

## RINGKASAN

### **IDEOLOGI PATRIARKHI DALAM MEDIA SEBAGAI RUANG PUBLIK (ANALISIS TERHADAP PELIPUTAN BERITA PILKADA SURABAYA) (Emy Susanti, Yayan Sakti Suryandaru, 2005, 95 halaman)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan nara sumber perempuan dibandingkan dengan nara sumber laki-laki pada liputan mengenai pilkadal Surabaya, mengetahui bagaimana terpilihnya nara sumber jenis kelamin tertentu dan perspektif jender dalam pendapat nara sumber berkaitan dengan liputan pilkadal Surabaya. Serta juga untuk mengetahui framing yang dibentuk dalam liputan mengenai pilkadal di Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan Indepth Interview terhadap redaktur Jawa Pos, Surya, Surabaya Post, dan Radar Surabaya, pemred, reporter yang terlibat peliputan untuk mengetahui rutinitas yang dilakukan berkaitan dengan praktek media, pakar dan aktivis perempuan, serta pakar komunikasi-media. Terakhir pengumpulan data juga dilakukan dengan melakukan analisis isi pada liputan isu tersebut dalam kurun waktu yang disesuaikan dengan masing-masing isu (satu bulan). Analisis dilakukan melalui *discourse analysis* serta *framing analysis* yang dilakukan pada teks yang terpilih berdasarkan beberapa kriteria yang dibutuhkan untuk memperoleh gambaran yang memadai dalam menjelaskan wacana tersebut.

Setelah dilakukan penelitian diperoleh kesimpulan, ketika perempuan dibicarakan dalam masa Pilwali Surabaya beberapa waktu lalu, persoalan ranah domestikasi masih menjadi fokus media dalam menyajikan perempuan dalam pemberitaan mengenai isu pilwali. Eksistensi perempuan dan kiprah perempuan di ranah publik sehingga mampu bersaing dengan calon lainnya dalam pilwali, tidak menjadi sorotan media. Perannya sebagai perempuan, terutama istri-istri para kandidat dalam keluarga selalu menjadi bumbu yang seringkali menimbulkan bias gender.

Sensitivitas gender pengelola media massa yang diimplementasikan lewat kebijakan media, bisa dikatakan masih belum memadai. Persoalan perempuan yang diakibatkan oleh munculnya diskriminasi, subordinasi atau marginalisasi di tengah masyarakat, masih dihampiri secara setengah-setengah. Sebagian besar pengelola media massa masih memiliki kepercayaan dan nilai gender yang bias gender. Hal ini tercipta karena lingkungan internal media dan lingkungan sosial dimana pengelola media tersebut berada, masih mengukuhkan praktek dan menjadi agen dari perilaku yang bias gender. Idiologi patriarkhis masih kuat melekat pada para pengelola media massa.

(LPPM dan Studi Wanita Universitas Airlangga; Kontrak nomor. 656/J03.2/PG/2003)

