

**PENERIMAAN PEMBACA PEREMPUAN TERHADAP
PERANAN GENDER LAKI-LAKI DALAM KOLOM HOT PAPA
PADA RUBRIK JAWA POS FOR HER**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Rayssa Audryn Firdauzy

070810109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
Semester Genap Tahun 2011 / 2012**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengkaji penerimaan pembaca perempuan di Surabaya terhadap peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her. Penerimaan yang dimaksud meliputi bagaimana pemaknaan, persepsi, opini, pemikiran, pengalaman pembaca, dan perasaan khalayak setelah membaca kolom Hot Papa. Penelitian ini dianggap memiliki signifikansi karena selama ini representasi laki-laki dalam media hanyalah sebatas menampilkan peranan mereka saat berada di wilayah publik daripada domestik. Namun, berbeda dengan apa yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa. Kolom ini menampilkan peranan gender laki-laki yang tidak lagi hanya dimaknai sebagai laki-laki yang sukses karir (publik) saja, namun juga dalam keluarga (domestik). Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengeksplorasi penerimaan pembaca terhadap representasi peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa.

Kolom Hot Papa merupakan salah satu dari beberapa kolom yang disajikan Jawa Pos dalam rubrik Jawa Pos For Her. Jawa Pos Her sendiri dirancang untuk menampilkan kekuatan dan kehidupan perempuan, selain

membahas seluk beluk permasalahan perempuan, rubrik ini juga dapat memberikan inspirasi bagi para perempuan melalui berbagai macam artikel di dalamnya. Karena penyajian artikel dalam Jawa Pos For Her telah disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan pembacanya yakni perempuan (www.jawapos.com). Ariyanti Kurnia, Redaktur Jawa Pos For Her, membenarkan hal tersebut. Ia menyatakan bahwa Jawa Pos For Her diharapkan mampu untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh perempuan. Oleh karena itu Jawa Pos For Her merasa perlu untuk membahas tentang gambaran suami atau ayah ideal dalam keluarga, karena itu merupakan hal yang juga ingin dicapai perempuan dalam kehidupannya (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Maka dari itu peneliti menjadikan kolom Hot Papa sebagai obyek dalam penelitian ini. Karena kolom Hot Papa berbeda dengan kolom lain dalam rubrik Jawa Pos Her dimana kolom lainnya berisi tentang hal yang sangat dilekatkan oleh perempuan, misalnya saja kecantikan, profil wanita karir, resep masakan, dan sebagainya.

Pemilihan perempuan sebagai sasaran dari penelitian ini dikarenakan Jawa Pos For Her sendiri memang ditujukan untuk para pembaca perempuan, termasuk kolom Hot Papa. Pihak Jawa Pos beranggapan bahwa perempuan memiliki peranan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam sebuah keluarga. Selain itu *content* berita yang disajikan dalam Jawa Pos For Her secara menyeluruh sendiri telah disesuaikan dengan pembaca perempuan di

Surabaya. Menurut Leak Kustiya, selaku Pemimpin Redaksi Jawa Pos, sejak akhir tahun 2010 Jawa Pos sangat *concern* terhadap pembaca perempuan. Buktinya dengan menerbitkan halaman For Her yang khusus mengupas *all about women*. Karena kaum perempuan, apalagi di Surabaya, suka berita yang berhubungan dengan keluarga, kecantikan, fashion, gosip, dan kesehatan (<http://www.radarlampung.co.id/read/berita-utama/39643-for-her-jawa-pos-raih-penghargaan>). Oleh karena itu selain memilih pembaca perempuan sebagai sasaran penelitian, peneliti juga memilih Surabaya sebagai lokasi dari penelitian ini.

Pemberian warna pada *layout* kolom ini, kental dengan nuansa merah muda, agar lebih menyesuaikan pada karakter perempuan. Selain itu bahasa yang digunakan dalam menarasikan isi kolom Hot Papa tidak feminin, tetapi disini Jawa Pos bersikap netral. Hal tersebut dimaksudkan agar perempuan lebih merasa nyaman saat membaca.

Jawa Pos sebagai salah satu media massa yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi bagi khalayak atau pembacanya. Media menjadi sarana bagi khalayak untuk mencari berita tentang berbagai peristiwa di lingkungan terdekatnya maupun di dunia melalui representasi yang ditampilkan didalamnya. Dalam media massa ditampilkan sebuah gambaran representasi dimana media mengkonstruksi aspek-aspek realitas seperti individu, tempat objek, peristiwa, identitas kultural, dan konsep abstrak

lainnya ataupun juga bagaimana seseorang, suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan (Eriyanto 2003, p. 13).

Menurut Stuart Hall (1997, p. 39), representasi adalah salah satu konsep yang sangat luas dan menyangkut pengalaman berbagi. Representasi dapat diperoleh melalui pemaknaan simbol atau tanda yang tersedia pada dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan sebagainya. Menurut Hall, terdapat dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita masing-masing dan masih berbentuk abstrak. Kedua, abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim supaya kita dapat menghubungkan konsep dengan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dan simbol-simbol tertentu. Oleh karenanya representasi yang ada dalam media massa akan dimaknai secara berbeda oleh setiap khalayaknya. Dengan kata lain, makna tidak pernah pasti (Ida 2010, p. 148). Seperti halnya pemaknaan khalayak mengenai sebuah penggambaran peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa.

Selama ini media cenderung merepresentasikan peranan gender laki-laki dengan kesuksesan mereka di wilayah publik, bukan domestik. Wilayah publik sendiri menurut Fakih terdiri atas pranata publik seperti negara, pemerintahan, pendidikan, media, dunia bisnis, kegiatan perusahaan, perbankan, dan agama. Sedangkan domestik cenderung mengandung makna hal-hal yang berkaitan dengan urusan rumah tangga (1999, p. 106). Dari

sebuah laporan *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, diketahui bahwa representasi laki-laki dalam media cenderung menegaskan dominasi sosial kaum laki-laki (<http://www.media-awareness.ca>). Dalam laporan dijelaskan bahwa mayoritas karakter laki-laki di media lebih sering diasosiasikan dengan wilayah kerja publik daripada domestik dan dengan sosok keperkasaannya.

Wood dalam bukunya *Gendered Lives*, mengatakan hal yang serupa, bahwa media ketika memberitakan laki-laki akan dibahas mengenai pekerjaan mereka (2007, p. 116). Seperti juga yang terlihat dalam iklan dimana iklan makanan, kerumahtanggaan, dan anak selalu diperankan oleh perempuan. Dan iklan mengenai mobil, olahraga, atau kegiatan outdoor lainnya diperankan oleh laki-laki (2007, p. 141). Sehingga apa yang ditampilkan media seperti itu terkadang memperkuat keyakinan masyarakat bahwa peranan gender laki-laki adalah pencari nafkah (*breadwinner*) atau yang berkaitan dengan urusan publik, sedangkan pengelolaan rumah tangga atau urusan domestik adalah peranan perempuan.

Hal itu pula yang masih terlihat dalam media di Indonesia. Laki-laki selalu digambarkan dalam media dan secara kultur sebagai pihak yang perkasa, kuat, bertanggungjawab, dan mampu menafkahi keluarganya, sehingga laki-laki yang ideal harus mampu memerankan predikat atau sifat-sifat itu. Hal ini dilestarikan dan diperkuat oleh sistem budaya patriarki yang

masih kental di masyarakat Indonesia (Andayani & Koentjoro 2004, p. 14). Dan pada akhirnya memunculkan penggambaran dalam media bahwa yang selalu ada di wilayah domestik adalah perempuan, sedangkan laki-laki digambarkan di wilayah publik sebagai pencari nafkah.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan yang ada, penggambaran peranan gender laki-laki seperti itu tidak terlihat dalam kolom Hot Papa. Kolom Hot Papa yang mengulas tentang sosok dan kehidupan seorang laki-laki yang telah berkeluarga ini, menampilkan bagaimana laki-laki yang ideal saat ini adalah yang memiliki peranan domestik juga. Seperti halnya yang telah terjadi di beberapa negara, laki-laki mulai membantu istri mereka dengan pekerjaan mengurus rumah dan merawat anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 58). Meskipun terkadang hal seperti itu sering dianggap sebagai kehilangan kekuasaan, tetapi dapat pula dipandang sebagai bertambahnya kekuasaan. Karena saat ini suami harus diberikan lebih banyak suara dalam persoalan-persoalan seperti itu (Goode 2007, p. 152). Dengan begitu laki-laki tetap diharapkan untuk dapat bertanggung jawab pada keluarganya, dengan ikut terlibat juga dalam urusan rumah tangga.

Representasi seperti itulah yang ditampilkan pada kolom Hot Papa dalam Jawa Pos For Her. Laki-laki tidak lagi dianggap tabu untuk melakukan pekerjaan rumah tangga (domestik). Mereka digambarkan akan memiliki

sebuah keluarga yang harmonis dan bahagia apabila mampu untuk melakukan peranan publik dan domestik secara seimbang.

Kolom Hot Papa tidak hanya merepresentasikan laki-laki sebagai seorang suami atau ayah yang memiliki peranan domestik, tetapi kolom ini juga masih tetap menampilkan peranan laki-laki di wilayah publik. Pada umumnya seorang laki-laki dalam keluarga diharapkan memiliki peran sebagai pencari nafkah, pendisiplin, dan pengambil keputusan dalam keluarga (Lindsey 1990, p. 2). Karena mereka diposisikan sebagai tokoh pemimpin dalam keluarga (Goode 2007, p. 143). Maka dari itu dalam masyarakat, peranan publik masih dianggap sebagai peranan utama gender laki-laki ketika telah menjadi suami dan ayah karena mereka memiliki tanggung jawab untuk menafkahi istri dan anak mereka. Tidak heran jika masih ada laki-laki yang beranggapan bahwa domestik bukanlah urusan mereka, bahkan dibanyak tradisi secara adat laki-laki dilarang terlibat dalam pekerjaan domestik (Fakih 1999, p. 76).

Saat membahas mengenai tanggung jawab laki-laki yang telah berkeluarga dalam menafkahi keluarganya, kolom Hot Papa juga menyinggung mengenai kesuksesan karir dan cerita para laki-laki tersebut mengenai pekerjaannya. Pada dasarnya kemampuan yang dimiliki oleh laki-laki dan perempuan berbeda. Oleh karena itu pembagian jenis pekerjaan mereka dalam masyarakat pun dibedakan. Menurut Mosse (1996, p. 5)

terdapat perbedaan pekerjaan yang dilakukan laki-laki dan perempuan dalam komunitasnya, maka status maupun kekuasaan mereka dalam masyarakat boleh jadi berbeda pula.

Perbedaan tersebut merupakan bagian dari landasan kultural dan tidak mudah diubah yang pada akhirnya berimplikasi dalam pembagian jenis pekerjaan seseorang. Nilai-nilai budaya yang membedakan pekerjaan laki-laki dan perempuan ini dalam realitas sosial dapat ditemukan dalam berbagai basis kebudayaan, seperti dalam lembaga-lembaga sosial, ajaran agama, mitos, simbol serta praktek sosial lainnya. Nilai-nilai budaya ini bersifat obyektif, karena kebudayaan adalah milik publik (Geertz 1992, p. 15).

Pada semua masyarakat tugas-tugas tertentu diberikan kepada perempuan dan ada yang diberikan kepada laki-laki, atau dapat pula dikerjakan oleh keduanya. Apa yang dianggap sebagai pekerjaan laki-laki pada suatu masyarakat mungkin saja dianggap pekerjaan perempuan pada masyarakat lain, dengan demikian menunjukkan bahwa banyak pembagian itu ditentukan oleh kebudayaan (Goode 2007, p. 141). Oleh karena itu saat ini dapat dengan mudah kita jumpai pekerjaan yang identik dengan perempuan tetapi dilakukan oleh laki-laki atau sebaliknya. Akan tetapi dalam budaya yang berbeda, hal seperti itu belum tentu dapat dipertukarkan.

Seiring dengan berjalannya waktu, pekerjaan laki-laki saat ini menjadi bervariasi. Dalam masyarakat, laki-laki terbukti mampu untuk melakukan pekerjaan yang selama ini diidentikkan dengan pekerjaan perempuan. Misalnya saja jika dulu memasak merupakan kegiatan “wajib” bagi seorang perempuan, justru saat ini banyak laki-laki yang pandai memasak bahkan menjadi juru masak profesional (<http://situs.kesrepsro.info/gendervaw/referensi.htm>). Seperti yang telah ditampilkan dalam salah satu edisi Hot Papa, kisah tentang seorang laki-laki yang memiliki pekerjaan sebagai *Chef*. Walaupun pekerjaan memasak biasa dilakukan oleh perempuan, namun ia membuktikan bahwa dengan menjadi seorang *Chef* ia mampu membahagiakan keluarganya. Hal inilah yang menjadi *point* penting yang ingin disampaikan kolom Hot Papa, bahwa dengan pekerjaan tersebut (sebagai *chef*), ia dapat sukses membahagiakan keluarganya. Karena pekerjaan akan menjadi sesuatu yang penting, terlebih lagi dalam masyarakat, laki-laki dikondisikan sebagai pencari nafkah dalam keluarga (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia).

Sosok laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa, dengan peran domestik yang dilakukan, jenis pekerjaan dan kesuksesan karir, diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan perempuan mengenai representasi suami atau ayah ideal dalam keluarga. Karena tujuan dari Jawa Pos Her adalah ingin menjadi referensi penting bagi perempuan. Hal tersebut

senada dengan yang diungkapkan oleh Redaktur Jawa Pos For Her, Ariyanti, sebagai berikut:

“Sosok laki-laki yang dimunculkan dalam kolom Hot Papa adalah suatu hal yang ingin dicapai atau dimiliki oleh perempuan. Dengan membaca kolom tersebut, para perempuan bisa menyarankan pasangannya untuk mengambil referensi tersebut agar kehidupan rumah tangga mereka semakin harmonis. Ketika pasangan sudah melakukan itu, yang akan merasakan manfaatnya tentu saja si perempuan (para istri)”.
(transkrip wawancara)

Selain sebagai kepala keluarga yang bertanggung jawab menafkahi keluarga, seorang ayah tetaplah juga dituntut untuk juga memberi perhatian, kasih sayang, pendidikan, dan pembinaan bagi anak-anaknya. Tugas ini tidak dapat dibebankan semata kepada figur ibu. Bahkan seiring dengan semakin egaliternya masyarakat sehingga banyak pula istri yang bekerja di luar rumah untuk membantu ekonomi keluarga dan bagian dari hak wanita untuk beraktualisasi diri, maka tuntutan bagi ayah untuk berperan sebagai sumber kasih sayang dan perhatian serta pendidik anak juga semakin besar (Andayani & Koentjoro 2004, p. 58). Ayah harus bekerja sama dengan ibu sebagai pasangan *coparenting*. Karena parenting sendiri dimaknai sebagai tugas yang disandang oleh pasangan suami-istri ketika mereka sudah mempunyai keturunan (2004, p. 11).

Peran ayah atau *fathering* erat kaitannya dengan *parenting*. Hal ini karena *fathering* merupakan bagian dari *parenting*. Peran ayah (*fathering*) dapat dijelaskan sebagai suatu peran yang dimainkan seorang ayah dalam kaitannya dengan tugas untuk mengarahkan anak menjadi mandiri di masa dewasanya, baik secara fisik dan biologis (Lips 2005, p. 474). Dengan demikian pentingnya peran ayah dalam mempengaruhi performa anak di berbagai bidang membuktikan bahwa sudah waktunya bagi seorang ayah untuk memberi perhatian lebih pada perkembangan anak sejak dini dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan mereka.

Banyak faktor yang menentukan peranan ayah dalam keluarga, salah satunya adalah persoalan nilai-nilai budaya dimana keluarga tersebut berada (Goode 2007, p. 145). Beberapa penelitian telah mencoba menggali mengenai bagaimana peran ayah dalam keluarga, salah satunya dilakukan oleh Parsons (Lamb, 1981) yang menyimpulkan bahwa peran yang lebih khusus untuk ayah yaitu merepresentasikan pengambil keputusan, berorientasi pada tindakan, berlaku sebagai penghubung utama antara sistem keluarga dengan sistem sosial di luar keluarga, bertanggung jawab untuk mengenalkan anak pada peran jenis kelamin pada dunia yang lebih luas, dan mendorong anak untuk memperoleh kompetensi yang diperlukan untuk beradaptasi dengan dunia. Sedangkan peran ibu lebih bersifat ekspresif, nurturan, dan empatik. Dengan demikian peranan ayah tidak hanya dibutuhkan dalam ruang publik, tetapi

dibalik itu, keluarga mereka khususnya anak, juga sangat membutuhkan perhatian dari ayahnya.

Seiring dengan perubahan masyarakat dunia pasca revolusi industri pada tahun 1950-an (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/0205/20/hikmah/utama02.htm>) dan pergerakan wanita pada 1960-an (Bronstein & Cowan, 1988), peranan laki-laki dan perempuan dalam sebuah keluarga mengalami perubahan. Laki-laki dan perempuan ketika telah berkeluarga dan memiliki anak, mempunyai kedudukan yang sama dalam mengasuh anak-anak mereka. Seperti halnya yang dikatakan oleh Lips (2005, p. 472) bahwa banyak ayah yang pada saat ini semakin termotivasi untuk terlibat dalam peranan pengasuhan anak. Dengan begitu anak mendapatkan kasih sayang dan juga perhatian yang sama dari orangtuanya yang akan berdampak positif pada anak. Karena perbedaan karakter yang dimiliki oleh ayah dan ibu akan dapat mengembangkan sisi yang berbeda dalam kualitas anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 96).

Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis*, dimana peneliti ingin mengeksplorasi penerimaan pembaca perempuan terhadap kolom Hot Papa tentang bagaimana mereka memaknai representasi peranan suami atau ayah ideal yang ditampilkan oleh Jawa Pos For Her melalui kolom Hot Papa.

Reception Analysis menurut Stuart Hall (1973) seperti dikutip Baran (2003, p. 269) mempunyai perhatian langsung terhadap: (a) analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*); dan (b) konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas *media texts*, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Baran 2003, p. 269-270). Sejalan dengan pernyataan tersebut, McQuail (1997, p. 19) berpendapat bahwa *reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa individu secara aktif menginterpretasikan teks media dengan cara memberikan makna atas pemahaman pengalamannya sesuai apa yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari.

Interpretasi didefinisikan sebagai kondisi aktif seseorang dalam proses berpikir dan kegiatan kreatif pencarian makna (Littlejohn 1998, p. 199). Ketika khalayak membaca *content* yang disajikan dalam surat kabar, maka akan terjadi interpretasi dan pemaknaan oleh khalayak terhadap *content* tersebut, sehingga khalayak bersikap aktif. Barker (Traudt 2005, p. 6) mengemukakan:

“We cannot think of the mass media messages as something created by the journalist, author, or television or film director. We must also think of the message as something created by each member of the audience who exposes himself or herself selectively and in unique sequence to each message.”

Sehingga dapat dikatakan bahwa selain mengkonsumsi media berdasarkan kegunaan dan kepuasan, khalayak juga memproduksi makna dalam menginterpretasikan pesan dari media.

Khalayak menggunakan kerangka rujukan dan pengalaman mereka untuk dapat secara aktif dalam memilih dan menggunakan media massa. Faktor lingkungan, budaya, dan pendidikan juga berpengaruh dalam keaktifan khalayak (Barker 2005, p. 34). Munculnya konsep khalayak aktif mengarah pada terbentuknya asumsi bahwa khalayak akan bertahan atau bahkan menolak upaya persuasi, pengaruh, serta manipulasi dan ideologi dominan yang ditimbulkan oleh media.

Makna dalam teks media diciptakan dalam interaksi antara khalayak dan teks. Dengan kata lain, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media. Semua teks adalah subyek bagi pembacaan yang memiliki banyak makna tergantung dari perspektif pembacanya. Sehingga dapat dikatakan bahwa *reception analysis* menempatkan khalayak dalam konteks berbagai macam faktor yang turut mempengaruhi bagaimana menonton atau membaca serta menciptakan makna dari sebuah teks media.

Dan bagaimana faktor-faktor pembeda yang mengkonstruksi identitas khalayak tersebut mempengaruhi mereka dalam memaknai suatu teks.

Pemaknaan teks media merupakan proses transaksional yang terjadi dalam individu yang dapat dipengaruhi oleh sejarah, pengalaman, dan latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda pada setiap individu (Littlejohn 1998, p. 130). Dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa setiap khalayak, dalam hal ini pembaca perempuan yang pernah membaca kolom Hot Papa, tidak begitu saja menerima apa yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa, namun mengasosiasikannya dengan latar belakang mereka masing-masing. Sehingga pemaknaan mengenai teks yang ada pun berbeda antara satu dengan yang lain.

Perempuan yang menjadi informan dalam penelitian ini telah membaca beberapa kolom Hot Papa yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan diskusi. Agar ketika diskusi dilakukan, para informan telah mengetahui topik yang akan dibahas. Peneliti memilih beberapa kolom Hot Papa yang menampilkan sosok laki-laki yang memiliki pekerjaan sebagai dokter kecantikan, artis, chef, dan polisi. Alasan peneliti memilih beberapa sosok laki-laki tersebut karena adanya perbedaan karakter yang signifikan dari pekerjaan yang mereka miliki. Perbedaan yang dimaksud adalah karena dokter kecantikan dan chef merupakan pekerjaan yang secara umum dimaknai sebagai pekerjaan perempuan. Dimana mempercantik diri dan memasak

merupakan hal yang sangat domestik. Sedangkan pemilihan kolom artis dikarenakan kolom Hot Papa sendiri lebih sering menampilkan profil seorang artis (Transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Dan pemilihan polisi dikarenakan pekerjaan ini sangat identik dengan keperkasaan dan hal tersebut sangat erat dengan laki-laki. Perbedaan karakter dan kesibukan pekerjaan, tentunya akan berpengaruh kepada bagaimana cara mendidik anak dan intensitas mereka dalam menjalankan perannya sebagai seorang suami dan ayah ketika berada di rumah (domestik).

Berdasarkan pemaparan diatas, melalui metode *reception analysis*, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan enam informan yang masing-masingnya memiliki perbedaan latar belakang, seperti perbedaan status ekonomi, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan status pernikahan. Peneliti menggunakan FGD dimaksudkan untuk mengeksplorasi penerimaan berupa pemaknaan, persepsi, opini, pemikiran, pengalaman, perasaan dan ekspresi pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif ketika memaknai peranan laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah utama dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif memaknai peranan gender laki-laki yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her. Dari rumusan masalah utama tersebut peneliti membagi lagi ke dalam rumusan masalah penjabar sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana penerimaan perempuan terhadap peranan laki-laki sebagai suami yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa?
- 1.2.2. Bagaimana penerimaan perempuan terhadap peranan laki-laki sebagai ayah yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan:

Untuk mengeksplorasi penerimaan pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif dalam memaknai peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.3.2. Manfaat:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat komprehensif mengenai penerimaan pembaca perempuan di Surabaya terhadap

peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.4. Tinjauan Pustaka

1.4.1. Penelitian Sebelumnya

Sebelum ini, telah ada beberapa penelitian yang membahas mengenai representasi peranan laki-laki di media massa, dimana peranan tersebut mengalami pergeseran. Laki-laki yang telah berkeluarga dan memiliki anak digambarkan sebagai sosok superdad, dimana ia melakukan pengasuhan (*parenting*) terhadap anaknya.

Pertama, skripsi yang meneliti tentang representasi ayah dalam iklan televisi, yakni pada salah satu iklan televisi Lifebuoy Men Bodywash dalam versi “Superdad” (Retnowulan, 2010). Iklan tersebut mengusung konsep “Superdad” yang digambarkan dengan seorang laki-laki yang melakukan pengasuhan terhadap anaknya. Pengasuhan anak seperti itu seringkali hanya diidentikkan menjadi peranan perempuan. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah meskipun laki-laki dalam iklan digambarkan melakukan peranan domestik dengan mengasuh anak, tetap saja harus diimbangi juga dengan peranan laki-laki yang telah menjadi *stereotype* di masyarakat. Karena iklan

tersebut juga menunjukkan usaha seorang ayah untuk memenuhi keinginan atau pengharapan anaknya, dimana hal tersebut dapat tercapai jika sang ayah memiliki pekerjaan.

Kedua, skripsi yang meneliti tentang representasi peran ayah dalam iklan Wall's Selection Double Dutch di televisi (<http://lib.fikom.unpad.ac.id/>). Kesimpulan dari penelitian ini adalah Iklan Wall's Selection Double Dutch berusaha merepresentasikan tentang peran ayah sebagai sosok superdad yang selalu bisa diandalkan oleh keluarganya. Jika si ayah memiliki banyak keterbatasan maka salah satu cara untuk mengembalikan sosok superdad adalah berlaku konsumtif dengan membelikan sesuatu yang berbeda dari biasanya pada saat akhir pekan. Dengan demikian perilaku konsumerisme bisa dilakukan oleh keluarga sekalipun mereka tetap berada di rumah saat akhir pekan.

Sedikit berbeda dari dua penelitian sebelumnya, skripsi ini lebih menekankan peran laki-laki di media dalam wilayah domestik. Penelitian tentang representasi laki-laki dalam majalah *Men's Health*, menjelaskan bahwa salah satu representasi yang menjadi konsep dalam majalah ini adalah adanya tuntutan bagi seorang pria untuk memiliki sisi *nurture* (<http://www.lontar.ui.ac.id/>). Pada masa kini, ketika feminisme sudah banyak “dipegang” oleh para perempuan, laki-

laki justru dituntut untuk bisa mengurus anak dan melakukan semua pekerjaan domestik, seperti mencuci dan berbelanja. *Men's Health* menggambarkan seorang laki-laki yang bukan lagi sebagai *breadwinner* melainkan sebagai *primary caregiver* bagi anak-anaknya. Karena didapati kesimpulan penelitian ini yang menunjukkan adanya fakta pria yang berhasil mengurus anaknya dengan baik.

Penelitian-penelitian diatas membuktikan bahwa representasi peranan gender laki-laki di media massa telah mengalami pergeseran dari yang sebelumnya. Dimana media massa sudah mulai keluar dari ideologi budaya patriarki yang sangat kuat di masyarakat. Media saat ini telah menunjukkan adanya kesetaraan yang sama antara peranan laki-laki dan perempuan dalam urusan domestik, terutama dalam hal mengurus anak. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah walaupun kolom Hot Papa juga menampilkan laki-laki dalam ruang publik dan domestik, tetapi penelitian ini akan berfokus mengenai penerimaan khalayak pembaca perempuan yang *notabene* sebagai pengkonsumsi kolom Hot Papa dalam memaknai peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam kolom ini.

1.4.2. Realitas Peranan Gender Laki-Laki dalam Media Massa

Media massa, menurut McLuhan (Rakhmat 2007, p. 225), merupakan perpanjangan alat indera manusia. Melalui media, kita mendapat informasi tanpa harus mengalami secara langsung. Kita bisa menyaksikan peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain tanpa perlu berada disana. *Global village* pun tercipta dimana dunia tidak lagi mengenal tapal batas geografis. Media massa, dalam proses bekerjanya, menampilkan ulang realitas dari sudut pandang tertentu. Karena itu, realitas yang ditampilkan media merupakan realitas yang terseleksi (*second hand reality*). Media massa pun memiliki kemampuan untuk memilih apa yang perlu ditampilkan dan mana yang tidak. Media massa berfungsi untuk menunjukkan realitas sosial yang terjadi, namun yang terjadi media massa cenderung menampilkan ulang suatu realitas (O'Shaughnessy 2006, p. 35).

Media memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Karena sebenarnya media menampilkan sebuah cara dalam memandang realita (Sobur 2004, p. 93). Isi media adalah hasil konstruksi dari realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat untuk merepresentasikan realitas, namun juga dapat menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut (Sobur 2004, p. 88). Maka dari itu, media massa mempunyai peluang

yang besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksinya.

Media membentuk realitas melalui bahasa. Hal ini bukan berarti memungkiri keberadaan realitas dunia, namun menunjukkan bahwa pembelajaran kita tentang dunia dimediasi oleh bahasa. Menurut John. B. Thompson (2006, p. 19) ideologi bekerja melalui bahasa dan bahasa adalah medium tindakan sosial. Selain itu, De Fleur dan Ball-Rokeach mengemukakan ada berbagai cara media massa mempengaruhi bahasa dan makna, antara lain dengan mengembangkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya, memperluas makna dari istilah-istilah yang ada, mengganti makna lama sebuah istilah dengan makna baru, memantapkan konvensi makna yang telah ada (Sobur 2004, p. 90). Dengan begitu apa yang ditampilkan media melalui *content* merujuk pada sebuah realitas yang nantinya akan dikonstruksi atau dimaknai oleh khalayak.

Pada akhirnya, kemampuan media massa dalam mengkonstruksi realitas itulah yang mempengaruhi cara kita memandang apa yang terjadi di sekitar kita. Termasuk menimbulkan gambaran lingkungan sosial yang timpang, bias, dan tidak cermat. Selama ini media cenderung merepresentasikan laki-laki dengan kesuksesan mereka di wilayah publik. Dari sebuah laporan *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, diketahui bahwa

representasi laki-laki dalam media cenderung menegaskan dominasi sosial kaum laki-laki. Dalam laporan tersebut juga dikatakan, bahwa mayoritas karakter laki-laki di media merupakan kelompok heteroseksual yang lebih sering diasosiasikan dengan wilayah kerja publik daripada domestik dan dengan sosok keperkasaannya (<http://www.media-awareness.ca>).

Begitu juga yang terjadi dalam media di Indonesia. Laki-laki selalu digambarkan dalam media dan secara kultur sebagai pihak yang perkasa, kuat, bertanggungjawab, dan mampu menafkahi keluarganya, sehingga laki-laki yang ideal harus mampu memerankan predikat atau sifat-sifat itu. Hal ini dilestarikan dan diperkuat oleh sistem budaya patriarki yang masih kental di masyarakat Indonesia (Andayani & Koentjoro 2004, p. 14). Dan pada akhirnya memunculkan penggambaran bahwa yang selalu ada di wilayah domestik adalah perempuan, sedangkan laki-laki digambarkan di wilayah publik dalam media.

Boys to Men: Media Messages About Masculinity, juga menjelaskan bahwa laki-laki yang dimunculkan oleh media cenderung menegaskan dominasi sosial kaum laki-laki. Pertama, *The Joker*, yakni laki-laki yang humoris. Kedua, *The Jock*, yakni laki-laki yang bersedia bertarung dengan laki-laki lain jika diperlukan. Ketiga, *The Strong Silent Type*, yakni berani mengambil keputusan dan bertanggung

jawab. Keempat, *The Big Shot*, yakni harus sukses baik ekonomi maupun kehidupan sosial. Kelima, *The Action Hero*, yakni kuat, tidak pendiam, agresif, dan kasar. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa peranan gender laki-laki dalam media cenderung menampilkan laki-laki dari sisi keperkasaannya dan perannya dalam ruang publik.

1.4.3. Pergeseran Peranan Gender Laki-Laki Kontemporer di Media Massa

Dalam perkembangannya hingga saat ini, telah terjadi pergeseran mengenai peranan gender laki-laki di media massa. Jika dahulu laki-laki selalu dilekatkan dengan dominasinya pada ruang publik, hal tersebut tidak menjadi satu-satunya hal yang kita temukan lagi dalam media massa. Posisi laki-laki lebih diidentikkan dengan peran-peran publik, dimana mereka lebih mempunyai kekuasaan dalam lingkup dan peran di luar rumah. Adanya anggapan seperti itu dikarenakan masyarakat kita yang menganut budaya patriarki (<http://www.suaramerdeka.com/harian/0208/26/kha1.htm>).

Praktek budaya patriarki di Indonesia sendiri telah berlangsung sangat lama, dibentuk, disosialisasikan dan diperkuat terus menerus

baik secara sosial, kultural dan keagamaan. Masyarakat seolah sudah sangat terbiasa membedakan peran, tindak tanduk dan kewajiban antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan peranan gender antara laki-laki dan perempuan sejak lahir dan masa anak-anak sudah ditanamkan, mulai dari cara bersikap, cara bermain, dan cara berpakaian. Dari perbedaan-perbedaan semenjak lahir sampai dewasa itulah yang membuat kita tidak bisa lari terlalu jauh dari ideologi patriarki.

Seperti yang terlihat dalam iklan-iklan televisi. Jelas terlihat bagaimana perbedaan peranan antara laki-laki dan perempuan. Dalam urusan rumah tangga, perempuanlah yang dituntut untuk berperan besar. Contoh yang mudah dijumpai adalah pada komoditas untuk keperluan anak. Susu bayi dan anak, sabun dan shampo untuk balita sampai dengan bedak bayi, sering ditampilkan dengan objek perempuan di dalamnya. Hal ini didasari oleh fenomena kode-kode sosial yang ada, bahwa peran gender yang pas untuk fungsi dan kepengurusan merawat serta mengasuh anak lebih ditujukan untuk perempuan (ibu), sehingga citra yang nampak dari jenis iklan untuk produk-produk tersebut sering merefleksikan suatu pola harmonisasi, kesabaran, ketulusan, maupun tali kasih sayang antara ibu dan anak (<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>).

Media merepresentasikan laki-laki pada sektor publik dan

perempuan pada sektor domestik (rumah tangga) dianggap sebagai hal yang bersifat natural, maka secara tidak langsung telah mengindikasikan bahwa pekerjaan domestik sewajarnya adalah pekerjaan perempuan bukan laki-laki.

Seiring dengan berjalannya waktu, ideologi patriarki tersebut tidak serta merta menguasai *content* dan representasi mengenai peranan laki-laki dan perempuan dalam media massa. Peneliti melihat hal tersebut sebagai sebuah tanda bahwa peran laki-laki dalam media kini telah bertambah. Laki-laki sebagai ayah tidak hanya sebagai kepala rumah tangga yang harus menjadi pencari nafkah tunggal atau utama bagi keluarganya (*breadwinner*), tetapi juga harus mau untuk ikut menjaga dan merawat anaknya, serta melakukan kegiatan rumah tangga lainnya.

Selain berhasil dalam pekerjaan atau karir (ruang publik) saat ini laki-laki juga dituntut untuk berhasil dalam ruang domestik. Hal inilah yang disebut “Hot Papa” dalam konsep yang dibuat oleh Jawa Pos For Her dalam salah satu kolomnya. Sebuah konsep mengenai laki-laki yang telah menjadi seorang ayah yang berhasil dalam menyeimbangkan peranan dalam ranah publik maupun domestik.

Pada akhir abad 20 penelitian dalam jurnal-jurnal internasional

dapat ditemukan bahasan tentang masalah peran ayah dalam pengasuhan anak. Bahkan ada terbitan khusus mengenai *fathering* yang mengkhususkan topik-topik penelitian dan bahasan seputar keterlibatan ayah dalam pengasuhan, misal “*Fathering Magazine, Father’s Direct*” (Andayani & Koentjoro 2004, p. 60). Majalah tersebut menekankan pentingnya keterlibatan ayah dalam pengasuhan anak terutama dari sisi mengembangkan intelegensi emosional anak.

Serupa dengan hal itu, dalam majalah Ayahbunda, laki-laki atau ayah juga telah direpresentasikan dengan sosok seorang laki-laki yang sangat menyayangi keluarganya dan ikut serta dalam pengasuhan anak. Seperti salah satu artikel yang terdapat di majalah Ayahbunda berikut ini:

“Tugas pengasuhan bukan semata tugas ibu. Ayah juga punya peran yang sama dengan ibu. The best thing you can do for your children, love their mother and love their father. The best thing you can do for your marriage, raise children together. Ciptakan kekompakan dengan pasangan saat mengasuh anak. Jaga keseimbangan antara keluarga, diri sendiri dan pekerjaan. Tanamkan keinginan untuk melakukan sesuatu yang berharga bagi keluarga, diri sendiri dan pekerjaan,”
(<http://www.ayahbunda.co.id/Artikel/Psikologi/Balita>)

Pergeseran tentang representasi peranan laki-laki juga terlihat dalam program acara di televisi, contohnya program acara memasak.

Program tersebut memberikan gambaran baru tentang pekerjaan laki-laki. Jika dahulu laki-laki dianggap tabu untuk mengurus masalah dapur, saat ini justru banyak laki-laki yang sukses berkarir dengan menjadi seorang chef. Mungkin chef laki-laki bukanlah suatu hal yang baru, tetapi hal ini menjadi berbeda karena saat ini mereka menjadi sorotan media. Banyak stasiun televisi yang menggunakan chef laki-laki untuk program acara memasak. Selain itu bila dibandingkan dengan perempuan, laki-laki jauh lebih banyak yang sukses menjadi chef profesional (<http://female.kompas.com>). Hal ini mampu mematahkan anggapan selama ini yang berkembang dalam budaya masyarakat kita, bahwa memasak atau urusan dapur hanya boleh dilakukan oleh perempuan saja.

Dari pemaparan diatas terlihat jelas bahwa saat ini telah terjadi pergeseran atau perubahan mengenai peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam media massa saat ini dari yang sebelumnya.

1.4.4. Peranan Gender Laki-laki di Masyarakat

Menurut Fakih (1999, p. 7) gender adalah suatu sifat yang melekat pada laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial dan kultural. Dengan kata lain, gender adalah perbedaan perilaku dan peranan laki-laki dan perempuan yang bukan sebuah kodrat atau ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia melalui suatu

proses kultural yang panjang (Mosse, 1996, p. 3). Meskipun gender tidak bersifat mutlak dan dapat dipertukarkan, ada kalanya masyarakat kita beranggapan dan menjalani peranan gender sebagai sesuatu yang benar, alami, dan baik. Anggapan seperti itu disebabkan gender yang kita miliki telah membatasi dan mendahului kita. Dengan begitu peranan gender yang kita jalani dalam kehidupan sehari-hari dianggap sebagai bagian dari landasan kultural kita dan tidak mudah untuk diubah (Andayani & Koentjoro 2004, p. 7).

Adanya perbedaan gender seperti itu mengakibatkan sebagian besar aspek kehidupan manusia dibedakan antara laki-laki dan perempuan. Hal ini tidak hanya dalam aspek biologis saja namun semua segi kehidupan manusia, termasuk didalamnya bahasa, pekerjaan, peraturan keluarga, pendidikan, dan sosialisasi (Littlejohn 1998, p. 239). Perbedaan antara laki-laki dan perempuan itulah yang pada akhirnya memunculkan adanya peranan gender laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat.

Peranan gender sendiri menurut Myers dalam Mosse (2004, p. 74) merupakan suatu set perilaku-perilaku yang diharapkan untuk laki-laki dan perempuan yang dipengaruhi oleh nilai budaya seseorang. Nilai-nilai budaya yang membedakan peranan antara laki-laki dan perempuan ini dalam realitas sosial dapat ditemukan dalam berbagai

basis kebudayaan, seperti dalam lembaga-lembaga sosial, ajaran agama, mitos, simbol serta praktek sosial lainnya. Meskipun demikian, nilai-nilai budaya tersebut bersifat obyektif, karena kebudayaan adalah milik publik (Geertz 1992, p. 15).

Bervariasinya peranan gender di antara berbagai budaya menunjukkan bahwa budaya memang membentuk peranan seseorang, disamping hal lain yang dikatakan juga dapat mempengaruhi peranan tersebut. Seperti pengaruh berdasarkan kelas sosial, usia, dan latar belakang etnis (Mosse 2004, p. 3). Oleh karenanya hal ini menjadi menarik. Peranan-peranan gender itu dapat berubah seiring berjalannya waktu dan perbedaan antara satu kultur dengan kultur lainnya yang dimiliki oleh seseorang.

Perbedaan peranan gender juga dipengaruhi oleh kondisi fisik antara laki-laki dan perempuan yang berbeda sehingga memunculkan sifat-sifat yang dilekatkan masyarakat pada laki-laki dan perempuan. Fakih (1999, p. 10) menguraikan pendapatnya bahwa perempuan di masyarakat terkenal lemah lembut, cantik, emosional, dan keibuan. Sedangkan laki-laki dikenal sebagai sosok yang kuat, jantan, rasional, dan perkasa.

Ada keyakinan dalam masyarakat bahwa peranan gender laki-laki adalah sebagai pencari nafkah (*breadwinner*), sedangkan peran gender perempuan adalah mengelola rumah tangga atau urusan domestik. Dan pemaknaan seperti itu telah tersosialisasi dari waktu ke waktu. Sosialisasi peranan gender tersebut mengakibatkan laki-laki beranggapan bahwa domestik bukanlah urusan mereka, bahkan dibanyak tradisi secara adat laki-laki dilarang terlibat dalam pekerjaan domestik (Fakih 1999, p. 76).

Namun dengan perkembangan yang ada, laki-laki yang selama ini banyak menjauhi urusan rumah tangga dan pengasuhan anak, mulai dilirik untuk ikut berpartisipasi. Keterlibatan dengan anak secara sensitif dan bertanggung jawab tidak lagi dipersepsi sebagai urusan feminin, yang akan melukai harga diri laki-laki yang secara sosial dituntut untuk tampil maskulin (Andayani & Koentjoro 2004, p. 96).

Dalam kenyataannya saat ini laki-laki tidak hanya berperan dalam wilayah publik saja, melainkan juga wilayah domestik. Hal itu dibuktikan dengan adanya sebuah perubahan yang dirasa semakin menguat pada abad 21 ini, dimana perubahan tersebut menunjukkan semakin terlibatnya ayah dalam proses pengasuhan anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 85). Perubahan ini pun disikapi sebagai sebuah hal

yang positif. Karena dirasa mampu untuk memperkaya pengetahuan dalam proses perkembangan anak.

1.4.4.1. Peranan Laki-Laki sebagai Suami dalam Keluarga

Pembedaan peran antara laki-laki dan perempuan juga terlihat pada pembagian tugas dalam keluarga. Misalnya saja dalam masyarakat, suami diidentikkan sebagai sosok yang menjaga dan melindungi agar terasa aman serta nyaman, dan yang paling penting adalah untuk menafkahi keluarganya. Karena bekerja adalah bagian dari kewajiban dan tanggung jawab seorang laki-laki yang telah berkeluarga (Mosse 2004, p. 23).

Dalam masyarakat laki-laki secara alami dianggap sebagai sosok yang aktif, petualang, memiliki kekuatan, agresif, dan mandiri (Wood 2007, p. 258). Namun saat ini dimunculkan juga pemahaman bahwa laki-laki yang telah menikah dapat dikatakan memiliki sifat sensitif, mampu bekerjasama dengan orang lain dan menerima bantuan, ekspresif secara emosional, peduli dan menyayangi anak-anak, memiliki hubungan yang harmonis, dan turut serta dalam aktivitas yang berhubungan dengan rumah tangga (Marty Pentz dalam Retnowulan 2010, p. 35). Hal ini menunjukkan

dalam masyarakat juga melihat bahwa laki-laki sebagai suami tidak hanya berperan dalam ruang publik, tetapi juga domestik, seperti halnya dengan ikut membantu dalam urusan rumah tangga.

Peranan seorang suami bukanlah sesuatu yang gampang, peranan tersebut sama beratnya dengan peranan seorang istri. Karena suami adalah seorang kepala rumah tangga yang menjadi pemimpin, dan tentu akan bertanggung jawab terhadap kepemimpinannya (Syahatah, 2000). Masyarakat juga memaknai bahwa kepala rumah tangga mengurus urusan-urusan dalam rumah tangga, yakni yang menyangkut pencarian nafkah, penjagaan hubungan rumah tangga dengan masyarakat, dan urusan-urusan lain yang melibatkan rumah tangga dengan kehidupan sosial (Daudin 1996, p. 276).

Sebelum menikah, seorang laki-laki bertanggung jawab untuk memenuhi tuntutan-tuntutan agama, pekerjaan dan dirinya secara seimbang. Tanggung jawab ini bertambah, setelah ia menyelesaikan masa lajangnya. Ia harus bertanggung jawab atas istri dan anak-anaknya. Oleh sebab itu, seorang laki-laki harus mengetahui dengan baik karakter dan macam-macam tanggung jawab yang harus diembannya,

sehingga tidak terjadi tindakan ekstrem dalam pengimplementasiannya, baik dengan berlebih-lebihan maupun sebaliknya (Syahatah, 2000).

Ada juga peranan suami yang tidak kalah penting dengan peranan yang dijelaskan di atas, yakni seorang suami diharapkan juga dapat mendukung sang istri. Misalnya ketika istrinya ingin bekerja atau memiliki pekerjaan, baik di luar rumah atau pun pekerjaan di dalam rumah, seperti usaha *home industry*. Karena ketika seorang istri mendapat dukungan penuh dari suaminya, ia akan merasa tenang ketika harus meninggalkan anaknya. Seperti yang diungkapkan oleh Lips (2005, p. 473) berikut ini:

“When women are given the same supports that men are working, the knowledge that their children are being well cared for in their absence and that their paid work is valued by other family members—maternal employment is apparently a positive, rewarding choice for women and their families.”

1.4.4.2. Peranan Laki-Laki sebagai Ayah dalam Keluarga

Peranan ayah yang selama ini berkembang dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan peranan gendernya, yakni sebagai pencari nafkah. Jarang waktu ayah yang dihabiskan bersama keluarga dan fokus perhatiannya adalah lebih pada pekerjaan dan diri sendiri (Andayani & Koentjoro

2004, p. 78). Bahkan tidak sedikit ayah yang menghabiskan waktu di rumahnya hanya untuk beristirahat setelah seharian bekerja, membaca koran, kegiatan ibadah atau pun bersosialisasi dengan tetangga.

Perubahan sosial, ekonomi, serta budaya yang ada memberikan pengaruh pada masyarakat dalam mempersepsi peran serta ayah dalam pengasuhan dan perkembangan anak. Karena pada kenyataannya, ayah sebagaimana ibu adalah bagian dari keluarga. Ayah tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab atas pengasuhan anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 21). Ia juga mempunyai hak dan kewajiban untuk mengurus dan menikmati waktu bersama anaknya. Oleh karena itu ayah sebagai salah satu orangtua diharapkan untuk lebih terlibat dalam pengasuhan.

Sekalipun demikian, setiap kali kita berbicara mengenai keluarga dan kaitannya dengan anak, seringkali fokus kita akan langsung menengok pada peranan perempuan atau ibu. Peranan laki-laki dalam hal ini ayah, terlihat sekali dianggap kurang berperanan. Masih banyak masyarakat meyakini bahwa anak adalah urusan ibu yang bersifat

universal, dan itu diyakini dalam berbagai budaya di dunia ini (Andayani & Koentjoro 2004, p. 76).

Seiring dengan perubahan masyarakat dunia pasca revolusi industri pada tahun 1950-an (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/0205/20/hikmah/utama02.htm>) dan pergerakan wanita pada 1960-an, peranan laki-laki dan perempuan dalam sebuah keluarga mengalami perubahan. Seorang perempuan tidak lagi terkurung dalam rutinitas domestik, melainkan punya kesempatan yang sama seperti halnya laki-laki dalam karir. Begitu pun dalam tanggung jawab dalam pengasuhan anak, para ayah semakin mencari cara untuk menghabiskan waktu yang terlibat dengan anak-anak mereka.

Adanya pandangan baru masyarakat mengenai peranan ayah dapat menunjukkan bahwa laki-laki saat ini berperan dalam berbagai urusan domestik, diantaranya pengasuhan anak, partisipasi dalam aktivitas rumah tangga dan masalah pendidikan anak. Kebijakan yang dulu lebih berfokus pada ibu, mulai memberikan kesempatan serta ruang bagi figur ayah untuk mengekspresikan diri dalam proses *parenting* (pengasuhan). Anggapan bahwa mengasuh anak

hanyalah tugas perempuan atau ibu pun mulai memudar dalam masyarakat (Andayani & Koentjoro , 2004:77).

Hal tersebut serupa dengan apa yang telah dikemukakan oleh Hart (1999), bahwa ayah memiliki peranan penting bagi anak, yakni sebagai:

(1) *Economic Provider*: Dalam pandangan tradisional, ayah dilihat sebagai sumber pendukung finansial dan perlindungan bagi keluarga. Sekalipun ayah tidak tinggal bersama anak-anaknya, mereka tetap dituntut memberikan kontribusinya dalam memenuhi kebutuhan anak akan pangan, sandang, dan papan. Ayah yang bekerja sepanjang waktu mungkin memiliki keterbatasan waktu dalam berinteraksi dengan anaknya, namun mereka tetap menjadi model yang positif dan penting bagi anak-anaknya.

(2) *Friend and Playmate*: Beberapa penelitian telah menunjukkan bila ayah sering dianggap sebagai "*fun parent*" dan lebih memiliki waktu untuk bermain dengan anak-anaknya daripada ibu.

(3) *Caregiver*: Para ayah dapat dengan sering melakukan stimulasi afeksi dalam berbagai bentuk sehingga membuat anak merasa nyaman dan penuh kehangatan. Bahkan banyak

penelitian telah menunjukkan bila ayah dapat sehangat dan merawat anak sebaik ibu.

(4) *Teacher and Role Model*: Ayah, sebagaimana ibu, bertanggung jawab tentang apa saja yang diperlukan anak untuk kehidupan selanjutnya melalui latihan dan teladan. Pelajaran hidup ini mulai dari yang diberikan ketika anak masih balita, misal mengenai abjad dan berhitung, hingga anak tumbuh lebih besar, misal melatih bagaimana bergaul dengan orang lain.

(5) *Monitor and Disciplinarian*: Bertentangan dengan keyakinan umum, ayah bukanlah pemeran utama dalam mendidik disiplin pada anak. Khususnya di dua tahun pertama usia anak, ibu yang lebih mengajarkan disiplin pada anak. Namun demikian, ayah juga memenuhi peran penting ini dengan memonitor atau mengawasi perilaku anak, terutama begitu ada tanda-tanda awal penyimpangan sehingga disiplin anak bisa segera ditegakkan.

(6) *Protector*: Ayah mengontrol dan mengorganisasi lingkungan anak sehingga anak terbebas dari kesulitan resiko atau bahaya, serta mengajarkan bagaimana anak seharusnya

menjaga keamanan diri mereka terutama selagi ayah atau ibu tidak bersamanya. Misalnya agar tidak berbicara dengan orang asing.

(7) *Advocate*: Ayah menjamin kesejahteraan anaknya dalam berbagai macam bentuk, termasuk memenuhi kebutuhan anak ketika berada dalam institusi lain di luar keluarga. Selain itu, ayah siap membantu, mendampingi dan membela anak jika ada kesulitan atau masalah, dengan demikian anak merasa aman, tidak sendiri, dan ada tempat untuk berkonsultasi, dan itu adalah ayahnya sendiri.

(8) *Resource*: Dengan berbagai cara dan bentuknya, ayah dapat mendukung keberhasilan anak dengan memberikan dukungan dengan menghubungkan anak dengan keluarga besar atau sumber-sumber masyarakat. Ayah melakukan transmisi sejarah keluarga dan pengetahuan budaya pada anak.

Lips (2005, p. 472) mengemukakan bahwa banyak ayah yang pada saat ini semakin termotivasi untuk terlibat dalam peranan pengasuhan anak. Senada dengan hal itu, Lips mengutip hasil survei yang dilakukan di US, dimana

menyatakan bahwa 94% laki-laki setuju bahwa keluarga adalah hal yang terpenting dalam hidup mereka.

“Many fathers are motivated to be involved with their children and to do well in their paternal roles. Recently released data from a large government survey in the US showed that almost 94% of men ages 15-44 either agreed or strongly agreed with the statement that “the rewards of being a parent are worth it, despite the cost and the work it takes. And it is more important for a man to spend a lot of time with his family than to be successful at his career.” (Martinez, Chandra, abma, jones &mosher, 2006).

1.4.5. Reception Analysis

Studi mengenai hubungan yang terjadi antara media dan khalayak (pembaca, pemirsa, pengguna internet) menjadi perhatian utama antara industri media, akademisi, maupun pemerhati media dan masalah sosial. Media mampu menjadi stimuli individu untuk menikmati sajian pesan atau program yang ditampilkan. Isi media dianggap mampu menjadi hal yang menarik apabila dikaitkan dengan konteks budaya.

Salah satu standar untuk mengukur khalayak media adalah menggunakan *reception analysis*. *Reception analysis* merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual wacana media dan wacana

khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi media lain (Jensen 2002, p. 139). Senada dengan itu, McQuail (1997, p. 19) berpendapat bahwa *reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa *reception analysis* memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak. Dan pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang serta pengalaman masing-masing khalayak.

Pada umumnya, banyak orang berasumsi bahwa mengonsumsi media adalah aktivitas pasif. Misalnya saja, khalayak hanya duduk sambil membaca surat kabar dan mengonsumsi tanpa benar-benar ‘terjalin’ atau beraktivitas. Hall (McQuail 1997, p. 101) berpendapat bahwa konsumsi bukanlah aktivitas pasif. Hal ini disebabkan karena menurutnya konsumsi media membutuhkan generasi pemahaman. Tanpa pemahaman, tidak akan ada konsumsi. Karena tidak ada cara pasif untuk menerima suatu pesan, kita harus menciptakannya sendiri. Dengan kata lain khalayak tidak lagi dianggap sebagai jarum hipodermik yang langsung begitu saja menerima pesan dari media.

Khalayak disini menggunakan *field of experience* dan *frame of reference* mereka. Sehingga apa yang ditampilkan dalam media tidak begitu saja diterima oleh khalayak.

Seperti yang telah dijelaskan, studi ini memfokuskan pada pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak. Makna tersebut diciptakan dalam interaksinya antara khalayak dan teks dengan menempatkan khalayak dalam konteks berbagai macam faktor yang turut mempengaruhi bagaimana mereka menonton atau membaca serta menciptakan makna dari teks. Oleh karena itu konsep penting dalam *reception analysis* adalah makna yang diciptakan dalam interaksinya antara khalayak dengan teks, bukan makna yang melekat pada teks media.

Interaksi tersebut menunjukkan bahwa khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail 1997, p. 19). Dalam konteks ini, akan melihat lebih dekat apa yang sebenarnya terjadi pada individu sebagai pengonsumsi teks media dan bagaimana mereka memandang dan memaknai teks media. Khalayak dapat menginterpretasikan pesan-pesan yang diberikan oleh media. Khalayak tidak hanya diam dan

menerima begitu saja, namun mereka menciptakan sendiri makna yang terkandung dalam teks media tersebut. Karena pemaknaan tersebut terjadi melalui jalinan antara imajinasi pembaca dengan teks (Barker 2005, p. 284).

1.4.6. Encoding-Decoding

Pendekatan khalayak aktif semakin berkembang sebagai reaksi terhadap berbagai kajian khalayak yang mengasumsikan bahwa khalayak mengkonsumsi media secara pasif, dengan makna dan pesan dari media yang dengan mudah diterima oleh khalayak. Chris Barker (2005, p. 284) dalam bukunya, *Cultural Studies: Teori dan Praktek* menyatakan bahwa pembaca bukanlah khalayak homogen yang merupakan kumpulan individu yang saling terisolasi. Karenanya membaca surat kabar merupakan kegiatan sosial dan kultural yang berkaitan dengan pemaknaan.

Pembaca merupakan pencipta makna yang aktif dalam hubungannya dengan surat kabar (mereka tidak semata-mata menerima makna tekstual begitu saja) dan mereka melakukannya berdasarkan kompetensi kultural yang telah diperoleh sebelumnya dalam konteks bahasa dan hubungan sosial. Teks dipandang memiliki makna yang multibentuk (polisemi) dan bukannya mengandung satu

set makna yang jelas atau tidak ambigu. Karena pada dasarnya teks adalah pembawa beragam makna (Barker 2005, p. 354). Dengan demikian pembaca yang merupakan individu berbeda akan memaknai teks tersebut dengan berbeda pula.

Ketika khalayak membaca *content* yang disajikan dalam surat kabar, maka akan terjadi interpretasi dan pemaknaan oleh khalayak terhadap *content* tersebut, sehingga khalayak bersikap aktif. Barker (Traudt 2005, p. 6) mengemukakan:

“We cannot think of the mass media messages as something created by the journalist, author, or television or film director. We must also think of the message as something created by each member of the audience who exposes himself or herself selectively and in unique sequence to each message.”

Sehingga dapat dikatakan bahwa selain mengonsumsi media berdasarkan kegunaan dan kepuasan, khalayak juga memproduksi makna dalam menginterpretasikan dan memaknai pesan dari media.

Pemaknaan yang berbeda tergantung pada budaya yang membentuk khalayak tersebut. Hal ini berarti bahwa makna tidak terdapat pada teks itu sendiri, melainkan terdapat pada individu. Makna diciptakan melalui hubungan antar teks. Latar belakang budaya

masing-masing khalayaklah yang akhirnya menjelaskan mengapa setiap khalayak memaknai teks berbeda dengan khalayak lainnya.

Proses pemaknaan yang terjadi tidak lepas dari proses *encoding-decoding*. Hall dalam Barker memahami proses *encoding* (proses menanamkan kode-kode dalam teks) sebagai artikulasi dari momen-momen produksi, sirkulasi, distribusi, dan reproduksi yang dapat dibedakan tetapi saling terkait. Diproduksinya makna tidak menjamin dikonsumsi maknanya sebagaimana yang dimaksud oleh para encoder (penanam atau penyampai kode) karena pesan media yang terkonstruksi sebagai sistem tanda dengan berbagai komponen yang aksentuasinya beragam, yang bersifat polisemi (Barker 2005, p. 356). Sedangkan *decoding* (pembacaan) adalah pemaknaan teks yang akan dimaknai secara berbeda di antara masyarakat yang terdiri dari etnik dan komunitas kultural yang berbeda (Liebes & Katz, dalam Ida 2010, p. 147).

Teori Stuart Hall tersebut, tentang *encoding* dan *decoding*, mendorong terjadinya interpretasi-interpretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan resepsi (penerimaan). Dengan kata lain, makna tidak pernah pasti (Ida 2010, p. 148). Hall menurunkan 3 interpretasi (Ida, 2010) yang digunakan individu untuk menafsirkan

atau memberi respons terhadap persepsinya mengenai kondisi khalayak, yaitu:

1. *Dominant/hegemonic code*

Yang dimaksud dominan adalah disini posisi khalayak yang menyetujui dan menerima langsung apa saja yang disajikan oleh surat kabar, menerima penuh ideologi tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan terhadapnya.

2. *Negotiated code*

Pembaca yang mencampurkan intepretasinya dengan pengalaman-pengalaman sosial tertentu mereka. Pembaca yang masuk kategori negosiasi ini bertindak antara adaptif dan oposisi terhadap intepretasi pesan atau ideologi dalam surat kabar.

3. *Oppositional code*

Adalah ketika pembaca melawan atau berlawanan dengan representasi yang ditawarkan pada artikel atau rubrik dengan cara yang berbeda dengan pembacaan yang telah ditawarkan. Tipe ini tidak merasakan kesenangan pada saat membaca surat kabar. Ia menolak apa yang disajikan atau ideologi dominan dari surat kabar.

1.5. Metodologi Penelitian

Studi khalayak ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *reception analysis*. Penelitian ini dilakukan untuk memfokuskan peneliti pada penerimaan khalayak terhadap pemaknaan mengenai representasi peranan gender laki-laki pada kolom Hot Papa dalam rubrik Jawa Pos For Her.

1.5.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe eksploratif untuk menggali lebih dalam tentang penerimaan pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif dalam memaknai peranan gender laki-laki yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.5.2. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pembaca perempuan di Surabaya yang berlangganan Jawa Pos dan pernah membaca kolom Hot Papa, terutama empat kolom Hot Papa yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan diskusi dalam penelitian ini. Kolom tersebut adalah edisi tanggal 29 Januari 2012 tentang profil dr Boedi (dokter kecantikan), tanggal 25 Maret 2012 tentang profil Irfan Hakim (artis), tanggal 15 April 2012 tentang profil Fahriansyah (chef), dan tanggal 13 Mei 2012 tentang profil kompol Alfian (polisi). Alasan

peneliti memilih beberapa sosok laki-laki tersebut karena adanya perbedaan karakter yang signifikan dari pekerjaan yang mereka miliki.

