

RINGKASAN

Di Indonesia media massa acap kali menampilkan perempuan sebagai objek seks. Perempuan teramat jarang ditampilkan sebagai wanita karir, pekerja dan pemberi pendapat. Perempuan acap kali dipresentasikan secara mencolok sebagai simbol yang sesuai dengan komoditas yang dipasarkan. Perempuan sering tampil sebagai simbol kenikmatan minuman, keindahan produk furnitur, keanggunan dan kelincuhan produk mobil dan sebagainya. Perempuan juga selalu menjadi alat dan simbol produk-produk dan desain pakaian, yang menampakan sisi-sisi erotis dan keindahan produk tersebut. Identitas perempuan ditampilkan hanya sebagai komoditas pasar semata.

Internet sebagai media baru merupakan media yang juga menampilkan perempuan didalamnya tidak hanya tubuh perempuan tetapi juga kebutuhannya akan informasi. Situs yang memberikan informasi mengenai perempuan adalah www.kodisiperempuan.co.id dan www.kalyanamitra.co.id. Kedua website ini mempunyai peran memfasilitasi informasi kritis terkait dengan isu-isu perempuan untuk mendorong kemajuan gerakan sosial di Indonesia dan berusaha mewujudkan keadilan dan partisipasi perempuan Indonesia dalam pengambilan keputusan disemua tingkatan.

Situs www.koalisiperempuan.co.id dalam bulan Mei sampai dengan bulan Agustus memuat berita tentang perempuan Indonesia sebanyak 8 item berita. Berita dengan tema yang sama yaitu politik dan pemerintahan mendominasi pemberitaan sebesar 50% dengan sub tema sub tema kegiatan politik sebanyak 50%. Parlemen 16,67% dan sub tema kebijakan pemerintah sebanyak 33,33%. Berita dengan tema Kesejahteraan masyarakat sebesar 37,5% dengan sub tema mengenai pelatihan sebanyak 50%, pengkaderan 25% dan pemberian bantuan sebanyak 25%. Sedangkan yang memiliki prosentase paling kecil adalah tema hukum sebesar 12,5%. Sedangkan situs www.kalyanamitra.co.id memuat berita tentang perempuan Indonesia sebanyak 6 item berita. Berita dengan tema yang sama namun yang memuat sub tema politik dan pemerintahan mendominasi pemberitaan sebesar 50% dengan sub tema kegiatan politik sebesar 40%, kemudian mengenai kebijakan pemerintah sebesar 40% dan berita dengan sub tema terkecil mengenai parlemen sebesar 20%. Berita dengan tema moral masyarakat sebesar 33,33%. Sedangkan yang memiliki prosentase paling kecil adalah sub tema ekonomi sebesar 16,7%.

Situs-situs perempuan juga harus dapat berperan sebagai sosial-educatif. Diharapkan juga kepada para pembuat berita baik dimedia massa maupun internet lebih mengembangkan daya kritisnya terhadap produk-produk media yang ada sehingga dapat mengurangi bahkan menghilangkan bias gender. Menampilkan perempuan sebagai korban dan termajinalkan akan menghambat perempuan serta peran yang mendorong perempuan untuk memperjuangkan hak-haknya dalam kehidupan dan mencapai keadaan yang lebih baik, tidak hanya bagi kaum perempuan namun juga laki-laki.