjaan suami:
- i. Tidak Bekerja
 - ii. Pegawai Negeri
 - iii. Profesional (guru, dosen, dokter, pengacara, dll)
 - iv. Wiraswasta
 - v. Executive institusi bisnis/perusahaan swasta
 - vi. Staf/karyawan institusi bisnis/perusahaan swasta
 - vii. Lainnya, sebutkan
9. Berapakah pendapatan Ibu/Sdri. Per bulan (dalam hitungan rata-rata kotor):
- i. Sampai dengan Rp. 500,000
 - ii. Rp. 500,001 – Rp. 1,000,000
 - iii. Rp. 1,000,001 – Rp. 1,500,000
 - iv. Rp. 1,500,001 – Rp. 2,000,000
 - v. Rp. 2,000,001 – Rp. 2,500,000
 - vi. Rp. 2,500,001 – Rp. 3,000,000
 - vii. Rp. 3,000,001 lebih
10. Berapakah Pengeluaran Ibu/Sdri. Perbulan (rata-rata dari penghasilan tersebut diatas):
- i. Sampai dengan Rp. 500,000
 - ii. Rp. 500,001 – Rp. 1,000,000
 - iii. Rp. 1,000,001 – Rp. 1,500,000
 - iv. Rp. 1,500,001 – Rp. 2,000,000
 - v. Rp. 2,000,001 – Rp. 2,500,000
 - vi. Rp. 2,500,001 – Rp. 3,000,000
 - vii. Rp. 3,000,001 lebih
11. Apakah status tempat tinggal Ibu/sdr saat ini:
- i. Rumah sendiri
 - ii. Rumah orang tua
 - iii. Rumah sewa/kontrak
 - iv. Rumah Kos
 - v. Lainnya,
12. Berapakah jumlah tanggungan Ibu/Sdri. Dalam keluarga ini:
- i. Tidak ada
 - ii. 1 – 3 orang
 - iii. 4 – 6 orang
 - iv. 7 orang – lebih
13. Dari pengeluaran Ibu/Sdri. Tersebut, apakah pengeluaran terbesar/paling banyak yang menghabiskan 50% atau lebih dari penghasilan tersebut:

- i. Belanja rumah tangga (makanan, barang-barang konsumsi rumah tangga)
 - ii. Biaya pendidikan anak
 - iii. Biaya rumah tangga rutin (telepon, listrik, gas, air, dll)
 - iv. Transportasi
 - v. Keperluan pribadi (kosmetik, fashion, dll)
 - vi. Lainnya,.....
14. Bagaimana Ibu/Sdri. Merasakan penghasilan yang diterima saat ini:
- i. Sangat cukup
 - ii. Cukup
 - iii. Netral
 - iv. Tidak cukup
 - v. Sangat tidak cukup
15. Apakah Ibu/Sdri. Menerima penghasilan lain selain dari pekerjaan utama saat ini:
- i. Ya
 - ii. Tidak (langsung no. 17)
16. Jika Ya, darimanakah penghasilan tambahan tersebut:
- i. Berdagang
 - ii. Bekerja di tempat lain/*double* kerja
(sebutkan.....)
 - iii. Menjual hasil ketrampilan sendiri
(sebutkan.....)
 - iv. Lainnya, sebutkan
17. (pertanyaan hanya untuk yang berkeluarga)
Dengan penghasilan keluarga (Ibu/Sdri + Suami) saat ini, apakah cukup mengatasi kondisi sosial ekonomi dalam keluarga saat ini:
- i. Sangat cukup
 - ii. cukup
 - iii. netral
 - iv. Tidak cukup (ke no.18)
 - v. Sangat tidak cukup (ke no.18)
18. Jika Ibu/sdri merasa sangat tidak cukup, atau tidak cukup, apa yang dilakukan oleh Ibu/Sdri. dan suami atau keluarga ini:
- i. Berdagang/wiraswasta
 - ii. Bekerja sambilan di luar pekerjaan utama masing-masing
(sebutkan.....)
 - iii. Mengambil lembur/over time
 - iv. Lainnya, sebutkan
19. Apakah Ibu/Sdri. atau keluarga masih menyempatkan untuk menabung:
- i. Ya
 - ii. Tidak
20. Apakah Ibu/Sdri. masih menyempatkan untuk berrekreasi atau melakukan aktifitas hiburan dengan keluarga dengan menggunakan dana penghasilan yang dimiliki:
- i. Ya
 - ii. Tidak

C. Gaya Hidup Responden

21. Apa yang dilakukan Ibu/Sdri. di luar pekerjaan rutin:
- i. Mengasuh anak dan keluarga
 - ii. Jalan-jalan ke Mal
 - iii. Nonton Bioskop
 - iv. Membaca buku, majalah, dll
 - v. Berolah raga (fitness, senam, dll)
 - vi. Lainnya,
22. Apakah Ibu/Sdri. mempunyai waktu senggang di sela-sela pekerjaan di tempat kerja:
- i. Ya
 - ii. Tidak (langsung no. 24)
23. Apasajakah yang Ibu/Sdri. lakukan di kala waktu senggang tersebut:
- i. Membaca media massa
 - ii. Mendengarkan musik sendiri
 - iii. Ngobrol dengan teman
 - iv. Membuat perencanaan untuk diri dan pekerjaan ke depan
 - v. Lainnya,
24. Berapa lama waktu yang dikonsumsi oleh Ibu/Sdri. di tempat kerja rata-rata per hari:
- i. kurang dari 5 jam
 - ii. 5 jam – 10 jam
 - iii. Lebih dari 10 jam (sebutkan.....)
25. Berapa lama waktu yang dikonsumsi oleh Ibu/Sdri. untuk kegiatan di rumah (seperti mengasuh anak, melakukan pekerjaan rumah tangga, dll):
 Jam (dari pkl. Sampai pkl.)
26. Bagaimana kebiasaan Ibu/Sdri. dengan teknologi berikut di tempat kerja dan di rumah. (beri tanda \checkmark pada jawaban yang dikehendaki)

Teknologi	Sering	Jarang	Tidak pernah
i. Komputer Desk top			
ii. Lap top/note book			
iii. Kamera televisi			
iv. Kamera digital			
v. Kamera manual			
vi. Sound Mixer			
vii. Mesin Perekam			
viii. Hand phone			
ix. Vacuum cleaner			
x. Mesin cuci			
xi. Microwave			
xii. Mixer			
xiii. Food Processor			
xiv. Blender			

xv.	Lainnya,			
-----	----------------	--	--	--

27. Apakah Ibu/Sdri. mengenal Internet?

- i. Ya ii. Tidak (langsung no. 30)

28. Jika Ya, apa yang dilakukan Ibu/sdri dengan internet selama ini:

- i. Mencari artikel/ bahan untuk pekerjaan
- ii. Menggunakan *search engine* untuk keperluan pekerjaan
- iii. *Browsing* hal-hal tertentu untuk keperluan pribadi
- iv. Email
- v. Chatting
- vi. Lainnya,

29. Berapa lama waktu yang digunakan untuk mengakses internet (rata-rata per hari):

- i. kurang dari 60 menit
- ii. 1 jam – 3 jam
- iii. 4 jam – 6 jam
- iv. 7 jam lebih

30. Mengapa Ibu/Sdri. tidak pernah menggunakan internet:

- i. tidak ada fasilitas dari kantor
- ii. merasa tidak perlu/butuh dengan internet
- iii. tidak tahu internet itu apa
- iv. tidak merasakan manfaat yang lebih dari internet
- v. Lainnya,

31. Apakah Ibu/sdri. merasa perlu untuk menambah wawasan dalam pekerjaan maupun untuk peningkatan diri sendiri:

- i. Ya ii. Tidak (langsung no. 33)

32. Jika Ibu/sdri merasa perlu kemana mengakses informasi yang dibutuhkan tersebut:

- i. Teman
- ii. Keluarga
- iii. Media massa
- iv. Atasan
- v. Lainnya,

33. Apakah Ibu/sdri. aktif mengikuti organisasi sosial kemasyarakatan di luar pekerjaan:

- i. Ya ii. Tidak

34. Jika Ya, apakah nama organisasi tersebut dan bergerak di bidang apa:

Nama Organisasi:

Bidang:

D. Kondisi Pekerjaan Responden

35. Sudah berapa lamakah Ibu/Sdri. Bekerja di institusi media ini:

- i. 3 bulan – 12 bulan
- ii. 13 bulan – 24 bulan
- iii. 25 bulan – 36 bulan
- iv. 37 bulan – lebih (sebutkan.....tahun)

36. Apakah status pekerjaan Ibu/Sdri. saat ini:

- i. Tenaga Kontrak / temporer
- ii. Freelancer
- iii. Pegawai tetap/permanen

37. Apakah jenis pekerjaan yang Ibu/Sdri. tekuni saat ini:

- i. Wartawan/reporter
- ii. Gate keeper/editor
- iii. Penanggung jawab program/kolom/acara
- iv. Lainnya, sebutkan

38. Berapa lama Ibu/Sdri. menduduki jabatan/posisi ini:

- i. kurang dari 3 bulan
- ii. 4 bulan – 12 bulan
- iii. 13 bulan – 24 bulan
- iv. Lebih dari 25 bulan

39. Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda \checkmark pada jawaban yang dikehendaki:

Fasilitas Perusahaan		Karyawan Laki-laki	Responden Sendiri
i.	Mobil		
ii.	Sepeda motor		
iii.	Rumah Dinas		
iv.	Hand Phone		
v.	Asuransi kesehatan		
vi.	Asuransi kecelakaan		
vii.	Tunjangan keluarga		
viii.	Tunjangan lain-lain		
ix.	Lainnya, sebutkan		

40. Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda \checkmark pada jawaban yang dikehendaki (jawaban yang Ibu/sdri. berikan tidak mempunyai nilai benar/salah atau tinggi/rendah):

Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
i. Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam hal tanggung jawab pekerjaan					

ii.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam hal kesejahteraan ekonomi					
iii.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam pemberian fasilitas perusahaan					
iv.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan untuk membina karir di dalam perusahaan					
v.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam pembagian waktu kerja					
vi.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan dalam mengemukakan pendapat, opini, ide, atau ketidaksetujuan					
vii.	Perusahaan saya memberikan hak yang sama kepada karyawan laki-laki dan perempuan untuk mendapatkan pendidikan dan ketrampilan untuk mendukung pekerjaan					

Keterangan: SS : Sangat Setuju; S: Setuju; N: Netral; TS: Tidak Setuju; STS: sangat tidak setuju

41. Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda \checkmark pada jawaban yang dikehendaki (jawaban yang Ibu/sdri. berikan tidak mempunyai nilai benar/salah atau tinggi/rendah):

Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
i. Sebagai karyawan perempuan saya harus mendapatkan perlakuan khusus dari perusahaan					
ii. Sebagai karyawan perempuan saya harusnya					

<p>mendapat porsi kerja yang berbeda dengan karyawan laki-laki.</p> <p>iii. Sebagai karyawan perempuan saya harusnya mendapatkan gaji dan kesejahteraan yang sama dengan karyawan laki-laki</p> <p>iv. Sebagai perempuan saya harusnya tidak boleh kerja lembur</p> <p>v. Sebagai karyawan perempuan saya harusnya tidak boleh kerja malam</p> <p>vi. Sebagai karyawan perempuan saya harusnya di tempatkan pada pekerjaan non fisik.</p> <p>vii. Sebagai karyawan perempuan saya seharusnya selalu didampingi oleh karyawan laki-laki</p> <p>viii. Sebagai karyawan perempuan saya merasa tidak pernah naik pangkat/jenjang status dalam perusahaan ini.</p> <p>ix. Sebagai karyawan perempuan saya harusnya diberi keleluasaan atau fleksibilitas daripada laki-laki.</p>					
---	--	--	--	--	--

Keterangan: SS : Sangat Setuju; S: Setuju; N: Netral; TS: Tidak Setuju; STS: sangat tidak setuju

PAMERAN

1 DEC 2003