Peneliti memilih 6 orang informan, dimana masing-masing informan memiliki perbedaan latar belakang. Latar belakang yang dimaksud disini adalah perbedaan status ekonomi, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan juga status pernikahan. Seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

- Informan 1 : SES A-B, usia 22-32 tahun, Sarjana, pegawai negeri, Jawa, Islam, Menikah
- Informan 2 : SES B-C, usia 22-32 tahun, Sarjana, pegawai negeri, Jawa, Islam, Belum menikah
- Informan 3 : SES A-B, usia 33-43 tahun, Sarjana, Pegawai Swasta, Sunda, Islam, Menikah
- Informan 4 : SES A-B, usia 33-43 tahun, sarjana, Pegawai swasta, Tionghoa, Kristen, Belum Menikah
- Informan 5 : SES B-C, usia 44-54 tahun, SMA, ibu rumah tangga, Tionghoa, Katolik, Menikah
- Informan 6 : SES B-C, usia 44-54 tahun, Sarjana, ibu rumah tangga, Sunda, Islam, Menikah

1.5.3. Unit Analisis Data

Unit analisis data dalam penelitian ini adalah narasi-narasi

kualitatif penerimaan informan, yakni pembaca perempuan, dalam memaknai peranan laki-laki yang ditampilkan kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her yang disajikan dalam bentuk narasi. Data tersebut berupa persepsi, opini, maupun reaksi informan dalam menyampaikan pendapat saat diskusi berlangsung. Reaksi yang dimaksud adalah reaksi non verbal yang dapat dilihat melalui ekspresi wajah, gerak tubuh, maupun nada suara informan. Narasi dan reaksi informan tersebut yang kemudian akan dianalisis oleh peneliti.

1.5.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana penerimaan pembaca perempuan sebagai khalayak aktif dalam memaknai peranan gender laki-laki yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her. Adapun tahap-tahap yang dilakukan peneliti selama pengumpulan data, yaitu:

1.5.4.1. Tahap Pra-Diskusi

Sebagai saringan awal, peneliti akan meminta kesediaan beberapa khalayak secara acak yang dirasa memenuhi kriteria awal, seperti yang berlangganan Jawa Pos dan pernah membaca kolom Hot Papa yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan diskusi dalam penelitian ini.

Kemudian peneliti menyeleksi lagi partisipan FGD sesuai latar belakang (perbedaan status ekonomi, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan juga status pernikahan) yang telah ditetapkan dan meminta kesediaan mereka untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Setelah itu peneliti membicarakan waktu, tempat, dan sistematika diskusi yang akan dilakukan pada partisipan.

1.5.4.2. Tahap Diskusi

Saat diskusi berlangsung peneliti bertindak sebagai moderator, dimana bertugas untuk mengarahkan diskusi agar lebih efektif dan tidak meluas (*out of context*). Diskusi ini juga menggunakan alat perekam yang nantinya akan memudahkan peneliti saat membuat transkrip. Adanya alat perekam ini sebelumnya telah diketahui dan disetujui oleh para partisipan.

1.5.5. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dengan cara narasi-narasi kualitatif yang merupakan jawaban-jawaban dari penelitian yang diperoleh dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD). Keseluruhan data yang berupa narasi-narasi kualitatif, pengamatan saat melakukan diskusi atau hasil rekaman yang diperoleh, kemudian diklasifikasikan dan dianalisis berdasarkan teori-teori pada tinjauan pustaka.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Beberapa Contoh Halaman Jawa Pos For Her.....	II-5
Gambar 2.2. Kolom Hot Papa edisi 29 Januari 2012.....	II-12
Gambar 2.3. Kolom Hot Papa edisi 25 Maret 2012.....	II-13
Gambar 2.4. Kolom Hot Papa edisi 15 April 2012.....	II-14
Gambar 2.5. Kolom Hot Papa edisi 13 Mei 2012.....	II-15

BAB I

PENDAHULUAN

1.6. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengkaji penerimaan pembaca perempuan di Surabaya terhadap peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her. Penerimaan yang dimaksud meliputi bagaimana pemaknaan, persepsi, opini, pemikiran, pengalaman pembaca, dan perasaan khalayak setelah membaca kolom Hot Papa. Penelitian ini dianggap memiliki signifikansi karena selama ini representasi laki-laki dalam media hanyalah sebatas menampilkan peranan mereka saat berada di wilayah publik daripada domestik. Namun, berbeda dengan apa yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa. Kolom ini menampilkan peranan gender laki-laki yang tidak lagi hanya dimaknai sebagai laki-laki yang sukses karir (publik) saja, namun juga dalam keluarga (domestik). Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengeksplorasi penerimaan pembaca terhadap representasi peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa.

Kolom Hot Papa merupakan salah satu dari beberapa kolom yang disajikan Jawa Pos dalam rubrik Jawa Pos For Her. Jawa Pos Her sendiri dirancang untuk menampilkan kekuatan dan kehidupan perempuan, selain

membahas seluk beluk permasalahan perempuan, rubrik ini juga dapat memberikan inspirasi bagi para perempuan melalui berbagai macam artikel di dalamnya. Karena penyajian artikel dalam Jawa Pos For Her telah disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan pembacanya yakni perempuan (www.jawapos.com). Ariyanti Kurnia, Redaktur Jawa Pos For Her, membenarkan hal tersebut. Ia menyatakan bahwa Jawa Pos For Her diharapkan mampu untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh perempuan. Oleh karena itu Jawa Pos For Her merasa perlu untuk membahas tentang gambaran suami atau ayah ideal dalam keluarga, karena itu merupakan hal yang juga ingin dicapai perempuan dalam kehidupannya (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Maka dari itu peneliti menjadikan kolom Hot Papa sebagai obyek dalam penelitian ini. Karena kolom Hot Papa berbeda dengan kolom lain dalam rubrik Jawa Pos Her dimana kolom lainnya berisi tentang hal yang sangat dilekatkan oleh perempuan, misalnya saja kecantikan, profil wanita karir, resep masakan, dan sebagainya.

Pemilihan perempuan sebagai sasaran dari penelitian ini dikarenakan Jawa Pos For Her sendiri memang ditujukan untuk para pembaca perempuan, termasuk kolom Hot Papa. Pihak Jawa Pos beranggapan bahwa perempuan memiliki peranan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam sebuah keluarga. Selain itu *content* berita yang disajikan dalam Jawa Pos For Her secara menyeluruh sendiri telah disesuaikan dengan pembaca perempuan di Surabaya. Menurut Leak

Kustiya, selaku Pemimpin Redaksi Jawa Pos, sejak akhir tahun 2010 Jawa Pos sangat *concern* terhadap pembaca perempuan. Buktinya dengan menerbitkan halaman For Her yang khusus mengupas *all about women*. Karena kaum perempuan, apalagi di Surabaya, suka berita yang berhubungan dengan keluarga, kecantikan, fashion, gosip, dan kesehatan (<http://www.radarlampung.co.id/read/berita-utama/39643-for-her-jawa-pos-raih-penghargaan>). Oleh karena itu selain memilih pembaca perempuan sebagai sasaran penelitian, peneliti juga memilih Surabaya sebagai lokasi dari penelitian ini.

Pemberian warna pada *layout* kolom ini, kental dengan nuansa merah muda, agar lebih menyesuaikan pada karakter perempuan. Selain itu bahasa yang digunakan dalam menarasikan isi kolom Hot Papa tidak feminin, tetapi disini Jawa Pos bersikap netral. Hal tersebut dimaksudkan agar perempuan lebih merasa nyaman saat membaca.

Jawa Pos sebagai salah satu media massa yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi bagi khalayak atau pembacanya. Media menjadi sarana bagi khalayak untuk mencari berita tentang berbagai peristiwa di lingkungan terdekatnya maupun di dunia melalui representasi yang ditampilkan didalamnya. Dalam media massa ditampilkan sebuah gambaran representasi dimana media mengkonstruksi aspek-aspek realitas seperti individu, tempat objek, peristiwa, identitas kultural, dan konsep abstrak lainnya ataupun juga bagaimana seseorang, suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan (Eriyanto 2003, p. 13).

Menurut Stuart Hall (1997, p. 39), representasi adalah salah satu konsep yang sangat luas dan menyangkut pengalaman berbagi. Representasi dapat diperoleh melalui pemaknaan simbol atau tanda yang tersedia pada dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan sebagainya. Menurut Hall, terdapat dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita masing-masing dan masih berbentuk abstrak. Kedua, abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim supaya kita dapat menghubungkan konsep dengan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dan simbol-simbol tertentu. Oleh karenanya representasi yang ada dalam media massa akan dimaknai secara berbeda oleh setiap khalayaknya. Dengan kata lain, makna tidak pernah pasti (Ida 2010, p. 148). Seperti halnya pemaknaan khalayak mengenai sebuah penggambaran peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa.

Selama ini media cenderung merepresentasikan peranan gender laki-laki dengan kesuksesan mereka di wilayah publik, bukan domestik. Wilayah publik sendiri menurut Fakih terdiri atas pranata publik seperti negara, pemerintahan, pendidikan, media, dunia bisnis, kegiatan perusahaan, perbankan, dan agama. Sedangkan domestik cenderung mengandung makna hal-hal yang berkaitan dengan urusan rumah tangga (1999, p. 106). Dari sebuah laporan *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, diketahui bahwa representasi laki-laki dalam media cenderung menegaskan dominasi sosial kaum laki-laki ([Skripsi](http://www.media-</p></div><div data-bbox=)

awareness.ca). Dalam laporan dijelaskan bahwa mayoritas karakter laki-laki di media lebih sering diasosiasikan dengan wilayah kerja publik daripada domestik dan dengan sosok keperkasaannya.

Wood dalam bukunya *Gendered Lives*, mengatakan hal yang serupa, bahwa media ketika memberitakan laki-laki akan dibahas mengenai pekerjaan mereka (2007, p. 116). Seperti juga yang terlihat dalam iklan dimana iklan makanan, kerumahtanggaan, dan anak selalu diperankan oleh perempuan. Dan iklan mengenai mobil, olahraga, atau kegiatan outdoor lainnya diperankan oleh laki-laki (2007, p. 141). Sehingga apa yang ditampilkan media seperti itu terkadang memperkuat keyakinan masyarakat bahwa peranan gender laki-laki adalah pencari nafkah (*breadwinner*) atau yang berkaitan dengan urusan publik, sedangkan pengelolaan rumah tangga atau urusan domestik adalah peranan perempuan.

Hal itu pula yang masih terlihat dalam media di Indonesia. Laki-laki selalu digambarkan dalam media dan secara kultur sebagai pihak yang perkasa, kuat, bertanggungjawab, dan mampu menafkahi keluarganya, sehingga laki-laki yang ideal harus mampu memerankan predikat atau sifat-sifat itu. Hal ini dilestarikan dan diperkuat oleh sistem budaya patriarki yang masih kental di masyarakat Indonesia (Andayani & Koentjoro 2004, p. 14). Dan pada akhirnya memunculkan penggambaran dalam media bahwa yang selalu ada di wilayah domestik adalah

perempuan, sedangkan laki-laki digambarkan di wilayah publik sebagai pencari nafkah.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan yang ada, penggambaran peranan gender laki-laki seperti itu tidak terlihat dalam kolom Hot Papa. Kolom Hot Papa yang mengulas tentang sosok dan kehidupan seorang laki-laki yang telah berkeluarga ini, menampilkan bagaimana laki-laki yang ideal saat ini adalah yang memiliki peranan domestik juga. Seperti halnya yang telah terjadi di beberapa negara, laki-laki mulai membantu istri mereka dengan pekerjaan mengurus rumah dan merawat anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 58). Meskipun terkadang hal seperti itu sering dianggap sebagai kehilangan kekuasaan, tetapi dapat pula dipandang sebagai bertambahnya kekuasaan. Karena saat ini suami harus diberikan lebih banyak suara dalam persoalan-persoalan seperti itu (Goode 2007, p. 152). Dengan begitu laki-laki tetap diharapkan untuk dapat bertanggung jawab pada keluarganya, dengan ikut terlibat juga dalam urusan rumah tangga.

Representasi seperti itulah yang ditampilkan pada kolom Hot Papa dalam Jawa Pos For Her. Laki-laki tidak lagi dianggap tabu untuk melakukan pekerjaan rumah tangga (domestik). Mereka digambarkan akan memiliki sebuah keluarga yang harmonis dan bahagia apabila mampu untuk melakukan peranan publik dan domestik secara seimbang.

Kolom Hot Papa tidak hanya merepresentasikan laki-laki sebagai seorang suami atau ayah yang memiliki peranan domestik, tetapi kolom ini juga masih tetap menampilkan peranan laki-laki di wilayah publik. Pada umumnya seorang laki-laki dalam keluarga diharapkan memiliki peran sebagai pencari nafkah, pendisiplin, dan pengambil keputusan dalam keluarga (Lindsey 1990, p. 2). Karena mereka diposisikan sebagai tokoh pemimpin dalam keluarga (Goode 2007, p. 143). Maka dari itu dalam masyarakat, peranan publik masih dianggap sebagai peranan utama gender laki-laki ketika telah menjadi suami dan ayah karena mereka memiliki tanggung jawab untuk menafkahi istri dan anak mereka. Tidak heran jika masih ada laki-laki yang beranggapan bahwa domestik bukanlah urusan mereka, bahkan dibanyak tradisi secara adat laki-laki dilarang terlibat dalam pekerjaan domestik (Fakih 1999, p. 76).

Saat membahas mengenai tanggung jawab laki-laki yang telah berkeluarga dalam menafkahi keluarganya, kolom Hot Papa juga menyinggung mengenai kesuksesan karir dan cerita para laki-laki tersebut mengenai pekerjaannya. Pada dasarnya kemampuan yang dimiliki oleh laki-laki dan perempuan berbeda. Oleh karena itu pembagian jenis pekerjaan mereka dalam masyarakat pun dibedakan. Menurut Mosse (1996, p. 5) terdapat perbedaan pekerjaan yang dilakukan laki-laki dan perempuan dalam komunitasnya, maka status maupun kekuasaan mereka dalam masyarakat boleh jadi berbeda pula.

Perbedaan tersebut merupakan bagian dari landasan kultural dan tidak mudah diubah yang pada akhirnya berimplikasi dalam pembagian jenis pekerjaan seseorang. Nilai-nilai budaya yang membedakan pekerjaan laki-laki dan perempuan ini dalam realitas sosial dapat ditemukan dalam berbagai basis kebudayaan, seperti dalam lembaga-lembaga sosial, ajaran agama, mitos, simbol serta praktek sosial lainnya. Nilai-nilai budaya ini bersifat obyektif, karena kebudayaan adalah milik publik (Geertz 1992, p. 15).

Pada semua masyarakat tugas-tugas tertentu diberikan kepada perempuan dan ada yang diberikan kepada laki-laki, atau dapat pula dikerjakan oleh keduanya. Apa yang dianggap sebagai pekerjaan laki-laki pada suatu masyarakat mungkin saja dianggap pekerjaan perempuan pada masyarakat lain, dengan demikian menunjukkan bahwa banyak pembagian itu ditentukan oleh kebudayaan (Goode 2007, p. 141). Oleh karena itu saat ini dapat dengan mudah kita jumpai pekerjaan yang identik dengan perempuan tetapi dilakukan oleh laki-laki atau sebaliknya. Akan tetapi dalam budaya yang berbeda, hal seperti itu belum tentu dapat dipertukarkan.

Seiring dengan berjalannya waktu, pekerjaan laki-laki saat ini menjadi bervariasi. Dalam masyarakat, laki-laki terbukti mampu untuk melakukan pekerjaan yang selama ini diidentikkan dengan pekerjaan perempuan. Misalnya saja jika dulu memasak merupakan kegiatan “wajib”

bagi seorang perempuan, justru saat ini banyak laki-laki yang pandai

memasak bahkan menjadi juru masak profesional (<http://situs.kesrepsro.info/gendervaw/referensi.htm>). Seperti yang telah ditampilkan dalam salah satu edisi Hot Papa, kisah tentang seorang laki-laki yang memiliki pekerjaan sebagai *Chef*. Walaupun pekerjaan memasak biasa dilakukan oleh perempuan, namun ia membuktikan bahwa dengan menjadi seorang *Chef* ia mampu membahagiakan keluarganya. Hal inilah yang menjadi *point* penting yang ingin disampaikan kolom Hot Papa, bahwa dengan pekerjaan tersebut (sebagai *chef*), ia dapat sukses membahagiakan keluarganya. Karena pekerjaan akan menjadi sesuatu yang penting, terlebih lagi dalam masyarakat, laki-laki dikondisikan sebagai pencari nafkah dalam keluarga (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia).

Sosok laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa, dengan peran domestik yang dilakukan, jenis pekerjaan dan kesuksesan karir, diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan perempuan mengenai representasi suami atau ayah ideal dalam keluarga. Karena tujuan dari Jawa Pos Her adalah ingin menjadi referensi penting bagi perempuan. Hal tersebut senada dengan yang diungkapkan oleh Redaktur Jawa Pos For Her, Ariyanti, sebagai berikut:

“Sosok laki-laki yang dimunculkan dalam kolom Hot Papa adalah suatu hal yang ingin dicapai atau dimiliki oleh perempuan. Dengan membaca kolom tersebut, para perempuan bisa menyarankan pasangannya untuk mengambil referensi tersebut agar kehidupan rumah tangga mereka semakin harmonis. Ketika pasangan sudah

melakukan itu, yang akan merasakan manfaatnya tentu saja si perempuan (para istri)”. (transkrip wawancara)

Selain sebagai kepala keluarga yang bertanggung jawab menafkahi keluarga, seorang ayah tetaplah juga dituntut untuk juga memberi perhatian, kasih sayang, pendidikan, dan pembinaan bagi anak-anaknya. Tugas ini tidak dapat dibebankan semata kepada figur ibu. Bahkan seiring dengan semakin egaliternya masyarakat sehingga banyak pula istri yang bekerja di luar rumah untuk membantu ekonomi keluarga dan bagian dari hak wanita untuk beraktualisasi diri, maka tuntutan bagi ayah untuk berperan sebagai sumber kasih sayang dan perhatian serta pendidik anak juga semakin besar (Andayani & Koentjoro 2004, p. 58). Ayah harus bekerja sama dengan ibu sebagai pasangan *coparenting*. Karena parenting sendiri dimaknai sebagai tugas yang disandang oleh pasangan suami-istri ketika mereka sudah mempunyai keturunan (2004, p. 11).

Peran ayah atau *fathering* erat kaitannya dengan *parenting*. Hal ini karena *fathering* merupakan bagian dari *parenting*. Peran ayah (*fathering*) dapat dijelaskan sebagai suatu peran yang dimainkan seorang ayah dalam kaitannya dengan tugas untuk mengarahkan anak menjadi mandiri di masa dewasanya, baik secara fisik dan biologis (Lips 2005, p. 474). Dengan demikian pentingnya peran ayah dalam mempengaruhi performa anak di berbagai bidang membuktikan bahwa sudah waktunya bagi seorang ayah untuk memberi perhatian lebih pada perkembangan anak sejak dini dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan mereka.

Banyak faktor yang menentukan peranan ayah dalam keluarga, salah satunya adalah persoalan nilai-nilai budaya dimana keluarga tersebut berada (Goode 2007, p. 145). Beberapa penelitian telah mencoba menggali mengenai bagaimana peran ayah dalam keluarga, salah satunya dilakukan oleh Parsons (Lamb, 1981) yang menyimpulkan bahwa peran yang lebih khusus untuk ayah yaitu merepresentasikan pengambil keputusan, berorientasi pada tindakan, berlaku sebagai penghubung utama antara sistem keluarga dengan sistem sosial di luar keluarga, bertanggung jawab untuk mengenalkan anak pada peran jenis kelamin pada dunia yang lebih luas, dan mendorong anak untuk memperoleh kompetensi yang diperlukan untuk beradaptasi dengan dunia. Sedangkan peran ibu lebih bersifat ekspresif, nurturan, dan empatik. Dengan demikian peranan ayah tidak hanya dibutuhkan dalam ruang publik, tetapi dibalik itu, keluarga mereka khususnya anak, juga sangat membutuhkan perhatian dari ayahnya.

Seiring dengan perubahan masyarakat dunia pasca revolusi industri pada tahun 1950-an (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/0205/20/hikmah/utama02.htm>) dan pergerakan wanita pada 1960-an (Bronstein & Cowan, 1988), peranan laki-laki dan perempuan dalam sebuah keluarga mengalami perubahan. Laki-laki dan perempuan ketika telah berkeluarga dan memiliki anak, mempunyai kedudukan yang sama dalam mengasuh anak-anak mereka. Seperti halnya yang dikatakan oleh Lips (2005, p. 472) bahwa banyak ayah yang pada saat ini semakin termotivasi untuk terlibat dalam peranan pengasuhan

anak. Dengan begitu anak mendapatkan kasih sayang dan juga perhatian yang sama dari orangtuanya yang akan berdampak positif pada anak. Karena perbedaan karakter yang dimiliki oleh ayah dan ibu akan dapat mengembangkan sisi yang berbeda dalam kualitas anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 96).

Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis*, dimana peneliti ingin mengeksplorasi penerimaan pembaca perempuan terhadap kolom Hot Papa tentang bagaimana mereka memaknai representasi peranan suami atau ayah ideal yang ditampilkan oleh Jawa Pos For Her melalui kolom Hot Papa.

Reception Analysis menurut Stuart Hall (1973) seperti dikutip Baran (2003, p. 269) mempunyai perhatian langsung terhadap: (a) analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*); dan (b) konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas *media texts*, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Baran 2003, p. 269-270). Sejalan dengan pernyataan tersebut, McQuail (1997, p. 19) berpendapat bahwa *reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa individu secara aktif menginterpretasikan teks media

dengan cara memberikan makna atas pemahaman pengalamannya sesuai apa yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari.

Interpretasi didefinisikan sebagai kondisi aktif seseorang dalam proses berpikir dan kegiatan kreatif pencarian makna (Littlejohn 1998, p. 199). Ketika khalayak membaca *content* yang disajikan dalam surat kabar, maka akan terjadi interpretasi dan pemaknaan oleh khalayak terhadap *content* tersebut, sehingga khalayak bersikap aktif. Barker (Traudt 2005, p.

6) mengemukakan:

“We cannot think of the mass media messages as something created by the journalist, author, or television or film director. We must also think of the message as something created by each member of the audience who exposes himself or herself selectively and in unique sequence to each message.”

Sehingga dapat dikatakan bahwa selain mengonsumsi media berdasarkan kegunaan dan kepuasan, khalayak juga memproduksi makna dalam menginterpretasikan pesan dari media.

Khalayak menggunakan kerangka rujukan dan pengalaman mereka untuk dapat secara aktif dalam memilih dan menggunakan media massa. Faktor lingkungan, budaya, dan pendidikan juga berpengaruh dalam keaktifan khalayak (Barker 2005, p. 34). Munculnya konsep khalayak aktif mengarah pada terbentuknya asumsi bahwa khalayak akan bertahan

atau bahkan menolak upaya persuasi, pengaruh, serta manipulasi dan ideologi dominan yang ditimbulkan oleh media.

Makna dalam teks media diciptakan dalam interaksi antara khalayak dan teks. Dengan kata lain, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media. Semua teks adalah subyek bagi pembacaan yang memiliki banyak makna tergantung dari perspektif pembacanya. Sehingga dapat dikatakan bahwa *reception analysis* menempatkan khalayak dalam konteks berbagai macam faktor yang turut mempengaruhi bagaimana menonton atau membaca serta menciptakan makna dari sebuah teks media. Dan bagaimana faktor-faktor pembeda yang mengkonstruksi identitas khalayak tersebut mempengaruhi mereka dalam memaknai suatu teks.

Pemaknaan teks media merupakan proses transaksional yang terjadi dalam individu yang dapat dipengaruhi oleh sejarah, pengalaman, dan latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda pada setiap individu (Littlejohn 1998, p. 130). Dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa setiap khalayak, dalam hal ini pembaca perempuan yang pernah membaca kolom Hot Papa, tidak begitu saja menerima apa yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa, namun mengasosiasikannya dengan latar belakang mereka masing-masing. Sehingga pemaknaan mengenai teks yang ada pun berbeda antara satu dengan yang lain.

Perempuan yang menjadi informan dalam penelitian ini telah membaca beberapa kolom Hot Papa yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan diskusi. Agar ketika diskusi dilakukan, para informan telah mengetahui topik yang akan dibahas. Peneliti memilih beberapa kolom Hot Papa yang menampilkan sosok laki-laki yang memiliki pekerjaan sebagai dokter kecantikan, artis, chef, dan polisi. Alasan peneliti memilih beberapa sosok laki-laki tersebut karena adanya perbedaan karakter yang signifikan dari pekerjaan yang mereka miliki. Perbedaan yang dimaksud adalah karena dokter kecantikan dan chef merupakan pekerjaan yang secara umum dimaknai sebagai pekerjaan perempuan. Dimana mempercantik diri dan memasak merupakan hal yang sangat domestik. Sedangkan pemilihan kolom artis dikarenakan kolom Hot Papa sendiri lebih sering menampilkan profil seorang artis (Transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Dan pemilihan polisi dikarenakan pekerjaan ini sangat identik dengan keperkasaan dan hal tersebut sangat erat dengan laki-laki. Perbedaan karakter dan kesibukan pekerjaan, tentunya akan berpengaruh kepada bagaimana cara mendidik anak dan intensitas mereka dalam menjalankan perannya sebagai seorang suami dan ayah ketika berada di rumah (domestik).

Berdasarkan pemaparan diatas, melalui metode *reception analysis*, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan enam informan yang masing-masingnya memiliki perbedaan latar belakang, seperti perbedaan status ekonomi, usia,

pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan status pernikahan. Peneliti menggunakan FGD dimaksudkan untuk mengeksplorasi penerimaan berupa pemaknaan, persepsi, opini, pemikiran, pengalaman, perasaan dan ekspresi pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif ketika memaknai peranan laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.7. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah utama dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif memaknai peranan gender laki-laki yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her. Dari rumusan masalah utama tersebut peneliti membagi lagi ke dalam rumusan masalah penjelas sebagai berikut:

1.7.1. Bagaimana penerimaan perempuan terhadap peranan laki-laki sebagai suami yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa?

1.7.2. Bagaimana penerimaan perempuan terhadap peranan laki-laki sebagai ayah yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa?

1.8. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan:

Untuk mengeksplorasi penerimaan pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif dalam memaknai peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.3.2. Manfaat:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat komprehensif mengenai penerimaan pembaca perempuan di Surabaya terhadap peranan gender laki-laki dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.9. Tinjauan Pustaka

1.9.1. Penelitian Sebelumnya

Sebelum ini, telah ada beberapa penelitian yang membahas mengenai representasi peranan laki-laki di media massa, dimana peranan tersebut mengalami pergeseran. Laki-laki yang telah berkeluarga dan memiliki anak digambarkan sebagai sosok superdad, dimana ia melakukan pengasuhan (*parenting*) terhadap anaknya.

Pertama, skripsi yang meneliti tentang representasi ayah dalam iklan televisi, yakni pada salah satu iklan televisi Lifebuoy Men Bodywash dalam versi “Superdad” (Retnowulan, 2010). Iklan tersebut mengusung konsep “Superdad” yang digambarkan dengan

seorang laki-laki yang melakukan pengasuhan terhadap anaknya. Pengasuhan anak seperti itu seringkali hanya diidentikkan menjadi peranan perempuan. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah meskipun laki-laki dalam iklan digambarkan melakukan peranan domestik dengan mengasuh anak, tetap saja harus diimbangi juga dengan peranan laki-laki yang telah menjadi *stereotype* di masyarakat. Karena iklan tersebut juga menunjukkan usaha seorang ayah untuk memenuhi keinginan atau pengharapan anaknya, dimana hal tersebut dapat tercapai jika sang ayah memiliki pekerjaan.

Kedua, skripsi yang meneliti tentang representasi peran ayah dalam iklan Wall's Selection Double Dutch di televisi (<http://lib.fikom.unpad.ac.id/>). Kesimpulan dari penelitian ini adalah Iklan Wall's Selection Double Dutch berusaha merepresentasikan tentang peran ayah sebagai sosok superdad yang selalu bisa diandalkan oleh keluarganya. Jika si ayah memiliki banyak keterbatasan maka salah satu cara untuk mengembalikan sosok superdad adalah berlaku konsumtif dengan membelikan sesuatu yang berbeda dari biasanya pada saat akhir pekan. Dengan demikian perilaku konsumerisme bisa dilakukan oleh keluarga sekalipun mereka tetap berada di rumah saat akhir pekan.

Sedikit berbeda dari dua penelitian sebelumnya, skripsi ini lebih menekankan peran laki-laki di media dalam wilayah domestik. Penelitian tentang representasi laki-laki dalam majalah *Men's Health*, menjelaskan bahwa salah satu representasi yang menjadi konsep dalam majalah ini adalah adanya tuntutan bagi seorang pria untuk memiliki sisi *nurture* (<http://www.lontar.ui.ac.id/>). Pada masa kini, ketika feminisme sudah banyak “dipegang” oleh para perempuan, laki-laki justru dituntut untuk bisa mengurus anak dan melakukan semua pekerjaan domestik, seperti mencuci dan berbelanja. *Men's Health* menggambarkan seorang laki-laki yang bukan lagi sebagai *breadwinner* melainkan sebagai *primary caregiver* bagi anak-anaknya. Karena didapati kesimpulan penelitian ini yang menunjukkan adanya fakta pria yang berhasil mengurus anaknya dengan baik.

