

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengenai bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada SBO TV Jawa Timur. Penelitian ini kemudian akan menunjukkan bagaimana bentuk bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada SBO TV. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan tipe penelitian eksploratif (*eksplorative research*) untuk menjelaskan secara mendalam dan mengungkap informasi-informasi yang terkait dalam penelitian ini. Signifikansi dari penelitian ini adalah di era teknologi dan kesetaraan mengenai *gender* yang telah dianggap seimbang, ternyata masih ada bias *gender* serta ketidakadilan pada *gender* di dalam tubuh industri media televisi khususnya pada SBO TV. Penelitian ini berusaha untuk mengungkap bagaimana *gender* diperlakukan secara berbeda dalam praktik jurnalisme TV yang terjadi di depan layar maupun di belakang layar dalam suatu industri media televisi.

Asumsi dasar pada penelitian ini adalah praktik jurnalisme yang terjadi pada televisi lokal Surabaya SBO TV masih memperlakukan jurnalisnya dengan tidak seimbang karena melihat dari *gender* jurnalis. Jurnalis laki-laki diberikan beban kerja yang lebih besar dibandingkan dengan beban kerja yang diberikan kepada jurnalis perempuan. Seperti yang dijelaskan oleh Julia

Cleves Mosse yang disunting oleh Mansour Fakih (2002, hal. 5) bahwa semua masyarakat memiliki pembagian kerja berdasarkan *gender* (*gender division of labor*), terdapat keberagaman kerja yang dilakukan laki-laki dan perempuan. Dengan adanya pembagian kerja berdasarkan *gender* ini, sehingga menimbulkan ketidakadilan yang muncul bias *gender* pada praktik jurnalisme TV dalam SBO TV.

Terdapat beberapa contoh kasus yang dapat dijadikan salah satu gambaran mengenai bias *gender* dalam praktik jurnalisme pada industri media. Salah satunya adalah mengenai bentuk kekerasan yang dialami oleh jurnalis perempuan dari Sempadan News yang diperkosa oleh Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di Nunukan, Kalimantan Timur. Awalnya jurnalis tersebut ingin meliput mengenai nasib-nasib dari para TKI yang tinggal di kongsi-kongsi (bedeng) Malaysia, tapi tugasnya tersebut malah menjadikannya sebagai korban pelecehan seksual (Anggraini 2008, hal 2). Contoh kasus seperti inilah yang kemudian membuat perempuan ditempatkan pada pekerjaan yang aman dan tidak menimbulkan banyak resiko, seperti menjadi staf administrasi atau staf keuangan. Penempatan jurnalis perempuan ini kemudian menimbulkan bias *gender* seperti yang ditulis oleh Mukhotib (1998, hal. 79) dalam bukunya bahwa perempuan acapkali hanya ditempatkan pada posisi-posisi yang mewarisi nilai-nilai domestik seperti sekretaris redaksi atau staf kantor, walaupun seorang reporter perempuan ditugaskan untuk meliput sebuah berita-berita di ruang ber-AC dan berkarpet tebal.

Tak hanya itu, berdasarkan buku yang ditulis oleh Luviana (2012, hal. 10) bahwa data survei AJI (Aliansi Jurnalis Independen) menunjukkan, hanya 6 persen jurnalis perempuan yang duduk sebagai petinggi redaksi. Hal ini dapat dibuktikan bahwa kecilnya jumlah jurnalis perempuan yang bekerja di dalam redaksi, membuat banyak kebijakan dalam suatu industri media massa masih kurang merangkul atau mewedahi kebutuhan perempuan, termasuk dalam tugas peliputan dan masalah pengupahan.

Penelitian ini kemudian berfokus pada bias *gender* dalam praktik jurnalisme di media televisi. Bias *gender* sendiri menurut Handayani (2008, hal. 66) dapat diartikan sebagai keterpihakan pada salah satu jenis kelamin. Keterpihakan ini disebabkan oleh sistem yang patriarki, maka keterpihakan ini cenderung kepada pihak laki-laki. Bias *gender* masih banyak muncul pada pandangan masyarakat Indonesia karena konstruksi sosial yang telah berumur berabad-abad. Masyarakat yang masih berideologi bias *gender* tersebut kemudian berakibat munculnya kategori-kategori tertentu kepada masing-masing jenis kelamin. Dengan demikian, tiap pribadi manusia, sejak lahir sudah direkayasa dalam kategori tertentu (Murniati, 2004, hal. 110).

Praktik jurnalisme merupakan keseluruhan proses yang terjadi pada industri media mulai dari rapat untuk menentukan tema informasi sampai dengan penayangan agar bisa disaksikan oleh khalayak luas (Hartono, 2012, hal. 3). Pada praktik jurnalisme sama halnya dengan struktur redaksional media massa kerap memunculkan adanya ketimpangan-ketimpangan pada *gender*. Hal ini dapat berhubungan karena seperti yang dijelaskan oleh

Mukhotib (1998, hal 79) bahwa dalam manajemen dan kebijakan redaksional pun posisi perempuan dalam jurnalistik masih sangat bias. Pada praktik jurnalisnya kerap terdapat posisi-posisi atau peran tertentu yang dilakukan oleh jurnalis laki-laki ataupun perempuan. Hal ini terbukti bahwa untuk beberapa posisi penting seperti pengambil keputusan banyak dilakukan oleh jurnalis berjenis kelamin laki-laki. Data juga menunjukkan hanya sekitar 33% jurnalis perempuan yang masuk di organisasi wartawan. Hanya 6% jurnalis perempuan yang menduduki posisi sebagai redaktur maupun pengambil keputusan di redaksi (Luviana, 2012, hal. 27).

Dengan adanya struktur manajemen yang masih bias *gender*, kemudian berimbas pada praktik jurnalisisme yang terjadi pada media massa. Hal ini karena akan berimbas pada bentuk penulisan naskah berita dan penyayangan yang terjadi di televisi. Lingkungan tempat kerja yang didominasi oleh laki-laki juga akan mempengaruhi berita yang dihasilkan baik oleh wartawan perempuan maupun laki-laki (Siregar, 1999, hal. 441). Lebih lanjut, Hal yang sama juga diungkapkan oleh Dedi Mulyana dalam bukunya bahwa wanita menduduki posisi sekuder tampak dalam jurnalistik televisi. Tidak mengherankan bila kaum pria lah yang mendefinisikan peran wanita, tidak hanya dalam penyajian berita, feature, opini, tapi juga dalam penyajian iklan (Mulyana, 1998, hal. 348). Menurut Siregar (1999, hal. 11) bahwa orientasi media juga dipengaruhi oleh bagaimana komposisi laki-laki dan perempuan dalam institusi media.

Kondisi yang menunjukkan dalam praktik jurnanisme yang masih bias *gender* ini berakibat munculnya perbedaan perlakuan yang terjadi dalam lingkungan pekerjaan. Bias *gender* juga semakin diperkuat karena adanya pandangan atau keyakinan dalam masyarakat bahwa pekerjaan yang dianggap masyarakat sebagai jenis “pekerjaan perempuan”, dianggap dan dinilai lebih rendah dibandingkan dengan jenis pekerjaan yang dianggap sebagai “pekerjaan lelaki”, serta dikategorikan sebagai “bukan produktif” (Fakih, 1996, hal. 20). Dalam hal ini pada akhirnya akan membawa kita kepada peran-peran *gender* yang dilekatkan pada kaum laki-laki maupun perempuan berdasarkan budaya yang berlaku. Peran *gender* yang kita jalani dalam kehidupan sehari-hari merupakan bagian dari landasan kultural kita, dan tidak mudah diubah (Mosse, 2002, hal. 7). Hal ini juga diperkuat dengan pendapat dari Mansour Fakih (1996, hal. 23) bahwa manifestasi ketidakadilan *gender* ini telah mengakar mulai dalam keyakinan masing-masing orang, keluarga, hingga pada tingkat negara yang bersifat global. Sehingga akibat budaya dan kebiasaan yang sulit untuk diubah, maka perbedaan perlakuan antara laki-laki dan perempuan masih terus saja terjadi dan muncul meskipun hal ini merugikan tak hanya pada kaum perempuan, namun juga terkadang terjadi pada kaum laki-laki. Dengan adanya pembagian peran-peran akibat budaya dan kultur yang berlaku, menyebabkan munculnya bias *gender* dalam berbagai kondisi masyarakat tak terkecuali pada praktik jurnanisme TV di industri media.

Sebelumnya juga terdapat penelitian yang pernah membahas dengan masalah yang sama adalah mengenai *gender* dan pekerjaan yang pernah dilakukan oleh Mahasiswi Strata 1 Universitas Airlangga, yang membahas mengenai bagaimana suatu perbedaan *gender* memandang karir pekerjaan pada pekerjaan sebagai anggota DPRD tingkat II Kota Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Ika Maharani yang berjudul “*Gender* dan karir (studi kasus pada enam orang anggota DPRD tingkat II Surabaya)” ini membahas mengenai karir yang dimiliki oleh seseorang itu memandang adanya perbedaan *gender*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya milik Ika Maharani yang lebih memfokuskan pada tujuan suatu pekerjaan yang dilihat dari sudut pandang *gender* yang berbeda, selain itu penelitian tersebut juga dilakukan pada anggota DPRD tingkat II Kota Surabaya. Sedangkan dalam penelitian ini akan memfokuskan pada bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada salah satu industri media televisi lokal di Surabaya SBO TV.

Kemudian, penelitian ini mengeksplorasi bias *gender* yang terjadi dalam praktik jurnalisme di bidang penyiaran televisi. Hal ini dikarenakan televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang paling mampu melakukan penetrasi dan mempengaruhi perilaku khalayaknya. Menurut Dennis McQuail, dalam bukunya *Mass Communication Theory* mengatakan bahwa dalam hal penyampaian informasi kepada publik, televisi pada umumnya memiliki posisi yang kredibel dan dapat dipercaya. Melalui televisi, khalayak mampu melihat realitas-realitas dari beragam sumber

informasi yang disajikan, oleh karena itu televisi dapat disebut sebagai jendela dari suatu realitas. Istilah ini seperti yang ditulis oleh Boyd (1995, hal. 9) bahwa *television is an important source for how public views reality, and the major source. Mass media news remains our only broadly shared window on reality*. Hal ini berkaitan dengan fungsinya sebagai media komunikasi massa yaitu:

“The main genre innovation of television stemmed from its capacity to transmit many pictures and sound live, and thus act as a ‘window on the world’ in real time... A second important feature of television is the sense of intimacy and personal involvement that it seems able to cultivate between the spectators and presenter or the actors and participants on screen” (McQuail, 2010, hal. 34-35).

Namun, pada perjalanannya televisi yang memiliki fungsi hiburan dan penyampai informasi, di sisi lain televisi sebenarnya juga merupakan suatu bentuk industri yang memiliki sifat ekonomi. Seperti yang diungkapkan oleh Siregar (2001, hal 35) bahwa perusahaan televisi tergolong bisnis padat modal, manajemen, dan teknologi tinggi. Televisi sebagai salah satu bentuk dari media massa saat ini tidak hanya tumbuh sebagai penyampai pesan-pesan sosial, politik dan budaya, tetapi juga sebagai perusahaan yang menekankan pada keuntungan ekonomi. Hal ini seperti yang ditulis oleh Usman (2009, hal. 1) bahwa media saat ini dipandang sebagai industri atau institusi ekonomi yang berupaya untuk mencari keuntungan. Hal ini kemudian juga ditambahkan oleh Jackson (2010, hal. 29) bahwa *commercial media companies are economic entities/institutions and thus are driven by profit*.

Sebagai sebuah institusi ekonomi, televisi pasti mempunyai pasar. Dalam bukunya, Usman (2009, hal. 8) menjelaskan pasar adalah target atau sasaran dari produk, baik barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh media. Kemudian ditambahkan oleh McQuail (2010) bahwa industri media, televisi khususnya, itu unik karena memiliki pasar ganda: khalayak (*audience*) dan pengiklan. Hubungan antara khalayak dengan pengiklan memang sangat erat. Jika produk televisi dikonsumsi oleh banyak khalayak, pengiklan pun akan banyak, sehingga media tersebut memperoleh banyak keuntungan. Hal ini yang kemudian sebuah stasiun televisi membutuhkan taktik agar tetap memperoleh keuntungan. Hal ini yang kemudian disebut oleh Usman (2009, hal. 14) sebagai efisiensi. Efisiensi adalah kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaannya. Efisiensi sendiri terdiri atas efisiensi alokasi dan efisiensi teknis. Efisiensi alokasi terjadi ketika pasar perusahaan berfungsi secara optimal yang kemudian akan mendatangkan keuntungan bagi produsen dan konsumen. Sedangkan efisiensi teknis adalah penggunaan sumber-sumber perusahaan dalam cara yang lebih efisien untuk memaksimalkan hasil.

Kemudian, sebuah stasiun televisi juga akan melakukan efisiensi pada perusahaannya agar dapat terus mendapatkan keuntungan dalam melakukan proses produksi. Efisiensi menurut Siregar (2001, hal. 31) adalah efisiensi yang ditunjukkan dengan tubuh organisasi kerja yang lebih ramping. Dalam organisasi semacam ini, pengembangan sumber daya manusia (SDM) dapat dilakukan dengan lebih intensif, dan dapat berimplikasi pada semakin

berkembangnya jurnalisme televisi yang unggul. Ada banyak faktor yang menentukan sukses atau tidaknya sebuah stasiun televisi (Sudibyo, 2004, hal. 137). Hal ini karena melihat kenyataan bahwa,

“Bisnis penyiaran televisi adalah bisnis yang padat modal. Uang yang harus ditanamkan untuk bisnis televisi jauh lebih mahal dari modal untuk bisnis media cetak atau penyiaran radio. Tingkat persaingan antar stasiun televisi juga jauh lebih keras baik dalam memperebutkan kue iklan, pemirsa, tayangan-tayangan impor atau lokal terbaik, bahkan sampai pada persaingan untuk memperebutkan SDM berkualitas. Bukan rahasia lagi bahwa yang terjadi antar televisi kita bukan sekedar bajak-membajak acara, namun juga bajak-membajak SDM” (Sudibyo et al, 2004, hal. 54).

Melihat kondisi tersebut, bukan tak mungkin bahwa banyak bermunculan bias *gender* yang terjadi pada praktik jurnalisme pada industri media televisi. Hal ini berkaitan karena pada bidang penyiaran di televisi benar-benar diseleksi berdasarkan ketrampilan dan bakat yang dimiliki. Bahkan untuk pemilihan posisi bagi perempuan dan laki-laki. Hubungan perempuan dan laki-laki di Indonesia masih didominasi oleh ideologi *gender* yang membuahkan budaya patriarki. Budaya ini, tidak mengakomodasikan kesetaraan, keseimbangan, sehingga perempuan menjadi tidak penting untuk diperhitungkan (Murniati, 2004, hal. 75). Sehingga, dalam praktik jurnalisme TV pada SBO TV banyak jurnalis perempuan yang ditempatkan pada posisi-posisi yang tidak memegang peranan penting. Dibandingkan dengan jumlah dan potensi yang dimiliki wanita Indonesia secara keseluruhan, keterlibatan wanita pada posisi-posisi penting umumnya masih relatif rendah dan proporsinya sangat timpang antara pria-wanita (Susanti, 1998, hal. 78).

Penelitian ini kemudian mengeksplorasi hanya pada televisi lokal, yaitu pada satu televisi lokal yang ada di Surabaya yaitu SBO TV Jawa Timur. Penelitian ini mengambil SBO TV sebagai subjek penelitian karena terlihat bias gender dalam praktik jurnalisme televisi pada SBO TV. Hal ini terlihat pada jumlah jurnalis laki-laki berbeda jauh dengan jumlah jurnalis perempuan yang bekerja sebagai pemegang peranan penting di dalam SBO TV. Pemimpin, para koordinator, dan pemegang jabatan penting di SBO TV banyak diduduki oleh jurnalis laki-laki dibandingkan dengan jurnalis perempuan. Tak hanya itu pula, beban pekerjaan yang diberikan kepada jurnalis laki-laki dan perempuan juga berbeda. Jurnalis laki-laki cenderung diberikan beban kerja yang berat, sedangkan pada jurnalis perempuan hanya bekerja pada bidang-bidang pekerjaan yang ringan dan tak memiliki resiko kerja yang tinggi.

Bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV yang terjadi pada televisi lokal memang tak hanya terdapat pada SBO TV saja, namun juga terjadi dalam televisi lokal-televisi lokal lainnya. Hal ini seperti pada stasiun televisi seperti TV 9 ataupun JTV. Meskipun sebagai televisi yang memiliki umur yang terbilang muda dan baru saja berdiri dibandingkan dengan SBO TV, namun di TV 9 memperkerjakan jurnalisnya dengan beban pekerjaan yang seimbang. Tak hanya itu pula, di JTV sebagai televisi lokal pertama di Jawa Timur, juga memperkerjakan jurnalisnya dengan beban kerja yang seimbang.

Pada kedua stasiun televisi tersebut, JTV ataupun TV 9, Jurnalis perempuan masih dipekerjakan sebagai *camera person* padahal pekerjaan

sebagai *camera person* dapat dikatakan sebagai pekerjaan yang berat karena alat-alat yang dibawanya juga memiliki beban yang berat dan tanggung jawab yang besar ketika alat tersebut rusak. Hal ini berbeda dibandingkan dengan SBO TV karena justru memprioritaskan divisi *camera person* pada jurnalis laki-laki.

Selain itu, pada beberapa bulan belakangan SBO TV juga melakukan banyak perombakan dan pengurangan pada para jurnalis yang bekerja di dalamnya. Perubahan di berbagai divisi ini juga dapat dilihat dari berbagai sisi, salah satunya bisa termasuk dalam hal *gender*. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat lebih banyak mengenai bias *gender* dalam praktik jurnalisisme TV yang terjadi di SBO TV.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana bentuk bias *gender* kepada para jurnalis dari koordinator divisi dalam praktik jurnalisisme TV pada SBO TV Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk bias *gender* kepada para jurnalis dari koordinator divisi dalam praktik jurnalisisme TV pada SBO TV Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai bentuk-bentuk bias *gender* kepada para jurnalis dari koordinator divisi dalam praktik jurnalisisme TV pada SBO TV Jawa Timur. Dalam hal ini sekaligus dapat memberikan informasi kepada stasiun televisi lokal maupun nasional lain mengenai bias *gender* yang masih banyak ditemui pada industri media televisi.

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 *Gender* dalam Media Studies

Gender merupakan jenis interpretasi sosio-kultural, seperangkat peran yang dikonstruksi oleh masyarakat bagaimana menjadi laki-laki (kuat, tegas, perkasa, kasar) atau perempuan (taat, penurut, lemah, keibuan, penuh kasih sayang) (Maharani, 2010, hal. 8). *Gender* juga dapat dipergunakan untuk menunjukkan pembagian peran yang dianggap tepat bagi laki-laki dan perempuan yang berkaitan dengan bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan berperan dan bertindak sesuai dengan tata nilai yang terstruktur (Sumiarni, 2004, hal. 1-2)

Menurut Richmond dan Abbot (1992) bahwa peran *gender* sering disalahartikan dengan peran jenis kelamin. Padahal, keduanya memiliki fungsi yang berbeda. Peran jenis kelamin merupakan perilaku yang ditentukan oleh jenis kelamin biologis, misalnya menstruasi untuk wanita dan ereksi untuk pria. Sementara peran *gender*, merupakan ekspektasi pada perilaku maskulin dan feminin secara historis yang keseluruhannya diciptakan secara seksual. Menurut Nakayama dan Thomas (2011, hal. 181) bahwa identitas dari peran *gender* dimaknai sebagai identifikasi peran yang terkait dengan gagasan budaya mengenai aspek maskulinitas dan feminitas dan apa makna untuk menjadi seorang pria atau seorang wanita. Kemudian pernyataan tersebut diperkuat oleh Nanda dan Warmas (2012, hal. 182) bahwa peran *gender* merupakan hasil konstruksi sosial, budaya, dan psikologis yang membedakan masyarakat serta menempatkannya pada perbedaan jenis kelamin secara biologis.

Dengan adanya peran dan status yang muncul, kaum laki-laki kemudian mampu meletakkan statusnya lebih tinggi dari kaum perempuan. Dalam hal ini kemudian yang membuat perempuan kerap berada di situasi yang subordinasi, yang kemudian mudah membuat perempuan menjadi direndahkan dan dilecehkan. Dengan adanya konstruksi kultural yang demikian, Sunarto (2010, hal. 13) dalam bukunya menjelaskan bahwa peran-peran *gender* kemudian memiliki kepercayaan bahwa kaum laki-laki mempunyai sifat-sifat tertentu dan

harus melakukan hal-hal tertentu dan kaum perempuan mempunyai sifat-sifat yang lain dan harus melakukan hal-hal tertentu yang lain. Konstruksi-konstruksi peran *gender* ini dimunculkan melalui mekanisme komunikasi antar pribadi dan dilekatkan dalam struktur masyarakat melalui institusi-institusi seperti keluarga, agama, sistem pendidikan, sistem ekonomi, dan sistem politik.

Jika dilihat dalam suatu kajian media, *gender* dilihat sebagai konstruksi sosial dan budaya yang diciptakan dalam berbagai representasi media. Ibrahim (1998, hal. 25) menjelaskan bahwa dalam perkembangannya, *gender* telah menjadi sebuah ideologi yang terus dikonstruksi di dalam sistem kekuasaan yang patriarkis, yang antara lain telah memanfaatkan suatu medium ruang publik –media massa– sebagai ajang untuk mempertahankan mitos-mitos di seputar potret, citra, presentasi, dan representasi wanita dalam ruang publik, ruang privat, bahkan hingga ruang batin mereka. Dengan adanya beragam representasi *gender* yang ditampilkan dalam media massa secara terus-menerus, sehingga bagi penonton kemudian dianggap sebagai suatu kebenaran yang nyata. Pencitraan mendiskualifikasi kategori kebenaran sehingga tidak bisa dibedakan lagi antara realitas, representasi, simulasi, dan hiperealitas (Baudrillard, 1981, hal. 17).

Media memberikan gambaran mengenai bagaimana jenis perempuan seharusnya dan bagaimana laki-laki seharusnya. Sehingga banyak perilaku masyarakat yang kemudian mencerminkan bias *gender*.

Media massa memberi ruang bagi proses legitimasi bias *gender*, terutama dalam menampilkan representasi perempuan (Yusuf, 2004, hal. 359). Supelli (1998, hal. 210) juga menambahkan bahwa media terus menerus mendengungkan citra perempuan menurut pandangan dunia atau ideologi tertentu, maka perempuan akan dihadapkan pada rasa bersalah jika tidak mengacu pada citra tersebut. Hal ini karena sesuai dengan fungsi media yaitu ikut membentuk pemikiran dan ideologi masyarakat di mana ia berada (Yatim, 1998, hal. 135). Media menjadi sebuah kekuatan yang mengkonstruksi realitas, dan realitas itu adalah realitas menurut kepentingan pusat-pusat otoritas tertentu yang kemudian berjaln dengan kepentingan keberthanan hidup media itu sendiri. Hal ini berarti media komunikasi cenderung tidak lagi menyajikan makna dan kebenaran, tetapi justru menyampaikan sebuah dunia rekaan untuk memenuhi kepentingan-kepentingan ini (Supelli, 1998, hal. 210).

1.5.2 Gender dan Praktik Jurnalisme Televisi

Wacana jurnalistik pada mulanya adalah suatu wacana yang feminin. Menurut Culler dalam Budiman (2000, hal. 74) bahwa etimologi jurnalistik sendiri secara tersirat mengafirmasikan pemaknaan hipotesis tersebut: *journal*, yang masih dapat diasalkan lagi kepada akar katanya (*diurma*) secara harafiah berarti “catatan harian” sehingga makna yang muncul lebih lanjut adalah jurnalistik sebagai “aktivitas

membuat catatan harian”. Dalam hal ini melihat bahwa jenis kelamin yang diasosiasikan dengan penulisan-penulisan catatan harian adalah berjenis kelamin perempuan. Hal ini juga banyak terlihat dari aktivitas menulis buku harian atau *diary* yang menjadi fungsi saluran bagi para feminin. Meminjam istilah dari Julia Kristeva (1989) dalam Budiman bahwa perempuan merupakan subjek yang berbicara (*speaking subject*) seperti yang terjadi dalam aktivitas jurnalistik.

Melihat pengertian tersebut, jurnalistik adalah suatu aktivitas yang bergender (*gendered activity*), dengan jenis kelamin perempuan sebagai subjek utamanya. Namun, jika melihat aktivitas jurnalistik saat ini pun juga hanya menyisakan tempat bagi jenis kelamin perempuan sebagai tanda (*sign*), bukan sebagai subjek utama. Budiman (2000, hal. 75) juga menulis bahwa istilah jurnalistik kemudian berbalik menjadi wilayah aktivitas wacana maskulin, sehingga berita sebagai narasi maskulin lebih memposisikan laki-laki sebagai pemegang supremasi pemaknaan dan perempuan sebagai objek yang dipertukarkan di dalamnya. Hal ini lalu memunculkan kontradiksi antara aktivitas jurnalistik sebagai aktivitas para maskulin karena berita dan jurnalistik merupakan aktivitas di ruang publik, sebuah wilayah yang jenis kelamin laki-laki sebagai subjek yang berbicara. Namun, ketika wilayah privat dari jurnalistik sebagai kegiatan “menulis catatan harian” berubah menjadi aktivitas di ruang publik, pada saat itulah kaum perempuan

mulai terpinggirkan dan tidak lagi menempati posisinya sebagai subjek yang berbicara.

Bekerja pada suatu industri media tidak akan terlepas dari praktik jurnalisme. Praktik jurnalisme sendiri merupakan proses yang berkaitan dengan pra-produksi, produksi, dan pasca produksi suatu penyampaian informasi kepada khalayak (Hartono, 2012, hal. 3). Pada proses pra produksi, Hartono menjelaskan terdiri dari berbagai kegiatan seperti rapat proyeksi dan menyusun tim untuk liputan. Pada proses ini merupakan awal untuk mennetuka berita apa dan narasumber siapa yang akan diliput serta mempersiapkan tim-tim yang akan ditugaskan untuk melakukan peliputan tersebut (Hartono, 2012, hal. 12).

Pada tahapan selanjutnya adalah produksi. Pada tahapan ini terdiri dari liputan, menulis berita, dan *tapping* presenter (Hartono, 2012, hal. 20). Pada proses ini reporter akan mencari, menggali, dan mendapatkan materi berita yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi yang direkam oleh juru kamera. Lalu selanjutnya reporter membuat naskah untuk memperjelas isi wawancara yang dibacakan oleh pembaca naskah (*voice over*) serta satu naskah lain yang dibacakan oleh presenter (Hartono, 2012, hal. 36).

Tahapan terakhir adalah pasca produksi. Pada tahapan ini dilakukan kegiatan yang terdiri dari memilih gambar, merekam narasi, mengedit video, melakukan *preview* video, kemudian yang terakhir adalah *delivery* kepada studio untuk ditayangkan (Hartono, 2012, hal.

37). Pada proses ini melibatkan tim dari divisi *camera person*, editor, produser program yang bersangkutan, serta *master control*. Semua tayangan yang telah selesai dibuat dan siap tayang harus telah sampai pada divisi *master control* paling lambat dua jam sebelum penayangan (Hartono, 2012, hal. 40).

Pada praktik jurnalisme tersebut, bukan tidak mungkin kemudian memunculkan adanya ketimpangan serta bias pada *gender* bagi jurnalis pada praktik jurnalisme televisi. Selama praktik jurnalisme terdapat peran-peran tertentu yang cocok dilakukan oleh jurnalis berjenis kelamin tertentu, baik perempuan maupun laki-laki. Pers merekrut jurnalis perempuan apabila ada keperluan untuk mengerjakan pekerjaan yang biasanya dianggap sesuai untuk perempuan, seperti mencari berita berkenaan dengan persoalan perempuan pada urusan domestik seperti masak-memasak, mode, kecantikan, anak, keluarga, dan lain sebagainya. Pada umumnya perempuan diberi peran dan diposisikan untuk berkiprah dalam lingkup domestik atau rumah tangga sedang laki-laki di lingkup publik atau masyarakat (Siregar, 1999, hal. 435).

Jurnalis perempuan juga banyak ditempatkan pada praktik jurnalisme yang tidak banyak membutuhkan tenaga, fisik, dan irama kerja yang teratur, misalnya dalam bidang kesejahteraan keluarga, kesehatan, sosial, dan lain sebagainya. Pemilihan jurnalis perempuan yang ditempatkan dalam bidang-bidang tersebut dikarenakan karena

melihat kondisi fisik dari tubuh perempuan sendiri yang dianggap lemah lembut, halus, sulit bergerak terutama jika sudah menikah, dan kondisi keselamatan perempuan yang tidak memungkinkan untuk bekerja hingga larut malam untuk meliput berita di wilayah yang jauh dari tempat tinggalnya. Seorang wanita selalu diharapkan untuk bersikap lemah lembut, melayani orang lain, pemaaf, dan siap mendukung (Shaevitz, 1989, hal. 160). Bekerja di malam hari merupakan hambatan bagi kaum perempuan untuk bisa berkiprah dan produktif dalam pekerjaannya. Selain kerja lembur, kerja malam agaknya sudah menjadi "dominasi" para pekerja laki-laki (Tjiptoherijanto, 2012, hal. 103). Hal ini kemudian dijelaskan lebih lanjut oleh Siregar (1999, hal. 104) bahwa kebanyakan dari jurnalis perempuan merupakan bagian dari konstruksi sosial yang mapan dan mendefinisikan diri mereka dengan cara pandang yang patriarkis. Atau, setidaknya jurnalis perempuan masuk dalam hegemoni ideologi *gender* yang *male oriented*, sehingga selain sangat sulit bersikap kritis, tetapi justru bisa ikut menikmati konstruksi yang tidak adil *gender* itu.

1.5.3 Televisi Lokal sebagai Media Komunikasi Massa

Televisi adalah salah satu media elektronik yang mempunyai fungsi sebagai media massa. Seperti yang dijelaskan oleh Uchjana (1993, hal. 21) bahwa televisi adalah siaran televisi (*television broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan

ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa yaitu: berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikannya heterogen. Selain itu, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran pada Bab 1 Pasal 1 Butir ke empat yang mengatakan bahwa penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Menurut Skomis (1965) dalam bukunya "*Television and Society: An Incubator and Agenda*", dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat politis dan bisa informatif, hiburan, dan pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu para pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi, akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual (Kuswandi, 1996, hal. 8).

Konsep ruang publik yang dibentuk dari televisi dengan memberikan perlakuan yang sama dalam memberitakan urusan-urusan

publik, tanpa memandang siapa yang berbicara atau siapa yang sedang dibicarakan. Sudibyo (2004, hal. 70) menjelaskan bahwa Media memberikan porsi yang setara terhadap tafsir, perspektif, dan klaim yang muncul tentang suatu persoalan, tanpa terjebak pada pemihakan yang kasat mata. Komunikasi massa media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar (Kuswandi, 1996, hal. 16).

Pada masa awal kemunculan televisi, Sudibyo (2004, hal. 100) menjelaskan bahwa materi siaran dari televisi swasta nasional itu juga sangat *Jakarta-minded* yang menonjolkan bukan persoalan bagaimana melayani kebutuhan publik secara luas, melainkan bagaimana mengoptimalkan potensi masyarakat sebagai konsumen. Sehingga pada reformasi 1998, menjadi suatu awal bagi penyiaran di daerah. Isu-isu mengenai desentralisasi, otonomi daerah, frekuensi sebagai ranah publik, dan demokratisasi ranah penyiaran menyeruak ke permukaan dan menjadi dasar bagi berbagai unsur di daerah untuk berlomba-lomba mendirikan stasiun televisi atau radio lokal (Sudibyo, 2004, hal 100).

Perjuangan televisi lokal mencapai klimaksnya ketika UU Penyiaran yang baru diumumkan pada 29 November 2002. Undang-

undang ini memberikan pengakuan hukum atas eksistensi lembaga penyiaran lokal, baik lembaga penyiaran swasta, komunitas, maupun publik. Definisi televisi swasta lokal juga tak berbeda jauh dengan televisi komersial nasional. Dalam UU No. 32 tahun 2002 pasal 31 ayat (1) tentang Penyiaran disebutkan, definisi televisi lokal adalah lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan atau stasiun penyiaran lokal. Selain itu, pada ayat (5) menjelaskan bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Sudibyo lebih lanjut menjelaskan kelebihan dan kekurangan bagi televisi swasta nasional apabila berjaringan dengan televisi swasta lokal adalah:

“Jika dilihat dari sisi kecepatan akumulasi keuntungan, sistem berjaringan mungkin akan menimbulkan problem baru bagi televisi nasional. Televisi swasta nasional membutuhkan waktu lebih panjang untuk mendapatkan keuntungan karena harus bernegosiasi dan *sharing* dengan mitra televisi lokal. Namun, di sisi lain sistem jaringan sesungguhnya juga bisa dimaknai sebagai peluang bagi televisi swasta nasional untuk menjangkau potensi pasar dan pemirsa yang lebih luas. Dengan kata lain, ada potensi pemirsa yang belum terjamah oleh rating yang hanya memperhitungkan pemirsa televisi di kota-kota besar tertentu serta dapat digunakan sebagai peluang untuk meningkatkan daya-tawar televisi di mata pengiklan” (Sudibyo, 2004, hal 142).

1.5.4 Televisi Lokal sebagai Industri

Pendirian televisi swasta lokal juga didasarkan pada alasan-alasan bisnis. Sudibyo (2004, hal. 105) juga menjelaskan bahwa televisi swasta nasional dan televisi swasta lokal sebenarnya berada pada ranah

yang sama: media penyiaran sebagai entitas bisnis. Hanya aspek besarnya investasi, jangkauan siaran, dan segmentasinya yang berbeda. Potensi pasar bisnis televisi swasta di daerah masih sangat terbuka. Belanja iklan masih didominasi oleh iklan-iklan produsen besar di Jakarta. Padahal pada kenyataannya, produsen besar tersebut juga membutuhkan proses pemasaran yang bisa menjangkau khalayak-khalayak di daerah.

Salah satu simbiosis yang dapat digunakan oleh para penguasa lokal dengan televisi swasta lokal dalam menjalankan alasan bisnis adalah dengan satu pihak pertama membutuhkan dukungan politis untuk menghadapi representasi kekuasaan pusat berkaitan dengan alokasi frekuensi, sementara pihak kedua membutuhkan pengakuan akan eksistensi sebagai penguasa lokal (Sudiby, 2004, hal 137). Hal ini ditunjukkan dengan siaran *talkshow* pada televisi lokal hampir selalu membahas mengenai masalah-masalah pemerintah daerah, dengan narasumber dari pemerintah daerah pula. Tak hanya itu juga, televisi lokal juga secara intensif menyosialisasikan kebijakan, program pembangunan maupun visi-misi pribadi dari sang kepala daerah. Dalam bukunya, Snider (2005, hal. 11) juga mengatakan bahwa sebagai agen penyaluran informasi, penyiaran televisi lokal saling berbagi atribut-atribut pada wartawan dengan para kelompok-kelompok kepentingan.

Media televisi selalu dianggap sebagai suatu sarana media yang berfungsi untuk media hiburan, ternyata memiliki tujuan lain. Seperti

yang dijelaskan oleh Berger (1987, hal. 1) bahwa televisi sebagai sarana hiburan bukanlah hal yang signifikan, karena sesungguhnya televisi juga memiliki konsekuensi politik dan ekonomi yang signifikan. Dalam konteks ekonomi media, televisi juga tentu harus dipandang sebagai suatu industri atau institusi bisnis. Hal ini seperti yang ditulis oleh Usman (2009, hal. 2) bahwa media televisi adalah institusi bisnis atau institusi ekonomi yang memproduksi dan menyebarkan informasi, pengetahuan, pendidikan, dan hiburan kepada konsumen yang menjadi target.

Sebagai sebuah industri, televisi memiliki beberapa konsep pokok yang tidak bisa terlepas. Menurut Picard dalam Usman (2009) televisi sebagai industri selalu berkaitan dengan pengalokasian berbagai sumber untuk menghasilkan materi hiburan untuk memenuhi kebutuhan audiens, pengiklan, dan institusi sosial lainnya. Sedangkan menurut Albarran (1996) televisi sebagai sebuah industri yang menggunakan sumber-sumber yang terbatas untuk menghasilkan jasa yang didistribusikan kepada konsumen dalam masyarakat untuk memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan. Hal ini kemudian yang dapat disimpulkan bahwa media televisi sebagai sebuah industri tidak bisa dilepaskan dari sumber ekonomi (sumber daya manusia, kamera, video tape, dan lain-lain), produksi (proses produksi program acara, rekaman tayangan program, dan lain-lain), serta konsumsi (konsumen atau pasar).

Sebagai media massa yang mempunyai peran sebagai media yang memberikan hiburan, televisi menjadi sebuah industri media yang paling besar dan cepat berkembang. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Shrum (2010, hal. 366) bahwa belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah mengenai fungsi hiburan begitu siap untuk diakses oleh banyak orang dengan waktu luang yang begitu banyak. Hal ini yang kemudian industri televisi saling berkompetisi untuk saling mendapatkan keuntungan. Seperti yang diungkapkan oleh Habermas (1989) bahwa sebagai sebuah industri yang juga sekaligus sebagai institusi ekonomi, televisi bekerja berdasarkan rasionalitas ekonomi atau bisnis, yaitu untuk mendapatkan keuntungan. Kompetisi yang dilakukan oleh industri televisi adalah untuk memperebutkan khalayak dan pengiklan. Menurut Usman (2009, hal. 5) khalayak dan pengiklan dalam industri televisi yang disebut sebagai pasar.

Televisi lokal yang sekaligus sebagai sebuah industri media, memiliki keuntungan karena mampu memberikan konten lokal yang beragam. Menurut Waterman dan David (2006, hal. 389) bahwa dalam institusi penyiaran, terutama pada televisi harus menyediakan konten lokal untuk memenuhi kebutuhan kepentingan umum. Hal ini seperti yang dibuktikan dalam bukunya bahwa selama dua tahun terakhir tingkat kepermisaan terhadap produk lokal cukup mengembirakan, bahkan dalam beberapa kesempatan, tingkat kepermisaan terhadap program siaran yang berasal dari produk lokal, mampu mengalahkan

tingkat kepermirsaan produk import (Fahmi, 1997, hal. 80). Hal ini kemudian berhubungan dengan banyaknya pemirsa yang menikmati konten lokal tersebut, maka akan sekaligus menarik banyak pengiklan pada konten lokal tersebut. Hal ini kemudian diperkuat dengan pendapat dari Shimp (2003, hal. 535) bahwa para pengiklan lokal seringkali menjadikan keunggulan perbedaan konten dari televisi lokal, selain itu periklanan televisi lokal juga sangat murah selama waktu tambahan (*fringe time*) sebelum dan sesudah *prime time*. Bahkan, latar belakang politis dari pembentukan televisi lokal juga berasal dari pertimbangan ekonomis. Menurut Sudiby (2004, hal. 105) lahirnya televisi lokal yaitu untuk menggelimir monopoli kepemilikan media televisi oleh pemodal tertentu, serta untuk melakukan desentralisasi modal dan akumulasi keuntungan dalam bisnis penyiaran, sesuai dengan semangat otonomi daerah.

Sebagai sebuah industri media, televisi lokal juga melakukan kompetisi dengan televisi lokal lainnya. Kompetisi antar stasiun televisi lokal adalah kompetisi memperebutkan *audience* dan iklan. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Usman (2009, hal. 89) bahwa ketatnya kompetisi antar stasiun televisi lokal menyebabkan kinerja ekonomi sejumlah stasiun televisi kurang baik. Maka, agar tetap meningkatkan kinerja perusahaan sekaligus mendapatkan keuntungan dengan memperbanyak *audience* dan iklan, industri media televisi lokal juga melakukan efisiensi. Efisiensi adalah kemampuan perusahaan untuk

memaksimalkan kekayaannya. Efisiensi sendiri terdiri atas efisiensi alokasi dan efisiensi teknis. Efisiensi alokasi terjadi ketika pasar perusahaan berfungsi secara optimal yang kemudian akan mendatangkan keuntungan bagi produsen dan konsumen. Sedangkan efisiensi teknis adalah penggunaa sumber-sumber perusahaan dalam cara yang lebih efisien untuk memaksimalkan hasil.

Hal ini kemudian yang tak jarang membuat para pekerja media juga sedang terkena dampak dari efisiensi sebagai buruh upah yang tumbuh di seluruh tempat kerja media. Hal ini dikarenakan dalam rangka untuk memotong tagihan tenaga kerja dan memperluas pendapatan. Seperti yang ditulis oleh Menurut Mosco (2009),

“Industri media televisi lokal umumnya menggunakan bentuk berita yang dikemas ulang, dengan demikian dapat mendapatkan keuntungan dari setiap tayangan. Tak hanya itu juga, stasiun televisi lokal juga kerap menghapus para pekerja yang berlebih, lalu menggunakan pekerja yang tetap untuk melakukan banyak tugas, serta membatasi pembayaran upah agar dapat digunakan untuk memperluas potensi pendapatan” (hal. 13-14).

Pada tahap selanjutnya, sebagai sebuah industri, televisi lokal menaruh perhatian terhadap *audience*, khususnya letak pengiklan akan membayar untuk ukuran dan kualitas berdasarkan yang paling banyak dikonsumsi oleh *audience* dari televisi lokal. Hal ini yang kemudian mengabaikan kebutuhan dari para pekerja media. Seperti yang ditulis oleh Mosco (2009, hal. 138) bahwa untuk kepentingan konten dan pemirsa, telah menjadi kecenderungan untuk mengabaikan kepentingan

tenaga kerja media dan proses yang berlangsung pada produksi. Bahkan dalam tingkat yang lebih ekstrim, Pellow dan Park (2002) menambahkan berdasarkan penelitian ekonomi politik bahwa pada teknologi informasi dan internasional pembagian kerja menggambarkan penindasan ganda pada pekerja perempuan yang mana mereka mendapatkan upah terendah dan mendapat porsi kerja yang keras. Hal ini kemudian ditambahkan pula oleh Mosco (2009, hal. 198) bahwa dalam pembagian kerja media membentuk hierarki tenaga kerja yang mencari wanita dominan berada di bagian bawah, sebagai pekerja cadangan dari pekerja yang memiliki ketrampilan, serta hidupnya yang selalu bergantung. Kepentingan ekonomi-politik menuntut para pemilik media tunduk kepada industri atau pasar yang memang lebih permisif terhadap jurnalisme yang tidak sensitif *gender* (Yusuf, 2004, hal. 361).

1.6 Metodologi

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini mengeksplorasi industri media dan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV yang terjadi pada SBO TV. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus menurut Daymon dan Holloway (2002, hal. 162) adalah pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber bukti terhadap suatu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Tak hanya itu juga studi kasus juga merupakan studi

mendalam tentang perorangan, kelompok, program, organisasi, budaya, agama, daerah, atau bahkan negara (Conny, 2010, hal. 50). Karena peneliti akan melakukan pengujian secara intensif serta studi mendalam dengan menggunakan berbagai sumber bukti mengenai bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV dalam stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV.

Secara lebih luas, penelitian kualitatif adalah bentuk pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan melalui generalisasi yang menjelaskan suatu gejala atau kenyataan sosial yang berlangsung (Faisal, 1995, hal. 20). Penulisan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif menurut Gorman dan Clayton dalam Santana (2007, hal. 28) bahwa penelitian yang melaporkan *meaning of events* dari apa yang diamati oleh penulis. Laporannya berisi pengamatan berbagai kejadian dan interaksi yang diamati langsung oleh penulis dari tempat kejadian. Sehingga, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena bertujuan untuk mengeksplorasi industri media dan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV yang terjadi pada industri media lokal terutama pada stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV dan mengeksplorasi makna-makna dari perilaku yang terjadi, untuk kemudian dapat ditarik kesimpulan dari masalah yang ada sekarang dan disusun secara sistematis berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan.

1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif sendiri adalah serangkaian teknik yang digunakan untuk meringkas data, menemukan hubungan tersembunyi, serta membuat prediksi (Myatt, 2007, hal. 3). Hal ini karena peneliti akan mengeksplorasi secara mendalam hal-hal yang belum diketahui mengenai industri media dan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada stasiun TV lokal SBO TV.

Selain itu, bertujuan untuk mengetahui secara mendalam industri media dan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV dan alasan-alasan dari perlakuan-perlakuan yang ditujukan kepada jurnalis yang didasarkan atas perbedaan *gender*, untuk kemudian dapat ditarik kesimpulan dari masalah yang ada sekarang dan disusun secara sistematis berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan.

1.6.3 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pihak-pihak manajemen yang bekerja dari stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV. Pihak yang disebut manajemen adalah orang-orang yang menduduki jabatan tertinggi dalam suatu divisi serta memiliki kuasa atas praktik jurnalisme pada divisi di SBO TV Jawa Timur. Adapun pihak manajemen yang diwawancarai adalah: koordinator *camera person*, koordinator *master*

control, koordinator editor, koordinator teknik, *executive producers*, koordinator grafis, koordinator presenter, koordinator reporter serta koordinator web TV dalam SBO TV.

1.6.4 Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini adalah bentuk-bentuk perlakuan yang menunjukkan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV sesuai dengan objek penelitian. Bentuk-bentuk perlakuan yang menunjukkan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV ini dapat diamati melalui narasi wawancara yang menunjukkan bentuk-bentuk perbedaan porsi kerja yang dimiliki oleh jurnalis laki-laki maupun jurnalis perempuan yang memunculkan perbedaan bahkan bias *gender* di dalam SBO TV Jawa Timur.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dan pendekatan kualitatif yang menggunakan tipe penelitian eksploratif. Maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan adalah dengan melakukan pendekatan langsung kepada pihak-pihak SBO TV melalui metode wawancara mendalam (*individual-depth-interview*). Menurut Hennink (2011, hal. 109) wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data yang

melibatkan seorang pewawancara dengan satu orang yang diwawancarai membahas topik-topik tertentu secara mendalam. Lalu ditambahkan oleh Neuman (1992, hal. 32) bahwa tujuan dari wawancara mendalam adalah mencoba untuk menyelidiki pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana informan menginterpretasikan kebijakan maupun informasi yang mereka lihat dan dengar. Kemudian peneliti akan melakukan wawancara mendalam yang dilakukan kepada pihak manajemen SBO TV mengenai bentuk-bentuk perlakuan yang menunjukkan bias *gender* dalam praktik jurnalisisme TV pada stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV. Hal ini agar peneliti mampu mengungkap bias *gender* yang terjadi pada jurnalis ketika melakukan praktik jurnalisisme TV pada SBO TV.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memulai dari menyediakan *guideline-interview* sesuai dengan topik yang dipilih. Adapun pihak manajemen yang diwawancarai adalah: koordinator *camera person*, koordinator *master control room*, koordinator editor, koordinator teknik, *executive producers*, koordinator grafis, koordinator presenter, koordinator reporter serta koordinator web TV dalam SBO TV. Pemilihan pihak-pihak tersebut sebagai informan dikarenakan individu-individu tersebut yang membuat peraturan mengenai syarat-syarat rekrutmen jurnalis yang diberlakukan pada divisinya masing-masing. Selain itu, pihak-pihak tersebut pula yang mengetahui secara

langsung bagaimana bentuk bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV yang terjadi pada divisinya.

Wawancara mendalam dilakukan kepada pihak SBO TV dengan menggunakan teknik wawancara berdasarkan alur pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dalam *guideline-interview* agar mendapatkan hasil jawaban yang sesuai. Pewawancara membacakan pertanyaan-pertanyaan yang ada di *guideline-interview* sesuai dengan topik yang dipilih oleh peneliti yaitu industri media dan bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV pada stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV kepada narasumber yang kemudian akan dilanjutkan dengan pertanyaan-pertanyaan yang lebih spesifik apabila dibutuhkan jawaban yang lebih detail. Hasil wawancara yang berupa rekaman suara dari narasumber dan pewawancara kemudian akan ditranskrip yang kemudian akan disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah ditentukan agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

Data primer selanjutnya yang digunakan oleh peneliti adalah dengan observasi secara langsung rekrutmen karyawan pada setiap divisi-divisi yang terdapat di SBO TV. Divisi-divisi tersebut antara lain divisi *camera person*, divisi *master control room*, divisi editor, divisi teknik, divisi produser, divisi grafis, divisi presenter, divisi reporter serta divisi web TV dalam SBO TV. Observasi langsung juga mengamati bagaimana bentuk-bentuk bias *gender* dalam praktik jurnalisme TV yang diberikan kepada setiap jenis *gender* yang berbeda.

Selain berdasarkan data primer, peneliti kemudian juga menggunakan data sekunder sebagai tambahan informasi dari data primer. Data-data seperti dokumentasi kegiatan produksi di dalam televisi yang menunjukkan bias *gender* dalam praktik jurnanisme TV serta peraturan-peraturan yang terdapat dalam posisi pekerjaan tertentu yang memunculkan bias *gender* juga diperlukan dalam membantu melengkapi data yang diperlukan dari penelitian ini.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Berdasarkan data-data yang diperoleh, maka teknik analisis data dalam penelitian ini pertama kali melakukan pemeriksaan terhadap seluruh jawaban narasumber untuk kemudian dibuat transkrip wawancaranya sebagai data untuk analisis lebih lanjut. Lalu langkah selanjutnya dengan menganalisis hasil temuan data dari hasil dokumentasi serta peraturan-peraturan yang merupakan data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini.