

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 dihipnotis 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. Ideologi patriarkhis masih kuat melekat pada para pengelola media massa.

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

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan kerja pengelola media massa di Surabaya, Jawa Timur.



o

SUMMARY

Patriarkhy's Ideology in Media as Public Sphere

(Emy Susanti, Yayan Sakti Suryandaru, 2005, 95 pages)

The aim of this research is to know comparing women as news sources than man as news sources in the news's election Surabaya, how to choosing news sources base on sex and gender perspective in the news sources's opinion. Also to know framing in the election's Surabaya

The type of this research is descriptive. The data for this research is gathered by performing the in-depth interview – with to gate keeper's Jawa Pos, Surya, Surabaya Post, and Radar Surabaya, gender activist and media expert - and content analysis method. The data from in-depth interview and content analysis will be analyzed *discourse analysis* and *framing analysis tex*, and will be presented chronologically and in narrative way in order to describe the discourse

The result of this research is that the dominant news's content Surabaya's election about representation of women is still focusing domesticification area. Women existensi and activities women in the public area so able to challengece with other candidate in the Surabaya's election are not exposed and published. Sex role as women, especially wives candidate, in the family always is represented and make gender bias.

Gender sensitive's gete keepers media is implemented media policy, is optimum not yet. Discrimination, subordination or marginalization of women at community, isn't concerned by media. Almost staf of mass media bias gender belief and gender value. Because, environment and internal scope in the industry media still practiced and make by agent gender bias behaviour's. Patriakhy ideology is haved strongly gate keepers media.