Penelitian-penelitian diatas membuktikan bahwa representasi peranan gender laki-laki di media massa telah mengalami pergeseran dari yang sebelumnya. Dimana media massa sudah mulai keluar dari ideologi budaya patriarki yang sangat kuat di masyarakat. Media saat ini telah menunjukkan adanya kesetaraan yang sama antara peranan laki-laki dan perempuan dalam urusan domestik, terutama dalam hal mengurus anak. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian

sebelumnya adalah walaupun kolom Hot Papa juga menampilkan laki-laki dalam ruang publik dan domestik, tetapi penelitian ini akan berfokus mengenai penerimaan khalayak pembaca perempuan yang *notabene* sebagai pengonsumsi kolom Hot Papa dalam memaknai peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam kolom ini.

1.9.2. Realitas Peranan Gender Laki-Laki dalam Media Massa

Media massa, menurut McLuhan (Rakhmat 2007, p. 225), merupakan perpanjangan alat indera manusia. Melalui media, kita mendapat informasi tanpa harus mengalami secara langsung. Kita bisa menyaksikan peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain tanpa perlu berada disana. *Global village* pun tercipta dimana dunia tidak lagi mengenal tapal batas geografis. Media massa, dalam proses bekerjanya, menampilkan ulang realitas dari sudut pandang tertentu. Karena itu, realitas yang ditampilkan media merupakan realitas yang terseleksi (*second hand reality*). Media massa pun memiliki kemampuan untuk memilih apa yang perlu ditampilkan dan mana yang tidak. Media massa berfungsi untuk menunjukkan realitas sosial yang terjadi, namun yang terjadi media massa cenderung menampilkan ulang suatu realitas (O'Shaughnessy 2006, p. 35).

Media memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Karena sebenarnya media menampilkan sebuah cara dalam memandang realita (Sobur 2004, p. 93). Isi media adalah hasil konstruksi dari realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat untuk merepresentasikan realitas, namun juga dapat menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut (Sobur 2004, p. 88). Maka dari itu, media massa mempunyai peluang yang besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksinya.

Media membentuk realitas melalui bahasa. Hal ini bukan berarti memungkirkan keberadaan realitas dunia, namun menunjukkan bahwa pembelajaran kita tentang dunia dimediasi oleh bahasa. Menurut John. B. Thompson (2006, p. 19) ideologi bekerja melalui bahasa dan bahasa adalah medium tindakan sosial. Selain itu, De Fleur dan Ball-Rokeach mengemukakan ada berbagai cara media massa mempengaruhi bahasa dan makna, antara lain dengan mengembangkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya, memperluas makna dari istilah-istilah yang ada, mengganti makna lama sebuah istilah dengan makna baru, memantapkan konvensi makna yang telah ada (Sobur 2004, p. 90). Dengan begitu apa yang ditampilkan media melalui

content merujuk pada sebuah realitas yang nantinya akan dikonstruksi atau dimaknai oleh khalayak.

Pada akhirnya, kemampuan media massa dalam mengkonstruksi realitas itulah yang mempengaruhi cara kita memandang apa yang terjadi di sekitar kita. Termasuk menimbulkan gambaran lingkungan sosial yang timpang, bias, dan tidak cermat. Selama ini media cenderung merepresentasikan laki-laki dengan kesuksesan mereka di wilayah publik. Dari sebuah laporan *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, diketahui bahwa representasi laki-laki dalam media cenderung menegaskan dominasi sosial kaum laki-laki. Dalam laporan tersebut juga dikatakan, bahwa mayoritas karakter laki-laki di media merupakan kelompok heteroseksual yang lebih sering diasosiasikan dengan wilayah kerja publik daripada domestik dan dengan sosok keperkasaannya (<http://www.media-awareness.ca>).

Begitu juga yang terjadi dalam media di Indonesia. Laki-laki selalu digambarkan dalam media dan secara kultur sebagai pihak yang perkasa, kuat, bertanggungjawab, dan mampu menafkahi keluarganya, sehingga laki-laki yang ideal harus mampu memerankan predikat atau sifat-sifat itu. Hal ini dilestarikan dan diperkuat oleh sistem budaya patriarki yang masih kental di masyarakat Indonesia (Andayani & Koentjoro 2004, p. 14). Dan pada akhirnya memunculkan penggambaran bahwa yang

selalu ada di wilayah domestik adalah perempuan, sedangkan laki-laki digambarkan di wilayah publik dalam media.

Boys to Men: Media Messages About Masculinity, juga menjelaskan bahwa laki-laki yang dimunculkan oleh media cenderung menegaskan dominasi sosial kaum laki-laki. Pertama, *The Joker*, yakni laki-laki yang humoris. Kedua, *The Jock*, yakni laki-laki yang bersedia bertarung dengan laki-laki lain jika diperlukan. Ketiga, *The Strong Silent Type*, yakni berani mengambil keputusan dan bertanggung jawab. Keempat, *The Big Shot*, yakni harus sukses baik ekonomi maupun kehidupan sosial. Kelima, *The Action Hero*, yakni kuat, tidak pendiam, agresif, dan kasar. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa peranan gender laki-laki dalam media cenderung menampilkan laki-laki dari sisi keperkasaannya dan perannya dalam ruang publik.

1.4.3. Pergeseran Peranan Gender Laki-Laki Kontemporer di Media Massa

Dalam perkembangannya hingga saat ini, telah terjadi pergeseran mengenai peranan gender laki-laki di media massa. Jika dahulu laki-laki selalu dilekatkan dengan dominasinya pada ruang publik, hal tersebut tidak menjadi satu-satunya hal yang kita

temukan lagi dalam media massa. Posisi laki-laki lebih diidentikkan dengan peran-peran publik, dimana mereka lebih mempunyai kekuasaan dalam lingkup dan peran di luar rumah. Adanya anggapan seperti itu dikarenakan masyarakat kita yang menganut budaya patriarki (<http://www.suaramerdeka.com/harian/0208/26/kha1.htm>).

Praktek budaya patriarki di Indonesia sendiri telah berlangsung sangat lama, dibentuk, disosialisasikan dan diperkuat terus menerus baik secara sosial, kultural dan keagamaan. Masyarakat seolah sudah sangat terbiasa membedakan peran, tindak tanduk dan kewajiban antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan peranan gender antara laki-laki dan perempuan sejak lahir dan masa anak-anak sudah ditanamkan, mulai dari cara bersikap, cara bermain, dan cara berpakaian. Dari perbedaan-perbedaan semenjak lahir sampai dewasa itulah yang membuat kita tidak bisa lari terlalu jauh dari ideologi patriarki.

Seperti yang terlihat dalam iklan-iklan televisi. Jelas terlihat bagaimana perbedaan peranan antara laki-laki dan perempuan. Dalam urusan rumah tangga, perempuanlah yang dituntut untuk berperan besar. Contoh yang mudah dijumpai adalah pada komoditas untuk keperluan anak. Susu bayi dan anak, sabun dan shampo untuk balita sampai dengan bedak bayi, sering ditampilkan

dengan objek perempuan di dalamnya. Hal ini didasari oleh
PENERIMAAN PEMBACA PEREMPUAN TERHADAP PERANANRAYSSA AUDRYN FIRDAUZY

fenomena kode-kode sosial yang ada, bahwa peran gender yang pas untuk fungsi dan kepengurusan merawat serta mengasuh anak lebih ditujukan untuk perempuan (ibu), sehingga citra yang nampak dari jenis iklan untuk produk-produk tersebut sering merefleksikan suatu pola harmonisasi, kesabaran, ketulusan, maupun tali kasih sayang antara ibu dan anak (<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>).

Media merepresentasikan laki-laki pada sektor publik dan perempuan pada sektor domestik (rumah tangga) dianggap sebagai hal yang bersifat natural, maka secara tidak langsung telah mengindikasikan bahwa pekerjaan domestik sewajarnya adalah pekerjaan perempuan bukan laki-laki.

Seiring dengan berjalannya waktu, ideologi patriarki tersebut tidak serta merta menguasai *content* dan representasi mengenai peranan laki-laki dan perempuan dalam media massa. Peneliti melihat hal tersebut sebagai sebuah tanda bahwa peran laki-laki dalam media kini telah bertambah. Laki-laki sebagai ayah tidak hanya sebagai kepala rumah tangga yang harus menjadi pencari nafkah tunggal atau utama bagi keluarganya (*breadwinner*), tetapi juga harus mau untuk ikut menjaga dan merawat anaknya, serta melakukan kegiatan rumah tangga lainnya.

Selain berhasil dalam pekerjaan atau karir (ruang publik)

saat ini laki-laki juga dituntut untuk berhasil dalam ruang domestik. Hal inilah yang disebut “Hot Papa” dalam konsep yang dibuat oleh Jawa Pos For Her dalam salah satu kolomnya. Sebuah konsep mengenai laki-laki yang telah menjadi seorang ayah yang berhasil dalam menyeimbangkan peranan dalam ranah publik maupun domestik.

Pada akhir abad 20 penelitian dalam jurnal-jurnal internasional dapat ditemukan bahasan tentang masalah peran ayah dalam pengasuhan anak. Bahkan ada terbitan khusus mengenai *fathering* yang mengkhususkan topik-topik penelitian dan bahasan seputar keterlibatan ayah dalam pengasuhan, misal “*Fathering Magazine, Father’s Direct*” (Andayani & Koentjoro 2004, p. 60). Majalah tersebut menekankan pentingnya keterlibatan ayah dalam pengasuhan anak terutama dari sisi mengembangkan intelegensi emosional anak.

Serupa dengan hal itu, dalam majalah Ayahbunda, laki-laki atau ayah juga telah direpresentasikan dengan sosok seorang laki-laki yang sangat menyayangi keluarganya dan ikut serta dalam pengasuhan anak. Seperti salah satu artikel yang terdapat di majalah Ayahbunda berikut ini:

“Tugas pengasuhan bukan semata tugas ibu. Ayah juga punya peran yang sama dengan ibu. The best thing you can do for your children, love their mother and love their father.

The best thing you can do for your marriage, raise children
PENERIMAAN PEMBACA PEREMPUAN TERHADAP PERANANRAYSSA AUDRYN FIRDAUZY

together. Ciptakan kekompakkan dengan pasangan saat mengasuh anak. Jaga keseimbangan antara keluarga, diri sendiri dan pekerjaan. Tanamkan keinginan untuk melakukan sesuatu yang berharga bagi keluarga, diri sendiri dan pekerjaan,”
(<http://www.ayahbunda.co.id/Artikel/Psikologi/Balita>)

Pergeseran tentang representasi peranan laki-laki juga terlihat dalam program acara di televisi, contohnya program acara memasak. Program tersebut memberikan gambaran baru tentang pekerjaan laki-laki. Jika dahulu laki-laki dianggap tabu untuk mengurus masalah dapur, saat ini justru banyak laki-laki yang sukses berkarir dengan menjadi seorang chef. Mungkin chef laki-laki bukanlah suatu hal yang baru, tetapi hal ini menjadi berbeda karena saat ini mereka menjadi sorotan media. Banyak stasiun televisi yang menggunakan chef laki-laki untuk program acara memasak. Selain itu bila dibandingkan dengan perempuan, laki-laki jauh lebih banyak yang sukses menjadi chef profesional (<http://female.kompas.com>). Hal ini mampu mematahkan anggapan selama ini yang berkembang dalam budaya masyarakat kita, bahwa memasak atau urusan dapur hanya boleh dilakukan oleh perempuan saja.

Dari pemaparan diatas terlihat jelas bahwa saat ini telah terjadi pergeseran atau perubahan mengenai peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam media massa saat ini dari yang

sebelumnya.

1.4.4. Peranan Gender Laki-laki di Masyarakat

Menurut Fakih (1999, p. 7) gender adalah suatu sifat yang melekat pada laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial dan kultural. Dengan kata lain, gender adalah perbedaan perilaku dan peranan laki-laki dan perempuan yang bukan sebuah kodrat atau ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia melalui suatu proses kultural yang panjang (Mosse, 1996, p. 3). Meskipun gender tidak bersifat mutlak dan dapat dipertukarkan, ada kalanya masyarakat kita beranggapan dan menjalani peranan gender sebagai sesuatu yang benar, alami, dan baik. Anggapan seperti itu disebabkan gender yang kita miliki telah membatasi dan mendahului kita. Dengan begitu peranan gender yang kita jalani dalam kehidupan sehari-hari dianggap sebagai bagian dari landasan kultural kita dan tidak mudah untuk diubah (Andayani & Koentjoro 2004, p. 7).

Adanya perbedaan gender seperti itu mengakibatkan sebagian besar aspek kehidupan manusia dibedakan antara laki-laki dan perempuan. Hal ini tidak hanya dalam aspek biologis saja namun semua segi kehidupan manusia, termasuk didalamnya bahasa, pekerjaan, peraturan keluarga, pendidikan, dan sosialisasi (Littlejohn 1998, p. 239). Perbedaan antara laki-laki dan perempuan itulah yang pada akhirnya memunculkan adanya

peranan gender laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat.

Peranan gender sendiri menurut Myers dalam Mosse (2004, p. 74) merupakan suatu set perilaku-perilaku yang diharapkan untuk laki-laki dan perempuan yang dipengaruhi oleh nilai budaya seseorang. Nilai-nilai budaya yang membedakan peranan antara laki-laki dan perempuan ini dalam realitas sosial dapat ditemukan dalam berbagai basis kebudayaan, seperti dalam lembaga-lembaga sosial, ajaran agama, mitos, simbol serta praktek sosial lainnya. Meskipun demikian, nilai-nilai budaya tersebut bersifat obyektif, karena kebudayaan adalah milik publik (Geertz 1992, p. 15).

Bervariasinya peranan gender di antara berbagai budaya menunjukkan bahwa budaya memang membentuk peranan seseorang, disamping hal lain yang dikatakan juga dapat mempengaruhi peranan tersebut. Seperti pengaruh berdasarkan kelas sosial, usia, dan latar belakang etnis (Mosse 2004, p. 3). Oleh karenanya hal ini menjadi menarik. Peranan-peranan gender itu dapat berubah seiring berjalannya waktu dan perbedaan antara satu kultur dengan kultur lainnya yang dimiliki oleh seseorang.

Perbedaan peranan gender juga dipengaruhi oleh kondisi fisik antara laki-laki dan perempuan yang berbeda sehingga memunculkan sifat-sifat yang dilekatkan masyarakat pada laki-laki

dan perempuan. Fakih (1999, p. 10) menguraikan pendapatnya bahwa perempuan di masyarakat terkenal lemah lembut, cantik, emosional, dan keibuan. Sedangkan laki-laki dikenal sebagai sosok yang kuat, jantan, rasional, dan perkasa.

Ada keyakinan dalam masyarakat bahwa peranan gender laki-laki adalah sebagai pencari nafkah (*breadwinner*), sedangkan peran gender perempuan adalah mengelola rumah tangga atau urusan domestik. Dan pemaknaan seperti itu telah tersosialisasi dari waktu ke waktu. Sosialisasi peranan gender tersebut mengakibatkan laki-laki beranggapan bahwa domestik bukanlah urusan mereka, bahkan dibanyak tradisi secara adat laki-laki dilarang terlibat dalam pekerjaan domestik (Fakih 1999, p. 76).

Namun dengan perkembangan yang ada, laki-laki yang selama ini banyak menjauhi urusan rumah tangga dan pengasuhan anak, mulai dilirik untuk ikut berpartisipasi. Keterlibatan dengan anak secara sensitif dan bertanggung jawab tidak lagi dipersepsi sebagai urusan feminin, yang akan melukai harga diri laki-laki yang secara sosial dituntut untuk tampil maskulin (Andayani & Koentjoro 2004, p. 96).

Dalam kenyataannya saat ini laki-laki tidak hanya berperan dalam wilayah publik saja, melainkan juga wilayah domestik. Hal itu dibuktikan dengan adanya sebuah perubahan yang dirasa

semakin menguat pada abad 21 ini, dimana perubahan tersebut menunjukkan semakin terlibatnya ayah dalam proses pengasuhan anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 85). Perubahan ini pun disikapi sebagai sebuah hal yang positif. Karena dirasa mampu untuk memperkaya pengetahuan dalam proses perkembangan anak.

1.4.4.1. Peranan Laki-Laki sebagai Suami dalam Keluarga

Pembedaan peran antara laki-laki dan perempuan juga terlihat pada pembagian tugas dalam keluarga. Misalnya saja dalam masyarakat, suami diidentikkan sebagai sosok yang menjaga dan melindungi agar terasa aman serta nyaman, dan yang paling penting adalah untuk menafkahi keluarganya. Karena bekerja adalah bagian dari kewajiban dan tanggung jawab seorang laki-laki yang telah berkeluarga (Mosse 2004, p. 23).

Dalam masyarakat laki-laki secara alami dianggap sebagai sosok yang aktif, petualang, memiliki kekuatan, agresif, dan mandiri (Wood 2007, p. 258). Namun saat ini dimunculkan juga pemahaman bahwa laki-laki yang telah menikah dapat dikatakan memiliki sifat sensitif, mampu bekerjasama dengan orang lain dan menerima bantuan, ekspresif secara emosional, peduli dan menyayangi anak-anak, memiliki hubungan yang harmonis, dan turut serta dalam aktivitas yang berhubungan dengan rumah tangga

(Marty Pentz dalam Retnowulan 2010, p. 35). Hal ini menunjukkan dalam masyarakat juga melihat bahwa laki-laki sebagai suami tidak hanya berperan dalam ruang publik, tetapi juga domestik, seperti halnya dengan ikut membantu dalam urusan rumah tangga.

Peranan seorang suami bukanlah sesuatu yang gampang, peranan tersebut sama beratnya dengan peranan seorang istri. Karena suami adalah seorang kepala rumah tangga yang menjadi pemimpin, dan tentu akan bertanggung jawab terhadap kepemimpinannya (Syahatah, 2000). Masyarakat juga memaknai bahwa kepala rumah tangga mengurus urusan-urusan dalam rumah tangga, yakni yang menyangkut pencarian nafkah, penjagaan hubungan rumah tangga dengan masyarakat, dan urusan-urusan lain yang melibatkan rumah tangga dengan kehidupan sosial (Daudin 1996, p. 276).

Sebelum menikah, seorang laki-laki bertanggung jawab untuk memenuhi tuntutan-tuntutan agama, pekerjaan dan dirinya secara seimbang. Tanggung jawab ini bertambah, setelah ia menyelesaikan masa lajangnya. Ia harus bertanggung jawab atas istri dan anak-anaknya. Oleh sebab itu, seorang laki-laki harus mengetahui dengan baik karakter dan macam-macam tanggung jawab yang

harus diembannya, sehingga tidak terjadi tindakan ekstrem dalam pengimplementasiannya, baik dengan berlebihan maupun sebaliknya (Syahatah, 2000).

Ada juga peranan suami yang tidak kalah penting dengan peranan yang dijelaskan di atas, yakni seorang suami diharapkan juga dapat mendukung sang istri. Misalnya ketika istrinya ingin bekerja atau memiliki pekerjaan, baik di luar rumah atau pun pekerjaan di dalam rumah, seperti usaha *home industry*. Karena ketika seorang istri mendapat dukungan penuh dari suaminya, ia akan merasa tenang ketika harus meninggalkan anaknya. Seperti yang diungkapkan oleh Lips (2005, p. 473) berikut ini:

“When women are given the same supports that men are working, the knowledge that their children are being well cared for in their absence and that their paid work is valued by other family members—maternal employment is apparently a positive, rewarding choice for women and their families.”

1.4.4.2. Peranan Laki-Laki sebagai Ayah dalam Keluarga

Peranan ayah yang selama ini berkembang dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan peranan gendernya, yakni sebagai pencari nafkah. Jarang waktu ayah yang dihabiskan bersama keluarga dan fokus perhatiannya adalah lebih pada pekerjaan dan diri sendiri (Andayani &

Koentjoro 2004, p. 78). Bahkan tidak sedikit ayah yang menghabiskan waktu di rumahnya hanya untuk beristirahat setelah seharian bekerja, membaca koran, kegiatan ibadah atau pun bersosialisasi dengan tetangga.

Perubahan sosial, ekonomi, serta budaya yang ada memberikan pengaruh pada masyarakat dalam mempersepsi peran serta ayah dalam pengasuhan dan perkembangan anak. Karena pada kenyataannya, ayah sebagaimana ibu adalah bagian dari keluarga. Ayah tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab atas pengasuhan anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 21). Ia juga mempunyai hak dan kewajiban untuk mengurus dan menikmati waktu bersama anaknya. Oleh karena itu ayah sebagai salah satu orangtua diharapkan untuk lebih terlibat dalam pengasuhan.

Sekalipun demikian, setiap kali kita berbicara mengenai keluarga dan kaitannya dengan anak, seringkali fokus kita akan langsung menengok pada peranan perempuan atau ibu. Peranan laki-laki dalam hal ini ayah, terlihat sekali dianggap kurang berperanan. Masih banyak masyarakat meyakini bahwa anak adalah urusan ibu yang bersifat universal, dan itu diyakini dalam berbagai budaya di dunia ini (Andayani & Koentjoro 2004, p. 76).

Seiring dengan perubahan masyarakat dunia pasca revolusi industri pada tahun 1950-an (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/0205/20/hikmah/utama02.htm>) dan pergerakan wanita pada 1960-an, peranan laki-laki dan perempuan dalam sebuah keluarga mengalami perubahan. Seorang perempuan tidak lagi terkurung dalam rutinitas domestik, melainkan punya kesempatan yang sama seperti halnya laki-laki dalam karir. Begitu pun dalam tanggung jawab dalam pengasuhan anak, para ayah semakin mencari cara untuk menghabiskan waktu yang terlibat dengan anak-anak mereka.

Adanya pandangan baru masyarakat mengenai peranan ayah dapat menunjukkan bahwa laki-laki saat ini berperan dalam berbagai urusan domestik, diantaranya pengasuhan anak, partisipasi dalam aktivitas rumah tangga dan masalah pendidikan anak. Kebijakan yang dulu lebih berfokus pada ibu, mulai memberikan kesempatan serta ruang bagi figur ayah untuk mengekspresikan diri dalam proses *parenting* (pengasuhan). Anggapan bahwa mengasuh anak hanyalah tugas perempuan atau ibu pun mulai memudar dalam masyarakat (Andayani & Koentjoro, 2004:77).

Hal tersebut serupa dengan apa yang telah dikemukakan oleh Hart (1999), bahwa ayah memiliki peranan penting bagi anak, yakni sebagai:

(1) *Economic Provider*: Dalam pandangan tradisional, ayah dilihat sebagai sumber pendukung finansial dan perlindungan bagi keluarga. Sekalipun ayah tidak tinggal bersama anak-anaknya, mereka tetap dituntut memberikan kontribusinya dalam memenuhi kebutuhan anak akan pangan, sandang, dan papan. Ayah yang bekerja sepanjang waktu mungkin memiliki keterbatasan waktu dalam berinteraksi dengan anaknya, namun mereka tetap menjadi model yang positif dan penting bagi anak-anaknya.

(2) *Friend and Playmate*: Beberapa penelitian telah menunjukkan bila ayah sering dianggap sebagai "fun parent" dan lebih memiliki waktu untuk bermain dengan anak-anaknya daripada ibu.

(3) *Caregiver*: Para ayah dapat dengan sering melakukan stimulasi afeksi dalam berbagai bentuk sehingga membuat anak merasa nyaman dan penuh kehangatan. Bahkan banyak penelitian telah menunjukkan bila ayah dapat sehangat dan merawat anak sebaik ibu.

(4) *Teacher and Role Model*: Ayah, sebagaimana ibu,

bertanggung jawab tentang apa saja yang diperlukan anak untuk kehidupan selanjutnya melalui latihan dan teladan. Pelajaran hidup ini mulai dari yang diberikan ketika anak masih balita, misal mengenai abjad dan berhitung, hingga anak tumbuh lebih besar, misal melatih bagaimana bergaul dengan orang lain.

(5) *Monitor and Disciplinarian*: Bertentangan dengan keyakinan umum, ayah bukanlah pemeran utama dalam mendidik disiplin pada anak. Khususnya di dua tahun pertama usia anak, ibu yang lebih mengajarkan disiplin pada anak. Namun demikian, ayah juga memenuhi peran penting ini dengan memonitor atau mengawasi perilaku anak, terutama begitu ada tanda-tanda awal penyimpangan sehingga disiplin anak bisa segera ditegakkan.

(6) *Protector*: Ayah mengontrol dan mengorganisasi lingkungan anak sehingga anak terbebas dari kesulitan resiko atau bahaya, serta mengajarkan bagaimana anak seharusnya menjaga keamanan diri mereka terutama selagi ayah atau ibu tidak bersamanya. Misalnya agar tidak berbicara dengan orang asing.

(7) *Advocate*: Ayah menjamin kesejahteraan anaknya dalam berbagai macam bentuk, termasuk memenuhi

kebutuhan anak ketika berada dalam institusi lain di luar keluarga. Selain itu, ayah siap membantu, mendampingi dan membela anak jika ada kesulitan atau masalah, dengan demikian anak merasa aman, tidak sendiri, dan ada tempat untuk berkonsultasi, dan itu adalah ayahnya sendiri.

(8) *Resource*: Dengan berbagai cara dan bentuknya, ayah dapat mendukung keberhasilan anak dengan memberikan dukungan dengan menghubungkan anak dengan keluarga besar atau sumber-sumber masyarakat. Ayah melakukan transmisi sejarah keluarga dan pengetahuan budaya pada anak.

Lips (2005, p. 472) mengemukakan bahwa banyak ayah yang pada saat ini semakin termotivasi untuk terlibat dalam peranan pengasuhan anak. Senada dengan hal itu, Lips mengutip hasil survei yang dilakukan di US, dimana menyatakan bahwa 94% laki-laki setuju bahwa keluarga adalah hal yang terpenting dalam hidup mereka.

“Many fathers are motivated to be involved with their children and to do well in their paternal roles. Recently released data from a large government survey in the US showed that almost 94% of men ages 15-44 either agreed or strongly agreed with the statement that “the rewards of being a parent are worth it, despite the cost and the work it takes. And it is more important for a man to spend a lot of time with his family

*than to be successful at his career.”
(Martinez, Chandra, abma, jones &mosher,
2006).*

1.4.5. Reception Analysis

Studi mengenai hubungan yang terjadi antara media dan khalayak (pembaca, pemirsa, pengguna internet) menjadi perhatian utama antara industri media, akademisi, maupun pemerhati media dan masalah sosial. Media mampu menjadi stimuli individu untuk menikmati sajian pesan atau program yang ditampilkan. Isi media dianggap mampu menjadi hal yang menarik apabila dikaitkan dengan konteks budaya.

Salah satu standar untuk mengukur khalayak media adalah menggunakan *reception analysis*. *Reception analysis* merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi media lain (Jensen 2002, p. 139). Senada dengan itu, McQuail (1997, p. 19) berpendapat bahwa *reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa *reception analysis* memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media dengan

memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak.

Dan pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang serta pengalaman masing-masing khalayak.

Pada umumnya, banyak orang berasumsi bahwa mengonsumsi media adalah aktivitas pasif. Misalnya saja, khalayak hanya duduk sambil membaca surat kabar dan mengonsumsi tanpa benar-benar ‘terjalin’ atau beraktivitas. Hall (McQuail 1997, p. 101) berpendapat bahwa konsumsi bukanlah aktivitas pasif. Hal ini disebabkan karena menurutnya konsumsi media membutuhkan generasi pemahaman. Tanpa pemahaman, tidak akan ada konsumsi. Karena tidak ada cara pasif untuk menerima suatu pesan, kita harus menciptakannya sendiri. Dengan kata lain khalayak tidak lagi dianggap sebagai jarum hipodermik yang langsung begitu saja menerima pesan dari media. Khalayak disini menggunakan *field of experience* dan *frame of reference* mereka. Sehingga apa yang ditampilkan dalam media tidak begitu saja diterima oleh khalayak.

Seperti yang telah dijelaskan, studi ini memfokuskan pada pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak. Makna tersebut diciptakan dalam interaksinya antara khalayak dan teks dengan menempatkan khalayak dalam konteks berbagai macam faktor yang turut mempengaruhi bagaimana mereka menonton atau membaca serta menciptakan makna dari teks. Oleh karena itu

diciptakan dalam interaksinya antara khalayak dengan teks, bukan makna yang melekat pada teks media.

Interaksi tersebut menunjukkan bahwa khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail 1997, p. 19). Dalam konteks ini, akan melihat lebih dekat apa yang sebenarnya terjadi pada individu sebagai pengonsumsi teks media dan bagaimana mereka memandang dan memaknai teks media. Khalayak dapat menginterpretasikan pesan-pesan yang diberikan oleh media. Khalayak tidak hanya diam dan menerima begitu saja, namun mereka menciptakan sendiri makna yang terkandung dalam teks media tersebut. Karena pemaknaan tersebut terjadi melalui jalinan antara imajinasi pembaca dengan teks (Barker 2005, p. 284).

1.4.6. Encoding-Decoding

Pendekatan khalayak aktif semakin berkembang sebagai reaksi terhadap berbagai kajian khalayak yang mengasumsikan bahwa khalayak mengonsumsi media secara pasif, dengan makna dan pesan dari media yang dengan mudah diterima oleh khalayak. Chris Barker (2005, p. 284) dalam bukunya, *Cultural Studies: Teori dan Praktek* menyatakan bahwa pembaca bukanlah khalayak

homogen yang merupakan kumpulan individu yang saling terisolasi. Karenanya membaca surat kabar merupakan kegiatan sosial dan kultural yang berkaitan dengan pemaknaan.

Pembaca merupakan pencipta makna yang aktif dalam hubungannya dengan surat kabar (mereka tidak semata-mata menerima makna tekstual begitu saja) dan mereka melakukannya berdasarkan kompetensi kultural yang telah diperoleh sebelumnya dalam konteks bahasa dan hubungan sosial. Teks dipandang memiliki makna yang multibentuk (polisemi) dan bukannya mengandung satu set makna yang jelas atau tidak ambigu. Karena pada dasarnya teks adalah pembawa beragam makna (Barker 2005, p. 354). Dengan demikian pembaca yang merupakan individu berbeda akan memaknai teks tersebut dengan berbeda pula.

Ketika khalayak membaca *content* yang disajikan dalam surat kabar, maka akan terjadi interpretasi dan pemaknaan oleh khalayak terhadap *content* tersebut, sehingga khalayak bersikap aktif. Barker (Traudt 2005, p. 6) mengemukakan:

“We cannot think of the mass media messages as something created by the journalist, author, or television or film director. We must also think of the message as something created by each member of the audience who exposes himself or herself selectively and in unique sequence to each message.”

Sehingga dapat dikatakan bahwa selain mengonsumsi media berdasarkan kegunaan dan kepuasan, khalayak juga memproduksi makna dalam menginterpretasikan dan memaknai pesan dari media.

Pemaknaan yang berbeda tergantung pada budaya yang membentuk khalayak tersebut. Hal ini berarti bahwa makna tidak terdapat pada teks itu sendiri, melainkan terdapat pada individu. Makna diciptakan melalui hubungan antar teks. Latar belakang budaya masing-masing khalayaklah yang akhirnya menjelaskan mengapa setiap khalayak memaknai teks berbeda dengan khalayak lainnya.

Proses pemaknaan yang terjadi tidak lepas dari proses *encoding-decoding*. Hall dalam Barker memahami proses *encoding* (proses menanamkan kode-kode dalam teks) sebagai artikulasi dari momen-momen produksi, sirkulasi, distribusi, dan reproduksi yang dapat dibedakan tetapi saling terkait. Diproduksinya makna tidak menjamin dikonsumsi maknanya sebagaimana yang dimaksud oleh para encoder (penanam atau penyampai kode) karena pesan media yang terkonstruksi sebagai sistem tanda dengan berbagai komponen yang aksentuasinya beragam, yang bersifat polisemi (Barker 2005, p. 356). Sedangkan *decoding* (pembacaan) adalah pemaknaan teks yang akan dimaknai secara

berbeda diantara masyarakat yang terdiri dari etnik dan komunitas kultural yang berbeda (Liebes & Katz, dalam Ida 2010, p. 147).

Teori Stuart Hall tersebut, tentang *encoding* dan *decoding*, mendorong terjadinya interpretasi-interpretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan resepsi (penerimaan). Dengan kata lain, makna tidak pernah pasti (Ida 2010, p. 148). Hall menurunkan 3 interpretasi (Ida, 2010) yang digunakan individu untuk menafsirkan atau memberi respons terhadap persepsinya mengenai kondisi khalayak, yaitu:

4. *Dominant/hegemonic code*

Yang dimaksud dominan adalah disini posisi khalayak yang menyetujui dan menerima langsung apa saja yang disajikan oleh surat kabar, menerima penuh ideologi tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan terhadapnya.

5. *Negotiated code*

Pembaca yang mencampurkan interpretasinya dengan pengalaman-pengalaman sosial tertentu mereka. Pembaca yang masuk kategori negosiasi ini bertindak antara adaptif dan oposisi terhadap interpretasi pesan atau ideologi dalam surat kabar.

6. *Oppositional code*

Adalah ketika pembaca melawan atau berlawanan dengan representasi yang ditawarkan pada artikel atau rubrik dengan cara yang berbeda dengan pembacaan yang telah ditawarkan. Tipe ini tidak merasakan kesenangan pada saat membaca surat kabar. Ia menolak apa yang disajikan atau ideologi dominan dari surat kabar.

1.10. Metodologi Penelitian

Studi khalayak ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *reception analysis*. Penelitian ini dilakukan untuk memfokuskan peneliti pada penerimaan khalayak terhadap pemaknaan mengenai representasi peranan gender laki-laki pada kolom Hot Papa dalam rubrik Jawa Pos For Her.

1.10.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe eksploratif untuk menggali lebih dalam tentang penerimaan pembaca perempuan di Surabaya sebagai khalayak aktif dalam memaknai peranan gender laki-laki yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her.

1.10.2. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pembaca perempuan di Surabaya yang berlangganan Jawa Pos dan pernah membaca

kolom Hot Papa, terutama empat kolom Hot Papa yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan diskusi dalam penelitian ini. Kolom tersebut adalah edisi tanggal 29 Januari 2012 tentang profil dr Boedi (dokter kecantikan), tanggal 25 Maret 2012 tentang profil Irfan Hakim (artis), tanggal 15 April 2012 tentang profil Fahriansyah (chef), dan tanggal 13 Mei 2012 tentang profil kompol Alfian (polisi). Alasan peneliti memilih beberapa sosok laki-laki tersebut karena adanya perbedaan karakter yang signifikan dari pekerjaan yang mereka miliki.

Peneliti memilih 6 orang informan, dimana masing-masing informan memiliki perbedaan latar belakang. Latar belakang yang dimaksud disini adalah perbedaan status ekonomi, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan juga status pernikahan. Seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

- Informan 1 : SES A-B, usia 22-32 tahun, Sarjana, pegawai negeri, Jawa, Islam, Menikah
- Informan 2 : SES B-C, usia 22-32 tahun, Sarjana, pegawai negeri, Jawa, Islam, Belum menikah
- Informan 3 : SES A-B, usia 33-43 tahun, Sarjana, Pegawai Swasta, Sunda, Islam, Menikah
- Informan 4 : SES A-B, usia 33-43 tahun, sarjana, Pegawai swasta, Tionghoa, Kristen, Belum Menikah

- Informan 5 : SES B-C, usia 44-54 tahun, SMA, ibu rumah tangga, Tionghoa, Katolik, Menikah
- Informan 6 : SES B-C, usia 44-54 tahun, Sarjana, ibu rumah tangga, Sunda, Islam, Menikah

1.10.3. Unit Analisis Data

Unit analisis data dalam penelitian ini adalah narasi-narasi kualitatif penerimaan informan, yakni pembaca perempuan, dalam memaknai peranan laki-laki yang ditampilkan kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her yang disajikan dalam bentuk narasi. Data tersebut berupa persepsi, opini, maupun reaksi informan dalam menyampaikan pendapat saat diskusi berlangsung. Reaksi yang dimaksud adalah reaksi non verbal yang dapat dilihat melalui ekspresi wajah, gerak tubuh, maupun nada suara informan. Narasi dan reaksi informan tersebut yang kemudian akan dianalisis oleh peneliti.

1.10.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana penerimaan pembaca perempuan sebagai khalayak aktif dalam memaknai peranan gender laki-laki yang direpresentasikan dalam kolom Hot Papa pada rubrik Jawa Pos For Her. Adapun tahap-tahap yang dilakukan peneliti selama pengumpulan data, yaitu:

1.10.4.1. Tahap Pra-Diskusi

Sebagai saringan awal, peneliti akan meminta kesediaan beberapa khalayak secara acak yang dirasa memenuhi kriteria awal, seperti yang berlangganan Jawa Pos dan pernah membaca kolom Hot Papa yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan diskusi dalam penelitian ini. Kemudian peneliti menyeleksi lagi partisipan FGD sesuai latar belakang (perbedaan status ekonomi, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan juga status pernikahan) yang telah ditetapkan dan meminta kesediaan mereka untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Setelah itu peneliti membicarakan waktu, tempat, dan sistematika diskusi yang akan dilakukan pada partisipan.

1.10.4.2. Tahap Diskusi

Saat diskusi berlangsung peneliti bertindak sebagai moderator, dimana bertugas untuk mengarahkan diskusi agar lebih efektif dan tidak meluas (*out of context*). Diskusi ini juga menggunakan alat perekam yang nantinya akan memudahkan peneliti saat membuat transkrip. Adanya alat perekam ini sebelumnya telah diketahui dan disetujui oleh para partisipan.

1.10.5. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dengan cara narasi-narasi kualitatif yang merupakan jawaban-jawaban dari penelitian yang diperoleh dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD). Keseluruhan data yang berupa narasi-narasi kualitatif, pengamatan saat melakukan diskusi atau hasil rekaman yang diperoleh, kemudian diklasifikasikan dan dianalisis berdasarkan teori-teori pada tinjauan pustaka.



BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1. Jawa Pos Terus Melakukan Inovasi untuk Memenuhi Kebutuhan Para Pembacanya

Persaingan dalam bidang industri media yang semakin hari semakin sengit ini, membuat Jawa Pos berusaha keras untuk dapat mempertahankan posisinya sebagai surat kabar yang paling banyak diminati pembaca di seluruh Indonesia. Baik pembaca yang berusia muda hingga pembaca berusia lanjut. Jawa Pos sangat teliti dalam melihat dan menggunakan peluang pasar yang ada.

Beragamnya usia pembaca Jawa Pos, membuat Direktur Utama Jawa Pos, Azrul Ananda, berinisiatif untuk menyajikan rubrik yang sesuai dengan jiwa dan *passion* anak muda sekarang. Berdasarkan survei AC Nielsen dalam beberapa tahun terakhir selalu menunjukkan bahwa Jawa Pos memiliki *readership* terbanyak di Indonesia, mengalahkan semua koran yang ada, termasuk yang terbit dari Jakarta. Dan bukan hanya itu saja. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa 51 persen pembaca Jawa Pos berusia lebih muda dari 30 tahun (<http://www.jawapos.com>).

Sejak itulah muncul rubrik DetEksi. DetEksi sendiri adalah halaman khusus anak muda yang ada sejak 20 Februari 2000, dan telah

menginspirasi Jawa Pos secara keseluruhan untuk terus berinovasi. “DetEksi memberi banyak inspirasi untuk berpikir beda,” ungkap Azrul (<http://www.jawapos.com>). Kehadiran DetEksi yang bertujuan untuk memberikan informasi bagi pembaca muda Jawa Pos ini selalu dilengkapi dengan tanggapan oleh orang-orang yang berkompeten di bidangnya. Halaman utama DetEksi berisi tentang hasil polling yang membahas tentang tema yang sedang berkembang pada segmentasi mereka yakni rata-rata usia 11-25 tahun.

DetEksi terbukti mampu *mendongkrak* kepopuleran surat kabar ini. Tidak hanya itu saja, banyak event anak muda yang mulai muncul semenjak keberadaan DetEksi. Misalnya saja lomba mading untuk pelajar SMP dan SMA dan DBL (Development Basketball League). Event tersebut awalnya hanya diselenggarakan di Surabaya dan sekitarnya saja, namun saat ini telah diadakan juga di beberapa kota di Indonesia.

Kesuksesan tersebut tentunya juga diikuti dengan meningkatnya angka penjualan Jawa Pos. Hal tersebut tidak disangkal oleh Azrul, ia mengatakan bahwa inovasi yang dilakukan juga karena ingin mencari profit, karena Jawa Pos juga merupakan sebuah perusahaan (<http://www.manadopost.co.id>). Selain itu, Jawa Pos juga mendapatkan berbagai penghargaan. Tidak hanya di dalam negeri saja. Tahun lalu Jawa Pos tetap berhasil meraih gelar tertinggi *World Young Reader Prize* 2011, dalam sebuah ajang tahunan yang diikuti oleh berbagai surat kabar dari

seluruh dunia. Jawa Pos meraih kemenangan pada kategori *Enduring Excellence*, yakni menjadi koran terbaik dunia dalam inovasi untuk meraih dan mengembangkan pembaca muda.

Setelah sukses dengan pembaca mudanya, Jawa Pos berinovasi kembali dengan rubrik Evergreen. Evergreen ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan informasi bagi pembaca Jawa Pos yang berusia lanjut. Evergreen resmi terbit dalam Jawa Pos sejak 1 April 2008. Rubrik ini memiliki segmentasi pembaca berusia 50 tahun ke atas. Hal tersebut tercantum dalam tagline pada kop halaman Evergreen yang berbunyi “Life Begins at 50”.

Evergreen mempunyai misi untuk mengajak pembacanya, yang disebut warga evergreen, untuk merayakan hidup di usia 50 tahun ke atas. Konten rubrik ini disesuaikan dengan kebutuhan warga Evergreen agar bisa terus aktif dan sehat. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengajak pembacanya agar merasa terus berusia muda. Karenanya, rubrik ini menghindari penggunaan kata seperti “orang tua” atau “lanjut usia” dalam setiap pemberitaannya. Evergreen memang tidak memosisikan pembacanya sebagai orang yang usianya sudah senja, melainkan sebagai manusia yang masih aktif, sehat, segar bugar, dan produktif dengan usia yang sudah menginjak 50 tahun ke atas (Primasty 2009, p. 30). Setiap hari, Evergreen menyajikan topik yang berbeda. Topik tersebut adalah

kecantikan dan penampilan, kesehatan, profil warga Evergreen, psikologi, religi, olahraga, dan kuliner.

Setelah kemunculan DetEksi dan Evergreen, tepatnya di akhir tahun 2010 lalu, Jawa Pos kembali melakukan sebuah gebrakan baru bagi pembacanya. Sesuatu yang baru itu ditujukan bagi para pembaca perempuan Jawa Pos yang rentang usianya berada di atas pembaca DetEksi dan di bawah pembaca Evergreen.

2.2. Jawa Pos For Her sebagai Inovasi Terbaru Jawa Pos untuk Pembaca Perempuan

Sejak 13 Desember 2010, ada sesuatu yang baru yang disajikan dalam halaman Jawa Pos. Jawa Pos menambah rubrik baru, yakni Jawa Pos For Her. Dari judul rubrik tersebut dapat disimpulkan bahwa rubrik tersebut ditujukan untuk para pembaca perempuan Jawa Pos. Senada dengan hal tersebut, redaktur Jawa Pos Her, Ariyanti, menyatakan bahwa Jawa Pos For Her memang disajikan untuk mawadahi kebutuhan para perempuan (transkrip wawancara).

Diperoleh data dari Ac Nielsen, bahwa dari hasil rating yang dilakukan menunjukkan perempuan adalah pembaca surat kabar terbanyak (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Dari sanalah Jawa Pos melihat adanya sebuah peluang bagus yang pada akhirnya muncul rubrik

Jawa Pos Her yang masih tetap mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

Gambar 2.1 Beberapa Contoh Halaman Jawa Pos For Her



Sumber: www.jawapos.com

Jawa Pos For Her pada mulanya hanya disajikan di surat kabar Jawa Pos Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo, Gresik, dan Mojokerto). Banyak hal baru yang disajikan dalam rubrik ini yang mampu untuk menambah pengetahuan para perempuan. Segmentasi utama dari Jawa Pos For Her adalah perempuan, baik perempuan karir atau pun ibu rumah tangga dengan usia 22 tahun hingga 49 tahun. Range usia tersebut dipilih untuk mengimbangi rubrik-rubrik lain yang telah ada sebelumnya di Jawa Pos, yakni rubrik Deteksi yang ditujukan untuk remaja dan rubrik Evergreen yang ditujukan untuk usia lanjut atau dewasa matang (50 tahun). Oleh karena itu, Jawa Pos For Her diharapkan dapat menjadi pelengkap dari rubrik-rubrik yang telah ada di Jawa Pos sebelumnya.

Di awal tahun 2012, Jawa Pos For Her mengalami perubahan dalam penempatan halaman dari tahun sebelumnya. Menurut redaktur Jawa Pos For Her, hal ini dikarenakan diterimanya Jawa Pos For Her oleh masyarakat, khususnya pembaca perempuan. Terlihat dari setiap event yang digelar sejak roadshow sebagai bentuk sosialisasi untuk menumbuhkan *awareness* para perempuan hingga event seperti *Beauty Class* yang mulai sering diadakan (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Acara-acara tersebut selalu mendapat sambutan hangat dari masyarakat.

Dengan adanya penerimaan yang baik oleh masyarakat, yakni para perempuan, sejak November 2011 Jawa Pos For Her tidak hanya dapat dinikmati oleh pembaca perempuan yang berdomisili di kota Surabaya dan sekitarnya saja. Jawa Pos For Her telah disajikan secara nasional di seluruh Indonesia. Dari yang sebelumnya di halaman atau bendel Sportivo, saat ini telah berpindah ke halaman utama atau bendel Jawa Pos. Seperti yang dikatakan oleh Ariyanti berikut ini:

“Dulu kan awal munculnya Jawa Pos For Her ditaruh di halaman Sportivo. Nah pas di halaman itu Jawa Pos For Her cuma ada di koran Jawa Pos yang terbit di Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik aja. Trus semenjak tahun ini Jawa Pos For Her pindah ke halaman Jawa Pos. Jadi Jawa Pos For Her uda diterbitin di seluruh koran Jawa Pos di Indonesia.”
(transkrip wawancara)

Sebelum ada perubahan penempatan rubrik ke halaman Jawa Pos, dalam setiap edisinya Jawa Pos For Her mendapatkan porsi 4 halaman,

namun saat ini berubah menjadi 2-3 halaman setiap harinya. Dimana halaman tersebut tetap memiliki judul kolom yang berbeda setiap harinya. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan perempuan yang dianggap sangat kompleks. Mulai dari karir, kecantikan, berita seputar selebriti, masalah perceraian, curahan hati (curhat), kesehatan, sosok suami idaman, hobi, *parenting*, liburan dan lainnya. Dengan disajikannya kolom-kolom yang bervariasi tersebut diharapkan mampu memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para perempuan. Pembagian kolom setiap harinya sebagai berikut:

- **Senin**
 - Kolom Story, dimana berisi tentang cerita perjalanan karir dan kesuksesan seorang perempuan yang memiliki pengalaman inspiratif. Baik dalam ranah publik maupun domestik.
 - Kolom Taste, dimana berisi tentang bermacam-macam resep masakan, minuman, dan juga kue.
- **Selasa**
 - Kolom My Wedding, dimana berisi cerita tentang pasangan yang baru saja menikah. Dalam kolom ini diceritakan bagaimana awal mula pasangan itu berkenalan, pacaran, persiapan menjelang pernikahan, hingga saat pernikahan.
 - Kolom Relationship, dimana berisi cerita menarik dari pembaca mengenai kisah asmara yang sedang dijalani.
- **Rabu**

- Kolom Story, dimana berisi tentang cerita perjalanan karir dan kesuksesan seorang perempuan. Tetapi tetap dibahas juga mengenai perannya mengurus rumah tangga.
- Kolom Hobby and Pets, dimana berisi tentang cerita perempuan tentang hobby dan binatang piaraan mereka.
- Kolom Divorce, dimana berisi cerita tentang permasalahan rumah tangga yang harus berujung pada perceraian.
- Kolom Show and Selebriti, dimana berisi tentang jadwal tayangan acara di televisi dan berita terkini seputar artis yang sedang hangat diperbincangkan.
- Kamis
 - Kolom Journey, dimana berisi tentang perjalanan seorang perempuan saat ia sedang berlibur sendiri, bersama teman, atau pun bersama keluarga.
 - Kolom Perempuan Punya Cerita, berisi tentang cerita para perempuan mengenai permasalahan atau pengalaman yang ingin mereka bagi dengan pembaca lainnya.
- Jumat
 - Kolom Parenting, dimana berisi tentang cara mengasuh buah hati sejak balita hingga remaja.
 - Kolom Home, dimana berisi tentang pemaparan konsep-konsep rumah ideal yang tentunya disesuaikan dengan luas tanah dan *budget* yang dimiliki.

- Sabtu
 - Kolom Story, dimana berisi tentang cerita perjalanan karir dan kesuksesan seorang perempuan. Tetapi tetap dibahas juga mengenai perannya mengurus rumah tangga.
 - Kolom Health, dimana kolom ini berisi tentang informasi, tips, dan anjuran untuk menjaga kesehatan. Tidak hanya kesehatan untuk para perempuan, namun kesehatan yang universal.
 - Kolom Show and Selebriti, dimana berisi tentang jadwal tayangan acara di televisi dan berita terkini seputar artis yang sedang hangat diperbincangkan.
- Minggu
 - Kolom Fashion, dimana berisi tentang komentar beberapa pakar fashion mengenai dandanan para artis perempuan, baik ketika saat menghadiri sebuah acara atau pun saat berkegiatan sehari-hari.
 - Kolom Hot Papa, dimana berisi tentang profil seorang laki-laki. Kolom ini juga mengulas tentang pekerjaan dan perannya dalam mengurus anak.
 - Kolom Show and Selebriti, dimana berisi tentang jadwal tayangan acara di televisi dan berita terkini seputar artis yang sedang hangat diperbincangkan.

2.3. Kolom Hot Papa

Jawa Pos For Her. Hal yang menarik dari kolom ini adalah mengenai penggambaran peranan gender laki-laki yang ditampilkan. Selama ini yang seringkali disorot oleh media tentang peranan laki-laki pada umumnya adalah hal-hal yang berkaitan dengan peran laki-laki dalam ruang publik. Padahal ada juga hal lain yang tidak kalah penting untuk diketahui, yakni bahwa mereka juga memiliki sisi lain dalam kehidupannya, misalnya saja saat sedang bersama keluarga, yakni istri dan anak-anak mereka (peran domestik). Hal inilah yang diangkat oleh Jawa Pos For Her melalui kolomnya yang diberi judul Hot Papa.

Pemberian judul kolom dengan kata “Hot Papa” dirasa cukup unik. Karena kata hot sendiri sebenarnya memiliki makna yang beragam. Namun, esensi arti kata “Hot” disini ternyata merujuk pada kesempurnaan peranan laki-laki ketika ia telah memiliki sebuah keluarga, baik dalam ruang publik dan juga domestik. Laki-laki tersebut akan sangat terlihat “Hot” dimata perempuan karena mampu untuk menyeimbangkan kedua peranan tersebut. Keunikan tersebut juga diikuti dengan pemilihan logo dari kolom Hot Papa, yakni sebuah cabai berwarna merah. Seperti yang diungkapkan oleh Ariyanti berikut ini:

“Emm alasan ngasih nama Hot Papa tu karna emang laki-laki atau para ayah yang ditampilin di kolom ini adalah sosok ayah yang “Hot”. Tapi disini hot yang dimaksud bukan ke arah negatif lho ya tapi lebih pada kesempurnaan laki-laki itu. Karna mereka bisa sukses di karir dan urusan rumah tangga.” (transkrip wawancara)

“Kalo cabe itu cuma karna kata hot kan identik sama pedes, dan pedes identik sama cabe merah. Uda sih itu aja”
(transkrip wawancara)

Ketika seorang laki-laki telah menjadi ayah, akan banyak faktor yang menentukan peranannya dalam keluarga. Salah satunya adalah persoalan nilai-nilai budaya dimana keluarga tersebut berada. Kolom Hot Papa menampilkan cerita para ayah menjalani peranan yang telah menjadi keharusannya. Misalnya saja cerita bagaimana mengajarkan anak berhitung, mengenal macam-macam binatang, mengajak untuk olahraga bersama, dan sebagainya (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Menurut Ariyanti, keterlibatan ayah dalam kehidupan anaknya sama pentingnya dengan ibu. Karena tanpa kehadiran ayah dalam keseharian anak, akan mempengaruhi psikologis anak tersebut.

Hot papa adalah satu-satunya kolom dalam rubrik Jawa Pos For Her yang membahas tentang laki-laki. Namun secara tidak langsung kolom ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran pada para perempuan mengenai sosok ayah atau suami ideal dalam keluarga. Dalam kolom ini dijelaskan bagaimana peran laki-laki tersebut dalam keluarganya. Tidak hanya pekerjaannya saja yang dibahas, namun bagaimana kemampuan dan interaksi mereka dalam berkomunikasi dengan anak yang lebih ditonjolkan. Karena artikelnya bersifat ringan, oleh karena itu kolom ini diletakkan pada hari Minggu. Seperti yang dikatakan oleh Ariyanti:

“Hot Papa ini kan isinya tentang gambaran ayah atau suami ideal dalam keluarga. Jadi yang dibahas ya selain pekerjaan, ya keluarga mereka, terutama hubungan dengan anak. Karena isinya nggak terlalu mikir banget, makanya itu kita taruh di hari Minggu. Biar nyeimbangin berita For Her dari Senin sampai Sabtu.” (transkrip wawancara)

Sosok laki-laki dalam kolom Hot Papa dapat dikatakan laki-laki yang sempurna. Karena laki-laki yang ditampilkan harus memenuhi syarat dan kriteria ideal menurut Jawa Pos For Her, yakni memiliki pekerjaan yang mapan, sayang keluarga, dan juga berpenampilan menarik. Oleh karena itu, walaupun jenis pekerjaan para Hot Papa ini berbeda, tetapi tetap ada kesamaan dari semua Hot Papa yang ditampilkan setiap minggunya, yaitu pada peran para ayah dalam keikutsertaan mengurus anak.

Gambar 2.2 Kolom Hot Papa edisi 29 Januari 2012



Sumber: Surat kabar Jawa Pos edisi 29 Januari 2012

Dalam kolom Hot Papa edisi di atas, menceritakan tentang profil seorang laki-laki yang berprofesi sebagai dokter kecantikan. Tidak hanya mengenai kesuksesannya dalam bekerja saja yang disampaikan, tetapi juga kedekatan dokter tersebut dengan anak perempuannya. Seperti pengakuannya mengenai pembuatan ruang khusus bermain anaknya di klinik yang menjadi tempat bekerja dokter Boedi.

Gambar 2.3 Kolom Hot Papa edisi 25 Maret 2012



Sumber: Surat kabar Jawa Pos edisi 25 Maret 2012

Dalam kolom Hot Papa edisi di atas, menceritakan tentang profil seorang laki-laki yang berprofesi sebagai artis (*public figure*). Irfan Hakim bercerita bahwa ia tidak ingin jauh dari keluarganya. Oleh karena itu ia selalu berusaha untuk mencari cara untuk tetap dekat dengan anaknya di tengah kesibukan pekerjaan yang ia miliki. Selain itu ia juga mendukung istrinya untuk berjualan kue, dan tidak jarang ia membantu memberikan

ide bagi istrinya.

Gambar 2.4 Kolom Hot Papa edisi 15 April 2012



Sumber: Surat kabar Jawa Pos edisi 15 April 2012

Dalam kolom Hot Papa edisi di atas, menceritakan tentang profil seorang laki-laki yang berprofesi sebagai chef. Dalam cerita yang disampaikan laki-laki ini rela melepaskan kesempatan untuk bekerja di

luar negeri, lantaran tidak ingin jauh dengan keluarganya. Meskipun kesempatan tersebut ditolak oleh chef Fahriansyah, ia tetap sukses bekerja di dalam negeri. Terbukti dengan diterimanya ia bekerja pada salah satu hotel berbintang di Surabaya.

Gambar 2.5 Kolom Hot Papa edisi 13 Mei 2012



Sumber: Surat kabar Jawa Pos edisi 13 Mei 2012

Dalam kolom Hot Papa edisi di atas, menceritakan tentang profil seorang laki-laki yang berprofesi sebagai polisi. Dilihat dari jabatan yang dimilikinya saat ini menunjukkan bahwa laki-laki ini mampu untuk menghidupi istri dan anak-anaknya. Selain itu kompol Alfian mengaku turun tangan secara langsung dalam menanamkan pengajaran agama pada ketiga anaknya.



BAB III

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

3.1. Penerimaan Informan Terhadap Aspek Teknis Kolom Hot Papa dalam Rubrik Jawa Pos For Her

3.1.1. Penerimaan Informan terhadap Visualisasi pada Kolom Hot Papa

Kolom Hot Papa merupakan salah satu kolom yang dimiliki oleh rubrik Jawa Pos For Her. Jawa Pos For Her merupakan rubrik yang ditujukan untuk para pembaca perempuan surat kabar Jawa Pos. Dengan begitu topik yang dibahas dan tampilan visualisasi pada setiap kolomnya mencirikan hal-hal yang dekat dengan perempuan. Seperti halnya visualisasi berupa warna *layout* dan foto yang ada pada kolom Hot Papa. Meskipun kolom ini menceritakan mengenai peranan laki-laki, namun kolom ini tetap erat kaitannya dengan hal-hal yang berhubungan dengan perempuan. Sehingga kolom ini dapat diterima oleh para perempuan yang memang merupakan segmentasi dari rubrik Jawa Pos For Her.

Layout dalam kolom Hot Papa kental dengan nuansa merah muda. Pemilihan nuansa warna seperti itu dirasa telah sesuai dengan kepribadian perempuan. Karena pada dasarnya, perempuan selalu diidentikkan dengan warna yang lembut, terutama warna merah muda.

Selain itu pemaknaan arti dari warna merah muda dalam desain grafis adalah warna yang juga dapat menimbulkan kesan sebuah perasaan cinta, kasih sayang, kebahagiaan, dan dekat dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan suasana romantis (<http://jurusgrafis.com/artikel/psikologi-warna-desain-grafis>).

“N: Kan pink emang warna untuk perempuan ya, jadi ya pas. Kan kolom ini emang ditujukan pada pembaca perempuan. Terus warna ini bikin suasana bacanya jadi lebih romantis dan penuh kasih sayang gitu.” (Transkrip FGD)

Menurut informan N, kolom ini sesuai dengan kepribadian perempuan. Dimana perempuan identik dengan warna merah muda yang menurutnya mampu menciptakan suasananya romantis dengan penuh kasih sayang. Hal tersebut dikarenakan informan N memaknai bahwa perempuan adalah sosok yang penuh kasih sayang dan kelembutan. Pernyataan tersebut semakin diperkuat oleh pernyataan Fakhri (1999, p. 10) yang menguraikan bahwa perempuan di masyarakat dikenal dengan sosok yang lemah lembut, cantik, emosional, dan keibuan.

Visualisasi lain yang nampak dalam kolom ini adalah foto. Foto laki-laki beserta istri dan anaknya, dirasa sesuai dan semakin memperkuat *content* yang ada dalam kolom Hot Papa. Bukan hanya kebersamaan mereka yang nampak dalam foto saja, tetapi juga karena

pemilihan warna baju yang sama dan kebahagiaan yang terpancar dari wajah mereka mampu menarik perhatian pembaca.

Sebagaimana halnya dengan fungsi *headline* dalam surat kabar yaitu untuk menarik perhatian pembaca, menceritakan isinya, memberi mutu pada berita, dan membuat surat kabar lebih menarik. Maka fungsi foto pun demikian, bahkan karena foto merupakan bentuk komunikasi visual, maka secara langsung ia mampu menyentuh perasaan, sehingga dapat mempercepat terbentuknya pendapat umum dan pemaknaan dalam diri khalayak (Mudaris 1996, p. 14). Dengan begitu pembaca pun dapat ikut merasakan bagaimana harmonisnya keluarga tersebut.

“R: Kebanyakan fotonya kan, eh bukan sih tapi emang semua foto disini kan gambarnya selalu ayah, ibu, dan anak ya. Meskipun tetep aja ada foto dari laki-laki ini yang terpampang sendirian. Tapi emm ya okelah, sesuai sama content Hot Papa. Dimana hot papa itu seorang laki-laki yang sayang dan kompak dengan istri dan anaknya. Dari sini kadang bisa ikut ngerasain harmonisnya mereka.” (Transkrip FGD)

Jika informan R mengungkapkan kesetujuannya, berbeda dengan apa yang disampaikan oleh informan A. Informan A merasa kurang suka dengan tampilan foto utama tiga dari empat kolom Hot Papa yang digunakan dalam penelitian ini. Menurutnya penampilan laki-laki tersebut terlalu rapi sehingga menimbulkan kesan yang berlebihan dan kadang kurang memperkuat karakter mereka sendiri.

“A: Ya itu lho, kadang kan mereka terlalu over menurutku. Dandanannya terlalu berlebihan, terlalu klimis gitu, hehe. Ee misalnya aja yang kolom polisi itu. Kenapa foto utamanya nggak pake seragam polisinya aja coba. Kan biar lebih nunjukin siapa dia.”
(Transkrip FGD)

Menurut informan A, foto utama dari kolom ini sebaiknya foto yang mencirikan kepribadian atau karakter kuat yang melekat pada sosok laki-laki yang sedang dibahas. agar tampilan visual tersebut dapat semakin menunjukkan siapa laki-laki tersebut. Hal ini dikarenakan informan A menyukai laki-laki yang berpenampilan apa adanya dan mampu menjadi dirinya sendiri.

Namun informan T memiliki pendapat yang berbeda. Ia justru menganggap hal yang diungkapkan oleh informan A sebagai sesuatu yang biasa dalam industri media. Karena apa yang ditampilkan di media menurutnya adalah sesuatu yang memang harus mengandung nilai jual dan daya tarik yang tinggi. Salah satunya adalah daya tarik melalui fisik atau penampilan laki-laki dalam foto yang dimuat pada kolom Hot Papa.

“T: Iya sih kadang emang ada yang gitu mbak, tapi menurutku mungkin itu bagian dari kebutuhan. Maksudnya kan ini diliat banyak orang ya, nggak mungkin dong kumus-kumus, hehe. Lagian kan kalo kita baca dari cerita mereka yang ditulis disini nunjukin kalo mereka bukan laki-laki yang feminin. Mereka tetep punya sisi maskulinnya.” (Transkrip FGD)

Pernyataan yang disampaikan oleh informan T di atas sejalan dengan yang disampaikan oleh Baran. Menurutnya dengan tampilan visual yang baik dalam media massa khususnya surat kabar, menjadikan surat kabar tersebut secara visual semakin enak dilihat, membaca berita menjadi semakin menarik, tampilan rubrik – rubrik yang diatur sedemikian rupa tampak beraturan dan nyaman untuk dilihat. Sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan surat kabar itu sendiri (Baran, 2003).

Pernyataan tidak setuju lainnya juga datang dari informan O. Menurutnya penggunaan warna merah muda dalam kolom ini kurang sesuai, karena kolom ini bercerita tentang laki-laki. Namun disamping itu ia menyatakan kesetujuannya tentang kekompakan keluarga laki-laki disini yang ditunjukkan dengan penggunaan warna baju yang seragam.

“O: Saya suka sekali kalo foto mereka yang pakai warna baju sama (sambil menunjuk salah satu gambar di kolom Hot Papa). Keceriaan mereka juga rasanya nunjukin mereka adalah keluarga bahagia. Apalagi anak-anak dari para ayah disini kan masih kecil biasanya, jadi makin lucu. Cuma warna pink ini kurang pas ya. Soalnya kan kolom ini tentang laki-laki.” (Transkrip FGD)

3.1.2. Penerimaan Informan terhadap Penggunaan Bahasa pada Kolom

Hot Papa

Dalam berkomunikasi, manusia menyampaikan pesan dengan dua cara, yakni secara verbal dan non verbal. Jika secara verbal, pesan tersebut akan disampaikan dalam bentuk bahasa (Sobur 2003, p. 122). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas (Mulyana, 2005). Dengan demikian bahasa merupakan alat komunikasi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena pada dasarnya manusia memerlukan alat untuk berkomunikasi dengan sesamanya dalam kehidupan bersosialisasi.

Begitu juga penyampaian pesan dalam media massa. Media massa diharapkan mampu untuk memilih dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan segmentasi dari media tersebut. Agar pesan yang ingin disampaikan pada khalayaknya dapat diterima dengan baik. Seperti yang terjadi dalam kolom Hot Papa. Bahasa dan pemilihan kata yang digunakan dalam kolom ini dirasa telah sesuai dengan segmentasi. Sehingga pembaca kolom ini dapat memahami apa yang disampaikan oleh kolom Hot Papa.

“R: Heem setuju, jelas kok ini. Bahasanya ringan, nggak mbulet. Sekali baca ya pasti langsung ngerti. Disini juga nggak pake istilah atau kata yang mungkin sulit untuk dicerna. Misalnya aja kata gaul. Tapi kalopun ada kata gaul ya mungkin aku masih bisa tau. Nah karena bahasa yang dipake disini emang ditujukan untuk dipahami semua umur, mungkin amannya ya pake

bahasa Indonesia. Jadi pesannya juga bisa aku tangkep. Aku tau maksud dibuatnya kolom ini.” (Transkrip FGD)

Dalam pernyataan yang disampaikan informan R diatas, ia sempat membahas mengenai tidak adanya penggunaan kata gaul dalam kolom ini. Namun informan R tetap menganggap jika bahasa atau kata gaul diselipkan dalam narasi cerita kolom Hot Papa ini, ia merasa tetap akan memahami maksudnya. Hal tersebut dikarenakan pengaruh usia informan R yang masih muda dan lingkungannya. Dimana informan R juga aktif tergabung dalam sebuah komunitas sepeda di Surabaya, yang sebagian besar anggotanya masih berusia muda.

Sedangkan informan O dengan latar belakang pendidikan yang hanya lulusan SMA dan dengan usia yang terbilang tidak muda, membuat dirinya kesulitan apabila ada bahasa asing yang digunakan dalam beberapa kata pada kolom Hot Papa. Dengan begitu terkadang ada beberapa hal yang ia tidak paham. Seperti yang diutarakan oleh informan O berikut ini:

“O: Belum ya. Karena biasanya saya sering menemukan kata dalam bahasa Inggris gitu. Nah kadang itu bikin saya nggak paham beberapa hal yang diceritain.” (Transkrip FGD)

3.1.3. Penerimaan Informan terhadap Penempatan Kolom Hot Papa

Penerimaan informan terhadap kolom Hot Papa juga dipengaruhi oleh penempatan kolom ini sendiri. Pertama kali Jawa Pos For Her diterbitkan, rubrik ini diletakkan pada halaman Sportivo. Namun semenjak Januari 2012, Jawa Pos For Her dipindah ke halaman utama Jawa Pos dan dapat dinikmati oleh seluruh pembaca perempuan di Indonesia. Karena sebelum dipindah ke halaman utama, Jawa Pos For Her hanya dapat dinikmati oleh masyarakat yang bertempat tinggal di Surabaya dan sekitarnya saja (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia). Kepindahan dari rubrik Jawa Pos For Her sendiri menuai berbagai pendapat dari pembacanya. Salah satunya sikap setuju seperti yang disampaikan oleh informan N terhadap kepindahan rubrik ini.

“N: Malah enak gini mbak. Baca berita utama sekalian baca For Her atau Hot Papa. Jadi nggak rebutan koran sama suami dan anak saya yang laki-laki. Maklumlah, kan Hot Papa itu hari Minggu, jadi sekeluarga pada ngumpul dan kebiasaan anak saya yang laki-laki selalu ngambil halaman sportivo. Jadi kadang saya kelimpungan sendiri kalo mau baca.” (Transkrip FGD)

Sikap setuju yang disampaikan oleh informan N adalah lebih kepada ketenangan yang ia rasakan ketika sedang membaca kolom Hot Papa. Menurutnya sebelum kepindahan ini, informan N cukup sering berebut halaman Sportivo dengan suami dan anak laki-lakinya. Karena suami dan anak laki-laki ingin membaca berita tentang olahraga, dimana di halaman tersebut dulunya merupakan penempatan

kolom Hot Papa dalam tahun pertama keberadaannya. Dengan kepindahan ini, informan N merasa dapat terhindar dari hal seperti itu.

Jika informan N mendukung penempatan rubrik Jawa Pos For Her, termasuk kolom Hot Papa dari penempatan pada halaman sebelumnya, lain halnya dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan A. Dimana informan A baru menyadari keberadaan rubrik Jawa Pos For Her beserta berbagai kolom lain yang ada di dalamnya semenjak dimuat pada halaman utama Jawa Pos. Ketidaktahuannya tersebut semakin diperkuat dengan ekspresi wajahnya yang terlihat ketika informan A menjawab pertanyaan dari moderator. Seperti berikut ini:

“A: Lho dulu di halaman olahraga toh (sambil mengernyitkan dahi)? Aku malah nggak tau. Wah ya untung aja halamannya dipindah, jadi aku bisa baca.”
(Transkrip FGD)

Informan A mengaku hal yang membuat dirinya tidak mengetahui keberadaan rubrik Jawa Pos For Her adalah karena ia memang sangat jarang membuka halaman Sportivo. Hal tersebut dikarenakan informan A tidak menyukai berita seputar olahraga, dimana berita tersebut yang mendominasi halaman Sportivo.

Informan O memiliki pendapat yang berbeda dari informan sebelumnya. Sebenarnya ia merasa tidak keberatan jika kolom Hot

Papa diletakkan di halaman utama Jawa Pos. Hanya saja informan O
PENERIMAAN PEMBACA PEREMPUAN TERHADAP PERANANRAYSSA AUDRYN FIRDAUZY

memiliki pengharapan lain. Ia berharap kolom ini diletakkan di halaman Metropolis. Alasannya adalah karena diusianya yang menginjak 54 tahun ini, ia mengaku juga sering membaca rubrik yang dimiliki oleh Jawa Pos lainnya. Rubrik tersebut adalah rubrik Evergreen. Dimana Evergreen sendiri merupakan rubrik yang ditujukan untuk pembaca Jawa Pos baik laki-laki dan perempuan, yang telah menginjak usia 50 tahun ke atas. Menurutnya apabila kolom Hot Papa bisa diletakkan di halaman Metropolis, informan O dapat membaca dua rubrik berbeda sekaligus.

“O: Wah kalo tante malah pengennya di halaman Metropolis (sambil tersenyum). Soalnya yang paling sering dibaca itu. Apalagi kan juga ada halaman Evergreen ya. Tapi nggak masalah juga kok kalo di Jawa Pos, dari pada di Sportivo.” (Transkrip FGD)

Disamping sikap setuju beberapa informan di atas, ada juga informan yang kurang setuju dengan kepindahan penempatan kolom Hot Papa dari yang sebelumnya. Pernyataan tidak setuju tersebut diungkapkan oleh informan R. Menurutnya, ia merasa kurang nyaman jika kolom Hot Papa yang merupakan bacaan ringan (*softnews*) digabungkan dengan kolom lainnya yang ia anggap merupakan berita nasional (*hardnews*). Misalnya saja pemberitaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan bidang politik, hukum, dan sebagainya.

“R: Kalo aku malah ngerasa aneh. Soalnya kan halaman Jawa Pos itu halaman utama koran ini. Jadi

beritanya tu yang bisa dibilang berat-berat, kan sifatnya berita nasional. Apalagi For Her sendiri di tengah-tengah letaknya. Jadi abis baca yang serius trus santai trus serius lagi, agak gimana gitu deh.”
(Transkrip FGD)

Hal tersebut diakuinya karena perempuan ini memiliki penyakit vertigo yang menurutnya membuat dirinya tidak dapat membaca berita dengan ritme berita yang naik turun. Dengan begitu ia menginginkan agar kolom Hot Papa atau rubrik Jawa Pos For Her ini dapat dijadikan satu dengan kolom atau rubrik lain dalam surat kabar Jawa Pos yang memuat berita serupa.

3.1.4. Pola Konsumsi Informan dalam Membaca Kolom Hot Papa

Perbedaan topik yang dibahas yakni tentang profil atau kisah hidup laki-laki yang telah berkeluarga, menjadikan kolom Hot Papa sangat berbeda dari kolom lain yang ada pada rubrik Jawa Pos For Her. Kolom ini seolah-olah memiliki daya tarik tersendiri bagi para perempuan. Malahan, dengan perbedaan tersebut kolom ini sering dinantikan oleh pembacanya. Penempatan kolom Hot Papa di halaman yang kental dengan nuansa perempuan, tidak membuat kolom ini terlewat untuk dibaca. Hal tersebut terbukti dari salah satu pernyataan dari informan, yakni informan N. Ia menyatakan bahwa dirinya selalu mengikuti cerita-cerita kolom Hot Papa setiap minggunya. Seperti yang dikatakan sebagai berikut:

“N: Kalo saya baca terus dong, karena emang uda terbiasa baca koran dari dulu juga. Dan saya juga nggak begitu mengikuti berita dari tv kan. Jadi ya informasi saya dapet dari koran. Selain itu juga saya suka sama kolom yang isinya tentang kehidupan seseorang gini. Jadi selalu ngikutin tiap minggunya. Terus kolom ini juga ceritanya beda sama kolom For Her yang lain kan. Karena ini lebih bahas laki-laki, kalo yang lain kan ya bahas perempuan tu gimana.”
(Transkrip FGD)

Informan N mengaku bahwa dirinya bukanlah orang yang suka mengikuti perkembangan berita dari televisi. Oleh karena itu ia merasa mendapatkan informasi mengenai berita nasional, melalui Jawa Pos dimana ia telah menjadi pelanggan setia surat kabar ini selama hampir 10 tahun. Dengan kegemarannya mencari berita melalui surat kabar Jawa Pos, secara tidak langsung ia juga membaca semua kolom yang disajikan. Salah satunya adalah kolom Hot Papa yang berada dalam rubrik Jawa Pos For Her. Selain itu kegemarannya mengikuti cerita tentang profil seseorang juga menjadi alasannya selalu membaca kolom Hot Papa setiap minggunya.

Selain itu pemilihan hari Minggu sebagai hari dimuatnya kolom Hot Papa dalam surat kabar Jawa Pos membuat kolom ini dibaca oleh pembaca setia rubrik Jawa Pos For Her. Seperti halnya pengakuan dari informan A. Ia hanya membaca kolom-kolom dalam Jawa Pos For Her yang dimuat pada hari sabtu dan minggu saja. Oleh

karena itu membuat informan A tidak hafal dengan kolom yang dimiliki oleh Jawa Pos For Her dihari lain.

“A: Aku malah kalo Minggu pasti baca koran. Mungkin karena tiap hari kan aku kerja, dari pagi sampe sore. Jadi kalo uda pulang kerja ya pasti maen sama anak. Malah aku nggak apal kolom For Her yang lain. Jadi yang aku ikutin ya yang tiap hari sabtu sama minggu aja.” (Transkrip FGD)

Dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan A menunjukkan bahwa pemilihan hari juga dapat mempengaruhi bagaimana pola konsumsi khalayak terhadap media. Sebuah media massa harus mengetahui seperti apa karakteristik segmentasi yang menjadi sasaran mereka. Agar apa yang disajikan oleh media tersebut dapat diterima dengan baik oleh khalayaknya. Seperti yang terjadi pada rubrik Jawa Pos For Her. Pembaca rubrik ini tidak merasa bosan. Karena rubrik Jawa Pos For Her memiliki kolom yang berbeda setiap harinya dan penempatan kolom tersebut sangat disesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh pembacanya.

“M: Ee uda ya menurutku. Sebenarnya nggak Hot Papa aja sih. Kolom lainnya di Jawa Pos For Her saya rasa juga udah sesuai sama apa yang di pegenin pembacanya. Soalnya saya pernah baca kolom di hari yang lain, pas kebetulan lagi libur. Nah aku ngerasa sesuai dengan ritme sehari-hari gitu. Misalnya aja hari senin itu harus yang bikin kita jadi semangat, karena senin kan dimana kita mengawali hari selama seminggu kedepan.” (Transkrip FGD)

Informan M berpendapat bahwa penempatan kolom dalam rubrik Jawa Pos For Her telah sesuai. Ia memisalkan kolom yang diletakkan pada hari Senin dirasa mampu untuk membangkitkan semangat untuk mengawali sebuah kesibukan. Menurutnya hari Senin membutuhkan sebuah semangat lebih dari hari lainnya. Hal tersebut dikarenakan informan M bekerja selama enam hari dalam seminggu. Kesibukan yang dimilikinya membuat ia merasa bahwa apa yang disajikan pada hari senin haruslah sesuatu yang membangkitkan semangat. Sedangkan yang disajikan di hari minggu sesuatu yang membuat pikiran menjadi *rileks*.

Apabila kita melihat sekilas kolom Hot Papa, hal yang paling nampak terlihat berbeda dari setiap edisinya adalah profesi atau pekerjaan yang dimiliki oleh laki-laki ini. Meskipun banyak sekali pekerjaan yang dimiliki oleh laki-laki, Jawa Pos For Her lebih sering memilih untuk membahas mengenai profil laki-laki yang berprofesi sebagai *public figure* untuk dimuat. Karena mereka menganggap seseorang yang telah dikenal oleh masyarakat dapat menciptakan sebuah *awareness* yang kuat bagi pembacanya (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia).

Hal tersebut terbukti berhasil, karena dalam *focus group discussion* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa beberapa informan memiliki pendapat yang sama dengan Ariyanti. Profil setiap

public figure yang dimuat dalam kolom Hot Papa, menjadi daya tarik tersendiri bagi informan. Daya tarik tersebut dapat diartikan sebagai semua keadaan kognitif yang berhubungan dengan perasaan suka dan tidak suka terhadap individu-individu dan obyek-obyek lain (Rakhmat, 2005). Seperti pengakuan dari kedua informan berikut ini:

“A: *Aku pasti baca semualah, apalagi kalo Hot Papanya yang aku kenal. Kayak ee misalnya artis sapa gitu yang ditampilin.*” (Transkrip FGD)

“T: *Berhubung aku kalo Minggu tetep jaga di rumah sakit, koran itu jadi temen buat membunuh waktu pas nggak ada pasien. Tapi jujur aja sih, aku cuma ngikutin yang bagian pas cerita artis-artis aja. Hehe*” (Transkrip FGD)

Kedua informan diatas menyatakan ketertarikannya pada sosok *public figure* yang dimuat dalam kolom Hot Papa. Namun mereka tidak menjelaskan secara spesifik *public figure* dengan profesi seperti apa yang mereka suka. Misalnya saja apakah itu penyanyi, aktor, dan sebagainya. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa menurut informan A dan informan T apapun pekerjaan laki-laki ini, selama itu menjadikan dirinya dikenal oleh masyarakat secara luas, akan dianggap menarik dan membuat kedua informan ini membaca kolom Hot Papa hingga selesai.

Informan T juga menambahkan alasannya tertarik dengan cerita laki-laki yang berprofesi sebagai *public figure* dibandingkan profesi lainnya. Menurutnya apapun cerita mengenai kehidupan mereka sangat menarik untuk diikuti. Meskipun dirinya tidak dekat dengan *public figure* tersebut, informan T merasa mereka memiliki daya tarik tersendiri yang dapat membuat masyarakat memiliki rasa keingintahuan yang lebih mengenai kehidupannya.

“T: Ya kan tau sendiri lah kalo artis tu orang yang uda dikenal publik. Jadi apapun pemberitaan tentang dia pasti menarik buat diikuti, berita yang baik atau yang buruk. Dan kita lebih enak baca ceritanya walopun kita sendiri nggak akrab sama artis itu. Mereka kan emang uda punya sesuatu gitu, ee kayak ada magnetnya gitu. Jadi bikin masyarakat pengen tau apa berita tentang dia.” (Transkrip FGD)

Jika informan A dan informan T tertarik membaca karena profesi laki-laki tersebut, lain halnya dengan pendapat yang diungkapkan oleh informan N. Dimana menurutnya *content* cerita dalam kolom Hot Papa ini jauh lebih penting daripada siapa laki-laki itu dimata masyarakat. Hal tersebut terjadi karena usia informan N yang jauh lebih tua dari informan A dan informan T. Perbedaan usia itu menjadikan informan N dapat lebih berpikir dewasa, yakni lebih mengutamakan *content* dari pada ketenaran yang dimiliki oleh laki-laki tersebut.

“N: Ya juga full gitu, sama. Tapi nggak harus yang tentang artis aja. Pokoknya selama memang ceritanya memang menarik dan menginspirasi, ya saya ikuti sampai selesai.” (Transkrip FGD)

Informan M menyatakan kesetujuannya dengan apa yang disampaikan oleh informan A dan T. Namun ada juga hal lain yang membedakan penerimaannya mengenai kolom Hot Papa dengan kedua informan tersebut. Ia menambahkan bahwa ketika laki-laki yang ditampilkan merupakan sosok yang dekat dengan kehidupannya, akan membuat dirinya tertarik untuk membaca kolom Hot Papa. Karena pada dasarnya *proximity* atau kedekatan menjadi salah satu unsur yang mampu menarik perhatian pembaca (Siregar 1999, p. 27). Dengan adanya perasaan dekat pada sosok tersebut, membuat pembaca menjadi lebih antusias untuk mengikuti cerita yang disajikan dalam kolom Hot Papa. Seperti pernyataan informan M yang merasa bahwa faktor kedekatan menjadi salah satu alasan ia membaca cerita para laki-laki ini.

“M: Kebetulan juga pernah ketemu sama salah satu laki-laki di kolom ini. Jadi selain suka juga sama yang artis-artis gitu, saya juga tertarik sama orang-orang yang ternyata saya kenal atau ada di sekitar saya. Kalo uda gitu jadinya semangat deh baca sampai akhir.” (Transkrip FGD)

Kedekatan yang dimaksud oleh informan M hanya kedekatan

yang ia rasakan karena pernah bertemu dan berkonsultasi dengan salah
PENERIMAAN PEMBACA PEREMPUAN TERHADAP PERANANRAYSSA AUDRYN FIRDAUZY

satu laki-laki dalam kolom ini, yakni dokter Boedi. Meskipun hanya bertemu sekali, hal itu membuat informan M membaca kisah dokter ini dengan baik. Karena ia ingin membandingkan juga apa yang disampaikan dalam kolom dengan pengalamannya saat bertemu dengan dokter Boedi.

3.2. Penerimaan Informan terhadap Peranan Gender Laki-Laki

3.2.1. Definisi Informan terhadap Peranan Gender Laki-Laki

Peranan gender laki-laki dalam penelitian ini dimaknai oleh informan T berdasarkan beberapa faktor, yakni faktor lingkungan, budaya, dan juga pendidikan (Barker 2005, p. 34). Ia memaknai peranan seorang laki-laki berdasarkan apa yang ia ketahui dari orangtuanya, dimana keluarganya sangat kental dengan budaya Jawa. Bervariasinya peranan gender di antara berbagai budaya serta jangka waktu menunjukkan bahwa budaya memang membentuk peranan seseorang.

“T: Iya saya setuju sama tante. Laki-laki nggak butuh pekerjaan yang mapan aja, masih banyak yang lainnya. Dan dalam memilih pasangan, saya dari dulu diajarkan untuk melihat bibit, bebet, bobot. Mungkin karena keluarga saya asli jawa makanya punya anggapan bahwa asal usul seseorang itu juga penting. Dan kalau asal-asulnya jelas, insya Allah dia punya pekerjaan yang enak dan nantinya sayang keluarga.” (Transkrip FGD)

Pelajaran tentang kehidupan yang didapatkan oleh informan T dari orangtuanya membuat ia sangat mengutamakan latar belakang seorang laki-laki terlebih dahulu. Karena ia percaya latar belakang laki-laki tersebut dapat menentukan bagaimana laki-laki tersebut bersikap ketika telah berkeluarga. Dimana informan T beranggapan bahwa pekerjaan dan sikap sayang pada keluarga merupakan peranan yang penting untuk dimiliki oleh seorang laki-laki.

Beberapa informan dalam penelitian ini setuju bahwa peranan utama dari laki-laki yakni mencari nafkah untuk keluarganya. Salah satunya adalah pernyataan yang diungkapkan oleh informan A. Akan tetapi ia memiliki pandangan bahwa ada perbedaan pekerjaan antara laki-laki dan perempuan. Seperti yang disampaikan Mosse (1996, p. 5) bahwa dalam setiap masyarakat yang telah diteliti, kaum laki-laki dan perempuan memiliki peran yang berbeda. Oleh sebab itu terdapat perbedaan pekerjaan yang dilakukan mereka dalam komunitasnya dan status maupun kekuasaan mereka di dalam masyarakatnya boleh jadi berbeda pula. Seperti yang diungkapkan informan A berikut ini:

“A: Apapun jenis pekerjaannya aku sih nggak masalah, yang paling penting kan tanggung jawabnya ke keluarga. Tapi kalo laki-laki ya kerjanya jangan yang terlalu identik dengan karakter perempuan.” (Transkrip FGD)

Menurut informan A meskipun pekerjaan laki-laki tersebut mengharuskan untuk berpisah dengan istri dan anaknya, hal itu tidak menjadi masalah. Asalkan laki-laki itu dapat bertanggungjawab untuk menafkahi keluarganya. Hal tersebut dikarenakan saat ini suaminya yang berprofesi sebagai dokter sedang menjalani masa penempatan di luar Jawa. Dengan begitu informan A dan anaknya yang masih berusia 1 tahun tidak dapat bertemu setiap hari dengan suami atau ayahnya. Namun informan A tidak mempermasalahkan hal tersebut. Karena meskipun sedang jauh seperti itu, suaminya tetap bertanggungjawab untuk menafkahi istri dan anaknya.

Selain informan A, informan N juga memiliki pendapat yang sama bahwa bekerja adalah peranan seorang laki-laki. Meskipun demikian ia menambahkan jika ada laki-laki yang pekerjaannya selama ini dianggap sebagai pekerjaan perempuan, tidaklah menjadi masalah yang berarti. Karena perannya sebagai laki-laki tetap dijalankan dengan baik. Peran yang dimaksud disini adalah peran laki-laki sebagai pencari nafkah. Terlebih lagi jika laki-laki tersebut memiliki prestasi dalam pekerjaannya. Perempuan sebagai istri harus terus mendukung hal tersebut. Informan N menganggap bahwa dukungan istri cukup menentukan keberhasilan

suaminya dalam menjalankan peranannya. Seperti yang disampaikan informan N berikut ini:

“N: Saya juga nggak mempermasalahkan pekerjaan semua laki-laki ini, termasuk menjadi chef dan dokter kecantikan. Selama mereka bisa membahagiakan keluarga dan berprestasi di pekerjaannya, ya kenapa nggak kita dukung sepenuhnya aja.” (Transkrip FGD)

Disamping itu informan N yang aktif mengikuti pengajian ini berpendapat bahwa laki-laki harus memiliki pemahaman yang kuat tentang agama. Karena penanaman nilai agama pada anak menurutnya merupakan peranan dari seorang ayah. Bukan berarti ibu tidak memiliki andil di dalamnya, namun informan N mengatakan bahwa ayah harus lebih berperan besar karena laki-laki adalah imam bagi keluarganya. Dengan demikian laki-laki memiliki tanggung jawab untuk menuntun keluarganya sesuai ajaran agama yang dianut.

“N: Laki-laki itu ya harus berpikir jauh ke depan. Karena ketika nanti dia menikah, udah punya tanggung jawab besar, ya istri sama anak itu. Tapi kalau menurut saya, laki-laki juga harus paham betul tentang agama. Bagaimanapun juga dia kan jadi imam keluarganya.” (Transkrip FGD)

Lain halnya yang disampaikan oleh informan R. Ia mendefinisikan peranan laki-laki yang tidak hanya sebagai pencari

nafkah tunggal. Informan R mengemukakan bahwa seorang laki-laki ketika telah berkeluarga harus memiliki sikap demokratis. Dimana laki-laki tersebut tidak melarang istrinya untuk bekerja. Seperti dalam pernyataannya berikut ini:

“R: Ya dia nggak cuma cari duit aja tapi dia juga mau emm apa ya, emm pokoknya nggak melarang istrinya buat berkarya. Misalnya aja si istri bekerja, nah suami nggak boleh ngelarang.” (Transkrip FGD)

Hal tersebut dikarenakan informan R adalah pribadi yang sangat mandiri. Semenjak lulus kuliah S1, ia tidak pernah meminta uang dari orangtuanya. Selain itu informan R tidak bergantung dengan apa yang dimiliki oleh orangtuanya. Karena selain pribadi yang mandiri, informan R adalah pribadi yang suka bekerja keras. Oleh sebab itu, ia tidak ingin suaminya nanti melarang dirinya untuk tetap bekerja seperti saat ini. Dan dengan pendidikan yang dimiliki, ia menganggap bahwa laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan yang untuk bekerja. Informan R juga selalu menekankan bahwa saat ini merupakan jaman emansipasi perempuan. Dimana tidak lagi ada perbedaan bagi laki-laki dan perempuan.

Perkembangan saat ini menunjukkan adanya pengharapan lebih dari seorang perempuan kepada pasangannya, terlebih jika

telah berkeluarga. Jika dulu laki-laki hanya diharapkan untuk dapat berperan dalam wilayah publik, saat ini tidak lagi. Seperti halnya informan T yang mendefinisikan peranan laki-laki yang telah menjadi seorang ayah untuk lebih terlibat dalam pengasuhan anak (Andayani & Koentjoro 2004, p. 21). Seperti pernyataan informan berikut ini:

“T: Iya banget dong. Apalagi buat istri yang juga bekerja, jadi bisa meringankan beban istri juga. Misalnya aku dan suami kan sama-sama kerja, jadi kalo udah di rumah sama-sama capek. Dan untungnya suamiku bisa ngerti itu. Paling nggak dia mau bantu buat gantiin popok dan ngasih ASI yang udah aku simpen di kulkas. Dan aku berharap semua laki-laki bisa melakukan peranan domestik seperti itu, yah supaya nyenengin pasangan mereka juga sebenarnya.” (Transkrip FGD)

Informan T yang bekerja di salah satu rumah sakit di Surabaya ini mengaku bahwa laki-laki yang mau ikut dalam pengasuhan anak dapat menyenangkan pasangannya. Terlebih lagi bagi perempuan yang memiliki peranan sebagai ibu rumah tangga namun ia tetap bekerja. Seperti yang terjadi pada informan T.

Saat menjelaskan mengenai definisinya terhadap peranan laki-laki, informan M sedikit membahas mengenai penampilan. Namun tetap sama dengan informan lainnya, jika pekerjaan mapan dan sikap sayang terhadap keluarga adalah peranan dari laki-laki.

Menurut informan M, penampilan terkadang menjadi perhatian perempuan dalam menilai laki-laki.

“M: Kalau untuk pekerjaan mapan dan sayang keluarga itu memang saya setuju sekali. Tapi kadang ada juga yang pengen pasangannya berpenampilan menarik.” (Transkrip FGD)

Hal ini dipengaruhi kebiasaan informan M yang merupakan kolektor majalah *fashion*. Dengan begitu ia merasa bahwa penampilan menjadi sebuah hal yang perlu untuk diperhatikan oleh laki-laki. Selain pekerjaan yang mapan dan juga perhatiannya terhadap keluarga.

Jika informan M dan T bersikap sama dalam memaknai peranan laki-laki yang juga ikut dalam pengasuhan anak, lain halnya dengan informan O. Menurut informan O laki-laki hanya memiliki peranan sebagai pencari nafkah untuk keluarganya dan tidak perlu untuk ikut campur terlalu jauh dalam urusan domestik seperti pengasuhan anak. Karena menurutnya anak merupakan urusan istri atau perempuan. Dan informan O memaknai laki-laki sebagai *breadwinner*, yakni laki-laki menjadi pencari nafkah tunggal atau utama bagi keluarganya (Wood 2005, p. 209).

“O: Menurut saya ya laki-laki itu harus bekerja dengan baik. Kalo urusan anak ya urusan istri. Karena saya dulu begitu. Tapi tetep laki-laki sebagai ayah harus tau perkembangan anaknya seperti apa. Misalnya bagaimana prestasinya.” (Transkrip FGD)

Hal tersebut dikarenakan latar belakang informan O yang berasal dari keluarga Tionghoa. Dimana dalam masyarakat Tionghoa *stereotype* bahwa laki-laki memiliki tanggung jawab terhadap ekonomi keluarga dan perempuan adalah pengurus rumah tangga masih sangat kuat (Meij 2009, p. 81). Akibatnya laki-laki dianggap dominan dalam wilayah publik.

3.2.2. Penerimaan Informan terhadap Peranan Gender Laki-Laki di Media Massa

Dalam pernyataannya informan T dengan tegas menyatakan bahwa penggambaran laki-laki di media massa selama ini menampilkan penggambaran laki-laki yang sukses menjalankan peranan publiknya. Peranan domestik laki-laki dalam pengasuhan anak, dianggapnya tidak terlihat. Padahal menurut informan T, laki-laki yang telah menjadi ayah juga harus bersedia untuk ikut dalam pengasuhan anak. Seperti yang dimaknai oleh informan T berikut ini mengenai peranan laki-laki di media massa:

“T: Iya, setuju aku sama mbak R. Rata-rata laki-laki di media identik dengan urusan kayak gitu. Jarang dan sulit banget ditemuin artikel yang mbahas tentang laki-laki yang telah menikah, punya anak, dan laki-laki itu mau ambil bagian dalam pengasuhan tersebut. Paling yang ada ya dia berhasil menafkahi keluarga aja, gitu.” (Transkrip FGD)

Informan O memaknai penerimaannya mengenai peranan laki-laki yang ada di media massa selama ini sebagai sosok yang bertanggungjawab. Baik itu pada pekerjaan maupun keluarganya. Hal tersebut senada dengan *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, bahwa laki-laki dalam media ditampilkan sebagai *The Strong Silent Type*, yakni sosok yang berani mengambil keputusan dan bertanggung jawab.

“O: Emm cerita tentang tanggung jawabnya pada pekerjaan atau juga keluarga. Tapi jarang kalo yang ngebahas sampai ke hubungan laki-laki ini dengan anaknya. Jadi di hot papa ini ceritanya beda dari yang lain.” (Transkrip FGD)

Informan O menjelaskan bahwa apa yang disampaikan dalam kolom Hot Papa berbeda dengan media massa lainnya. Terutama dalam media massa berupa surat kabar seperti Jawa Pos ini. Hal senada juga datang dari pernyataan yang disampaikan oleh informan M. Menurutnya jenis media massa yang pernah membahas laki-laki seperti yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa adalah media massa berupa majalah. Meskipun ia tidak ingat dengan majalah tersebut, namun yang disampaikan tidak menjelaskan detail seperti yang ada dalam kolom Hot Papa.

“M: Berhubung saya suka baca majalah, menurut saya ini bukan hal yang baru sih. Cuma memang jarang dibahas detail seperti ini. Kebanyakan media

masih tetap membahas laki-laki yang diidentikan dengan hobi mereka, misalnya aja otomotif atau olahraga gitu.” (Transkrip FGD)

Selain itu informan R memaknai peranan laki-laki yang selama ditampilkan pada media massa adalah laki-laki yang selalu dikaitkan dengan kesuksesannya dalam hal ekonomi maupun kehidupan sosial yang dimilikinya. Dalam *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, penggambaran seperti itu lebih dikenal dengan istilah *The Big Shot*.

“R: Selama ini yang aku tau ya laki-laki yang ada di media massa itu muncul dengan topik yang bisa dibilang laki-laki banget. Entah itu laki-laki yang sudah berkeluarga ato yang masih single. Yang paling mencolok ya cerita mereka tentang kesuksesan dalam hal materi dan juga gimana sosialisasi mereka sama komunitasnya.” (Transkrip FGD)

Informan R berpendapat bahwa yang umumnya ditampilkan dalam media massa tentang sosok laki-laki adalah mengenai kesuksesan karir dan juga kehidupan sosial yang dimilikinya. Kehidupan sosial yang dimaksud oleh informan R disini adalah mengenai sosialisasi laki-laki tersebut dengan komunitas yang diikutinya. Hal ini dipengaruhi dengan latar belakang informan R, dimana dirinya saat ini tengah aktif dalam sebuah komunitas sepeda di Surabaya.

Informan A berpendapat media massa selama ini selalu mengkaitkan perempuan dengan hal-hal yang penuh kelembutan. Sedangkan laki-laki selalu dikaitkan dengan kekuatan, keperkasaan, dan sebagainya. Ia menambahkan bahwa penggambaran seperti itu dapat mempengaruhi seseorang dalam memandang peranan laki-laki dan perempuan. Karena pada dasarnya media menampilkan sebuah cara dalam memandang realita (Sobur 2004, p. 93). Maka dari itu, media massa mempunyai peluang yang besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran seseorang dalam memandang sebuah realitas yang dikonstruksinya.

“A: Perempuan kan selalu identik sama urusan dapur, kecantikan, dan anak. Jadi kadang kalopun perempuan mau bekerja, ya harus berkaitan dengan tiga hal itu. Pokoknya nggak boleh yang kasar, harus lembut. Dan kalo laki-laki lebih ke sesuatu yang berhubungan dengan fisik, kekuatan, tenaga, dan lainnya. Kadang gambaran kayak gitu umumnya juga kelihatan di media massa. Dan itu bisa mempengaruhi seseorang dalam memandang realita yang ada.” (Transkrip FGD)

Apa yang disampaikan informan A di atas disebut sebagai *The Action Hero* dalam *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*. Dimana laki-laki ini digambarkan sebagai sosok yang kuat, tidak pendiam, agresif, dan kasar. Seperti penggambaran yang dijelaskan oleh informan A.

Lain halnya dengan yang disampaikan informan N. Peranan laki-laki dalam kolom Hot Papa dirasa tidak jauh berbeda dari media massa lainnya. Terutama jika dibandingkan dengan media massa yang berupa majalah mengenai *parenting*.

“N: Kalau baca majalah tentang parenting atau pengasuhan anak, sebenarnya banyak ditemukan hal seperti ini. Ayah memang juga diharuskan untuk berperan aktif dalam tumbuh kembang anaknya. Dan saya juga memang berusaha untuk mengajak suami ikut dalam urusan anak, misalnya pendidikan dan soal penanaman moral atau agama. Tapi saya kaget Jawa Pos bisa mengusung topik seperti ini di salah satu halamannya.” (Transkrip FGD)

Menurut informan N, apabila penggambaran peranan laki-laki yang ada dalam kolom Hot Papa ini dibandingkan dengan penggambaran mengenai hal serupa yang ditampilkan dalam majalah *parenting*, tidak akan menemukan banyak perbedaan. Karena dalam majalah tersebut juga menunjukkan penggambaran yang mengharuskan laki-laki untuk memiliki peran serta dalam pengasuhan anak. Hal tersebut membuat informan N beranggapan bahwa penggambaran peranan domestik laki-laki dalam media massa sebenarnya bukan hal baru.

“N: Karena yang tadi saya bilang itu majalah parenting jadi ya wajar dong. Cuma kalo kayak majalah yang tidak memfokuskan pada satu hal, misalnya tidak tentang parenting aja, itu mungkin masih susah. Apalagi untuk ukuran koran nasional

gini. Belum ada deh yang ngebahas peranan laki-laki seperti ini.” (Transkrip FGD)

Dari beberapa penjelasan informan di atas terlihat bahwa peranan gender laki-laki dalam media massa masih mereka anggap menampilkan laki-laki dari sisi keperkasaan dan peranannya dalam wilayah publik. Meskipun ada juga media massa yang menampilkan peranan laki-laki dalam wilayah domestik, hal tersebut masih dirasa jarang untuk ditemukan.

3.2.3. Penerimaan Informan terhadap Peranan Gender Laki-Laki dalam Kolom Hot Papa

Jawa Pos For Her merupakan sebuah inovasi dan gebrakan baru yang resmi dimuat di surat kabar Jawa Pos sejak Desember 2010. Sejak awal penerbitan Jawa Pos For Her hingga saat ini, rubrik tersebut mendapatkan respon positif dari pembacanya. Begitu pula halnya dengan apa yang terjadi pada kolom Hot Papa. Dimana Hot Papa sendiri merupakan kolom yang menceritakan profil laki-laki yang telah berkeluarga (transkrip wawancara dengan Ariyanti Kurnia).

Seperti yang disampaikan oleh informan A mengenai penerimaannya terhadap peranan laki-laki dalam kolom Hot Papa. Ia mengatakan meskipun Jawa Pos merupakan sebuah surat kabar nasional, Jawa Pos berani untuk memberikan sebuah sentuhan

baru. Salah satunya adalah kolom Hot Papa yang menampilkan sebuah penggambaran peranan laki-laki yang berbeda. Seperti yang dinyatakan oleh informan A berikut ini:

“A: Ee gini lho, kan disini nunjukin peranan laki-laki kalo dia uda jadi ayah tu ya nggak cuma peran di luar rumah aja, misalnya kerja dan sosialisasi. Tapi dia juga punya peran di rumah, misalnya ikut ngasuh atau ngurus anaknya. Trus Jawa Pos yang dikenal sebagai koran nasional ini artinya berani untuk tampil beda. Karena liat aja deh, informasi yang bisa kita dapet kalo misalnya baca seluruh koran ini pasti macem-macam kan. Mulai dari berita tentang ekonomi, korupsi, gaya hidup, gossip, olahraga, dan lain-lain.” (Transkrip FGD)

Informan A menyatakan bahwa peranan laki-laki disini tidak hanya memiliki peranan publik saja, melainkan peranan domestik juga. Dengan demikian menurutnya saat ini laki-laki telah diharapkan untuk mau menjalankan peranan domestik dalam hal ini peranan pengasuhan anak. Seperti halnya yang diharapkan informan A pada suaminya. Oleh sebab itu ia bersikap dominan dalam memaknai peranan laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa.

Selain itu ia menambahkan kesetujuannya dengan predikat laki-laki ideal yang diberikan pada semua laki-laki yang pernah ditampilkan dalam kolom Hot Papa. Namun hal tersebut tidak membuatnya yakin apa yang ditampilkan dalam kolom ini adalah

sebuah realitas yang sesungguhnya. Meskipun demikian ia tetap berharap agar apa yang diceritakan dalam kolom ini telah sesuai dengan kenyataan yang ada. Karena pada dasarnya media massa berfungsi untuk menunjukkan realitas sosial yang terjadi, namun kadang yang terjadi media massa cenderung menampilkan ulang suatu realitas (O'Shaughnessy 2006, p. 35). Maka dari itu media massa memiliki kemampuan untuk memilih berita mana yang perlu ditampilkan dan mana yang tidak. Sehingga seringkali khalayak pun menjadi ragu tentang apa yang disajikan dalam sebuah media massa. Seperti yang dirasakan oleh informan A berikut ini:

“A: Menurutku sih udah ya. Walopun disini ada beberapa hal yang aku kurang suka, tapi itu nggak berpengaruh besar. Karena hal positif yang diceritakan disini bisa nutupin kekurangan itu. Makanya itu menurutku laki-laki disini udah ideal. Yah semoga aja yang diceritakan disini memang sesuai kenyataan ya. Nggak ditambah-tambahi gitu.”
(Transkrip FGD)

Informan T menyatakan bahwa kolom Hot Papa dapat menunjukkan pada pembacanya, bahwa ternyata laki-laki mampu untuk menjalankan peranan publik dan domestik. Menurutnya kolom ini dapat memberikan penggambaran yang berbeda. Ia berharap apa yang ditampilkan oleh kolom Hot Papa dapat menjadi referensi bagi pembacanya. Dimana perempuan ini sangat mendukung jika seorang laki-laki bersedia untuk ikut serta dalam pengasuhan anak.

“T: Bisa dijadikan referensi pembacanya juga ya. Setiap berita kan pasti ada positif atau negatifnya. Jadi juga harus tau mana yang harus diambil. Tapi kolom ini benar-benar ngasih pandangan yang beda. Laki-laki disini berhasil ngasih bukti kalo ternyata laki-laki bisa kok kayak gitu, punya peran publik dan domestik. Dan ternyata hal-hal seperti itu dapat membuat keluarga kita bahagia.” (Transkrip FGD)

Dengan begitu dapat dikatakan bahwa informan A dan T setuju dengan apa yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa merupakan sebuah usaha untuk keluar dari *stereotype* mengenai peranan laki-laki yang telah ada selama ini di masyarakat. Dimana secara umum seorang laki-laki yang telah berkeluarga (suami atau ayah) diharapkan memiliki peran sebagai pencari nafkah, pendisiplin, dan pengambil keputusan dalam keluarga (Lindsey 1990, p. 2). Inilah yang menjadikan kolom ini terlihat berbeda menurut informan A dan T.

Informan R memaknai peranan laki-laki dalam kolom Hot Papa sebagai sosok yang tidak hanya bekerja saja, namun juga memiliki banyak waktu dengan keluarga. Menurutnya judul dari kolom ini, yakni Hot Papa, mempengaruhi bagaimana penggambaran laki-laki yang ada di dalamnya. Seseorang yang disebut dengan papa secara tidak langsung merujuk pada laki-laki yang telah memiliki anak. Dengan begitu papa akan erat kaitannya dengan anak. Oleh sebabnya informan R berpendapat apa yang

ditampilkan dalam kolom ini, antara pekerjaan dan urusan anak ditampilkan dengan porsi yang sama.

“R: Disini ya udah bisa dilihat jelas kalo laki-laki itu, ee nggak cuma bekerja aja. Tapi ada hal lain yang seharusnya ia lakukan dan itu penting. Karena kolom ini mengandung unsur papa di judulnya, jadi ya menjelaskan gimana sih harusnya seorang papa itu. Kalo aku contohin ya dari kolom-kolom ini ya kayak main sama anaknya, liburan sama anaknya. Intinya laki-laki itu harus punya waktu yang banyak sama anak. Nggak kalah sama waktu yang dihabiskannya untuk kerja.” (Transkrip FGD)

Informan M menganggap bahwa apa yang disajikan dalam kolom Hot Papa ini telah dijelaskan dengan sangat detail. Mulai dari keberhasilan laki-laki dalam pekerjaannya, waktu untuk keluarga, dan pendidikan anak. Dengan begitu menunjukkan bagaimana peranan laki-laki yang dianggap Hot Papa sebagai sosok ideal sebagai seorang suami dan ayah dalam sebuah keluarga.

“M: Emm tadi kan saya bilang disini dijelasin dengan detail. Maksudnya ya banyak hal yang seharusnya dilakukan oleh para laki-laki. Yakni punya pekerjaan yang mapan, punya banyak waktu dengan keluarga, ikut mendidik anaknya, memperhatikan penampilan, dan lain-lain.” (Transkrip FGD)

Apa yang disampaikan oleh informan M dapat disimpulkan bahwa ia memaknai peranan laki-laki dalam kolom Hot Papa

sebelumnya. Bahwa peranan laki-laki disini juga menunjukkan peranan domestik. Dan informan M pun tidak mempermasalahkannya. Karena dalam agama Kristen yang merupakan agama dari informan M, laki-laki cenderung bersikap egalitarian dalam urusan rumah tangga dan anak-anak (Fakih 1999, p. 69). Mereka tidak akan merasa keberatan untuk mengerjakan tugas rumah tangga dan mengasuh anak.

Selain itu informan M juga mengatakan bahwa apa yang disajikan kolom Hot Papa mengenai penggambaran laki-laki yang telah berkeluarga itu seperti apa, menjadi nilai lebih kolom ini.

“M: Menurutku kolom ini menceritakan laki-laki dari sudut pandang yang beda dari umumnya. Truskan semacam pengen nunjukin ke kita, gimana sih seharusnya laki-laki yang uda berkeluarga itu. Ini jadi nilai lebih dari kolom ini.” (Transkrip FGD)

Pernyataan yang ia sampaikan di atas dikarenakan informan M yang statusnya belum menikah. Dengan begitu ia merasa mendapatkan sebuah informasi baru melalui kolom ini. Karena menurutnya kolom ini dapat menginspirasi yang telah menikah maupun para perempuan yang belum menikah. Agar mereka semakin memiliki gambaran mengenai peranan laki-laki yang ideal dalam sebuah keluarga itu seperti apa.

Keempat informan diatas menerima peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam Hot Papa sebagai penggambaran peranan laki-laki yang seharusnya. Artinya para informan tersebut bersikap dominan terhadap teks media dan menjadi audiens pasif. Hal tersebut bertolakbelakang dengan apa yang dikemukakan oleh Mc Quail, yakni khalayak dimaknai sebagai khalayak aktif yang tidak hanya menerima begitu saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail 1997, p. 19).

Pernyataan keempat informan di atas yang kebetulan usianya tidak jauh berbeda satu sama lain, berbeda dengan pemaknaan informan O dan informan N yang usianya jauh lebih dewasa. Informan O merasa semua laki-laki yang ditampilkan dalam kolom ini memiliki pekerjaan yang enak. Karena menurutnya yang terpenting bukanlah pekerjaan atau jabatan yang tinggi, melainkan kemampuan laki-laki tersebut dalam menafkahi keluarganya.

“O: Disini kan laki-lakinya pasti digambarkan punya pekerjaan dan jabatan yang enak banget. Nah itu yang saya kurang setuju. Karena yang terpenting bagaimana laki-laki itu mampu menafkahi istri dan anaknya. Mungkin setiap perempuan pengen punya suami seperti itu, yang pekerjaannya enak. Tapi nasib orang kan nggak ada yang tau. Tapi kalau untuk urusan dengan anak, saya setuju. Karena anak kan juga butuh perhatian dari ayah mereka. Hanya saja jangan melebihi porsi ibunya. Dan yang

terpenting laki-laki sebagai pemimpin harus bisa menjaga kekompakan keluarga.” (Transkrip FGD)

Hal ini menunjukkan bahwa informan O bersikap *oppositional*, karena dirinya menolak atau tidak setuju dengan yang ditampilkan oleh kolom Hot Papa. Akan tetapi dalam penerimaan peranan laki-laki mengenai pengasuhan anak, ia bersikap *negotiated*. Selain itu informan O juga menambahkan bahwa laki-laki, sebagai kepala keluarga diharapkan juga mampu untuk menjaga kekompakan keluarganya. Pernyataannya tersebut dipengaruhi usia informan O yang telah memasuki masa lansia. Dimana seseorang yang telah memasuki usia lansia memiliki perasaan ingin selalu dekat dan akrab dengan keluarga (Cherlin & Furstenberg 1997, dalam Primasty 2009, p. 29)

Sedangkan informan N merasa bahwa penggambaran peranan laki-laki disini masih kurang. Meskipun menurutnya laki-laki yang ditampilkan hampir ideal, namun tetap masih ada hal yang kurang ditonjolkan dalam kolom Hot Papa. Misalnya saja penekanan terhadap penanaman moral dan akhlak pada anak. Hal tersebut dikarenakan latarbelakang informan N yang sangat religius.

“N: Iya benar. Keempat laki-laki ini hampir ideal menurut saya. Tapi yang penting itu tadi, mereka semua mau bekerja keras mencari nafkah dan juga sangat sayang dengan keluarganya. Selain itu

diharapkan juga dapat menjadi imam yang baik bagi keluarganya. Jadi seharusnya kolom ini tidak hanya menekankan pada pekerjaan dan waktu bermain dengan anak aja, tapi lebih ke penanaman moral dan ahklak.” (Transkrip FGD)

Meskipun demikian informan N merasa dengan adanya kolom Hot Papa mampu membawa dampak positif bagi suaminya. Kolom Hot Papa memang sebuah kolom yang disajikan untuk para pembaca perempuan surat kabar Jawa Pos. Namun, tidak menutupkemungkinan adanya laki-laki yang membaca kolom ini. Seperti pengakuan informan N yang menyatakan bahwa suaminya sempat beberapa kali membaca kolom ini.

“N: Kalau saya ya kadang-kadang. Tapi pas emang laki-laki yang ada disitu yang kita kenal, misalnya artis atau siapa gitu. Dan kadang suami saya ya baca sih, cuma sekarang jarang karena pindah ke halaman Jawa Pos. Tapi memang ada perubahan sedikit ya dari suami. Dia yang tadinya susah komunikasi sama anak, sekarang jadi sering banget ngobrol tentang apa aja dan bercanda sama anak saya.” (Transkrip FGD)

Menurut informan N saat kolom Hot Papa masih berada dalam halaman Sportivo, suaminya juga ikut membaca kolom ini. Saat itu informan N sering berdiskusi dengan suaminya mengenai apa yang dibahas dalam kolom Hot Papa. Dalam pengakuannya, informan N merasakan ada manfaat yang diperoleh dari kolom ini. Karena ada perubahan dalam diri suaminya yang sekarang ini telah

mulai sering untuk berkomunikasi dengan anaknya. Perubahan tersebut tentunya tidak membahagiakan dirinya saja, namun juga anaknya.

Apa yang disampaikan oleh informan O dan N membuktikan bahwa penerimaan mereka terhadap teks media dipengaruhi oleh latar belakang. Latar belakang yang mereka miliki membuat kedua informan ini tidak serta merta menerima begitu saja apa yang ditampilkan oleh media. Akan tetapi mereka mengasosiasikan teks tersebut dengan latar belakang dan pengalaman mereka. Dengan begitu penerimaan informan dalam studi resepsi ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Baran, dimana analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks media dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Baran 2003, p. 269-270). Sehingga khalayak media dimaknai sebagai khalayak aktif yang memaknai media dengan adanya pengaruh yang berasal dari faktor lingkungan, budaya, dan pendidikan mereka (Barker 2005, p. 34).

3.3. Penerimaan Informan Terhadap Peranan Laki-Laki sebagai Suami dalam Kolom Hot Papa

Penerimaan informan terhadap peranan gender laki-laki sebagai suami dalam keempat kolom Hot Papa yang dipilih dalam penelitian ini, menunjukkan keberagaman sikap antara informan satu dengan yang lainnya. Dalam kolom pertama, kolom profil dokter kecantikan, menurut informan A laki-laki tidak seharusnya melakukan perawatan tubuh. Meskipun dalam kolom ini diceritakan bahwa kegiatan itu dilakukan dokter Boedi untuk menciptakan kebersamaan dengan istrinya. Namun informan A tetap merasa masih banyak cara lain untuk menciptakan kebersamaan seperti itu.

“A: Aku nggak suka laki-laki yang suka treatment gitu, sekalipun itu sama istrinya. Kalo treatment karna pas mau nikah ya nggak papa, wajar. Tapi kalo diluar itu kayaknya ya nggak perlu lah. Lagian masih banyak cara juga untuk menghabiskan waktu bersama istri. Misalnya makan diluar, nonton, atau yang lainnya. Karena di keluargaku laki-laki ya nggak diboletin dandan.” (Transkrip FGD)

Pengaruh pengalamannya tentang pengajaran yang dilakukan orangtuanya mengenai apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan oleh laki-laki atau perempuan juga turut mempengaruhi pemaknaan informan A terhadap hal ini.

Pernyataan yang disampaikan informan A berbeda dengan pernyataan informan R. Menurut informan R apa yang dilakukan dokter Boedi tersebut merupakan sebuah hal yang wajar. Selain karena profesi dokter Boedi sendiri, istrinya pun juga dulu

bersekolah dibidang yang sama, yakni kecantikan. Oleh karenanya informan R menganggap kegiatan merawat tubuh yang mereka lakukan sebagai bentuk dari kekompakan pasangan ini.

“R: Kalo aku bilang itu emang karena keduanya sama-sama suka hal itu. Kan di kolom itu dijelasin kalo mereka sama-sama sekolah kecantikan gitu kan ya. Jadi ya wajarlah, malah bagus kan kalo mereka kompak gitu.” (Transkrip FGD)

Informan N setuju dengan yang disampaikan oleh informan R. Menurutnya laki-laki boleh melakukan kebiasaan merawat tubuh, tetapi apabila hal tersebut merupakan sebuah bentuk resiko dari pekerjaan yang dimilikinya. Namun ia juga menambahkan bahwa seharusnya laki-laki tidak melakukan kebiasaan seperti ini. Karena hal seperti itu identik dengan perempuan. Dan masih kurang pantas untuk dilakukan oleh laki-laki.

“N: Kalau menurut saya ya gimana ya, bingung juga sih sebenarnya. Disatu sisi saya nggak suka laki-laki melakukan perawatan seperti itu, tapi disisi lain itu juga wajar karena suaminya kan dokter kecantikan. Tapi sebaiknya laki-laki nggak perlu merawat diri seperti ini ya.” (Transkrip FGD)

Sedangkan informan T memaknai apa yang dilakukan oleh dokter Boedi seperti halnya memberikan ijin kepada istri dan anaknya untuk datang ke tempat ia bekerja merupakan hal yang positif. Informan T pun berharap agar hal tersebut merupakan

keinginan dokter Boedi sendiri, bukan paksaan dari istrinya. Karena menurutnya suami dianggap memiliki kedudukan yang lebih tinggi dari istri dalam keluarga. Dan istri harus patuh terhadap apa yang telah diputuskan oleh suami. Hal ini dipengaruhi oleh latar belakangnya yang berasal dari keluarga Jawa. Dimana laki-laki dianggap sebagai pengambil keputusan dalam keluarga.

“T: Mungkin sih. Tapi semoga memang itu inisiatif dari dokter Boedi sendiri. Soalnya kalo karena istrinya ya sama aja boong dong ya. Lagipula seharusnya yang menentukan hal kayak gitu kan suami, bukan istri.” (Transkrip FGD)

Kedua, kolom profil artis, dimana penerimaan informan A terhadap peranan laki-laki sebagai suami disini dipengaruhi dengan pengalamannya selama ia menikah. Dalam pernyataannya dapat dilihat bahwa informan A setuju dengan apa yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa edisi Irfan Hakim. Karena menurutnya peranan seperti itu sama dengan yang dilakukan oleh suaminya, meskipun tetap saja ada perbedaannya.

“A: Itu suami idaman banget, bisa selalu dukung istrinya. Untungnya suamiku juga seperti itu. Bedanya cuma dia nggak bisa jaga anak kami langsung. Soalnya dia kerja di luar pulau kan.” (Transkrip FGD)

Informan R bersikap *dominan* seperti halnya informan A. Ia setuju dengan apa yang dilakukan oleh Irfan Hakim dalam kolom

ini. Hal tersebut dikarenakan bahwa informan R menganggap laki-laki saat ini harus dapat berpikir modern. Maksudnya ketika istrinya ingin bekerja, suaminya harus memperbolehkan. Latar belakang pendidikan yang tinggi dibandingkan dengan informan lainnya membuat perempuan ini beranggapan bahwa saat ini laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan yang sama. Baik dalam mendapatkan pendidikan maupun pekerjaan.

“R: Udah bagus kok. Yang paling aku suka ya pas Irfan dukung istrinya buat jualan kue. Berarti kan nggak membatasi kreativitas istrinya. Apalagi pekerjaan Irfan kan udah pasti menghasilkan pendapatan yang lebih dari cukup untuk keluarganya.” (Transkrip FGD)

Informan N juga menyatakan hal yang sama dengan informan R. Hanya saja sikap informan N ini dikarenakan apa yang dilakukan oleh Irfan sama dengan yang dilakukan suaminya. Dengan begitu ia menganggap bahwa dukungan suami pada istrinya untuk bekerja tersebut memang merupakan peranan laki-laki sebagai suami. Akan tetapi tetap ada peraturan suami yang harus dipatuhi oleh istri, agar peranannya sebagai ibu tidak terbengkalai. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh latar belakang informan N yang merupakan orang Sunda.

“N: Iya. Makanya itu saya setuju. Sikap yang diambil Irfan ini ya sama kayak suami saya. Membolehkan bikin kue, jualan kue, asal nggak tiap hari. Karena kalau orang Sunda bilang pamali kalau

perempuan lebih banyak kerja daripada mengurus anak.” (Transkrip FGD)

Pernyataan kedua informan di atas berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan O. Dimana perempuan ini merasa kurang setuju dengan apa yang dilakukan Irfan. Karena menurutnya apabila istri diijinkan untuk bekerja, maka peranan istri untuk mengurus anak akan terganggu. Selain itu latar belakang informan O yang tidak pernah bekerja juga memperkuat anggapannya bahwa bekerja adalah peranan dari laki-laki, bukan perempuan. Hal ini juga menunjukkan bahwa informan O yang usianya lebih tua dari seluruh informan dalam penelitian ini masih memiliki pemikiran yang tradisional mengenai peranan laki-laki dan perempuan.

“O: Kalau saya kurang setuju. Karena laki-laki ya harusnya menjaga anak cuma sebatas ngajak bermain aja. Apalagi disitu disebutin kalau istrinya kadang buat kue sampai malem. Nah kalau siang anaknya dilepas gitu aja sama pembantu dong. Mendukung mungkin boleh tapi suami juga harus punya peraturan sampai jam berapa istri boleh sibuk.” (Transkrip FGD)

Ketiga, kolom profil seorang chef. Dimana informan A menganggap bahwa laki-laki yang suka memasak bukanlah sebuah hal yang negatif. Akan tetapi sebaiknya memasak tidak dijadikan

sebuah profesi. Karena menurutnya masih banyak pekerjaan lain yang dapat dilakukan oleh laki-laki.

“A: Ya nggak apa-apa. Memasak kan bukan sesuatu yang buruk. Malah istrinya beruntung banget bisa punya suami yang jago masak. Artinya kan bisa gantian yang masak di rumah. Cuma ya jangan dijadikan sebuah profesi aja. Kan masih banyak pekerjaan lainnya juga.” (Transkrip FGD)

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh informan O. Informan O memaknai peranan laki-laki suami dalam kolom ini sebagai peranan yang telah sesuai. Menurutnya peranan tersebut telah dijalankan dengan baik oleh chef Fahriansyah, yakni peranannya sebagai pencari nafkah keluarga. Selain itu informan O juga meyakini bahwa mencari nafkah adalah tugas suami. Hal tersebut dipengaruhi oleh latar belakang informan O yang merupakan keturunan Tionghoa. Akan tetapi ia juga menginginkan supaya pekerjaan laki-laki tidaklah dalam wilayah domestik seperti ini.

“O: Saya setuju sekali, laki-laki ini telah menjalankan perannya sebagai kepala rumah tangga dengan baik. Karena dia sangat memperhatikan istri dan juga anaknya di tengah kesibukannya. Cuma sebaiknya ya pekerjaan laki-laki yang nggak di lingkup domestik seperti ini.” (Transkrip FGD)

Sedangkan menurut informan N laki-laki dalam kolom ini telah menjalankan peranan yang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Laki-laki disini bekerja untuk menafkahi keluarganya, namun ia juga mau untuk mengurus masalah domestiknya.

“N: Pemahaman saya tentang kolom ini ya sesuai dengan pengharapan saya tentang peranan laki-laki itu seperti apa. Dia mencari nafkah, tapi dia juga mau ikut ngurus masalah rumah.” (Transkrip FGD)

Informan R mengatakan bahwa laki-laki dalam kolom yang menceritakan mengenai kisah hidup seorang chef, telah mengetahui apa yang seharusnya ia lakukan. Hal yang dimaksud oleh informan R adalah cara yang dilakukan chef Fahriansyah untuk dekat dengan keluarganya. Seperti kebiasaannya untuk membuat masakan untuk istri dan anaknya.

“R: Misalnya aja yang dia selalu pulang sebelum anaknya tidur. Trus dia sering memasak untuk istri dan anaknya. Walaupun yang disebut disini cuma steak dan nasi goreng sosis aja ya, hehe. Dengan sikap dia kayak gini kan berarti nunjukin kalo dia tau apa yang harus dia lakukan ketika sedang di rumah atau apa yang membuat dirinya bisa dekat dengan keluarganya.” (Transkrip FGD)

Informan A juga berpendapat bahwa apa yang dilakukan chef Fahriansyah dengan menolak tawaran pekerjaan di Singapura itu adalah sebuah hal yang salah. Menurut informan A kesempatan

tidak datang dua kali. Apabila jarak yang jauh menjadi penyebab tidak diterimanya tawaran tersebut, informan A menganggap hal tersebut saat ini tidak menjadi sebuah masalah. Seperti apa yang disampaikan oleh informan A berikut ini:

“A: Ya dia ambil dong. Tapi anak dan istrinya nggak perlu ikut dulu kalo memang belum ada biaya untuk mengurus kepindahan itu. Setidaknya beberapa bulan sekali kan dia pasti bisa ijin pulang. Suamiku aja setahun cuma pulang 2 kali. Jadi jarak sebenarnya nggak masalah ya. Asal dia dengan kita dan anak tetep menjaga komunikasi. Misalnya lewat skype gitu.” (Transkrip FGD)

Menurutnya saat ini telah banyak teknologi yang dapat memperlancar komunikasi. Hal tersebut dikarenakan informan A merasa tidak mendapatkan masalah komunikasi dengan suaminya selama sang suami bertugas di Sulawesi. Ditambah lagi dengan usianya yang masih muda, dimana ia masih mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Dengan begitu komunikasi antara dirinya dengan suami tetap terjaga.

Namun lain halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh informan T. Ia merasa apabila kontrak pekerjaan tersebut kurang dari tiga tahun, menurut informan T sebaiknya pekerjaan tersebut diambil. Tetapi apabila pekerjaan tersebut lebih dari tiga tahun, wajar saja jika dilepas. Karena pertimbangan anak-anak chef Fahriansyah yang masih kecil, dimana informan T beranggapan

bahwa mereka masih membutuhkan banyak waktu bersama dengan ayahnya.

“T: Sebenarnya harus kita tau dulu pekerjaan itu kontraknya sampai kapan. Kalo misalnya nggak sampai tiga tahun ya nggak ada salahnya diambil. Tapi kalo emang lebih dari itu, ya nggak papa sih dilepas. Kasian anak-anaknya juga masih kecil. Apalagi anaknya ini cowok semua, dan mereka sering banget kumpul sama ayahnya pas nonton bola gitu.” (Transkrip FGD)

Pernyataan yang disampaikan oleh informan T di atas dikarenakan ia menganggap bahwa laki-laki sebagai suami adalah seorang kepala rumah tangga yang menjadi pemimpin keluarganya dan diharapkan untuk dapat bertanggungjawab terhadap kepemimpinannya (Syahatah, 2000).

Keempat, kolom profil polisi, dimana penerimaan informan terhadap peranan suami yang ditampilkan dalam kolom ini hampir sama satu dengan yang lain. Dimana lima dari enam informan tidak setuju dengan apa yang dilakukan kompol Alfian sebagai kepala rumah tangga dalam keluarganya. Dimana polisi ini mengajak istrinya untuk menemaninya pindah ke Sampang dan menitipkan kedua anaknya pada keluarga di Surabaya. Seperti yang disampaikan oleh salah satu informan yang menyatakan sikap *oppositional* dengan yang dilakukan oleh kompol Alfian tersebut:

“T: Ya ibunya nggak usah ikut lah. Cukup ayahnya aja. Kan setiap Sabtu atau Minggu juga ayahnya

pulang. Jadi biar si ibu tetep ngurusin ketiga anaknya di Surabaya.” (Transkrip FGD)

Menurut informan T keputusan polisi ini dengan mengajak istrinya untuk ikut serta pindah ke kota lain merupakan hal yang seharusnya tidak ia lakukan. Karena dalam kolom ini diceritakan bahwa pada akhir pekan laki-laki ini selalu pulang ke Surabaya untuk bertemu dengan anaknya. Pernyataan tersebut disampaikan informan T dengan penuh percaya diri. Hal ini dikarenakan informan T sering menjadi pembicara dalam berbagai penyuluhan yang diikutinya. Dimana seorang pembicara haruslah memiliki kepercayaan diri untuk bisa berbicara dengan baik di depan audiensnya.

Pernyataan tidak setuju juga datang dari informan M. Keputusan yang dibuat oleh laki-laki dalam kolom ini dirasa tidak bijaksana menurutnya. Ia menambahkan bahwa laki-laki ini justru terkesan senaknya dan hanya memikirkan dirinya sendiri. Hal tersebut diperkuat dengan teori yang disampaikan oleh Wood bahwa dalam masyarakat laki-laki secara alami dianggap sebagai sosok yang aktif, petualang, memiliki kekuatan, agresif, dan mandiri (Wood 2007, p. 258). Dengan anggapan seperti itu, menurut informan M pada akhirnya laki-laki terkadang bersikap egois.

“M: Saya tidak setuju sama yang dilakukan laki-laki ini, yang masalah mengajak istrinya ikut pindah karena urusan pekerjaan. Sama kayak yang dibilang mbak T tadi. Menurut saya itu bukan pilihan yang bijaksana ya. Jadi kesannya malah jadi seenaknya. Mentang-mentang karena dia laki-laki.” (Transkrip FGD)

Informan R menyatakan hal yang berbeda dari informan lainnya, yakni ia tidak mempermasalahkan apa yang dilakukan polisi ini. Menurutnya apa yang dilakukan oleh kompol Alfian pasti telah melalui proses diskusi dengan istrinya. Dan mereka pasti menginginkan hal yang terbaik bagi keluarganya.

“R: Kalo aku sih nggak masalah. Karena pasti ini juga uda dipikirin matang-matang sama polisi dan istrinya. Selama anaknya dititipkan sama keluarga sendiri ya nggak papa. Kan tiap minggu juga mereka ketemu. Lagipula pendidikan disana nggak lebih baik dari yang di Surabaya menurutku.” (Transkrip FGD)

Informan R juga menambahkan bahwa pendidikan untuk kedua anak kompol Alfian memang lebih baik bila di Surabaya seperti ini. Hal tersebut dipengaruhi latar belakang informan R yang merupakan seorang dosen. Dengan begitu pengetahuan mengenai pendidikan yang baik pasti diketahuinya. Akan tetapi pendidikan yang dimiliki informan R bertolakbelakang dengan latar belakangnya yang *notabene* adalah orang Jawa. Karena menurut

Fakih orang Jawa beranggapan bahwa perempuan tidak perlu untuk sekolah tinggi-tinggi (1999, p. 15).

Selain itu informan A memaknai peranan suami laki-laki ini dari hal lain yang tergambar dalam kolom Hot Papa ini. Informan A memaknai peranan kopol Alfian yang cukup sering untuk menyempatkan makan siang bersama istri dan ketiga anaknya. Di tengah kesibukannya sebagai aparat penegak hukum, waktu santai pasti akan sulit untuk didapatkan. Hal ini membuat informan A merasa bahwa laki-laki ini sadar akan pentingnya waktu bersama keluarga.

“A: Iya aku setuju sama yang dilakuin dia. Berarti dia sadar kalo dia nggak terlalu punya banyak waktu buat keluarga. Makanya tiap ada kesempatan langsung diambil, walopun nggak terlalu lama waktu yang ada.” (Transkrip FGD)

Informan O berpendapat bahwa peranan kopol Alfian sebagai kepala rumah tangga telah dijalankan dengan baik. Menurutnya laki-laki ini telah bekerja dan memberikan perlindungan kepada keluarganya. Hal tersebut dikarenakan anggapan informan O mengenai seorang polisi. Dimana polisi merupakan sosok yang akan memberikan perlindungan.

“O: Ya dia uda bagus jadi kepala rumah tangga. Yang dia lakukan uda sesuai dengan apa yang memang seharusnya dilakukan sebagai seorang suami. Kayak menafkahi keluarga, menjaga

keluarganya. Apalagi dia seorang polisi. Pasti bisa membuat keluarganya merasa aman.” (Transkrip FGD)

Pernyataan di atas seperti halnya yang dikemukakan oleh Hart (1999) bahwa laki-laki adalah *Economic Provider*. Dimana dalam pandangan tradisional dimaknai sebagai sumber pendukung finansial dan perlindungan bagi keluarga.

3.4. Penerimaan Informan Terhadap Peranan Laki-Laki sebagai Ayah dalam Kolom Hot Papa

Penerimaan informan terhadap peranan laki-laki sebagai ayah dalam kolom pertama, yakni kolom profil dokter kecantikan, disetujui oleh informan N. Menurut informan N kedekatan dokter Boedi dengan anaknya sangat tergambar dalam kolom Hot Papa edisi 29 Januari 2012. Meskipun anak dokter Boedi adalah perempuan, namun ia sangat mengerti bagaimana cara untuk tetap dekat dengan anaknya. Seperti pernyataan informan berikut ini:

“N: Ini saya suka sekali. Karena dengan pembuatan kamar bermain itu menunjukkan bahwa dokter Boedi selalu menyempatkan waktu untuk bermain dengan anaknya. Jadi meskipun anaknya perempuan dan dia sibuk, tapi dia masih bisa tetep main bareng.” (Transkrip FGD)

Seperti yang disampaikan informan N dalam *Focus Discussion Group* bahwa menurutnya dokter Boedi selalu

menyempatkan diri untuk bermain dengan anaknya. Hal tersebut tergambarkan melalui sikap dokter Boedi yang menyediakan ruang bermain untuk anaknya. Seperti dalam beberapa penelitian yang telah menunjukkan bahwa ayah sering dianggap sebagai "*fun parent*" dan lebih memiliki waktu untuk bermain dengan anak-anaknya daripada ibu. Dengan demikian ayah disebut sebagai *Friend and Playmate* yang diungkapkan oleh Hart (1999).

Jika informan N setuju dengan pembuatan kamar bermain oleh dokter Boedi untuk anaknya, berbeda dengan informan R. Ia memaknai peranan laki-laki disini dengan melihat apa yang dilakukan oleh ayahnya. Menurutnya peranan yang muncul disini berbeda dengan pengalamannya dalam melihat sosok ayahnya. Dengan begitu apa yang dilakukan oleh dokter Boedi ia anggap sebagai hal yang berlebihan.

"R: Kalo setauku memang bener itu, jarang laki-laki kayak gitu. Malah hampir nggak ada kali ya. Bapak ku aja nggak gitu juga, paling ya cuma naruh foto keluarga di meja kerja aja. Jadi kurang setuju sama yang dilakukan dokter ini. Kok kesannya kayak berlebihan gitu." (Transkrip FGD)

Informan A menganggap kedekatan dokter Boedi dengan anak perempuannya ini akan sangat berpengaruh bagi psikologis anak. Menurutnya kedekatan tersebut dapat mempengaruhi pandangan sang anak dalam menilai seorang laki-laki ketika anak tersebut mulai menginjak usia dewasa. Hal tersebut dikarenakan

latar belakang pendidikan informan A yang merupakan lulusan dari jurusan psikologi.

“A: Mungkin lebih kepada sosok laki-laki yang jadi panutannya ketika nanti dia mencari pasangan. Ee lebih kepada psikologis anak itu. Bagaimana perlakuan ayah kepada dia selama ini, bisa menjadi sebuah tolak ukurnya saat menilai laki-laki lain.”
(Transkrip FGD)

Pernyataan informan A menunjukkan bahwa ayah dapat menjadi *Teacher and Role Model*. Seperti yang dikatakan Hart (1999) mengenai arti ayah bagi anaknya yakni ayah, sebagaimana ibu, bertanggungjawab tentang apa saja yang diperlukan anak untuk kehidupan selanjutnya melalui latihan dan teladan. Dimana hal tersebut dapat menjadi modal penting yang dimiliki anak ketika berada dalam lingkungannya.

Akan tetapi ada hal yang kurang disetujui oleh informan O dalam kolom ini, yakni mengenai keikutsertaan dokter Boedi dalam masalah kesehatan kulit anaknya. Menurutnya apa yang dilakukan oleh laki-laki ini seharusnya merupakan tugas dari istrinya.

“O: Saya suka sih yang dilakukan dokter ini, kan dia membolehkan anaknya main ke klinik. Tapi kalau masalah perawatan kulit dan sebagainya itu kok kesannya terlalu berlebihan ya, ya walaupun dia ini dokter kecantikan. Karena ada bagian yang sebaiknya diperhatikan oleh ibu dan bagian yang diperhatikan oleh ayah.” (Transkrip FGD)

Informan O menyatakan bahwa telah ada pembagian peranan yang harus dilakukan oleh suami-istri atau pun ayah-ibu.

Oleh sebab itu ia berpendapat bahwa sebaiknya laki-laki ini tidak melakukan hal yang melebihi bagiannya. Hal tersebut dikarenakan informan O memiliki pandangan bahwa laki-laki boleh mengasuh anaknya namun hanya sebatas mengajak bermain saja.

Informan T yang berprofesi sebagai dokter umum ini menyatakan ketidaksetujuannya dengan yang disampaikan informan O. Menurutnya hal ini merupakan sebuah kewajaran yang dilakukan oleh seorang dokter. Dimana menurutnya dokter merupakan sosok yang menjaga kesehatan dan kebersihan.

“T: Tapi biasanya kalau dokter emang gitu tante. Jujur aja saya juga gitu ke anak, serba heboh kalau soal kesehatan. Jadi hal kayak gitu saya anggap wajar, malah bagus kalau laki-laki mau mikirin kebersihan atau kesehatan. Dan kadang laki-laki jauh lebih khawatir pada anak perempuannya.”
(Transkrip FGD)

Kedua, kolom profil artis, dimana penggambaran laki-laki dalam kolom Hot Papa edisi 25 Maret 2012 dimaknai informan A sebagai sosok ayah yang humoris. Menurutnya itu terlihat dari cara Irfan bercerita dalam kolom ini. Dalam pekerjaannya ia dikenal sebagai sosok yang kocak dan hal tersebut dianggap informan A sebagai pribadi Irfan sesungguhnya. Karena ternyata dalam kehidupannya laki-laki ini memiliki karakter humoris.

“A: Dari yang aku baca sih, Irfan sosok ayah yang baik. Dan dia emang keliatan pribadi yang kocak ya. Jadi di kolom ini nunjukin banget kalo dia pengen selalu dekat sama anaknya. Sampe dia bilang untung

aja aku nggak dipanggil om, eh iya kan ya (sambil menoleh ke arah moderator)?” (Transkrip FGD)

Hal tersebut seperti apa yang diungkapkan dalam *Boys to Men: Media Messages About Masculinity*, bahwa laki-laki yang dimunculkan oleh media massa biasanya memiliki karakter *The Joker*, yakni laki-laki yang humoris. Hal ini membuktikan bahwa meskipun kolom Hot Papa adalah sebuah inovasi baru yang ingin menampilkan sebuah penggambaran yang berbeda dari media massa lainnya, akan tetapi tetap saja masih ada sesuatu yang tidak ditinggalkan. Sebagaimana yang dinyatakan oleh informan A di atas.

Penerimaan informan M terhadap kolom ini adalah peranan laki-laki sebagai ayah yang telah dijalankan oleh Irfan merupakan peranan yang dekat dengan kehidupannya. Karena penggambaran peranan disini sering ditemui di kehidupan sehari-hari, informan menganggap bahwa apa yang diceritakan merupakan sebuah kisah yang mudah untuk dipahami.

“M: Iya peranan ayah di kolom ini bisa dibilang yang paling dekat sama kehidupan kita mungkin ya. Soalnya yang diceritain disini kesannya emang biasa tapi ya emang sesuai. Jadi enak gitu baca ceritanya.” (Transkrip FGD)

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan M, informan O juga menyatakan kesetujuannya terhadap peranan ayah dalam kolom ini. Ia mengungkapkan bahwa peranan ayah

dalam kolom Hot Papa edisi Irfan Hakim ini telah sesuai dengan pemaknaannya mengenai peranan ayah dalam keluarga. Dimana laki-laki sebagai ayah dimaknai oleh informan O hanya sebatas untuk menjaga anak, mengantar ke sekolah, dan kegiatan lain yang dilakukan oleh para ayah secara umum.

“O: Bener itu. Kalau yang seperti ini saya setuju banget. Ini yang saya maksud peranan laki-laki ketika dia udah berkeluarga.” (Transkrip FGD)

Dari yang disampaikan beberapa informan diatas berbeda dengan pendapat informan R. Menurutnya masih ada hal lain yang seharusnya dilakukan oleh Irfan yang digambarkan dalam kolom Hot Papa.

“R: Iya dek, aku juga idem sama yang lain. Irfan telah melakukan apa yang sebenarnya udah jadi kewajiban laki-laki atau ayah. Namun alangkah baiknya jika Irfan melakukan hal-hal positif lainnya juga. Misal mengajarkan berhitung atau apa gitu.” (Transkrip FGD)

Hal ini bertolakbelakang dengan latarbelakang informan R. Meskipun ia belum menikah, informan R merasa bahwa yang dilakukan oleh seorang ayah tidak hanya sekedar bermain atau pergi dengan anaknya saja. Tetapi juga dalam memberikan pendidikan pengenalan angka pada anak.

Ketiga, dalam kolom profil chef, informan N bersikap dominan. Ia menerima apa yang ditampilkan dalam kolom ini. Menurutnya kebiasaan laki-laki ini untuk bermain dan berkumpul dengan ketiga anaknya ditengah kesibukan yang dimiliki,

merupakan sebuah hal yang mampu menunjukkan bagaimana perhatian chef Fahriansyah pada anak-anaknya.

“N: Iya betul, saya juga setuju. Jadi seorang ayah emang harus gitu. Laki-laki ini udah melakukan apa yang seharusnya dia lakukan. Ee salah satu cara untuk dekat dengan anak ya memiliki hobi yang sama. Misalnya seperti sama-sama suka bola.”
(Transkrip FGD)

Hal ini dikarenakan ia memaknai peranan laki-laki yang telah menikah, salah satunya adalah memiliki waktu dengan keluarganya. Maka dari itu Ia setuju dengan apa yang dilakukan oleh laki-laki dalam kolom ini. Dimana ia masih memiliki waktu untuk dapat berkumpul dan bermain dengan anak-anaknya.

Hampir sama dengan yang dikatakan informan N, informan A memaknai peranan laki-laki ini sebagai sahabat dari anak-anaknya. Dengan adanya kesamaan hobi, ia mampu menghabiskan waktu bersama ketiga anaknya yang kebetulan laki-laki semua. Menurut informan A adanya kesamaan tersebut membuat mereka kompak. Seperti menonton acara pertandingan bola bersama, memiliki klub favorit yang sama, dan sebagainya.

“A: Ee kalo itu ya, emm sama juga ya. Udah baiklah. Berhubung anaknya laki-laki semua jadi wajar dia seperti itu. Kalo yang masalah memasak itu tergantung tiap individu. Karena belum tentu semua laki-laki yang jadi chef itu mau masak di rumah.”
(Transkrip FGD)

Akan tetapi mengenai kebiasaan chef ini untuk memasak anaknya dianggap oleh informan A sebagai sebuah pelengkap

peranan ayah yang telah dilakukan. Karena menurutnya tidak semua laki-laki bersedia untuk memasak di rumah, meskipun ia seorang chef. Hal ini disebabkan karena informan A masih menganggap bahwa memasak bukanlah pekerjaan yang seharusnya dilakukan oleh laki-laki.

Hal tersebut bertolakbelakang dengan apa yang disampaikan oleh informan M. Menurutnya laki-laki yang suka memasak bukanlah sebuah hal yang asing baginya karena ia telah terbiasa melihat ayahnya yang kebetulan terbiasa memasak di rumah. Oleh sebabnya informan M memaknai hal yang sama dengan informan A dengan pemaknaan yang berbeda.

“M: Menurutku nggak masalah sih. Ayahku juga kebetulan suka masak, jadi ya nggak aneh kalau ngeliat suami atau laki-laki lagi di dapur.”
(Transkrip FGD)

Keempat, kolom profil polisi, dimana penerimaan informan R terhadap kolom Hot Papa edisi kompol Alfian adalah penggambaran peranan laki-laki sebagai ayah yang paling ia suka. Karena menurutnya hanya dalam kolom ini saja yang membahas mengenai pengajaran seorang ayah tentang agama pada anaknya.

“R: Ini yang paling aku suka. Soalnya dari empat kolom ini, kayaknya yang bahas tentang nilai agama cuma si laki-laki ini aja. Jadi ini nilai lebih buat dia.” (Transkrip FGD)

Pernyataan informan R sama dengan informan N, yang menganggap bahwa pengajaran agama pada anak lebih tepat jika dilakukan oleh ayahnya. Menurutnya apabila hal tersebut disampaikan oleh ayahnya, sang anak akan lebih cepat mengerti.

“N: Iya setuju sama ini. Tapi menurut saya kalo dari orangtua sendiri yang paling berpengaruh ya ayah. Karena biasanya memang laki-laki yang lebih pantas atau apa ya, emm ya gitu deh. Bukan berarti perempuan atau ibu nggak boleh ngajarin tentang agama ke anak, cuma kalau ayah itu anak-anak biasanya lebih cepat ngerti dan ingat.” (Transkrip FGD)

Pernyataan informan N mengenai pengajaran agama pada anak adalah tugas ayahnya, didukung oleh apa yang disampaikan informan T. Menurutnya rasa takut dan patuh anak pada ayahnya akan membuat anak tersebut menjadi lebih cepat paham dengan apa yang diajarkan ayahnya. Pada budaya Jawa, digambarkan oleh Koentjaraningrat (1985), hubungan anak dengan orangtua (terutama ayah) adalah hubungan yang diwarnai oleh kepatuhan (Fakih 1999, p. 50). Dengan kata lain anak akan selalu terlihat lebih patuh oleh ayahnya dari pada ibu. Hal ini menunjukkan bahwa pemaknaan informan T seperti itu dipengaruhi oleh latar belakangnya sebagai orang Jawa.

“T: Mungkin kalau ayah itu identik yang sama namanya keras atau disiplin ya. Jadi anak lebih nurut dan takut, makanya langsung dikerjain apa yang disuruh. Tapi dalam pengajaran soal agama, ya bagus juga. Di keluargaku juga dulu ya bapak yang ngajarin sholat, ngaji, puasa. Tapi tetap ditanamkan pada anak kalo mereka melakukan semua itu karena

Allah, bukan karena takut sama ayahnya.” (Transkrip FGD)

Informan T memaknai cara kumpul Alfian mengajak anaknya ketika sedang pergi di akhir pekan. Menurut informan T tempat tujuan yang didatangi oleh kumpul Alfian beserta keluarganya dapat menjadi alternatif pilihan bagi pembaca ketika ingin menghabiskan waktu dengan istri dan anak.

“T: Iya tante N bener. Aku sependapat sama tante. Yang mengajarkan tentang doa-doa itu aku suka. Trus ngajak anaknya jalan-jalan ke toko buku itu aku juga setuju. Ini nunjukin kalo pergi sama anak itu nggak harus ngajak ke mall buat belanja atau main-main. Karena banyak tempat yang lebih baik buat dikunjungi dan malahan memberi manfaat, juga mengedukasi anak kita.” (Transkrip FGD)

Hal ini dikarenakan informan T merasa bahwa tempat tujuan tersebut dapat mengedukasi anak secara tidak langsung. Dan kumpul Alfian juga menunjukkan pada pembaca bahwa ketika mengajak anak pergi ke mall, ada juga tempat yang dapat memberikan manfaat bagi anak. Maka dari itu informan T bersikap dominan terhadap apa yang dilakukan oleh kumpul Alfian ini.

Ketika membahas peranan kumpul Alfian sebagai ayah, informan A juga membahas mengenai keputusan laki-laki ini untuk mengajak istrinya pindah. Hal ini yang menurut informan A tidak mencerminkan keputusan yang bijak dari seorang ayah

pada anaknya. Oleh karena itu informan A bersikap *oppositional* terhadap hal tersebut.

“A: Peranan dia sebagai ayah disini ada yang aku kurang suka. Ya yang bagian dia ngajak istrinya pindah dan ninggal dua anaknya di Surabaya itu. Walaupun tetep ada pembenaran kalau tiap weekend dia pulang.” (Transkrip FGD)

Informan O berpendapat bahwa sebaiknya laki-laki disini menjalankan peranan ayah dalam hal mengajarkan sikap-sikap yang identik dengan karakter laki-laki. Seperti Hart (1999) yang mengatakan bahwa ayah juga memenuhi peran penting dalam mengajarkan sikap disiplin pada anak.

“O: Menurut saya seharusnya laki-laki ini lebih mengajarkan tentang hal-hal yang dekat dengan laki-laki. Misalnya saja sikap disiplin, tegar, kuat, dan sebagainya. Dan itu memang sulit didapatkan dari ibunya, walaupun sebenarnya juga bisa.” (Transkrip FGD)

Meskipun demikian informan O tetap merasa bahwa pengajaran mengenai sikap disiplin seperti itu juga bisa didapatkan anak dari ibunya. Oleh karena itu informan O bersikap *negotiated* terhadap peranan yang dilakukan oleh kompol Alfian dalam kolom Hot Papa.

Berdasarkan pemaparan dalam bab analisis ini dapat dikatakan bahwa interpretasi dan pemaknaan khalayak terhadap sebuah teks media berbeda satu dengan yang lainnya. Selain itu McQuail (1997, p. 19) berpendapat bahwa *reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari

konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa penerimaan informan dalam penelitian ini sesuai dengan *reception analysis* dimana fokus studi ini adalah pada pemaknaan teks media yang dipengaruhi oleh latar belakang serta pengalaman masing-masing khalayak.

Adanya perbedaan latar belakang dan pengalaman informan menyebabkan perbedaan pemaknaan mengenai penerimaan mereka terhadap peranan gender laki-laki yang ditampilkan dalam kolom Hot Papa. Seperti yang terlihat dalam sebuah matriks sederhana mengenai proses *decoding* yang telah dilakukan oleh seluruh informan berikut ini: