



LAPORAN PENELITIAN  
DIPA PENERIMAAN NEGARA BUKAN PAJAK  
TAHUN ANGGARAN 2005

**IDEOLOGI PATRIARKHI DALAM MEDIA SEBAGAI  
RUANG PUBLIK: ANALISIS TERHADAP NARA SUMBER  
PEREMPUAN DALAM PELIPUTAN BERITA  
PILKADAL SURABAYA**

Oleh:

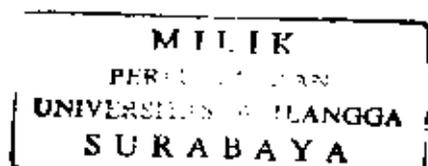
**Dr. Emy Susanti, MA.  
Yayan Sakti Suryandaru, M.Si.**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh Dana Penerimaan Negara Bukan Pajak Tahun 2005.  
Surat Keputusan Rektor Universitas Airlangga  
Nomor 4683/J03/PP/2005  
Tanggal 4 Juli 2005  
Nomor Urut : 98

Pusat Studi /Kajian Wanita  
UNIVERSITAS AIRLANGGA

November, 2005





DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus C Unair, Jl. Mulyorejo Surabaya 60115 Telp. (031) 5995246, 5995248, 5995247 Fax. (031) 5962066  
E-mail : infolemlit@unair.ac.id - http://appm.unair.ac.id

IDENTITAS DAN PENGESAHAN  
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN

1. Judul Penelitian	: Ideologi Patriarki dalam Media Sebagai Ruang Publik (Analisis terhadap Nara Sumber Perempuan dalam Peliputan Berita Pilkada Surabaya)
a. Macam Penelitian	: <input type="checkbox"/> Fundamental, <input type="checkbox"/> Terapan, <input type="checkbox"/> Pengembangan, <input type="checkbox"/> Institusional
b. Katagori Penelitian	: <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> II <input type="checkbox"/> III <input type="checkbox"/> IV
2. Kepala Proyek Penelitian	
a. Nama Lengkap dan Gelar	: Dr. Emy Susanti, M.A.
b. Jenis Kelamin	: Perempuan
c. Pangkat/Golongan dan NIP	: Pembina (Gol. IV/a) 131 406 097
d. Jabatan Sekarang	: Lektor Kepala
e. Fakultas/Puslit/Jurusan	: Pusat Penelitian Studi Wanita
f. Univ./Inst./Akademi	: Universitas Airlangga
g. Bidang Ilmu Yang Diteliti	: Komunikasi
3. Jumlah Tim Peneliti	: 2 (dua) orang
4. Lokasi Penelitian	: Surabaya
5. Kerjasama dengan Instansi Lain	
a. Nama Instansi	: -
b. Alamat	: -
6. Jangka Waktu Penelitian	: 5 (lima) bulan
7. Biaya Yang Diperlukan	: 5.750.000,00
8. Seminar Hasil Penelitian	
a. Dilaksanakan Tanggal	:
b. Hasil Penelitian	: <input type="checkbox"/> Baik Sekali <input checked="" type="checkbox"/> Baik <input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Sedang

Surabaya, Nopember 2005

Mengetahui/Mengesahkan :  
a.n. Rektor

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Prof. Dr. H. Sarmanu, MS.  
NIP. 130 701 125

## 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 pilkada Surabaya, mengetahui bagaimana terpilihnya nara sumber jenis kelamin tertentu dan perspektif jender dalam pendapat nara sumber berkaitan dengan liputan pilkada Surabaya. Serta juga untuk mengetahui framing yang dibentuk dalam liputan mengenai pilkada 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)



## 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 excistensi 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.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur, akhirnya penelitian Ideologi Patriarkhi Dalam Media Sebagai Ruang Publik (Analisis Terhadap Peliputan Berita Pilkada Surabaya) dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu hingga selesainya penelitian ini.

Ucapan terima kasih terutama kami sampaikan kepada Ditjen Dikti Sepdiknas atas kesempatan dan dananya yang diberikan kepada peneliti, para informan yang memberikan banyak data untuk lebih memperkaya dan memperdalam analisis dalam laporan ini.

Akhirnya, harapan peneliti semoga laporan ini bisa menjadi masukan dan bahan kajian bagi semua pihak yang menaruh perhatian pada masalah dan kajian komunikasi.

Surabaya, Desember 2005

Peneliti

## DAFTAR ISI

		Halaman
	Lembaran Identitas Dan Pengesahan .....	i
	Ringkasan .....	ii
	Summary .....	iv
	Kata Pengantar .....	iii
	Daftar Isi .....	iv
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
	1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
	1.2 Media dan Ruang Publik .....	7
	1.3 Rumusan Masalah .....	10
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
	2.1 Media Sebagai Ruang Publik .....	11
	2.2 Gender dan Gate Keepers Media .....	20
	2.3 Gender Pada Tatanan Individu dan Institusi .....	26
<b>BAB III</b>	<b>TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
	3.1 Tujuan Penelitian .....	36
	3.2 Manfaat Penelitian .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
	4.1 Tipe Penelitian .....	38
	4.2 Sasaran Penelitian .....	38
	4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
	4.4 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB V</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
	5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	40
	5.2 Perspektif Gender Narasumber Perempuan Dalam Pilkada Surabaya .....	42
	5.3 Rutinitas Media Atas Pemilihan Narasumber Jenis Kelamin Tertentu Dalam Peliputan Pilkada Surabaya .....	59
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
	6.1 Kesimpulan .....	70
	6.2 Sarana .....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Untuk mewujudkan demokrasi yang juga mengedepankan nilai keadilan, pelaksanaan pilkada berperspektif gender merupakan tuntutan yang relevan dilaksanakan. Tuntutan ini mencakup ruang lingkup aspek konsepsional dan aspek teknis dari tahapan pelaksanaannya. Eksplisit mendukung adanya kesetaraan gender dilihat dari UU No.7 Th 1984 tentang Pengesahan Konvensi Mengenai Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan, UU No. 12 Th 2003 tentang Pemilu dan UU No. 23 Th 2004 tentang Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT)

Dari ketiga UU tersebut di atas, UU No.12 Tahun 2003 tentang Pemilu adalah salah satu wujud pengakuan publik yang mengakomodasi kepentingan politik perempuan dalam pelaksanaan pemilu. Pada Pasal 65 dan ayat (1), UU tersebut menyatakan, "Setiap partai politik peserta pemilu dapat mengajukan calon anggota DPR, DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota untuk setiap daerah pemilihan dengan memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30%". Terlepas dalam pelaksanaannya belum mampu terimplementasikan secara efektif, namun secara yuridis -konsepsional, UU tersebut memberikan landasan perjuangan bagi perempuan untuk berkiprah secara terbuka dan bebas dalam berpolitik praktis.



Berikutnya adalah UU No.23 Tahun 2004 tentang Kekerasan dalam Rumah Tangga. Memang UU ini tidak secara tegas berkorelasi dengan dinamika atau hiruk pikuk dunia politik, tetapi hal yang fundamental dari UU ini adalah terdapatnya definisi yang tegas mengenai apa yang dimaksud dengan kekerasan dalam rumah tangga. Kehadiran UU ini memberi perlindungan dalam menjalankan peran sosialnya. Oleh karena itu, dalam perjalanan penerapannya akan dapat merekonstruksi tata nilai sosial masyarakat yang selama ini beranggapan bahwa kaum perempuan tidak perlu berjuang untuk mendapatkan perlindungan hukum. Undang - undang tersebut sebenarnya merupakan acuan empiris formal landasan bersikap untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan pilkada. Pelaksanaan pilkada berperspektif gender atau tidak, pencermatannya dapat dimulai dari sini.

Pilkada secara langsung dimaksudkan agar keputusan politik yang dihasilkan mencerminkan perilaku politik yang demokratis serta sesuai dengan partisipasi riil rakyat. Dasar yuridis formal pelaksanaannya dalah Pasal 56 ayat (1) dan (2), UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Pada Pasal 56 ayat (1) menyatakan, kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih berdasarkan asas langsung bebas, rahasia, jujur dan adil. Sedangkan ayat (2) menyebutkan pasangan calon yang menjadi kepala daerah dan wakil kepala daerah diajukan oleh partai politik atau gabungan partai politik.

Dasar hukum UU No. 32 Th 2004 memberi makna tidak ada diskriminasi terhadap hak atau kepentingan politik kaum perempuan dalam proses Pilkada. Secara konseptual dan teknis, mekanisme Pilkada memberikan peluang yang luas bagi kaum perempuan untuk berpartisipasi secara penuh. Namun menyimak kenyataan di lapangan atas proses awalan pelaksanaan pilkada yang mulai berkembang di sejumlah daerah, termasuk di Kota

Semarang, ada fenomena politik yang kontradiksi dengan harapan yang dilekatkan oleh kaum perempuan.

Seperti halnya pada pemilu legislatif dan presiden lalu, pada pilkada kali ini pun terjadi kecenderungan yang sama, yaitu masih dominannya laki-laki ketimbang perempuan. Hampir semua pasangan calon kepala daerah atau wakil kepala daerah yang diajukan oleh partai politik semuanya kaum laki-laki. Calon kepala daerah atau wakil kepala daerah dari kaum perempuan sangat minim bahkan di beberapa daerah tidak ada sama sekali.

Kondisi ini juga terjadi di Kota Surabaya. Dari keempat pasangan calon walikota dan wakilnya tidak ada satu pun perempuan yang mencalonkan diri. Kenyataan menunjukkan bahwa keterlibatan politik kaum perempuan sebagai calon kepala daerah masih sangat rendah. Kenyataan ini menimbulkan pertanyaan apakah kaum perempuan masih memosisikan dirinya hanya sebagai objek penerima keputusan politik. Faktor apakah yang menyebabkannya, apakah kaum perempuan sendiri yang tidak ingin menggunakan kesempatan politiknya? Ataukah masih terdapatnya kendala sosio kultural yang dihadapi kaum perempuan?

Perbedaan mendasar antara pilkada langsung dengan era sebelumnya adalah pada sistem pemilihan. Pilkada era sebelumnya proses pemilihan kepala daerah diwakilkan oleh anggota parlemen (DPRD), sehingga keputusan politik tidak jarang melalui proses lobi-lobi di ruang sidang. Sedangkan pada pilkada langsung proses pemilihan kepala daerah di pilih langsung oleh rakyat. Dibandingkan dengan sistem perwakilan, pemilihan langsung jelas lebih demokratis karena rakyat langsung dapat menggunakan hak politiknya. Tetapi pada sisi lain sistem pemilihan langsung dapat menciptakan atmosfer persaingan politik yang sangat tajam karena masa pendukung akan berbenturan di lapangan. Ekses negatif dari pola ini

adalah pertama, tingginya biaya yang dibutuhkan bagi calon kepala daerah untuk melakukan kampanye. Kedua, adanya rangsangan untuk melakukan tindakan politik yang guna menarik simpati pemilih. Ini terjadi karena hak suara yang terdistribusi ke perseorangan individu dapat diakses secara simultan baik oleh pelaku politik maupun objek politik.

Sementara itu realitas politik yang sekarang ini terjadi pada semua partai politik peserta pilkada adalah masih dominannya keputusan politik yang dilatarbelakangi kepentingan pragmatis daripada untuk memperjuangkan platform partai. Proses konvensi partai yang diselenggarakan parpol untuk menentukan calon pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah tidak jarang hanya untuk kepentingan formalitas saja. Konvensi partai sering menjadi "alat partai" untuk mencari sumber dana partai. Caranya adalah dengan mencari kandidat independen (di luar partai) atau menyusun struktur pola calon pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah dari unsur partai dan dari unsur di luar partai, biasanya pengusaha.

Penawaran calon kandidat dari unsur di luar partai biasanya disertai komitmen yang harus dipenuhi oleh pihak yang ingin menggunakan kesempatan tersebut. Kecenderungan pola mengarah pada stigma: pertama, konvensi partai politik hanya legitimasi politik untuk mencari sumber dana. Kedua, parpol hanya menjadi kendaraan politik bagi siapa yang ingin memperoleh kekuasaan asal memiliki modal besar.

Terdapat beberapa hal yang dapat dideskripsikan dari proses pilkada. Pertama, sistem pemilihan langsung memiliki atmosfer politik yang cenderung lebih panas, karena persaingan lebih tajam. Dua, sistem pemilihan langsung menuntut kemenangan jumlah suara yang besar oleh karenanya parpol akan cenderung memilih kandidat yang memiliki jumlah massa yang besar.

Tiga, memerlukan biaya kampanye yang lebih besar. Empat, lebih merangsang tindakan politik uang. Lima, calon kandidat kepala daerah atau wakil kepala daerah harus memiliki jumlah dana yang relatif besar. Enam, tidak jarang konvensi partai tidak berjalan objektif, hanya untuk kepentingan pragmatis. Tujuh, pola perekrutan kandidat dari unsur di luar partai akan membuat partai politik kadang-kadang cenderung memilih kandidat yang memiliki jumlah dana yang besar. Selama ini keterpurukan perempuan di bidang politik praktis bermuara tidak adanya kebijakan politik yang berbasis pada kesetaraan gender. Perempuan selalu menjadi pihak yang paling rentan terhadap berbagai kesalahan pembangunan (kebijakan publik). Keterpurukan yang sedemikian sistematis ini menjadikan perempuan memiliki keterbatasan dan kendala untuk meningkatkan kiprah politiknya di lembaga politik formal. Kendala yang dihadapi oleh kaum perempuan dalam berpolitik mencakup aspek sosio-kultural dan psikologis:

Kendala sosio-kultural dan psikologis tersebut adalah belum terbangunnya keyakinan politik yang kuat dari partai mengajukan calon kandidat perempuan. Kurangnya kepercayaan diri perempuan untuk mencalonkan diri. Persepsi perempuan tentang politik praktis sebagai permainan kotor. Perempuan tidak terbiasa berada dalam atmosfer persaingan politik yang menjurus pada kekerasan massal. Sangat jarang perempuan yang memiliki basis massa dalam jumlah banyak, dan dana lemah. Kendala teknis yang menjadikan kaum perempuan tidak tertarik berpolitik praktis dalam proses pilkada adalah tidak adanya instrumen hukum yang efektif mampu mengatasi konflik politik akibat pelanggaran yang sengaja dilakukan. Selama ini penyelesaian pelanggaran dalam proses pemilu termasuk pilkada menjadi kasus bagian yang terpisah dari rangkaian pemilu atau pilkada. Putusan hukum dari penyelesaian konflik pelanggaran selalu tidak mempengaruhi hasil politik dari proses pemilu atau pilkada. Dari

gambaran kenyataan tersebut disimpulkan, pelaksanaan pilkada tahun ini belum berperspektif gender. Karena sistim/mekanisme yang diterapkan belum mengakomodasi kendala sosio-kultural dan psikologis yang dihadapi kaum perempuan. Pilkada kali ini masih menempatkan kaum perempuan sebagai objek politik dan pihak yang menerima hasil proses interaksi politik.

Untuk mewujudkan pilkada berperspektif gender dibutuhkan komitmen dan kedewasaan politik dari semua pihak. Artinya di samping memerlukan landasan yuridis-formal yang mampu memberi pengakuan politik kesetaraan gender, proses perencanaan dalam menentukan pola pelaksanaan pilkada hendaknya harus mempertimbangkan variabel kendala sosio-kultural dan psikologis yang dihadapi kaum perempuan. Apalagi kendala tersebut bersifat tersistematis dan melembaga.

Autokritik yang sering dilontarkan pada kaum perempuan adalah agar dalam proses penataan sistem politik di masa depan dapat berkiprah secara lebih luas dan optimal karena itu perlu dibangun wacana nilai-nilai sosial-budaya dan menerapkan pola perilaku yang konstruktif agar kendala sosio-kultural dan psikologis yang dihadapi mampu terurai dan tidak bersifat melembaga dalam pandangan individu dan dinamika masyarakat. Upaya tersebut dapat dimulai dengan melakukan langkah-langkah strategis seperti membangun dan melembagakan nilai-nilai sosial tentang pentingnya kesetaraan gender di tengah masyarakat. Terlibat secara aktif serta mengambil peranan yang strategis dalam kelembagaan kemasyarakatan. Selalu memperhatikan dan mengkritisi perkembangan politik nasional-regional sebagai upaya menempatkan diri sebagai pelaku politik yang aktif. Membangun jaringan sosial-kemasyarakatan, dengan tidak berkutat hanya pada organisasi perempuan.

## 1.2 Media dan Ruang Publik

Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang, dan ditengah-tengah perubahan yang telah terjadi, dan sebagai tindak lanjut dan kemauan untuk menjalankan reformasi, tentunya tetap dalam kerangka untuk meneruskan pembangunan yang akhirnya dapat memajukan bangsa agar tetap tidak tertinggal dengan negara-negara lainnya. Antara lain, Reformasi tahun 1998 tersebut mempengaruhi perkembangan, karakteristik serta kualitas komunikasi. Perkembangan karakteristik tersebut harus dikaitkan dengan ciri dari fungsi komunikasi massa dalam konteks pembangunan. Misalnya di bidang sosio-kultural, media komunikasi massa sangat mempengaruhi keyakinan dan tingkah laku. Dalam konteks pembangunan ekonomi media komunikasi massa berperan untuk memobilisasikan sumber daya manusia dengan meningkatkan potensi dan penyebaran pengetahuan. Di bidang pembangunan politik, media massa berfungsi sebagai mempertebal identitas nasional dan kepentingan nasional yang menjadi dasar bagi pembentukan *nation-state* dan untuk mendorong demokrasi. Di bidang pendidikan, media komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan bagi peningkatan pendidikan formal. Di bidang teknologi dan manajemen, media massa merupakan medium untuk mempercepat transfer teknologi dan inovasi manajerial dan terakhir adalah bahwa di tingkat hubungan internasional media massa mampu untuk mengatasi kesenjangan antar bangsa dan menciptakan satu komunitas kepentingan dan budaya dunia. Untuk membantu mencapai tujuan-tujuan pembangunan tersebut, diperlukan suatu kondisi yang demokratis partisipatoris.

Keberadaan perempuan di ruang publik sudah lama menjadi permasalahan yang dirasakan dalam proses demokratisasi di banyak negara termasuk negeri ini. Rendahnya partisipasi perempuan di ruang publik tercermin tidak saja pada kualitas tapi juga

kuantitasnya. Padahal, jumlah perempuan yang melebihi separuh jumlah penduduk negeri ini tentunya memiliki tuntutan terwakilinya kepentingan mereka di sektor publik cukup signifikan. Upaya untuk memberikan quota sebesar 30 % perempuan di parlemen tidak juga bergaung kencang, tidak di masyarakat tidak juga di kalangan perempuan kecuali sedikit kalangan akademisi dan aktivis perempuan.

Sudah sejak lama perempuan termarginalisasi dan terkungkung di ruang privat dengan segala permasalahannya. Domestifikasi peran perempuan yang didasarkan pada ideologi patriarki sudah mengakar begitu kuatnya tidak saja pada kaum laki-laki tetapi juga kaum perempuan. Kegamangan perempuan memasuki wilayah publik tercermin dalam berbagai media yang jelas-jelas dikelola oleh perempuan akan tetapi keberadaannya hanya mengukuhkan peran perempuan yang tidak jauh dari seorang ibu rumah tangga, pengurus anak, pelayan suami, dengan berbagai stereotif kebutuhan yang melekat padanya, seperti informasi seputar kegiatan berbelanja, bergosip, berdandan, memasak dan sebagainya.

Di media yang bersifat umum –yang memuat atau menayangkan berita-berita sosial, politik dan ekonomi- perempuan termarginalisasi dalam hampir seluruh tipe media. Walaupun ada tulisan atau liputan tentang suatu peristiwa atau *public issues* maka tampilnya perempuan seringkali lebih pada penampilan fisik mereka bukan terhadap komentar atau analisis mereka tentang kegiatan atau isu yang diliput. Artinya ketika suatu kegiatan atau isu diliput oleh media perempuan hanya diliput dalam kedudukannya sebagai sosok yang dijadikan objek tulisan, liputan atau gambar yang berkaitan dengan isu tersebut. Ketika tulisan atau liputan tersebut memuat komentar atau analisis tentang isunya maka laki-laki cenderung lebih banyak dipilih (Chotey & Honeys, 1997).

Kecenderungan pemilihan nara sumber laki-laki maupun perempuan berdasarkan kepakarannya tentang ilmu tertentu, atau kekhasan isu yang diliput tentu dapat dipahami. Akan tetapi apabila isu tersebut menyangkut *public issues* dan nara sumber dipilih bukan atas kepakarannya tentu persoalannya menjadi lain. Artinya nara sumber di luar kepakaran dan kekhasan isu tersebut baik sebagai anggota masyarakat atau kelompok tertentu juga memiliki posisi strategis dalam menentukan opini publik tentang masalah yang menyangkut kepentingan publik dalam hal ini mencakup kepentingan laki-laki maupun perempuan.

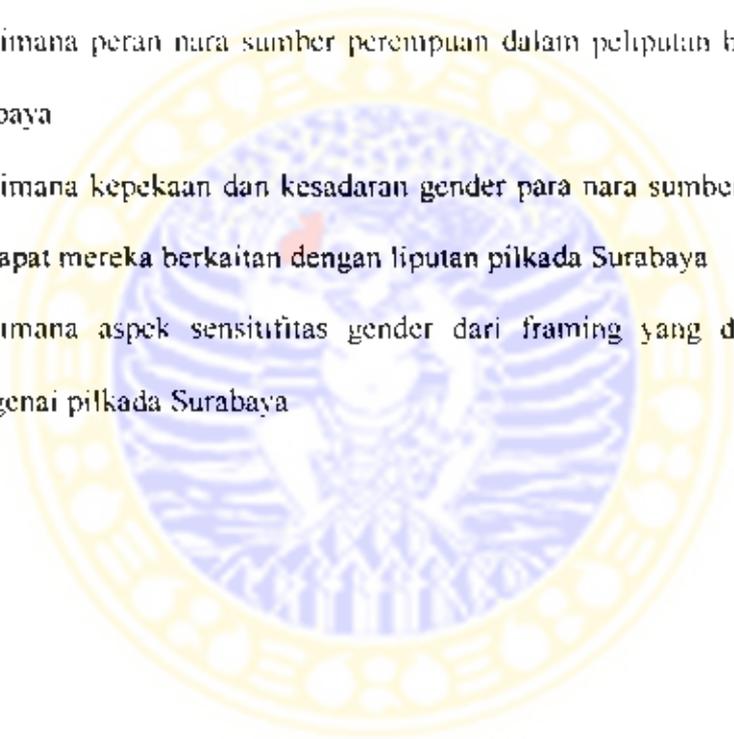
Bagaimanakah keberadaan nara sumber perempuan dibandingkan nara sumber laki-laki dalam isu-isu publik? Berdasarkan beberapa pemikiran di atas tidak berlebihan apabila penelitian ini mencoba mengetahui berbagai fakta yang terkait dengan mempengaruhi pemilihan nara sumber dalam isu-isu publik. Selain itu, karena media sebagai ruang publik merupakan sarana yang penting dalam memantapkan ideologi patriarki, maka penentuan dan keberadaan narasumber menjadi sangat penting

Pemilihan nara sumber merupakan sesuatu yang cukup penting untuk dikaji dalam kaitannya dengan representasi perempuan dalam keberadaan media sebagai ruang publik –se terbatas apapun-. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa pemilihan nara sumber adalah salah satu langkah awal yang dapat mempengaruhi kemana opini masyarakat akan dibentuk. Dengan kata lain ketika akses perempuan menjadi nara sumber begitu terbatas dan nara sumber yang terpilih pun baik laki-laki maupun perempuan terhegemoni oleh ideologi patriarki maka tak terhindarkanlah proses marginalisasi terhadap kaum perempuan dalam ruang publik –yang realitasnyapun masih sangat terbatas- terus berlangsung.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemikiran diatas maka pada dasarnya penelitian ini mencoba mengungkap berbagai hal terkait dengan “Bagaimana gambaran ideologi patriarki dalam liputan media mengenai pemilihan kepala daerah secara langsung di Kota Surabaya” Secara rinci penelitian ini ingin memperoleh pengetahuan mendalam tentang :

1. Bagaimana penentuan nara sumber sebagai fokus peliputan berita mengenai pilkada Surabaya
2. Bagaimana peran nara sumber perempuan dalam peliputan berita mengenai pilkada Surabaya
3. Bagaimana kepekaan dan kesadaran gender para nara sumber yang tercermin dalam pendapat mereka berkaitan dengan liputan pilkada Surabaya
4. Bagaimana aspek sensitivitas gender dari framing yang dibentuk dalam liputan mengenai pilkada Surabaya



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Walaupun terdapat berbagai kontroversi tentang efek media akan tetapi tidaklah dapat diabaikan lagi bahwa isi media memiliki efek pada khalayaknya apapun bentuknya. Oleh karena itu selain penelitian tentang efek media yang menempatkan media sebagai suatu sektor yang menghasilkan berbagai efek pada khalayak, penelitian tentang media juga perlu dikembangkan dengan melihat sisi lain dari media yaitu bagaimana isi media tersebut terbentuk. Apabila dalam penelitian-penelitian pertama tersebut media dilihat sebagai suatu faktor yang mempengaruhi maka penelitian-penelitian yang terakhir media menjadi suatu faktor yang dipengaruhi yang kemudian diasumsikan telah dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal tergantung dari pendekatan yang digunakan dalam menganalisisnya (Shoemaker & Reese, 1996).

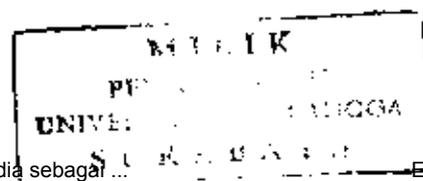
#### 2.1 Media sebagai Ruang Publik

Di dalam studi media ada tiga pendekatan untuk menjelaskan isi media yaitu pertama pendekatan ekonomi politik (*political-economy approach*), pendekatan organisasi, dan pendekatan kulturalis (*culturalis approach*). Ketiga pendekatan ini memiliki asumsi yang berbeda dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi wujud dari isi media (Mc Nair, 1994).

Pendekatan ekonomi politik mengasumsikan bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi politik di luar pengelolaan media. Faktor-faktor seperti pemerintah, regulasi, pemilik media, modal, dan pendapatan media dianggap lebih menentukan bagaimana wujud isi media. Dalam pendekatan ini mekanisme produksi berita dilihat sebagai bagian integral dari relasi ekonomi dan struktur politik. Pola, jenis dan isi pemberitaan ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan kepentingan-kepentingan politik yang secara dominan menguasai pemberitaan.

Berbeda dengan pendekatan ekonomi politik pendekatan organisasi justru melihat pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan media dan produksi berita. Dalam pendekatan ini berita dilihat sebagai hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Praktik kerja, profesionalisme, dan tata aturan yang ada dalam ruang organisasi adalah unsur-unsur dinamik yang mempengaruhi pemberitaan. Dengan kata lain proses produksi berita adalah mekanisme keredaksian semata, dimana setiap organisasi berita mempunyai pola dan mekanisme tersendiri untuk memberitakan peristiwa. Mekanisme ini bersifat internal dan tidak ditentukan oleh kekuatan di luar media. Media dianggap otonom dalam menentukan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh atau tidak layak diberitakan.

Pendekatan ketiga adalah pendekatan kulturalis yang merupakan gabungan antara pendekatan ekonomi politik dan pendekatan organisasi. Proses produksi berita disini dilihat sebagai mekanisme yang rumit yang melibatkan faktor internal media (rutinitas media) sekaligus juga faktor eksternal di luar media. Mekanisme yang rumit ini ditunjukkan dengan terjadinya perdebatan di ruang pemberitaan. Media pada dasarnya memiliki mekanisme untuk menentukan pola dan aturan organisasi tetapi berbagai pola yang dipakai untuk memaknai peristiwa tersebut tidak dapat dilepaskan dari kekuatan-kekuatan ekonomi politik



di luar media. Berkaitan dengan pengaruh eksternal berbeda dengan pendekatan ekonomi politik dalam pendekatan kulturalis pengaruh eksternal media dilihat diyakini tidak bersifat langsung. Pengaruh eksternal tersebut seringkali justru tidak disadari oleh jurnalis. Jurnalis menganggap beritanya objektif, berimbang dan dua sisi. Padahal faktanya, secara langsung berita itu turut melanggengkan dan menguntungkan kekuatan ekonomi politik yang dominan.

Selanjutnya berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi isi media Shoemaker dan Reese mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi yaitu faktor individual, rutinitas media, organisasi, dan ekstramedia. Untuk faktor ekstra media mencakup faktor sumber berita, sumber penghasilan media, pemerintah, dan ideologi.

Secara lebih spesifik, dilihat dari segi fenomena komunikasi dan informasi yang terjadi di Indonesia, karakteristik dan kualitas komunikasi adalah;

1. Dinamika demokratisasi yang melandasi reformasi kehidupan sosial-politik. Dinamika ini meliputi proses-proses penciptaan sebuah masyarakat madani (*civil society*), penyelenggaraan kebebasan menyatakan pendapat bagi setiap warga negara, dan pelembagaan ruang atau kawasan publik (*public spheres*) dimana semua komponen publik bisa memperoleh akses ke forum-forum pembentukan pendapat tanpa adanya kekangan bagi negara ataupun pasar. Dalam konteks demokratisasi semacam itu pula, wacana kebebasan komunikasi tidak bisa dilepaskan dari konteks menyatakan aspirasi dan kesamaan akses bagi setiap warganegara.
2. Dinamika liberalisasi atau deregulasi di sektor industri media. Dinamika ini antara lain mencakup proses-proses mengkonstruksi struktur pasar serta pengaturan mekanisme

pasar di sektor industri media, antara lain melalui proses penyusunan undang-undang. Dinamika di sektor industri media tersebut, semakin nampak dipengaruhi oleh spirit neo-liberalisme yang memunculkan kecenderungan untuk menolak segala bentuk intervensi negara dalam pengaturan ekonomi dan industri. Dalam spirit neo-liberalisme itu pula pengaturan mekanisme pasar dinilai harus diserahkan pada *the invisible hand* kekuatan-kekuatan pasar, berdasarkan kaidah-kaidah, logika dan rasionalitas instrumental yang berorientasi pada maksimum produksi bagi manajer, dan maksimum akumulasi modal bagi pemodal. Kesemuanya ini mendorong tiap pemeran industri media untuk bertingkah laku sesuai dengan suatu lingkaran akumulasi modal yang tidak pernah ada akhirnya atau yang sering disebut sebagai *Money-Commodities dan More Money* atau sirkuit MCM (Heilbroner, 1986). Dalam konteks ini pula sebenarnya wacana regulasi-deregulasi harus ditafsirkan. Deregulasi pada hakikatnya adalah menghapus *state regulation* dan menggantikannya dengan *market regulation*. Tetapi dari sisi kepentingan publik, maka yang harus menjadi pokok perhatian adalah bukanlah pilihan antara pengaturan oleh negara atau pengaturan oleh pasar, tetapi apakah segala pengaturan tersebut mampu memperhatikan kepentingan publik secara optimal (Mosco, 1996).

Meski demikian, khusus dalam bidang komunikasi dan informasi, yang menjadi pertanyaan besar bagi publik adalah sejauhmana dinamika liberalisasi dan deregulasi industri media, khususnya media elektronik, yang memanfaatkan *public good* seperti spectrum gelombang elektromagnetis tersebut fungsional atau menunjang proses demokratisasi, atau sejauhmana liberalisasi ekonomi di sector industri media compatible dengan kepentingan publik untuk menyelenggarakan proses-proses demokratisasi.

Ada sejumlah alasan dan kondisi yang memunculkan kekhawatiran bahwa liberalisasi industri media menjadi tidak analog dengan proses demokratisasi serta penyelenggaraan kepentingan publik dalam sebuah sistem demokrasi. Beberapa alasan diantaranya adalah:

- a. Ketimpangan kuasa (*power*) dalam mengkonstruksi pasar. Bertentangan dengan mitos yang mengatakan bahwa pasar adalah sebuah realitas yang objektif, yang ada dengan sendirinya, maka fakta sejarah justru memperlihatkan bahwa pasar, kapan dan dimanapun juga, selalu merupakan sebuah konstruksi sosial, yang melibatkan interaksi sosial antara berbagai kekuatan dan kepentingan di masyarakat. Dalam interaksi tersebut mereka yang memiliki surplus kuasa politik ataupun ekonomi lebih mampu mempengaruhi negara dalam menetapkan mekanisme, aturan-aturan pasar, termasuk aturan untuk menolak intervensi negara itu sendiri. Mayoritas publik yang tidak memiliki sumberdaya politik dan ekonomi akan selalu berada dalam posisi subordinat. Karena itu, bagi banyak kalangan, upaya yang perlu dilakukan terus menerus adalah pemberdayaan publik, agar mereka mampu mempergunakan negara untuk tujuan-tujuan mengkonstruksi pasar yang mampu semaksimal mungkin memperhatikan kepentingan publik.
- b. Ketimpangan finansial antar kelompok yang ingin menjadi pemain pasar. Walaupun hambatan politik untuk memasuki sektor industri media pada Orde Baru dulu telah dihapus, namun faktor penghalang finansial tetap besar. Kelompok yang mampu memanfaatkan *public goods* spektrum gelombang elektromagnetik (media elektronik) untuk kegiatan komunikasi tetap saja berada pada segelintir pemilik modal.
- c. Komodifikasi dan selektivitas akses. Meskipun memang akan selalu ada idealisme dalam diri jurnalis yang menjadi *human agency* dalam industri media, tetapi berbagai tekanan

struktural pasar akan memaksa mereka untuk menyensor isu-isu permasalahan publik yang tidak bisa diolah sebagai komoditi atau mencekal dengan tidak memberi akses mereka yang tidak mampu membeli waktu tayang atau tidak mampu menciptakan nilai berita bagi isu permasalahan yang ingin mereka angkat. Isu-isu yang mungkin tidak mempunyai nilai berita antara lain adalah:

- isu yang dinilai kurang memiliki nilai berita, seperti isu tunawisma, pengangguran, minimnya upah buruh, ketiadaan pelayanan kesehatan bagi kelompok miskin, dan sebagainya, hanya akan memperoleh akses kepada media, sebagai informasi atau materi talkshows, bila sudah cukup matang untuk dijadikan komoditi informasi, misalnya, bila telah mewujudkan diri sebagai konflik sosial, kerusuhan, pemogokan buruh, atau peningkatan kriminalitas yang mengganggu keamanan segmen sasaran utama iklan-iklan yang membiayai industri, yang dalam hal ini adalah kelas menengah perkotaan).
- Dalam banyak kasus, buruh, tani dan mahasiswa harus melakukan demonstrasi yang hirup pikuk agar suara mereka memperoleh nilai berita yang bisa diolah menjadi komoditi informasi oleh industri media.
- Program-program seni dan budaya yang akan terus hidup adalah yang bisa dikemas sesuai dengan selera pasar atau sesuai dengan format berita atau penyiaran. Sementara program acara seni dan budaya yang berkualitas tinggi, atau yang merupakan representasi budaya masyarakat harus berkemas untuk mengundurkan diri.

- Lebih dari itu, program-program investasi sosial dan pendidikan, bila tidak dapat dikemas sebagai komoditi, akan memperoleh prioritas dibawah program-program yang justru bisa menimbulkan dampak sosial negatif, seperti acara atau film kekerasan atau yang mengeksploitasi seks dan sebagainya.

Di lain pihak, seperti kasus yang pernah terjadi di Indonesia tahun lalu, seorang konglomerat bisa saja dengan mudah membeli waktu tayang secara serempak disejumlah stasiun penyiaran, sekedar untuk bernyanyi dan menceritakan diri serta mimpi-mimpinya.

- d. Konsentrasi dan homogenisasi. Kaidah-kaidah alami yang berlaku dalam pasar, akan selalu berkecenderungan mengarah pada berbagai bentuk konsentrasi, baik kepemilikan atau penguasaan pasar (*market shares*) dan homogenisasi. Semua ini akan memperkecil akses bagi kemajemukan kreativitas, aspirasi, ataupun opini melahirkan homogenisasi selera, sikap dan pandangan yang direpresentasikan oleh produk media, misalnya berita atau hiburan. Berbagai bentuk penyeragaman produksi penyiaran atau isi media, yang menjadi ciri *authoritarian corporation* rejim Orde Baru, mungkin kelak akan tergantikan oleh homogenisasi dalam bentuk lain yang lebih ditentukan oleh kepentingan politik pemilik media ataupun kepentingan media sebagai *economic ventures*, misalnya seperti homogenisasi pola dan karakteristik tayangan atas dasar pertimbangan rating TV, efisiensi produksi, ataupun konsentrasi kepemilikan. Gejala konsentrasi kepemilikan dan penguasaan pasar, serta implikasinya terhadap homogenisasi produk pemberitaan memang saat ini belum nampak menyolok. Tetapi berbagai kasus pengamatan telah memperlihatkan munculnya fenomena tersebut.

Dari gambaran di atas tampaknya untuk melihat isi media, dalam hal ini yang terkait dengan representasi perempuan didalamnya maka tak dapat dilepaskan dari analisis terhadap ideologi patriarki yang tertanam di dalam masyarakat termasuk para jurnalis di dalamnya. Secara umum pada dasarnya sebagai ideologi, budaya patriarki telah tertanam cukup lama menjadi ideologi dominan dan sebuah hegemoni dalam masyarakat.

Berkaitan dengan hegemoni, Gramsci menjadikan hegemoni sebagai titik sentral dalam menjelaskan dinamika kehidupan masyarakat. Di dalam pandangan Gramscian, hegemoni digambarkan dalam beberapa point pandangan di bawah ini :

- Sebuah kelas atau kelompok sosial telah berhasil dalam mempersuasi kelas yang lain dalam masyarakat untuk menerima nilai-nilai moral, politikal, atau budaya kelas tersebut
- Mengasumsikan adanya persetujuan langsung yang diberikan oleh mayoritas populasi kepada kebijakan tertentu yang diusulkan oleh mereka yang berada dalam pucuk kekuasaan
- Persetujuan yang diberikan tidak selalu berlangsung damai dan mungkin mengembangkan kekuatan fisik atau paksaan dengan kekerasan, keterlibatan intelektual, moral dan kebudayaan
- Dapat dipahami sebagai *common sense* seluruh bidang kebudayaan dimana ideologi dominan dipraktikkan dan disebarluaskan
- Sesuatu yang menimbulkan perjuangan kelas dan sosial serta dijalankan untuk membentuk dan mempengaruhi pemikiran rakyat
- Kumpulan ide dari faktor-faktor dimana kelompok dominan berusaha untuk mengamankan persetujuan dari kelompok sub ordinat pada kepemimpinan mereka (Stillo, 1998).

Mengacu pada pandangan Gramscian di atas maka secara singkat hegemoni mengandung beberapa poin berikut yaitu ketika sebuah kelompok dalam masyarakat berhasil mempersuasi masyarakat untuk menerima nilai-nilai moral, politikal, atau budaya, sehingga muncul persetujuan mayoritas masyarakat. Persetujuan ini diasumsikan tidak selalu berlangsung damai akan tetapi mungkin dikembangkan melalui kekuatan fisik, paksaan dengan kekerasan, keterlibatan intelektual, moral atau kebudayaan.

Selanjutnya menurut Gramsci, tidak ada hegemoni tanpa inti pokok ekonomi. Di lain pihak menurutnya jangan terjebak pada ekonomisme mekanis lama dan yakin bahwa meskipun anda hanya bisa menguasai ekonomi anda bisa mengatur kehidupan lainnya (Simon, 1999). Artinya bagi Gramsci selain ekonomi kekuatan lain tidak dapat diabaikan, karena watak kekuasaan dalam dunia moderen juga dibangun dalam hubungannya dengan persoalan politik, moral intelektual, budaya, ideologi dan gender.

Dengan kata lain dalam pandangan *cultural studies* mengenai ideologi diasumsikan bahwa media memainkan sirkulasi dan mengamankan definisi dan representasi ideologi yang dominan. Sementara makna kultur sendiri dalam *cultural studies* adalah ide umum dimana sebuah masyarakat atau kelompok bergantung, ideologinya, atau cara kolektif dalam memahami pengalamannya. Selain itu kultur juga dapat diartikan sebagai praktik atau keseluruhan cara hidup dari sebuah kelompok atau segala yang dilakukan manusia dari hari ke hari. Artinya kedua konsep tersebut tidak dapat dipisahkan yaitu ideologi diproduksi melalui praktik sosial bahkan dalam kajian media massa dan kultur praktik serta ide-ide akan muncul bersama dalam konteks sejarah (Littlejohn, 1995)

Apabila menurut Gramsci Mengacu pada pendekatan kulturalis dalam melihat nara sumber perempuan dalam berita maka faktor-faktor yang dapat diasumsikan akan sangat mempengaruhi wujud isi media adalah faktor internal berkaitan dengan para pekerja media dan ideologi patriarki yang dominan dalam masyarakat.

## 2.2 Gender dan Gate Keepers Media

Peran media massa dalam kehidupan sosial tidak diragukan lagi. Walau kerap dipandang secara berbeda-beda, namun tidak ada yang menyangkal atas perannya yang signifikan dalam masyarakat modern. Mc Quail misalnya, dalam bukunya *Mass Communication Theory* (2000: 66), merangkum pandangan khalayak mengenai peran media massa. Setidaknya ada enam perspektif dalam hal melihat peran penting media. **Pertama**, melihat media massa sebagai *window on events and experiences*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak “melihat” apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

**Kedua**, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, menjadikan perempuan sebagai obyek berita yang seksis, penuh bias, justru menjadikan perempuan yang menjadi “korban” tambah menderita (seperti dalam kasus pemerkosaan, prostitusi, perdagangan perempuan yang di dalamnya mengandung unsur kekerasan, penipuan, pelecehan seksual dan penghilangan hak asasi perempuan sebagai manusia yang merdeka), karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak

suka. Walaupun sebenarnya, *angle*, arah, dan *framing* dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para profesional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang khalayak inginkan.

Ketiga, memandang media massa sebagai *filter*, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih issue, informasi, atau bentuk *content* yang lain berdasar standard para pengelolanya. Disini khalayak "dipilihkan" oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui (lewat berita di surat kabar, majalah, atau radio), harus dikonsumsi (lewat iklan), dan mendapat perhatian untuk dijadikan sebagai cermin kehidupan khalayak (lewat sinetron atau film). Keempat, media massa acapkali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau *interpreter*, yang menerjemahkan, dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.

Perspektif kelima, melihat media massa sebagai *forum* untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Yang terakhir, keenam media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalanginya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif di masyarakat.

Dalam menjalankan fungsinya untuk menyediakan informasi dan hiburan bagi khalayaknya, media massa hadir sebagai institusi sosial. Keberadaan dalam sistem sosial ini melahirkan pengelola media sebagai aktor sosial yang harus menjalankan fungsinya sesuai dengan harapan (*expectation*) dari masyarakat. Media massa akan mensuplai masyarakatnya untuk dapat memasuki dunia yang dipilihnya. Materi informasi fiksional semacam musik atau

sastra akan membawa penggunaanya ke dunia subjektif, sedang materi faktual seperti berita (*news*) digunakan sebagai dasar memasuki dunia sosial empiris.

Berkaitan dengan *agenda setting* media yang menjadikan media massa begitu mudahnya “mengontrol dan mengarahkan” segala hal yang harus diketahui oleh khalayaknya, memunculkan pertanyaan apakah media merupakan ‘cermin’ atau ‘refleksi dari realitas’. Atau, sebaliknya ia menjadi cermin dari ‘separo realitas’ dan dengan demikian merupakan sebuah bentuk ‘distorsi realitas’. Dalam hal ini – oleh karena media tidak terlepas dari berbagai tekanan ideologi – maka, ketimbang menjadi ‘cermin realitas’ media lebih tepat disebut sebagai ‘perumus realitas’ (*definer of reality*) (Bennet, 1982).

Beroperasinya ideologi di dalam media, tidak terlepas dari mekanisme ‘terlihat’ (*visible*) dan ‘tersembunyi’ (*invisible*) yang inheren di dalam prinsip ideologi itu sendiri. Artinya, ‘ketersembunyian’ (*invisibility*) merupakan kondisi dari keberhasilan sebuah ideologi. Dalam hal ini, dalam menciptakan *language game* antara transparansi / ketertutupan atau keterlihatan / ketersembunyian, ada mekanisme beroperasinya ideologi di dalam media sebagai ‘pendefinisi realitas’. Dalam hal ini, apa yang disajikan oleh media sebagai ‘alat hegemoni’ bukanlah gambaran ‘realitas’ akan tetapi ‘versi realitas’ yaitu realitas yang telah terdistorsi. Jean Baudrillard menyebut versi realitas tersebut sebagai ‘simulacra realitas’, ‘topeng realitas’, ‘kamufase realitas’ atau ‘hiper realitas’ – sebuah (rekayasa) realitas media yang menyembunyikan kebenaran yang sesungguhnya lewat rekayasa ‘image kebenaran’ (Baudrillard, 1995).

Dalam konteks penggambaran perempuan di media massa, hiper-realitas ini kerap muncul dengan mengusung nilai-nilai konsumerisme, seksualitas, kapitalisme, dan stereotip gender. Beberapa produk media yang dikemas dalam bentuk sinetron, iklan, atau

*infotainment* seringkali secara subtil menjadikan model perempuan hanya “dihargai” karena tubuhnya memenuhi standard ideal kapitalis media. Selain itu, sebagai konsumen pun perempuan digiring untuk mengkonsumsi produk yang menampilkan citra ibu rumah tangga atau istri yang baik atau citra perempuan yang mampu merawat tubuhnya demi memuaskan naluri seksual pasangannya (obyek seksual). Pada media televisi terutama, membujuk kaum perempuan agar bersikap kompromis dengan kesimpulan yang ditawarkan, perempuan diajak untuk ‘terobsesi’ pada hidup berkeluarga. Emosi perempuan juga didefinisikan pada umumnya oleh kondisi psikis para eksekutif laki-laki yang bertengger di belakang iklan serta acara-acara televisi itu. Ini berarti dalam dunia peretelevisian – dan media massa lainnya – perempuan telah terkooptasi oleh imajinasi maskulinitas (Brown, 1997)

Menjadi pertanyaan pada akhirnya, fungsi media massa seperti apakah yang harus dikedepankan dan menjadi pertimbangan utama dalam mengemas produk media yang responsif gender? Fungsi ini seringkali tidak akan terjawab, jika menganggap media massa yang telah mengklaim dirinya sebagai media khusus wanita akan lebih berkeinginan untuk mendekonstruksi nilai-nilai gender tradisional. Banyak contoh menunjukkan, masih banyak media massa khusus untuk perempuan ternyata sangat “*male bias*” dalam menetapkan standard isi mediana. Majalah perempuanpun sangat berperan, bahkan menentukan, bukan hanya memetakan kehidupan perempuan, tapi juga dalam menekankan pentingnya konsumerisme dan seksualitas dalam mengonstruksikan feminitas (Leung, 1995). Ukuran kecantikan, kesuksesan, kemandirian, atau kebutuhan perempuan, seringkali terhegemoni oleh nilai-nilai patriarkhi. Misalnya, selalu divisualisasikan kesuksesan wanita karir yang mampu mencapai jenjang tertinggi tidak boleh melupakan peran domestiknya. Atau gambaran tentang kenakalan anak atau terjadinya perceraian dari perempuan yang bekerja,

yang disalahkan dalam hal ini adalah sang perempuan (kegagalan perempuan mengemban peran reproduktif dan produktif).

Perempuan tidak ditampilkan sebagai obyek tetapi sebagai subyek, merupakan arus utama (*mainstream*) yang mulai harus dijalankan oleh media yang peka gender. Hal ini mengingatkan media massa seolah menyajikan kehidupan sosial perempuan yang sebenarnya, bagaimana karakter perempuan yang seharusnya, serta bagaimana perempuan harus “berpenampilan”. Namun nyatanya itu semua hanya kehidupan dalam dimensi fantasi. Oleh sebab itu mulai harus dilakukan reposisi dan reorientasi fungsi media massa dalam penggambaran perempuan, misalnya dengan :

- Meningkatkan kesadaran tentang kondisi perempuan. Media massa dapat mencoba untuk menganalisa mekanisme di belakang ketidakadilan gender secara serius. Informasi tersebut sangat membantu perempuan untuk memahami kondisinya sebagai perempuan.
- Membuka mata dalam kenyataan dalam hubungan keluarga. Pengalaman sebagai istri dan ibu tidak di-idealisir.
- Mengklaim tubuh perempuan. Media massa seharusnya memberikan suatu gambaran tentang perempuan sebagai subyek seksualitasnya, bukan sebagai obyek seksual. Baik perasaan hetero maupun homoseksual diucapkan oleh perempuan sendiri. Tubuh perempuan juga mulai harus diperhatikan dalam hubungannya dengan kesehatan reproduktif dan seksualitas perempuan.
- Mempertanyakan kebenaran ganda tolok ukur atau standard ganda (*double standard*) untuk laki-laki dan perempuan. Misalnya, mengapa perempuan harus lebih suci daripada laki-laki? Mengapa mereka diminta untuk berperan ganda dan laki-laki tidak? Mengapa

perempuan lebih sering dinilai karena penampilannya dan bukan karena otaknya daripada laki-laki? Dan lain sebagainya.

- Menekankan tanpa henti pentingnya perjuangan perempuan untuk mengubah keterbelakangan kaum perempuan dengan argumentasi yang kuat (Bemmelien, 1992).

Jadi yang terpenting adalah menumbuhkan kesadaran perspektif gender pada para pengelola dan pekerja media massa. Hal ini berlaku tidak hanya pada pengelola dan pekerja media yang berjenis kelamin laki-laki, akan tetapi juga berlaku pada profesional media yang perempuan. Tidaklah benar jika selalu menganggap pada diri perempuan senantiasa *built in* atau *taken for granted* bakal memperjuangkan kaumnya (perempuan). Realitasnya, soal kesadaran perspektif gender itu tidak ada kait-mengait dengan jenis seksualitas masing-masing individunya. Beberapa sinetron atau iklan yang digarap oleh pekerja media massa perempuan, ternyata justru mempertegas stereotipe sosok perempuan yang sesungguhnya mempertegas keberadaan bias gender (Wardhana, 2001). Bias gender dalam hal ini yang menjadi korbannya bukan hanya melulu perempuan, tetapi bisa juga kaum laki-laki. Misalnya karena selalu dikonstruksikan sebagai pihak yang serba perkasa atau macho -- lewat media massa atau secara kultural - maka bagi laki-laki yang tidak mampu menunjukkan sifat gender yang "ideal" seperti itu maka dikategorikan sebagai laki-laki yang kurang sempurna atau "bukan laki-laki sejati".

### 2.3 Gender Pada Tatahan Individu dan Institusi

Netralitas media sebagai lembaga sosial pada dekade terakhir menjadi perdebatan menarik. Sebagian menganggap bahwa media massa sebagai lembaga sosial haruslah tetap berada pada koridor kenetralan, namun sebagian lagi menyatakan hal itu sulit dilakukan, mengingat banyaknya kepentingan yang melingkupi bisnis media massa. Dalam beberapa kasus masih ditemukan adanya media yang mampu menempatkan diri pada kenetralan. Hal ini tercermin dari kebijakan, dan upaya konsisten pengelolanya untuk tetap menjaga kenetralan dan bebas dari pengaruh berbagai kepentingan. Media yang demikian berusaha secara bersama memberikan layanan kepada khalayaknya, dan di sisi lain berusaha tetap berada pada komitmen awal yaitu pada visi dan misi yang mereka tetapkan. Namun jumlah media yang demikian pada saat ini tinggal beberapa saja, sementara sebagian besar media sulit berada pada posisi netral, terutama dalam masyarakat dengan ekonomi bebas yang lebih mengedepankan keuntungan finansial semata dengan mengabaikan aspek-aspek idealisme dan etika.

Murdoch & Golding (1988) mengatakan bahwa media massa diyakini tidak akan menjadi lembaga yang netral, ia akan senantiasa berada dalam tarik menarik antar berbagai kepentingan yang semuanya bersumber pada *interest* politik dan ekonomi. Dalam masyarakat kapitalis, media massa memperoleh kedudukan yang sangat tinggi dan strategis serta berusaha untuk menciptakan hegemoni karena memperoleh kebebasan penuh. Karenanya media massa akan selalu menjadi ajang pertarungan kepentingan ekonomi dan politik melalui mekanisme industri dan bisnis media bersangkutan, dan mencoba mempengaruhi agenda media dari waktu ke waktu.

Adanya tarik menarik antara berbagai kepentingan menurut Reese & Shoemaker (1996) dimulai sejak proses penentuan sebuah berita yang ditampilkan media dengan melalui beberapa tahap atau strata. Tahap itu antara lain:

1. *Individual Level* : pada level ini para jurnalis yang berperan besar dalam penentuan agenda berita, berita mana yang disiarkan dan berita mana yang tidak disiarkan atau diedit. Merekalah yang berhubungan langsung dengan sumber berita dan peristiwa berita (*event*), dan mereka bisa merekonstruksi *event* atau peristiwa yang akan ditayangkan di media masing-masing. Dalam merekonstruksi *event* atau peristiwa yang terjadi, para jurnalis dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, pengalaman, penalaran, dan pada batas tertentu berdasarkan persepsi subyektifnya.
2. *Media Routine Level* : para jurnalis dan editor dalam merekonstruksi berita tunduk pada media rutin. Media rutin adalah praktek-praktek media dimana keputusan dan persepsi mengenai *event* yang dibawa oleh jurnalis ke ruang pemberitaan, dipengaruhi oleh cara profesional media di perusahaan dimana mereka bekerja mengorganisasi sistem kerja mereka.
3. *Organizational Level*: disamping media rutin, organizational level juga ikut terlibat dalam proses rekonstruksi berita atau peristiwa. Pada level ini organisasi sebagai perangkat struktur industri media, ikut menentukan proses rekonstruksi *event* atau peristiwa yang terjadi.
4. *External Media Level* : proses rekonstruksi berita juga ditentukan oleh eksternal media. Menurut Shoemaker dan Reese, terdapat lima faktor di luar organisasi media yang bisa

mempengaruhi isi media yaitu : (a) sumber berita (b) iklan dan pelanggan (c) kontrol pemerintah (d) pasar (f) teknologi.

5. *Ideological Level* : level ideologi umumnya berkaitan dengan struktur kekuasaan, dalam arti sejauh mana kekuasaan, melalui berbagai aturan yang ditetapkan, mampu memberi pengaruh atas proses pengambilan keputusan rekonstruksi berita atau peristiwa dalam ruang pemberitaan media .

Khusus untuk individual level para pekerja dan pengelola media massa (komunikator), terdapat beberapa faktor yang akan menentukan *content* media yang bersangkutan yakni:

1. *Characteristic, personal backgrounds, and experiences* : latar belakang dan pengalaman individual ini meliputi etnis, pendidikan, gender dan orientasi seksual.
2. *Personal attitudes, values, and beliefs* : sikap, nilai-nilai dan kepercayaan pekerja media terhadap fenomena yang dikemas dalam produk medianya. Hal ini sangat luas, misalnya meliputi sikap politik, orientasi keagamaan, nilai-nilai dan kepercayaan yang dianutnya berkait dengan *individualism, modernism, altruistic democracy, leadership, ethnocentrism* atau sebagainya.
3. *Profesionalism roles and ethics*: kode etik profesional yang dimiliki institusi media massa dalam mengatur sumber daya manusia yang dimilikinya. Terdiri dari hal-hal yang berkaitan dengan tanggung jawab, etika, obyektivitas dan akurasi, *mutual trust* dan *fair play*.

Dari uraian tersebut jelaslah bahwa isi dan kemasan media sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor: eksternal-internal, individual dan institusional. Salah satu faktor yang dominan dalam mempengaruhi isi dan kemasan media adalah latar belakang gender dalam tataran individu yang berpengaruh pada tataran kebijakan institusi media. Pengaruh ini akan melahirkan isi dan kemasan media yang bias gender, dan dengan sendirinya akan berpengaruh pula pada khalayak karena khalayak akan mengadopsi isi yang bias gender. Media dengan demikian berperan dalam memperkuat dan melanggengkan ketidakadilan gender di masyarakat.

Mencermati hal tersebut maka peran media pada tataran individu dalam menanamkan ideologi tidak dapat dibantah. Sementara itu, di satu sisi pengelola media selalu berada pada posisi bahwa mereka menyajikan isi seperti yang diinginkan audiensnya. Padahal tidak selalu bahwa isi media seperti yang dibutuhkan audiens, mengingat peran komunikator dalam hal ini pengelola dan pekerja media dalam mengemas dan memilih informasi mana yang akan disajikan sangatlah besar. Karena itu isi media sebenarnya sangat ditentukan oleh pengelola dan pekerja media. Orientasi pada kebutuhan audiens sebenarnya memiliki kontribusi yang tidak berarti. Dengan kata lain, peran komunikator dalam memproduksi pesan sangat dominan, dan ini dapat dilihat pula dari isi media yang lebih banyak memuat kekerasan dan ketidakadilan termasuk ketidakadilan gender. Isi media semacam ini bukan seratus persen yang menjadi kebutuhan khalayak, akan tetapi bisa jadi “selera” subjektif pengelola media massa bersangkutan.

Informasi yang disajikan dalam iklan stimulan seksual misalnya, juga mencitrakan relasi seksual antara laki-laki dan perempuan. Relasi ini dengan menggunakan kerangka analisis gender, dapat pula menunjukkan pemahaman dan perspektif gender komunikator

pembuat produk iklan stimulan seksual tersebut. Pemahaman gender para pekerja media massa ini pada dasarnya dipengaruhi oleh kondisi sosio kultural. Mereka tidak pernah memilih kondisi sosio kultural yang akan mereka pakai. Mereka tumbuh dan berkembang lewat belajar dari pengalaman dan kemudian memberi arti pengalaman tersebut ke dalam kehidupan mereka sehari-hari. Dalam proses penyesuaian diri terhadap berbagai pengalaman, kondisi sosio kultural berkembang sesuai dengan kebutuhan. Dengan kata lain, kondisi sosio kultural bukan sesuatu yang diberikan pada profesional media massa, melainkan sesuatu yang tumbuh dan berkembang melalui proses interpretasi dan reinterpretasi terhadap berbagai perkembangan dalam kehidupan mereka.

Dengan demikian, bagaimana insan media terpengaruh oleh kepercayaan mereka dalam mempersepsi hasil penelitian tentang perlakuan pers Indonesia pada perempuan bisa positif (menganggapnya sebagai satu fakta yang ada di lingkungan kerja mereka), atau bisa negatif (mempersepsi hal ini tidak terjadi). Hal ini sangat manusiawi. Bagaimanapun pekerja media massa itu hidup dalam sebuah sistem sosial yang memiliki sistem makna tersendiri. Yang bisa dilakukan adalah merekonstruksikan nilai-nilai kesetaraan dan keadilan gender ke dalam sistem sosial masyarakat tempat pekerja media itu hidup. Pandangan etis semacam ini, tentunya sangat signifikan dengan tujuan jurnalisisme yang dianut oleh media massa yang bersangkutan.

Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr. (1992), tujuan jurnalisisme sistem pers negara berkembang, antara lain adalah :

- a. Melayani kebenaran
- b. Memenuhi tanggung jawab social

- c. Mendidik khalayak dalam pengertian politik (ukuran mendidik tidak ditentukan oleh pemerintah dan tidak pula oleh pers)
- d. Melayani khalayak bersama-sama dengan pemerintah untuk mencapai tujuan yang berbeda-beda
- e. Melayani khalayak dengan menempatkan jurnalisme sebagai alat perdamaian.

Dengan menempatkan Indonesia sebagai negara berkembang, maka salah satu tujuan jurnalisme di Indonesia adalah melayani khalayak untuk mencapai masyarakat yang demokratis. Di dalam masyarakat demokratis ini akan menciptakan *mutual consent* di kalangan anggotanya, termasuk diantaranya laki-laki dan perempuan (Sindhunata, 1999). Dengan kata lain, masyarakat demokratis mengisyaratkan terciptanya *mutual consent* antara laki-laki dan perempuan.

Secara konseptual, tujuan jurnalisme diwujudkan dalam kebijakan redaksional media massa tersebut. Hanya saja secara kontekstual, upaya untuk mendeseminasikan nilai-nilai kesetaraan dan keadilan gender dalam kebijakan redaksional ini “terkalahkan” oleh ideologi kapitalisme (ditentukan oleh konsep pemasaran) (Abrar, 2000). Misalnya oleh segmentasi pasar, kontribusi iklan, dan keinginan pembaca. Laki-laki yang diuntungkan oleh ideologi patriarki, bahkan telah dimanfaatkan oleh kapitalisme untuk bersama-sama melestarikan struktur hubungan gender yang timpang. Pelestarian ketimpangan hubungan itu tidak hanya menyebabkan perempuan semakin ter subordinasi, tetapi juga menyebabkan terjadinya subordinasi perempuan oleh perempuan sendiri. Hal ini tampak dari posisi yang ditempati perempuan dalam iklan dimana di satu sisi perempuan merupakan alat persuasi di dalam menegaskan citra sebuah produk, dan di sisi lain perempuan merupakan konsumen yang

mengonsumsi produk kapitalisme (Fine dan Leopold, 1993:208)

Proses dominasi kapitalisme telah menegaskan apa yang dikatakan oleh Foucault sebagai *the death of the subject*. Dalam hal ini perempuan sebagai subjek telah mati, dimana ia tidak lagi dapat mengendalikan dirinya sendiri, tetapi telah dikendalikan oleh ideologi dan kepentingan pasar. Bagi Irigaray bahkan perempuan dianggap "*not knowing what she wants*" (Rojek & Turner, 1993: 95). Kepentingan-kepentingan pasar pun telah menjadi kekuatan yang dominan di dalam kehidupan sosial yang tampak dari kecenderungan orientasi ke kebudayaan konsumerisme. Dan perempuan sesungguhnya merupakan produk dari kehidupan sosial tersebut, sehingga ia tersubordinasi oleh kepentingan-kepentingan dan harapan umum yang ingin melihat perempuan sebagai obyek. Perempuan sesungguhnya tidak punya kesempatan untuk memilih karena pilihan-pilihan selalu ditentukan sebelumnya dengan kemungkinan-kemungkinan yang lebih menguntungkan pihak 'lain'.

Selanjutnya membicarakan media massa dari segi institusi, Ferguson (1984) menilai bahwa struktur organisasi secara implisit bersifat patriarkal. Hartman (1981) melihat bahwa dalam organisasi seringkali terjadi 'ketimpangan gender' karena adanya nilai-nilai kapitalis dan nilai-nilai patriarki yang saling menguntungkan. Meski secara kuantitas terjadi peningkatan jumlah perempuan yang terjun di industri media massa, tetapi tidak menghilangkan fakta adanya kecenderungan sikap stereotipe, diskriminatif, bahkan dominasi laki-laki atas perempuan dalam struktur organisasi kerja media massa. Karena itu Walby (1988,1990) menekankan perlunya melihat dinamika hubungan nilai-nilai patriarki dan nilai-nilai kapitalis dalam menganalisa kehidupan organisasi, dalam hal ini organisasi/ institusi media massa.

Dari kacamata media, keputusan dalam pemuatan iklan acapkali memang lebih didasari oleh kepentingan kapital. Terutama bagi pengelola media massa, masalah pokok yang dihadapi pada dasarnya adalah bagaimana medianya dapat diterima oleh khalayak. Media sejenis bersaing dengan sesamanya, bersaing dengan media massa jenis lain, dan juga dengan berbagai situasi sosial lain yang mengambil perhatian khalayak. Selain kondisi sosial itu, pengelola media massa bekerja dengan strategi berlandaskan daya dukung ekonomis (*market*). Pandangan ini mendorong proses komodifikasi media massa. Selain itu, dalam mendiseminasikan informasi yang terkandung dalam iklan, agar dapat meraih partisipasi dan pemahaman pembacanya, maka iklan dan kelompok sasarannya dipertautkan oleh sejumlah *cultural nations* yang *socially shared* dalam suatu masyarakat tertentu. Dengan meneliti sejumlah iklan maka akan dapat diketahui berbagai *cultural nations* yang dominan dalam suatu masyarakat atau kelompok sosial tertentu (Tomagola, 1998:331). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan media massa di tengah masyarakat tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial yang melingkupinya. Media massa tidak berada di ruang hampa yang sepenuhnya dapat dijalankan atas dasar strategi komunikasi penyelenggaranya. Media massa berada dalam kondisi budaya yang merupakan tarik-menarik berbagai orientasi sosial (normatif, instrumental, kognitif, dan ekspresif).

Kecenderungan untuk mendapatkan satisfikasi bagi konsumen akan menempatkan media massa memiliki karakteristik dan fungsi yang khas sehingga dapat dibedakan antara media yang mengutamakan produk fiksional dan faktual. Perbedaan ini tentulah tidak bersifat absolut, tetapi setidaknya konsumen akan menempatkan media massa sesuai dengan motifnya yang mendasar. Bagi konsumen, satisfikasi yang diharapkan dari informasi media

massa bisa bersifat ke dalam, sepenuhnya menjadi ranah psikologis berupa pengalaman imajinatif. Atau bisa bersifat ke luar berupa kemanfaatan sosial bagi konsumen (Siregar, 1996). Kedua hal tersebut bisa disederhanakan sebagai berikut

MOTIF	FAKTOR KONSUMEN	MUATAN MEDIA	SATISFIKASI
Terlibat Emosional	Selera Individual	Produk fiksional	Pengalaman Imajinatif
Terlibat rasional	Preferensi individual	Produk faktual	Kemanfaatan Sosial

Menurut Ashadi Siregar (1996:3), media massa memiliki fungsi sebagai media rekreatif atau informatif. Media rekreatif dijalankan dengan *positioning* dasar sebagai penyedia informasi fiksional yang berfungsi untuk memenuhi kecenderungan subyektif atau imajinatif. Begitu pula media informatif dengan *positioning* dasar sebagai penyedia informasi faktual untuk keperluan obyektif yang berfungsi sosial bagi khalayaknya.

Terkadang pengelola media massa menjalankan fungsi yang menyimpang secara taktis. Seperti informasi faktual disampaikan hanya untuk menghibur, atau informasi fiksional yang dimaksudkan untuk membawa konsumen ke dunia obyektif. Dalam iklan stimulan seksual misalnya, kedua hal ini bisa terjadi. Artinya, media massa yang biasa memuat iklan jenis ini, hanya menjadikan informasi faktual yang disampaikan (kriminal, politik, sosial atau perklenikan) bertujuan hanya untuk menghibur khalayaknya (hanya sebagai selingan). Sedangkan informasi tentang kemanfaatan stimulan seksual yang belum bisa dibuktikan kebenarannya secara medis, diarahkan agar pembaca mempercayainya sebagai informasi yang benar (obyektif). Apalagi iklan stimulan seksual yang

menggambarkan “kesaktian” paranormal dalam mengatasi segala hambatan fungsi seksual, informasi yang terkandung di dalamnya lebih bersifat fiksional dan lebih mengedepankan mitos-mitos tentang seks.



## BAB III

### TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

#### 3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan :

- Mengetahui bagaimana nara sumber perempuan dibandingkan dengan nara sumber laki-laki dalam liputan mengenai pilkadal Surabaya.
- Mengetahui latar belakang dan alasan terpilihnya nara sumber dari jenis kelamin tertentu dalam liputan mengenai pilkadal Surabaya.
- Mengetahui bagaimana perspektif gender para nara sumber yang tercermin dalam pendapat mereka berkaitan dengan liputan pilkadal Surabaya.
- Memperoleh gambaran yang mendalam tentang framing yang dibentuk dalam liputan mengenai pilkadal di Surabaya.

#### 3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat baik secara teoritis, metodologis maupun praktis. Secara teoritis penelitian ini berupaya melihat indikator budaya dalam hal ini ideologi patriarki sebagai faktor yang terkait dengan representasi perempuan dalam media dan peluangnya memasuki ruang publik. Secara metodologis merupakan aplikasi *discourse analysis* dan *framing analysis* dengan menggunakan triangulasi data yang mencakup data kuantitatif dan kualitatif dalam suatu

pendekatan yang bersifat kulturalis dalam melihat faktor-faktor yang mempengaruhi isi media. Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan kesadaran pada kita mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi representasi perempuan sebagai nara sumber untuk melihat hambatan maupun peluang media sebagai sebuah ruang publik bagi keterlibatan perempuan didalamnya.



## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan suatu penelitian 'deskriptif' yang ingin memberikan gambaran secara rinci dan mendalam tentang bagaimana gambaran ideologi patriarki dalam liputan media selama pilkadal. Penelitian ini mengambil lokasi Kota Surabaya. Kota Surabaya ditetapkan sebagai lokasi penelitian karena di wilayah ini sedang diselenggarakan Pilkadal (Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung).

#### **4.2 Sasaran Penelitian**

Sasaran dan fokus penelitian ini mencakup dua hal yaitu:

1. Para wartawan dan pegawai media cetak - surat kabar Jawa Pos, Surya, Surabaya Post, dan Radar Surabaya. Mereka adalah redaktur media, pemimpin redaksi dan reporter yang terlibat peliputan selama pemilihan kepala daerah secara langsung di Kota Surabaya.
2. Isi berita dari empat Surat Kabar yaitu Jawa Pos, Surya, Surabaya Post, dan Radar Surabaya. Adapun isi berita yang dianalisis adalah berita tentang pilkadal Surabaya yang diliput selama bulan Mei dan Juni tahun 2005.

### 4.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara:

1. Pengumpulan data terhadap para wartawan dan pegawai media cetak - surat kabar dilakukan dengan mengadakan wawancara mendalam ("Indepth Interview"). Pengumpulan data terhadap insan media cetak ini dilakukan untuk pendapat dan pemikiran mereka tentang nara sumber berita dan berita yang mereka tulis. Selain itu juga untuk mengetahui rutinitas yang mereka lakukan berkaitan dengan praktek media.
2. Pengumpulan data tentang berita surat kabar yang diteliti dilakukan dengan membuat kliping berita dan liputan tentang pemilihan kepala daerah secara langsung di Surabaya dalam kurun waktu dua bulan, yaitu selama bulan Mei dan Juni tahun 2005.

### 4.4 Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini diawali dengan membuat transkrip dari seluruh hasil wawancara mendalam. Selanjutnya seluruh transkrip dan kliping yang telah terkumpul dikategorisasikan berdasarkan tema-tema yang diteliti. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada triangulasi data yang menggunakan data kuantitatif kuantitatif. Analisis dilakukan melalui *discourse analysis* serta *framing analysis* yang dilakukan pada teks yang terkumpul untuk kemudian dilakukan pemaknaan dan interpretasi secara teoretik.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bulan Juni 2005, di Surabaya diadakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara langsung. Ini adalah peristiwa penting karena untuk pertama kalinya rakyat dapat langsung memilih kepala daerahnya, dan bukan lagi dilakukan oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Begitu banyak nama kandidat yang bermunculan. Namun sayang, dari sekian banyak nama kandidat yang muncul, tidak ada nama perempuan yang turut bertanding.

Sesuai dengan UU No 32 tahun 2004 yang sebenarnya memberi makna tidak ada diskriminasi terhadap hak atau kepentingan politik kaum perempuan dalam proses Pilkada, namun pada prakteknya tetap menyulitkan perempuan untuk secara bebas tampil. Pilkada langsung pada akhirnya belum menjamin demokrasi dan keadilan. Belum menjamin demokrasi karena akhirnya partai politik atau gabungan partai politik yang akan menentukan bakal calon (balon) menjadi calon.

Kekuasaan partai politik sangat kuat untuk menentukan calon kepala atau wakil kepala daerah. Di sini tidak dapat dihindari lagi adanya peluang terjadinya politik uang yang makin tinggi dibandingkan pada pemilu legislatif dan pemilu presiden dan wakil presiden yang telah terlaksana. Fungsi partai politik dalam Pilkada seharusnya menjadi wakil suara rakyat yang menjaga supaya Pilkada bersih dan bertanggung jawab. Apalagi kalau yang melakukan adalah partai yang selama ini dianggap rakyat sebagai pelopor pembaruan yang menjanjikan kepada rakyat kehidupan yang bersih bebas dari KKN, maka kesalahan yang dilakukan menjadi dua kali lebih berat.

Di sisi lain, gencarnya kampanye kesetaraan gender dan penyebaran wacana yang demikian luas rupanya belum sepadan dengan hasilnya baik di masyarakat maupun di kalangan birokrat. Hal ini dapat kita lihat bahwa setiap proses untuk menghasilkan produk hukum perlu dikawal dengan pengertian tentang gender. Seperti contoh pada UU Pemilu No 12/2003 affirmative action dicantumkan karena terus dalam kawalan para aktivis perempuan sejak awal proses pembuatannya.

Sedangkan UU No 32 tahun 2004 tanpa kawalan para aktivis perempuan dengan asumsi pasti dicantumkan sesuai dengan UU Pemilu No 12/2003 kenyataan menunjukkan lain, tidak memberikan affirmative action yang akhirnya mempersempit ruang gerak perempuan dalam pilkada. Di sinilah diharapkan media jeli melihat adanya ketidakadilan. Karena perempuan menjadi tersisihkan dalam Pilkada. Belum lagi tentang isu-isu kampanye kandidat yang tidak memiliki komitmen pada masalah-masalah perempuan.

Menjelang pemilihan kepala daerah secara langsung di Surabaya, media yang terbit di Surabaya saling berlomba untuk menurunkan liputan mengenai proses pemilihan walikota dan wakil walikota yang pertama kalinya digelar secara langsung di Surabaya. Harian Jawa Pos menyediakan rubrik khusus "Menuju Balaikota" dalam seksi Metropolis selain liputan-liputan headline metropolis. Sementara Harian Sore Surabaya Post menyediakan rubrik "Karpas Merah menuju Balaikota" yang senada demikian pula dengan Harian Surya "Pilkada Surabaya" dan Radar Surabaya dengan "Pilkada Surabaya". Rubrik ini disediakan 1 halaman penuh dan tentu saja termasuk iklan yang berkaitan dengan aktivitas kampanye dan pemilihan walikota secara langsung.

Dalam liputan-liputannya masing-masing media cenderung tidak menyusun sebuah tim khusus. Namun mereka lebih mengandalkan para wartawan yang bertugas di wilayah kota, seperti yang berada di Kantor Pemerintah Kota Surabaya serta wartawan di masalah politik.

Persoalan paling krusial dalam pemilihan kepala daerah secara langsung adalah ketersediaan informasi, baik mengenai tatacara berpemilu sampai ketersediaan informasi yang memadai tentang kandidat dan program kerjanya. Tampaknya media massa telah mencoba untuk memberikan informasi yang sedemikian. Namun kecenderungan pemberitaan kaum perempuan masih ada kesan terpinggirkan.

## **5.2 Perspektif Gender Narasumber Perempuan dalam Pilkada Surabaya**

Salah satu variabel penting yang perlu dipertimbangkan untuk mengukur kesetaraan gender di suatu negara adalah derajat peran serta perempuan dalam politik dan birokrasi; yang diindikasikan oleh seberapa besar keterlibatan perempuan dalam posisi strategis, adalah posisi yang memiliki kewenangan untuk menentukan kebijakan publik.

Di Indonesia, keterlibatan perempuan dalam keanggotaan lembaga legislatif pada empat periode (1992-1997, 1997-1999, 1999-2004, dan 2004-2009) masing-masing hanya mencapai 12%; 11,2%; 8,8%; dan 11,09%. Ini masih jauh dari yang diharapkan bersama sesuai pasal 65 ayat 1 Undang-Undang Nomor 12 tahun 2003 tentang Pemilu yakni 30%. Keterlibatan perempuan dalam birokrasi juga belum cukup berarti. Dalam arti masih tercipta ketimpangan antara keberadaan laki-laki dan perempuan kendati proporsinya tidak separah yang terjadi pada lembaga legislatif. Dari 3.932.766 orang pegawai negeri sipil (PNS) di seluruh Indonesia; 1.478.719 orang (37,60%) adalah perempuan (BKN, 2000). Terkait

dengan posisi PNS tersebut, konon perempuan lebih menduduki pos-pos yang kurang diminati laki-laki, misalnya : guru TK, guru SD, paramedis, dan sekretaris. Sedangkan untuk pos-pos strategis, dominasi laki-laki begitu kental terjadi. Dari 210.623 orang pejabat eselon I sampai V yang tercatat pada tahun 2000, hanya 33.158 orang (18,68%) yang perempuan (BKN, 2001).

Sebagai peristiwa politik strategis, pemilihan kepala daerah (pilkada) secara langsung, sebagai implementasi UU No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang memberi peluang perempuan untuk memasuki wilayah politik-birokrasi.

Dalam pilkada Surabaya nyatanya, tidak ada satu pun perempuan yang tampil di sana. Paling tidak ada tiga persoalan yang membuat perempuan tidak masuk dalam proses pilkada. Padahal sebagaimana diatur oleh pasal 59 UU No 32 Tahun 2004, pengusulan calon kepala daerah dilakukan melalui mekanisme satu "pintu", adalah pintu parpol. Hanya parpol atau gabungan parpol yang memperoleh sekurang- kurangnya 15 persen jumlah kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) atau 15 persen akumulasi perolehan suara sah dalam pemilu legislatif untuk DPRD di daerah yang bersangkutan-lah yang berhak mengusulkan calon kepala daerah.

Berangkat dari kata kunci ini dapat dipahami apabila kesediaan elite parpol untuk mengusulkan calon kepala daerah dari kalangan perempuan menjadi penentunya. Dalam kerangka ini, banyak kalangan pesimistis, mengingat di Surabaya, komitmen elite parpol terhadap eksistensi perempuan dalam politik diasumsikan relatif rendah; pada saat yang sama derajat keterlibatan maupun afiliasi perempuan dalam organisasi politik parpol juga belum cukup berarti. Bersandar pada fenomena ini, kalkulasi peluang perempuan untuk mendapatkan dukungan politik (baca : diusulkan sebagai calon kepala daerah oleh parpol)

memang kecil. Gugurnya sejumlah bakal calon kepala daerah (cakada) perempuan pada rekrutmen (Fit and Proper Test) cakada Surabaya baru-baru ini patut diduga dan menjadi indikasi bahwa komitmen elite parpol untuk memberikan dukungan kepada perempuan untuk menjadi cakada, belum signifikan.

Mencermati perkembangan potensi perempuan Surabaya pada pilkada 2005, sesungguhnya tidak ada alasan untuk meragukan kemampuan perempuan dalam jabatan kepala daerah. Jadi dalam kajian kapabilitas, perempuan memiliki peluang besar untuk mengambil kesempatan di bursa pilkada.

Pada pelaksanaan kampanye pilwali di Surabaya, pemberitaan sejumlah media cetak di Surabaya didominasi kemasan acara yang dikunjungi oleh empat kandidat di sejumlah wilayah (setingkat kelurahan atau kecamatan). Acara yang memang telah dipersiapkan oleh tim sukses masing-masing kandidat ini, lebih merupakan acara yang menampilkan sisi humanis dan kesiapan kandidat menampung harapan masyarakat jika dirinya kelak terpilih sebagai walikota atau wakil walikota.

Peneliti tidak banyak mendapati berita yang menampilkan dalam pertemuan antara kandidat dengan warga masyarakat, tercetus isu-isu perempuan. Atau, berita yang menampilkan harapan perempuan atau ibu-ibu terhadap kandidat untuk lebih memperhatikan kebutuhan perempuan. Misalnya kebutuhan perempuan akan air bersih, penyediaan area publik untuk arena bermain anak-anak, penambahan posyandu atau poliklinik desa (polindes), kredit mikro untuk usaha ekonomi produktif perempuan.

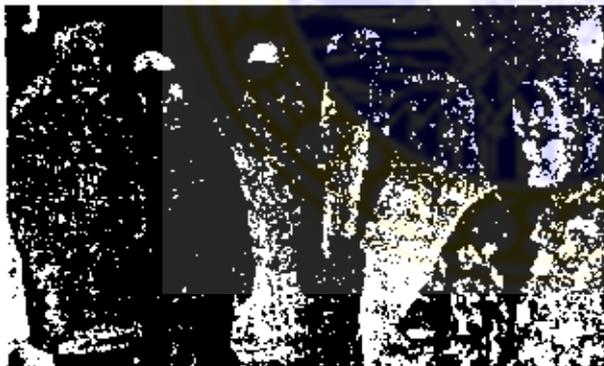
Dari sejumlah berita yang berhasil peneliti kumpulkan, harapan yang diberikan oleh perempuan terhadap semua kandidat pilwali/pilwawali, lebih bersifat normatif dan lebih

mengarah pada pemenuhan sebagai pemimpin yang arif, bijaksana, dan jujur. Misalnya pada kutipan berita di bawah ini :

## Nasyiyatul Aisyiyah Titip Pesan untuk Bambang

**RADAR** - Simpati kepada pasangan Bambang DH-Arif Afandi terns mengalir. Kali ini datang dari Hj Amini Partomo, Ketua Pimpinan Daerah (PD) Nasyiyatul Aisyiyah (NA) Surabaya. Ketua PD NA menitip pesan kepada cawali Bambang DH Untuk berpegang teguh pada prinsip FAST, yakni, Fatonah (cerdas), Amanah (dapat dipercaya), Sidiq (jujur), dan Tabliq (transparan) jika terpilih sebagai orang pertama di kota ini.

Pesan itu dititipkan Hj Amini kepada Dyah Katharina saat istri cawali Bambang DH ini bersilaturahmi di kantor NA, Jl Peneleh Gang VIII, Rabu (15/6) petang. Menurut Amini, keempat sifat itu adalah syarat yang harus dilakukan dijalankan seorang pemimpin. Fatonah, kata Amini, seorang pemimpin harus berpikir apa yang harus dilakukan untuk membangun kota ini. Amanah, selaku pimpinan kota, wali kota harus bisa mengayomi dan mengemban semua keinginan dan harapan warganya. Sidiq, setiap perilaku yang dikerjakan di pemerintahan dan dalam kehidupan sehari-hari harus mencerminkan sikap kejujuran. "Saya hanya berpesan kepada Pak Bambang, pemimpin yang baik itu harus bersikap tabliq. Artinya, pemimpin harus transparan saat memerintah," pesan Amini saat itu.



Dalam kesempatan itu, PD NA Kota Pahlawan memberikan doa restu kepada Bambang DH untuk menjadi wali kota Surabaya. Jika nanti Bambang terpilih, diharapkan ke depan hubungan antara organisasi pemerintahan dengan organisasi wanita Islam di Surabaya lebih baik. Dyah yang sore itu didampingi asisten pribadinya Ushaifirah mengatakan, kedatangan ke PD NA Kota Surabaya, selain bersilaturahmi juga minta doa restu kepada anggota ormas Islam tersebut. (RADAR SURABAYA, 17 Juni 2005: hal.12)

*Caption: Dyah Katarina (kiri) bersama anggota Nasyiyatul Aisyiyah.*

Dari sejumlah pemberitaan yang terkumpul menjelang pelaksanaan pilwali Surabaya, penggunaan narasumber perempuan lebih diarahkan pada event pemberian dukungan kelompok perempuan pada salah satu kandidat. Misalnya pada berita dukungan ibu-ibu dari salah satu persekutuan doa terhadap pasangan Alisjahbana - Wahyudin Husein di bawah ini :

## Ibu-Ibu Gereja Dukung AW

**RADAR** - Dukungan terhadap pasangan Alisjahbana-Wahyudin terus mengalir. Seperti saat digelar kampanye terbuka di lapangan Mundu Tambaksari Senin (20/6), ibu-ibu dari gereja yang tergabung dalam Persekutuan Gereja Indonesia (PGI) Jatim juga datang. Mereka datang atas nama pribadi. Kedatangan mereka itu, untuk memberikan dukungan dan semangat pada pasangan Alisjahbana-Wahyudin.

Ibu Ripa, jamaah gereja Sungai Kehidupan GBI Klampis pada RADAR Surabaya mengatakan dirinya bersama ibu-ibu lainnya dari persekutuan doa datang untuk memberikan doa khusus pada pasangan Ali-Wahyudin. Dukungan itu diberikan secara tulus karena program yang ditawarkan sangat masuk akal. Juga untuk kesejahteraan semua warga Surabaya. "Kalau warga Surabaya sejahtera, saya juga ikut merasakan," kata ibu Ripa.

Dirinya mengaku datang bukan untuk ikut orasi, tapi sebagai bukti dukungan kami pada Ali-Wahyudin Husein. Bagi dirinya, kemenangan Ali-Wahyudin merupakan kemenangan seluruh warga Surabaya. Kemenangan untuk membangun Surabaya menjadi lebih baik.

Selama kampanye berlangsung, ibu-ibu itu duduk dipanggung kehormatan. Ketika acara doa, ibu-ibu itu, memberikan doa khusus kepada pasangan Ali-Wahyudin. Mereka mengikuti jalannya kampanye sampai selesai.

Ali pada kesempatan itu mengatakan, yang melakukan pavingisasi di kampung-kampung bukan salah satu calon wali kota. Tapi Pemkot Surabaya yang dananya dari APBD Kota Surabaya. Kalau ada salah satu calon yang mengklaim, itu suatu kebohongan besar. (RADAR SURABAYA, 21 Juni 2005 : hal.11)

Pada berita di atas tergambar, perempuan masih digunakan sebagai komoditas politik untuk memberikan dukungan pada salah satu kandidat. Tidak dijelaskan pada berita tersebut mengapa kelompok perempuan tersebut memberikan dukungan. Apakah program yang

ditawarkan oleh kandidat tersebut berperspektif gender atau tidak, tidak dijelaskan secara tegas. Hanya dikutipkan pada berita tersebut pernyataan salah satu ibu peserta kampanye

Dukungan itu diberikan secara tulus karena program yang ditawarkan sangat masuk akal. Juga untuk kesejahteraan semua warga Surabaya. "Kalau warga Surabaya sejahtera, saya juga ikut merasakan," kata ibu Ripa.

Pada sejumlah berita yang lain, penggunaan nara sumber perempuan lebih dimaksudkan sebagai pelengkap. Hal ini pun juga lebih banyak menampilkan sisi human interest atau lebih bersifat ringan (soft news). Misalnya pada berita di bawah ini yang menggambarkan keceriaan ibu-ibu berebut berfoto bersama dengan salah satu kandidat lewat kutipan pada salah satu paragraf berita :

Setelah berjabat tangan, Cak Thony diminta untuk segera memberikan sambutan. Namun Cak Thony tak bisa langsung berdiri lantaran ibu-ibu dan anak-anak itu minta foto bersama. "Kapan lagi bisa foto dengan Cak Thony, kalau nggak sekarang," celetuk seorang ibu.

Kutipan lengkap berita ini sebagai berikut :

## Pisah dengan Cak eR, Cak Thony Gerilya ke Kampung-kampung Kampanye Sendirian, Cak Thony Dikerubuti Ibu-ibu

**Sosok Cawawali AH. Thony ternyata tidak kalah populernya dengan Cawali Erlangga Satriagung. Terbukti, saat turun ke masyarakat sendirian, Thony juga dielu-elukan banyak warga. Bahkan tidak sedikit dari ibu-ibu meminta anaknya untuk difoto bersama Thony**

**ACARA** pengobatan di jalan Kupang Panjaan V, Minggu (19/6) siang sempat terhenti sejenak, lantaran ibu-ibu dan anak-anak minta foto bersama Cawawali AH Thony (Cak Thony). Cak Thony yang datang tanpa didampingi Cawawali Erlangga Satriagung (Cak-eR) ini langsung disambut warga yang sedang antri mengikuti pengobatan massal.

Ibu-ibu yang datang bersama anak-anaknya juga mendorong anak-anak mereka untuk bersalaman dengan calon wakil walikota nomor urut 1 ini. "Anak-anak salim dulu sama Bapak ya," ujar seorang ibu mengomando putrinya, sekaligus meminta anak-anak lain juga cium tangan pada cawawali PD-PAN ini.

Setelah berjabat tangan, Cak Thony diminta untuk segera memberikan sambutan. Namun Cak Thony tak bisa langsung berdiri lantaran ibu-ibu dan anak-anak itu minta foto bersama. "Kapan lagi bisa foto dengan Cak Thony, kalau nggak sekarang," celetuk seorang ibu.

Maka, Cak Thony pun melayani permintaan foto bersama itu dengan sabar. Di wilayah ini, pria kelahiran Bojonegoro itu menerima sejumlah aspirasi masyarakat. Warga antara lain minta pasangan Cak eR-T (Erlangga-Thony) ini benar-benar mengatasi problem pengangguran dan pendidikan di Surabaya. "Kalau ada program pelatihan ketenagakerjaan atau apalah yang tujuannya untuk mengatasi pengangguran, kami ingin diikutsertakan. Syukur kalau program pelatihan itu tidak jauh-jauh, tapi lebih didekatkan misalnya di tingkat kelurahan," kata salah satu warga, Haikam.

Cak Thony menyatakan salah satu upaya untuk menyerap ketenagakerjaan adalah dengan mengatur agar perusahaan atau pabrik-pabrik di Surabaya semaksimal mungkin memperhatikan tenaga kerja Surabaya. "Tapi memang ada syaratnya, tenaga kerja Surabaya juga mumpuni sehingga tidak kalah bersaing dengan SDM dari daerah lain," ujarnya.

Sebelumnya, Cak Thony juga menyapa warga di Putat Jaya gang Mataram. Dalam acara pengobatan massal yang dihadiri sekitar 100 orang ini, warga dengan antusias mengikuti acara kampanye. Saat dibuka dialog, warga bukan bertanya tentang kesehatan. Warga justru menginginkan Cak eR-T bila nanti menjadi walikota, dapat membantu dan memudahkan mereka dalam pengurusan kartu keluarga (KK) dan KTR. Di kawasan ini sebagian besar warganya bekerja sebagai pemulung itu, Cak Thony menjanjikan akan menyelesaikan kesulitan warga ini soal kesulitan pengurusan KTP dan KK.

Dalam kunjungannya ke Pradah Kali Kendal, Cak Thony disambut tabuhan tambur dan beduk kecil. Setelah menengok antrian lebih 200 warga di jalan Raya Bannu Urip, Cak Thony mampir makan siang di PKL Bogowonto. Setelah itu melanjutkan kampanye simpatiknya ke Jeruk Lakarsantari, dan Karang Pilang Barat. Di Sidosermo, Cak Thony menggelar aksi penanaman 30 pohon palem. Aksi ini sebagai bentuk keprihatinannya atas kegersangan daerah itu. "Ya, mudah-mudahan penanaman pohon ini bisa bermanfaat bagi warga setempat," kata Cak Thony. (RADAR SURABAYA, 20 Juni 2005 : hal.11)

Berita yang menggunakan narasumber perempuan lebih banyak menampilkan aktivitas istri semua kandidat menebar pesona demi meraih simpati warga yang memiliki hak pilih. Berita mipun lebih banyak menggambarkan acara-acara seremonial yang dihadiri istri

kandidat. Misalnya menghadiri pembukaan pameran, pengajian kelompok ibu-ibu, memberangkatkan acara jalan sehat, meresmikan atau menjadi juri lomba senam atau lomba melukis bagi anak-anak, dan memberikan bantuan atau sumbangan pada yayasan tertentu. Contoh berita-berita semacam ini ditampilkan di bawah ini.

## Istri Gatot Lihat Origami

**SURYA** - Sebagai istri calon wali kota Surabaya, Retno Indah Sulistyowati juga disibukkana dengan menghadiri kegiatan. Tentunya juga terkait dengan pencalonan suaminya, Gatot Sudjito sebagai wakil kota Surabaya.

Bersama Ester Benyamin Hilly, Jumat (27/5), Retno Gatot Sudjito menghadiri pelatihan seni melipat kertas Jepang atau origami yang diadakan di Gereja Protestan Indonesia Barat (GPIB) Wisma Mukti. Retno diundang khusus untuk menghadiri pelatihan itu dan mengenalkan kepada peserta pelatihan, yaitu masyarakat sekitar GPIB. Apalagi pelatihan itu terbuka untuk umum. Bukan hanya untuk jamaah gereja.



dimulai.

Kepada Surya, Retno Gatot Sudjito mengatakan, dirinya juga disibukkan berbagai kegiatan untuk mendukung pencalonan suaminya sebagai walikota Surabaya. Seperti menghadiri undangan dari berbagai kelompok masyarakat. Dalam menghadiri acara dia sering harus datang sendiri. Seperti ketika menghadiri undangan di GPIB. Dia datang sendirian tanpa pendamping. "Saya sudah biasa menghadiri undangan sendirian,"kata Retno. (Surya, 28 Mei 2005 : hal.11)

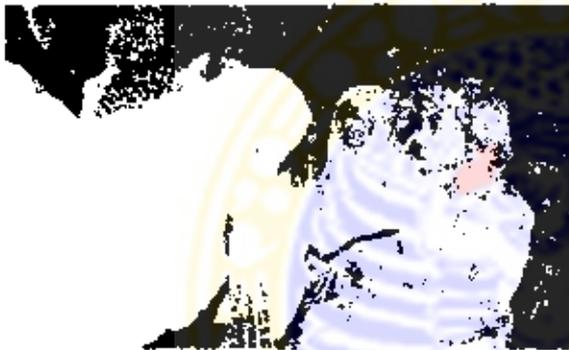
**Caption:** Retno Indah Sulistyowati (berjilbab) saat berkunjung ke GPIB melihat pelatihan origami.

## Dyah Sekarang Lebih Longgar

**RADAR** - Nyonya Dyah Khatarina, isteri calon wali kota Bambang DH makin aktif turun ke warga kota. Selasa ( 19/4) malam, Dyah menghadiri pengajian yang digelar ibu-ibu PKK RT.VI/RW.V di Gang Benteng, Kelurahan Jernursari, Wonocolo.

Dengan penuh rasa kekeluargaan, wanita ini memilih duduk berbaur dengan jamaah yang memadati acara tersebut, "Terima kasih ibu Bambang atas kehadirannya dan berkenan menghadiri pengajian RT.VI Wonocolo ini," sambut Anna Mariam, mewakili warga Jl. Benteng.

Melihat sambutan hangat dari ibu-ibu pengajian kepada dirinya, Dyah Katharina membalasnya dengan senyuman. "Sungguh merupakan kebahagiaan bagi saya bisa hadir disini," ungkap ibu tiga putra ini. Selanjutnya, lulusan sarjana Psikologi Universitas Airlangga itu meminta maaf kepada ibu-ibu RT VI Kecamatan Wonocolo karena selama mendampingi suaminya menjadi wali kota belum bisa berkunjung ke Wonocolo.



"Saya minta maaf karena baru sekarang bisa anjongsana ke sini. Saya akui selama ini banyak tempat yang luput saya kunjungi," katanya dengan santun. Sebagai mantan istri wali kota, Dyah mengakui saat ini lebih memiliki waktu longgar untuk menghadiri kegiatan yang digelar warga Surabaya.

"Sekarang saya hanya masyarakat biasa. Jadi bisa kemana-mana tanpa ada jadwal yang mengikat. Kalau dulu harus melalui protokoler," jelas Dyah Khatarina. "Semoga pertemuan ini bukan yang terakhir"

Menutup sambutannya Dyah Khatarina mengatakan sebagai ibu dan isteri kita harus bisa membagi waktu untuk keluarga dan pekerjaan. "Sesibuk apapun gunakan waktu sebaik mungkin untuk keluarga," pintanya. (**RADAR SURABAYA**, 21 April 2005 : hal.11)

*Caption: Dyah Khatarina (kanan) disambut ibu-ibu jamaah pengajian.*

Ada juga deskripsi berita yang menampilkan upaya istri kandidat pilwali mendapatkan dukungan politis maupun moril kepada tokoh masyarakat Surabaya. Meskipun berita semacam ini lebih banyak menggambarkan acara seremonial dan kunjungan layaknya anak dan orang tuanya, diselipkan pula satu atau dua paragraf yang menggambarkan peran seorang

perempuan. Misalnya peran sebagai istri yang harus selalu mengingatkan suaminya yang menjadi calon pemimpin dalam hal kejujuran dan tidak menyelewengkan jabatan yang diamanahkan kepadanya. Selintas tidak ada persoalan dengan berita ini, akan tetapi jika dianalisis lebih lanjut, masih terdapat bias gender di dalamnya. Perempuan disterotipkan lebih memiliki kejujuran dan moral yang bersih. Sehingga perempuan dianggap akan selalu mampu meluruskan moralitas suaminya jika hendak melakukan tindak Korupsi, Kolusi, Nepotisme (KKN).

## Wilis Siap Kontrol Suaminya

Surabaya Post - Berbagai undangan warga masyarakat tak selalu dipenuhi cawali dan cawawali dari PDIP, Bambang DH-Arif Afandi. Para istri cawali dan cawawali ini pun rela bergerilya. Seperti halnya Tjahjani Retno Wilis, istri Arif Afandi. Ditengah kesibukannya sebagai ibu rumah tangga, dia rela menjalin sitaturahmi bersama warga Surabaya, seperti di Masjid Al-Furqon Jl. Kapas Madya III, tetap dikunjunginya meski malam hari.



Pada Selasa (17/6), Wilis, sapaan akrabnya, menyempatkan diri bersilaturahmi dengan jamaah Majelis Taklim Masjid Al-Furqon. Kehadirannya, sebenarnya tak ingin diistimewakan. Buktinya, dia mau berbaur dengan jamaah masjid itu untuk mendengarkan ceramah agama dari Ustadz Muhammad Hatta. Dalam ceramahnya, Ustadz Muhammad Hatta menganjurkan memilih pemimpin

harus melihat kesamaan dengan suri tauladan Nabi Muhammad SAW.

Tak hanya minta doa restu, Wilis tak segan-segan meminta warga harus selalu mengingatkan suaminya atas perilaku atau kebijakan yang menyimpang, jika kelak terpilih menjadi wakil wali kota. "Kami mengharapkan partisipasi warga dalam mengontrol kinerja mereka jika terpilih. Kami tak ingin mereka terlibat KKN," ucap Wilis.

Wilis juga berjanji untuk siap menjadi benteng utama dalam hal menjaga suaminya agar tidak terlibat sesuatu yang dapat merugikan warga. Rupanya, hal itu sudah menjadi komitmen Wilis dan Dyah Katarina (istri Bambang DH) untuk

menjadi orang pertama yang menegur atau mengingatkan suami mereka. (Surabaya Post, 9 Juni 2005 : hal.11)

*Caption: Retno Wilis saat menyerahkan bantuan kepada pengurus Masjid Al-Furqan.*

Perempuan masih distereotipkan sebagai makhluk yang memiliki sifat pengasuh dan penanggungjawab utama urusan pendidikan anak-anak. Juga urusan kebersihan, keindahan, atau menjaga lingkungan tempat tinggal masih dianggap menjadi tanggungjawab perempuan. Seperti digambarkan pada berita di bawah ini, Dyah Katarina, istri kandidat pilwali Bambang DH mengingatkan peserta jalan sehat untuk membuang sampah pada tempatnya dan dicitrakan Dyah Katarina sebagai "ibu melati" karena menganjurkan ibu-ibu PKK untuk dan memperindah pekarangan rumahnya dengan menanam bunga melati. Selain itu, dicitrakan pula sebagai perempuan, Dyah Katarina memiliki perhatian serius pada dunia pendidikan anak-anak.

## Istri Bambang Terus Tempel Muhammadiyah

**JAWA POS** - Mendekati pelaksanaan pemilihan kepala daerah (pilkada) ini, cawali dari PDIP Bambang DH semakin intensif mendekati warga kota. Bukan hanya Bambang DH, istrinya Dyah Katarina, juga tidak mau kalah Minggu (22/5), istri dari Bambang DH ini datang ke Krembangan untuk menghadiri undangan jalan sehat yang digelar Pimpinan Cabang (PC) Muhammadiyah Krembangan.

Tidak sia-sia memang. Kedatangan Dyah Katharina di acara itu cukup mendapat perhatian dari warga setempat. Bahkan Dyah juga diberi kepercayaan membuka kegiatan jalan sehat, dan *launching* Panti Asuhan KH Achmad Dahlan di Jl Tambak Asri Surabaya itu.

Sebelum memberangkatan ribuan peserta jalan sehat, Dyah mengingatkan kepada peserta untuk menjaga agar membuang sampah selama dalam perjalanan pada tempatnya. Dyah menyarankan kepada anak-anak yang mendominasi peserta jalan sehat untuk mengantongi pembungkus *snack* yang barusan dimakan.

"Nanti kalau sudah sampai dibuang ke tempat sampah ya Dik," pinta Dyah disambut gembira anak-anak.

Dalam kesempatan itu, istri mantan Wali Kota Surabaya Bambang DH ini ikut bergabung dengan ribuan peserta jalan sehat dalam rangka menyambut Muktamar

Muhammadiyah ke-45 bulan mendatang. Ia terus mengikuti gelombang massa yang bergerak mulai Jalan Tambak Asri terus melewati jalan Gresik dan jalan Kalianak, hingga kembali ke Tambak Asri lagi (finish).

Panitia kegiatan jalan sehat dan peserta merasa bangga atas kedatangan Ibu Melati (panggilan Dyah karena yang menyarankan ibu-ibu PKK Surabaya menanam bunga melati). "Bu Dyah orangnya sangat memperhatikan perkembangan anak-anak dan sangat peduli dengan pendidikan," ungkap Teguh Suryadi. Ketua Panitia Penyelenggara jalan sehat dan *Launching* Panti Asuhan KH. Achmad Dahlan.

Usai jalan sehat, Dyah diminta menandatangani prasasti sebagai simbol diresmikannya Panti Asuhan KH. Achmad Dahlan, dilanjutkan mengunjungi lokasi Panti Asuhan yang letaknya tak jauh dari lokasi jalan sehat. "Ini kalau bisa ditinggikan agar sirkulasi udaranya baik dan nyaman," pinta Dyah sambil menunjukkan atap rumah yang rusak. (JAWA POS, 23 Mei 2005 : hal.12)

Meskipun bukan isi berita utama, ada pula berita yang "menyisipkan" kebutuhan perempuan yang berkaitan dengan perawatan anak balitanya. Misalnya berita di bawah ini yang menggambarkan harapan istri mantan walikota Surabaya, Sunarto Sumoprawiro agar di kantor balai kota disediakan tempat penitipan anak bagi balita staf pemkot. Paragraf terakhir dari berita ini masih saja mencitrakan perempuan sebagai pihak yang lebih peduli pada persoalan perawatan dan pengasuhan anak.

## Istri Gatot-Benny Lobi Istri Cak Narto

**RADAR** Bukan hanya suaminya yang aktif menggalang dukungan. Juga Retno Indah Sulistyawati dari cawali Drs H Gatot Sudjito dan Esther Benyamin Hilly, istri cawawali Benyamin Hilly. Kedua ibu rumah tangga itu ternyata cukup piawai melakukan lobi dan menggalang dukungan untuk suami tercinta yang sedang berjuang menjadi pemimpin Kota Surabaya.

Seperti yang dilakukan Jumat (13/5). Keduanya melakukan silaturahmi ke rumah Wien Sunarto Sumoprawiro. Walau pun pertemuan itu tidak diagendakan sebelumnya, namun Wien, panggilan akrab istri Cak Narto, menyilakan dua tamunya itu ngobrol berlama-lama di rumahnya di Jl. Wonorejo III, kemarin.



Retno dan Esther betamu tanpa pendamping, datang di rumah Wien selama satu jam mulai pukul 10.00. Sebaliknya, Wien menerima tamunya itu penuh gembira tanpa basa basi dan tampil seadanya.

Mengawali percakapannya itu, Wien sempat menceritakan keadaan keluarganya yang sekarang ini sepi tanpa tangis cucu-cucunya. "Rumah ini sekarang sepi. Anak-anak sudah keluarga semua, cucu-cucu juga tidak tinggal di sini. Ya, saya hidup bersama pembantu saja," kata Wien

mengawali. "Pekerjaan saya sekarang hanya ibadah saja. Dan setiap hari Jumat menyempatkan nyekar bapak. Itu rutin saya lakukan."

"Eh wartawan, ini gak ada yang serius lho ya. Ini hanya sekedar silaturahmi biasa. Karena sebenarnya hal semacam ini sudah sering dilakukan," kata istri Cak Narto. Maklum ketika Benyarnin masih menjabat di Pemkot Surabaya, mereka sudah saling kenal dan sangat dekat.

Wien Sunarto Sumoprawiro juga tidak menyebut-nyebut soal pilkada. Yang pasti kami akan gunakan hak suaranya pada tanggal 27 Juni nanti. Soal siapa yang saya pilih, itu rahasia," ungkap Wien sambil melirik Retno dan Esther singkat.

Meski saat ini sudah tidak lagi di lingkungan pemkot, namun Wien masih punya gagasan yang cukup brilian, yaitu perlunya di sekitar kantor pemkot ada yayasan penitipan anak. Yayasan itu saya kira akan cukup bermanfaat dalam membantu ibu-ibu yang punya balita. "Saya kira ini cukup penting," tandasnya singkat. (RADAR SURABAYA, 14 Mei 2005 : hal.11)

*Caption: Esther Benyamin Hilly (kiri) dan Retno Indah Sulistyawati saat bertemu Wien Sunarto (kanan).*

### 5.3 Rutinitas media atas pemilihan nara sumber jenis kelamin tertentu dalam liputan pilkadal Surabaya

Pemunculan isu-isu perempuan masih minim dilakukan oleh sejumlah media cetak di Surabaya. Isu ini lebih banyak muncul disebabkan adanya pernyataan kandidat selaku narasumber dan bukan pernyataan yang dilontarkan oleh wartawan. Dengan kata lain, wartawan tidak menggali opini atau sikap kandidat berkaitan dengan isu perempuan tertentu. Meskipun dalam pemilihan narasumber atau sudut pandang berita subyektivitas media

berperan dalam konteks ini, akan tetapi pada saat narasumber lebih dominan “mengendalikan” event (istilah lain : narasumber yang menciptakan berita), maka bahan berita inilah yang harus direkonstruksi oleh media untuk ditampilkan.

Sebagai contoh, pada berita di bawah ini Erlangga Satriagung memberikan statement yang berperspektif gender pada acara yang digelar oleh harian Kompas Jatim yang memang bertajuk tentang perempuan, “Publik Bicara : Menjaring Suara Perempuan.” Sebagai perempuan, menurut Erlangga hendaknya mandiri secara ekonomi dan tidak tergantung pada penghasilan suaminya. Ketertinggalan perempuan dari kaum laki-laki bisa diubah jika sudah tercipta kesetaraan gender di masyarakat. Pernyataan yang sensitif gender ini dikutip oleh media disebabkan konteks acara tersebut memang tentang perempuan sebagai pemilih potensial dalam pilkada Surabaya. Sebagai seorang kandidat yang telah dikemas oleh tim pemenangan pilkadanya, kemungkinan besar pernyataan Erlangga ini sudah diatur dalam rangka meraih simpati pemilih perempuan.

Wartawan dalam hal ini menggunakan semua pernyataan Erlangga sebagai bahan berita. Tidak ada upaya untuk mewawancarai lebih lanjut Erlangga berkaitan dengan pernyataannya selama di forum diskusi tersebut. Misalnya bisa ditanyakan lebih lanjut bagaimana program riil Erlangga untuk memandirikan perempuan Surabaya terutama di bidang ekonomi. Apakah lewat pemberian bantuan permodalan untuk usaha kecil dan menengah, pelatihan manajemen dan pemasaran produk usaha rumahan, meminta dunia industri bersinergi untuk pengembangan usaha ekonomi produktif yang dikelola perempuan, merupakan serangkaian pertanyaan yang bisa diajukan kepada Erlangga. Hal ini memang bisa dilakukan oleh wartawan, jika sudah memiliki perspektif gender dalam mengemas isu-isu perempuan.

## Ketika Cak Er Melihat Sosok Wanita Jangan Tergantung Suami, Bikin Usaha Mandiri

*Erlangga Satriagung, cawali dari PD-PAN, rupanya interes dengan wanita. Itu diungkapkan Cak Er, panggilan akrabnya di gedung Gramedia-Kompas, Jl Jemursari, Jumat (13/5). Ia melihat selama ini wanita hanya dipandang dari sudut kelemahan yang dimilikinya saja. Padahal, di balik itu wanita punya kelebihan.*

TANPA didampingi cawawalnya, AH Thony, Cak Er jadi pembicara dalam acara 'Publik Bicara: Menjaring Suara Perempuan'. Menurut Cak Er, wanita memiliki peran luar biasa dalam kehidupan, karena itu kedudukan wanita sederajat dengan pria. Namun karena pola pikir masyarakat masih patriarki, menyebabkan wanita mengalah pada laki-laki, wanita lebih banyak menerima. "Selama ini, yang selalu diekspos atau yang ditinjau adalah kelemahan wanita, bukan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya. Wanita sendiri juga lebih suka membicarakan kelemahannya dibanding kelebihannya," tegas Cak Er.

Permasalahan wanita, tegas suami Ny Tuti Miarso, tidak akan muncul bila wanita memiliki kedudukan sederajat dengan laki-laki, begitu pula dalam hal ekonomi. Cak Er juga mengisahkan tentang rasa syukurnya yang selama 20 tahun menikah, justru tidak pernah menyakiti istrinya, baik psikis maupun fisik.

Wanita justru, disarankan Cak Er agar lebih tampil dan berperan dalam keluarga. Diharapkan, melalui tangan kaum wanita, justru kesejahteraan keluarga bisa terangkat. "Bila ibu sejahtera, maka keluarga dan masyarakat juga turut sejahtera. Misalnya saja, dengan memberdayakan wanita untuk mampu menambah penghasilan sendiri dari rumah tanpa ada ketergantungan dari sang suami. Itu kan lebih bagus. Selain mandiri juga membuktikan wanita mampu seperti laki-laki. Namun yang utama, meringankan beban suami," tegasnya.

Bagi Cak Er, tak hanya laki-laki yang harus berjuang dalam suatu rumah tangga, wanita yang selama ini dipandang sebelah mata juga memiliki daya juang yang tangguh. Ini berdasarkan pengalaman Erlangga selama berada di lingkungan Kadin Jatim. Yang aktif menurut Cak Er, justru wanita karena 69 persen wanita menjadi pengusaha. Pemberdayaan wanita, diantaranya sudah bisa dilihat dalam dunia perdagangan, karena wanita lebih banyak terjun di bidang itu.

Cak Er pun berharap agar pemberdayaan wanita itu tak hanya dilakukan Kadin, tapi harus dikuntit Pemkot Surabaya, yakni melalui ibu rumah tangga atau kelompok PKK atau lembaga-lembaga positif lainnya yang ada di masyarakat.

Sebenarnya wanita tak hanya mampu di dunia perdagangan saja, usaha jasa juga sudah dirambahnya. Seperti adanya wanita yang memiliki penghasilan pas-pasan, tapi mampu mendirikan Taman Pendidikan Agama. Dengan adanya kekuatan wanita itu, tak menutup kemungkinan bisa membangun Surabaya dengan baik. "Ayo kita bekerja sama 'ndandani Suroboyo' sehingga semua itu tak saja dipikul pemkot untuk menjalankan roda pemerintahan, tapi harus memikirkan kesejahteraan rakyatnya. Saat ini yang dapat kita saksikan, semua potensi di

Surabaya justru jalan sendiri-sendiri tanpa ada yang mengomandaniya," kata Cak Er.

Itu pula yang menjadi cita-cita Cak Er jika terpilih menjadi wali kota Surabaya. Dia bertekad mengangkat derajat wanita melalui usaha mandiri di rumah tangga sebagai sumber ekonomi kecil. (SURYA, 14 Mei 2005 : hal.11)

Untuk menggali pemahaman gender pengelola media, peneliti mengajukan serangkaian indepth interview dengan redaktur dan jurnalis yang diteliti. Data dari penelitian ini menunjukkan ada sebagian pengelola media yang minimal sudah berperspektif gender. Artinya, institusi media tersebut sudah memiliki mekanisme dan kebiasaan yang dijalankan bagi karyawannya untuk mendapatkan pengetahuan tentang nilai-nilai gender. Pembuat kebijakan atau pimpinan di media tersebut tidak hanya tahu dan paham karena sudah pernah mengikuti pelatihan atau memiliki wacana atau pengetahuan tentang nilai-nilai gender, tetapi juga sensitive gender yaitu dapat melihat fenomena yang ada di masyarakat tentang masalah-masalah perempuan, kesetaraan, keadilan, kekerasan dan kesenjangan gender. Dan selanjutnya dapat mengkritisi keadaan dengan mempunyai pemikiran-pemikiran untuk mengatasi atau paling tidak mengurangi masalah-masalah perempuan tentang kesetaraan, keadilan, kekerasan, kesenjangan yang terjadi baik di perusahaannya sendiri maupun di masyarakat. Dengan pemikiran yang kritis tersebut lebih jauh mereka juga mengaktualisasi dan mengaplikasikannya dalam berbagai kebijakan, kegiatan dan program-program yang mengacu pada permasalahan-permasalahan yang dihadapi perempuan .

*"saya pribadi ingin ada kesetaraan, jadi jangan dilihat dari jenis kelamin, Kalau disini mungkin bisa disetarakan karena kami disini tidak melihat jenis kelamin tetapi berdasarkan kemampuannya, hal ini kami terapkan dengan benar disini. Saya berfikir media JP adalah media yang paling dekat dengan masyarakat hingga bisa saja membuat rubrik khusus pendidikan tentang kesetaraan gender, hal ini kami maksudkan untuk mengurangi kesenjangan antara perempuan dan laki-laki" (Rochman, JP)*

Sedangkan menurut Eka (Radar Sby) :

*"perempuan memang berbeda secara fisik dengan laki-laki, karena perempuan harus melahirkan. Perbedaan itu membawa implikasi bagi perempuan dalam dunia kerja. Misalnya perempuan menempatkan diri seperti apa, memposisikan seperti apa, kalau memang suka dilecehkan oleh teman-teman kenapa harus diam kalau kita bisa melawan ya dilawan".*

Dari data yang telah dikumpulkan, sejumlah jurnalis peliput pilkada Surabaya masih kurang memiliki sensitivitas dan pemahaman tentang nilai-nilai gender dan lingkungannya.

Seperti yang terlihat pada pendapat-pendapat sebagai berikut :

*Perempuan sebagai pengikat atau daya tarik, menarik iklan pada pasar. Mobil dengan keindahan sama dengan keindahan perempuan. Perempuan saya pikir tentang kesabarannya, emosionalnya dan tangisannya (Iko, Radar Sby).*

*Saya nggak setuju kalau konsepnya menyamakan segalanya antara pria dan wanita. Setara yang seperti apa sih ada hal-hal yang bisa disamakan ada hal-hal yang mesti dibedakan. Perempuan lebih dominasi mengasuh anak, public service lebih membutuhkan keramah-tamahan seringkali cewek lebih mampu dari pada pria (Iry, Surya).*

Data-data di atas menunjukkan masih terdapat jurnalis yang kemungkinan tidak tahu karena tidak pernah mendengar, membaca atau mengikuti pelatihan gender. Lebih jauh lagi ada yang tidak memahami nilai-nilai gender. Dari pernyataan-pernyataan yang disampaikan menunjukkan adanya diskriminasi dan dominasi laki-laki terhadap perempuan, serta nilai-nilai patriarki yang masih melekat pada pemikiran-pemikiran mereka. Implikasi yang terjadi tidak hanya di tempat kerja, tetapi juga dalam rumah tangga.

Ada juga yang tahu tetapi mengingkari kenyataan yang ada. Kalau melihat pernyataan-pernyataan yang disampaikan sebetulnya juga ada yang melihat atau tahu bahwa kedudukan dan peranan perempuan di dalam masyarakat sudah mulai ada perubahan dan pergeseran, tetapi karena nilai-nilai patriarki yang terlanjur melekat sehingga tidak mudah menerima kenyataan akan perubahan tersebut, selain itu bisa terjadi juga pendapat yang

mendua dimana hal-hal yang terjadi diluar dirinya bisa diterima tetapi bila menyangkut diri dan lingkungannya tidak bisa menerima, seperti mengatasnamakan kodrat (padahal tidak paham dengan arti kodrat yang berkaitan dengan gender), atau culture maupun agama.

Untuk mengukur bagaimana sikap pengelola bisnis media yang berperspektif gender, salah satu indikatornya adalah dengan menanyakan opini mereka tentang kesetaraan dan keadilan gender itu sendiri. Tentu saja dengan memperhitungkan juga faktor-faktor yang bisa menjadi penyebab atau mempengaruhi opini tersebut.

Sebagian pengelola bisnis media yang diwawancarai mengakui, pada dasarnya baik laki-laki maupun perempuan memiliki kemampuan yang sama, maka tidak ada stereotipe tentang laki-laki atau perempuan. Hal ini terlihat dari kutipan wawancara dengan pengelola bisnis media Surya.

*"tidak ada perbedaan karena dia perempuan, kalau menang kualitasnya bagus kenapa tidak kita akui".*

Senada dengan hal ini kutipan wawancara dengan informan dari Surabaya Post :

*"tidak ada perlakuan tidak sama antaru laki-laki dan perempuan baik dalam tugas maupun hak-haknya"*

Dari kutipan wawancara tersebut jelas sekali opininya mengakui tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Seperti yang diungkap oleh informan dari Surya:

*"Misalnya laki-laki atau suami beranggapan bahwa perempuan sebaiknya dirumah saja. Hal ini tidak proporsional."*

Dari ungkapan tersebut nampak bahwa menurut mereka, bukti-bukti yang ada pada masyarakat menunjukkan bahwa perempuan di dunia kerja memiliki kemampuan yang sama dengan laki-laki.

Menyikapi terjadinya eksploitasi perempuan di media, baik informasi dari JP maupun Surya mengaku memang ada. Menurut mereka eksploitasi muncul di media karena media

ingin menarik di mata konsumen dan menjual berita sebanyak-banyaknya. Mereka juga mengakui bahwa media memiliki peran besar dalam menempatkan perempuan sebagai obyek sekaligus membangun karakter yang negatif tentang perempuan, seperti yang diungkapkan oleh informan JP

*"Seperti sinetron yang menonjolkan peran perempuan yang cerewet, ibu mertua yang jahat, karakter ini dibangun media ..."*

Menyikapi hal tersebut mereka sepakat seharusnya media tidak menyiarkan hal itu. karena terlalu mengeksploitasi perempuan. Sebagai solusinya mereka mengusulkan perlunya ditingkatkan jumlah wartawan perempuan. Hal ini dikarenakan menurut mereka, kalau yang menulis wartawan laki-laki, maka tentu saja berita yang muncul adalah dari kacamata laki-laki. Sedangkan informan dari Surya menegaskan perlunya kegiatan kesetaraan gender sehingga eksploitasi perempuan tidak merajalela di media.

Di bagian lain, ada pula pengelola media yang mengakui adanya stereotipe antara laki-laki dan perempuan. Misalnya diungkapkan oleh informan dari JP :

*"Perempuan lebih luwes ketimbang laki-laki, Mereka (perempuan) tahan menunggu lama, laki-laki tidak mau menunggu lama. Kalau perempuan sampai dapat dan lebih ulet"*

Dari kutipan wawancara tersebut jelas menunjukkan opini informan yang berkonotasi stereotip. Misalnya menganggap sifat-sifat dasar laki-laki (kurang sabar, tidak ulet dan sebagainya) sementara sifat-sifat dasar perempuan adalah luwes, sabar, ulet. Tentu saja stereotip ini "dianggap" menguntungkan perempuan karena memberi efek positif pada perempuan. Tetapi hal ini mencerminkan tidak adanya kesetaraan dan keadilan gender.

Tetapi di sisi lain diakui bahwa stereotip seperti itu tidak selamanya benar. Artinya tidak ada perbedaan bahwa pada peran perempuan dan laki-laki selamanya benar. Perempuan

akan berperan seperti apa, tergantung perempuan itu sendiri seperti diungkap oleh informan dari Harian Sore Sby Post.

*"Stereotipe memang ada perempuan tidak sama dengan laki-laki, secara fisik misalnya perempuan melahirkan. Perbedaan itu membawa implikasi dunia kerja. Tapi dalam masyarakat tergantung pribadi masing-masing dia (perempuan) menempatkan diri sebagai apa, memposisikan diri sebagai apa....."*

Jadi perempuan punya kesempatan untuk keluar dari stereotipe yang ada, kalau mereka menginginkan hal itu. Namun jika perempuan tidak tertarik untuk terjun dalam peran-peran tertentu maka peran tersebut tidak akan diperolehnya. Oleh karena itu perempuan harus berjuang untuk mendapatkan perannya, seperti ditegaskan informan dari Surya

*"Perjuangan perempuan harus lebih besar karena itu kodrat. Kalau dia keluar dari kodrat dia harus menghadapi hukuman. Ketika perempuan mengambil alih pekerjaan laki-laki perlu konsekuensi dia keluar dari kontrak"*

Dari ungkapan tersebut jelas tergambar bahwa informan masih mengakui tentang kodrat perempuan, salah satunya dia harus mengurus rumah tangga, tinggal di rumah, merawat anak dan sebagainya. Tetapi di satu sisi nampak bahwa perempuan bisa berjuang untuk keluar dari kodratnya (misalnya bekerja di luar rumah). Untuk itu tentu saja ada konsekuensi yang harus dibayar, misalnya dia harus siap dengan beban kerja ganda, misalnya bekerja di luar rumah yang mengerjakan pekerjaan domestik. Untuk itu dituntut kemampuan perempuan membagi waktu antara kerja dan rumah.

Pandangan dualisme (di satu sisi menyetujui stereotipe laki-laki dan perempuan dan disisi lain mendukung perempuan keluar dari peran yang di stereotipkan) itu nampak dalam opini pelaku bisnis media dalam memandang posisi perempuan di media massa. Pada umumnya mereka tidak membenarkan kalau perempuan dijadikan obyek dalam bisnis media massa. Seperti diungkapkan oleh informan dari Surabaya Post :

*"Surabaya Post tidak pernah memposisikan perempuan sebagai obyek berita tapi berdasar kenyamanan. Kalau ada perempuan atau laki-laki melakukan pelanggaran susila kita beritakan. Jadi tidak ada eksploitasi"*

Kemasan berita seputar pilkada (terutama yang berkaitan dengan event yang dihadiri oleh istri kandidat), biasanya diputuskan oleh redaktur desk khusus pilkada atas pertimbangan selain bernilai berita tinggi juga sesuai dengan konteks peran istri kandidat tersebut sebagai perempuan. Oleh karena itu peran-peran perempuan yang ada dalam masyarakat kembali disosialisasikan pada masyarakat melalui berita pilkada, sehingga makin menonjolkan dan menguatkan peran perempuan yang diinginkan masyarakat. Seperti ditegaskan oleh informan dari Radar Surabaya :

*"Kalau biasanya kita masih mengatakan urusan pendidikan anak menjadi tanggung jawab ibu, maka ketika Diah Katarina misalnya hadir dalam acara bertema pendidikan atau ngomong tentang pendidikan anak, ya pasti akan kita muat dan itulah yang disukai oleh pembaca"*

Dari opini tersebut terkesan ada kekhawatiran pada pihak media jika mereka tidak menampilkan berita sesuai format yang berlaku secara umum dalam masyarakat mengenai laki-laki dan perempuan, maka media mereka tidak akan diminati konsumen. Disini nampak jelas dimana kapitalisme ikut berperan dan memberi warna pada dunia media. Bahwa keuntungan adalah sesuatu yang harus dipikirkan dibanding proses pembelajaran dan wacana baru yang harus disosialisasikan pada masyarakat.

Hal yang senada ditegaskan narasumber yang mengakui bahwa media ikut andil dalam membentuk peran-peran perempuan dalam masyarakat, seperti diungkapkan oleh informan dari JP .

*"Pengetahuan masyarakat kita soal persamaan masih minim. Media bisa membantu dan ikut berperan dalam menyebabkan munculnya kondisi tersebut. Media melestarikan faktor-faktor bahwa perempuan adalah nomor dua dan menonjolkan sensual perempuan untuk dijual"*

Dengan kondisi yang ada, sebagian besar mereka sepakat kalau perjuangan kesetaraan gender harus terus dilakukan meski tidak selalu dilakukan sendiri, seperti diungkap informan dari Surya dan Surabaya Post berikut ini:

*"...Saya bukan feminis, mungkin saya tidak ke sana arahnya. Tapi apa yang mereka (feminis) perjuangkan memang bagian yang harus diperjuangkan. Kita tidak ada di dalam situ mungkin bisa support dengan yang kita lakukan.. "*

*"Perjuangan kelompok gender bukan sia-sia, suatu saat akan mencapai hasil. Menang perlu waktu panjang untuk mengubah pola pikir orang timur"*

Dalam ungkapan tersebut tergambar bahwa pengelola bisnis media tersebut sebenarnya memiliki konsep yang mengakui kesetaraan gender sebagai kondisi yang ideal bagi masyarakat. Hanya saja mereka sulit keluar dari frame budaya yang terlanjur berkembang dalam masyarakat dan lingkungan kerja di media. Sehingga yang terjadi adalah di satu sisi mereka mengakui kesetaraan dan keadilan gender, di sisi yang lain mereka juga menyetujui adanya perbedaan antara peran laki-laki dan perempuan dalam masyarakat.

Selanjutnya, opini pengelola bisnis media ada yang sangat kental bias gendernya, terutama pada pandangan mereka tentang peran laki-laki dan perempuan, kodrat perempuan dan pandangan mereka tentang eksploitasi perempuan di media massa.

Pengelola bisnis media di JP misalnya melihat ada perbedaan mendasar antara laki-laki dan perempuan, seperti diungkap dalam kutipan wawancara berikut:

*"Ada unsur emosional yang lebih mengedepan dari perempuan ketimbang rasionalnya. Perempuan ekspresinya beda dengan laki-laki. Perempuan tetap dengan air matanya, dengan kesaharannya. "*

Dari ungkapan tersebut jelas sekali gambaran yang bias gender tentang perempuan. Perempuan dikonsepsikan lebih emosional, tidak rasional, mudah menangis dan sabar. Opini tersebut banyak dipengaruhi budaya (*culture*) yang berkembang dalam masyarakat yang

memang memposisikan laki-laki dan perempuan berbeda. Pandangan masyarakat seperti itu terus disosialisasikan oleh keluarga dan membentuk pandangan yang bias pula pada anggota keluarga. demikian seterusnya sehingga mata rantainya sulit diputus.

Opini yang bias tentang peran laki-laki dan perempuan makin ditegaskan oleh pandangan mereka mengenai kodrat perempuan, seperti diungkap lewat kutipan wawancara berikut ini

*"Secara fisik perempuan harus punya anak, melahirkan itu kodrat. Secara emosional dia lebih sensitif itu jelas kodrat, tidak memasak tidak apa-apa itu bukan kodrat. Tapi melayani suami adalah kodrat.."* (informan JP)

Dari ungkapan tersebut jelas bahwa pengelola bisnis media mencampuradukkan antara kodrat dengan peran gender. Kodrat perempuan melahirkan memang tidak bisa digantikan oleh laki-laki. Tetapi kodrat melayani suami berhubungan dengan persoalan gender. Terkait dengan pandangan bahwa perempuan harus melayani laki-laki, peran ini diciptakan oleh masyarakat yang patriarkhis untuk melestarikan kemudahan dan kenikmatan yang diperoleh laki-laki dari pelayanan perempuan.

Kentalnya bias gender dalam pandangan mereka terakumulasikan pula di lingkungan kerja terutama menyangkut pandangan mereka tentang eksploitasi perempuan dalam media massa. Seperti diungkapkan oleh informan dari JP :

*"Media tidak bisa disalahkan jika memposisikan diri sebagai media yang menonjolkan sisi perempuannya. Sah-sah saja media memanfaatkan perempuan asal masih dalam koridor yang masuk akal."*

Meski berbeda formal, namun opini pengelola media tersebut menjurus pada hal yang sama tentang stereotipe perempuan yang ditonjolkan dalam liputan berita. Bahwa perempuan adalah ibu rumah tangga, oleh karena itu ketika bicara soal kebutuhan anak seperti susu maka berarti tidak lepas dari perempuan. Pandangan yang timpang tentang perempuan jika ditarik

benang merah dengan opini mereka tentang kesetaraan dan keadilan gender akan terlihat jelas dari ungkapan informan dari JP :

*"Gender itu tidak dianut susah tapi kalau dianut juga susah. Artinya kesetaraan gender dalam tatanan sosial OK, tapi dalam kacamata spiritual, religilitas dan sebagainya tetap nggak bisa. Dalam tatanan tertentu perempuan harus menerima kodratnya sebagai nomor dua"*

Pandangan timpang tersebut tidak lepas dari pengaruh budaya (culture) individu dan masyarakat. Budaya masyarakat ikut andil dalam membentuk budaya individu, sebaliknya budaya individu memberi warna pada budaya masyarakat.

Beberapa data yang terungkap, pada akhirnya menunjukkan sebagian opini pengelola bisnis media massa tentang kesetaraan dan keadilan gender sudah berperspektif gender. Hal ini bisa ditengarai dari pernyataan informan media tersebut yang menganggap tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Di dunia kerja perempuan dan laki-laki mempunyai kemampuan yang sama. Mereka juga berpendapat, produk media dalam tampilannya harus seimbang antara laki-laki dan perempuan. Selain itu, menurut opini mereka perempuan tidak boleh dijadikan sebagai obyek seksual dalam media massa.

Akan tetapi ada juga sebagian pengelola bisnis media yang masih menggunakan standar ganda (*double standard*) dalam beropini tentang kesetaraan dan keadilan gender. Artinya, mereka mengetahui stereotip dan ketimpangan hubungan gender antara laki-laki dan perempuan. Juga menganggap stereotip terhadap perempuan tidak selamanya benar, sehingga tidak membenarkan jika perempuan hanya dijadikan obyek dalam bisnis media massa. Akan tetapi berkaitan dengan peran gender, opini mereka masih yang berkonotasi stereotip.

Selain itu masih ada opini yang sangat kental bias gendernya (stereotip terhadap peran gender perempuan dan laki-laki). Opini mereka secara tersurat menunjukkan adanya pemahaman yang keliru dalam membedakan antara kodrat dan peran gender perempuan

Sesuatu yang sebetulnya konstruksi sosial atas gender seseorang, akan tetapi dianggap sebagai kodrat dari Sang Pencipta yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Ditambah lagi akibat budaya di masyarakat dan di lingkungan industri media yang sangat terhegemoni oleh nilai-nilai patriarkhis dan kapitalisme (demi mengejar keuntungan semata), maka mereka tidak bisa berbuat banyak dan tetap saja melahirkan produk media yang bias gender. Hal ini ditunjukkan dari opini mereka yang tidak mempermasalahkan perempuan dijadikan sebagai obyek seksual (dianggap sebagai sesuatu yang natural dan sesuai selera konsumennya).

Pengelola bisnis media yang memiliki kesadaran akan sensitivitas gender terhadap isi media, dapat terlihat antara lain melalui tindakan dan sikap pengelola bisnis media dalam andilnya membentuk produk yang dihasilkan media. Di Surya misalnya, sajian berita benar-benar diperhatikan, terlebih yang menyangkut soal perempuan. Ada etika kerja yang ditetapkan sebagai patokan antara yang boleh dan tidak boleh dimunculkan di media. Seperti diungkapkan salah seorang pengelola Surya :

*"Disini etika tetap harus dilaksanakan. Misalnya puser tidak boleh sampai nongol, bagaimanapun posenya."*

Selain tegas dalam isi berita, Surya juga menyeleksi iklan yang masuk di media mereka. Untuk itu ada bagian khusus yang berfungsi sebagai penyortir iklan. Jika ada iklan yang mengeksploitasi perempuan biasanya akan langsung "dibabat habis. Tidak ada keraguan kalau media akan dijauhi iklan atau pembaca.

Tingginya kesadaran gender pengelola bisnis media juga terlihat dari rubrik yang disediakan di media tersebut. Di Surya atau JP terdapat rubrik di hari Minggu. Materinya tentang kekerasan terhadap perempuan, dan materi lain seputar persoalan gender. Ada juga liputan khusus yang mengetengahkan prestasi perempuan, informasi, figur perempuan yang diangkat dari keseharian sebagai pekerja, ibu rumah tangga, publik figur dan sebagainya.

Persoalan perempuan, juga ditampilkan film tentang perempuan, atau yang disutradarai perempuan dalam bentuk informasi atau resensi. Pada bulan tertentu misalnya hari Kartini juga dikemas acara khusus yang mengangkat kisah tentang karier perempuan misalnya penjaga tol perempuan, petugas kebersihan perempuan atau petugas SPBU perempuan.

Tentu saja ada tujuan yang ingin dicapai melalui program tersebut, antara lain meningkatkan pengetahuan masyarakat dan memberi wacana baru tentang peran-peran perempuan. Seperti diungkapkan salah seorang informan Surya:

*"Awalnya perempuan disini diem-diem tapi lama kelamaan dengan suasana yang saya bangun dan sadar bahwa mereka punya hak untuk mengeluarkan suara, saya optimis ada perubahan. Nanti itu akan terimplementasi dalam pekerjaan.."*

Masih ada kesadaran gender pengelola media yang masih terkalahkan oleh keinginan untuk "melestarikan" konstruksi sosial yang sangat stereotipe dan justru sangat bias gender pada liputan pilkada Surabaya. Pada umumnya mereka tidak mengelak kalau isi media mereka memang mengeksploitasi perempuan, tetapi biasanya mereka menggunakan dalih tertentu. Ini menunjukkan kalau kesadaran gender mereka yang rendah turut berperan dalam sikap mengkritisi isi media. Seperti diungkapkan oleh informan dari Surabaya Post:

*"Kita memang sadar bahwa kita memanfaatkan unsur emosional perempuan memang itu market yang paling besar. Biasanya perempuan dijadikan daya tarik karena kita dibatasi waktu yang sempit jadi sembarang saja. Tapi perempuan dipasang disitu bukan sebagai tempelan tetapi karena memang harus ada disitu"*

Terdapat faktor-faktor yang menyebabkan munculnya bias gender dalam berita pilkad Surabaya. **Faktor pertama** bisa jadi disebabkan oleh masih kukuhnya hegemoni ideologi patriarki yang diterapkan oleh pengelola bisnis media yang bersangkutan. Ideologi ini tersemaikan melalui pemahaman yang salah dalam memandang potensi yang dimiliki oleh setiap individu. Potensi ini acapkali terkalahkan oleh perbedaan jenis kelamin individu tersebut. Misalnya bidang pekerjaan dengan resiko tertentu, keluasan atau cakupan tertentu,

atau kemampuan fisik atau non fisik tertentu, selalu dianggap merupakan monopoli jenis kelamin tertentu. Kebijakan media semacam ini secara tidak langsung menyebabkan dominasi jenis kelamin tertentu untuk bidang-bidang pekerjaan yang distereotipekan menjadi "wilayah kekuasaan" mereka.

Dalam memberikan tugas kepada perempuan, pengelola media masih berpijak pada pemahaman bahwa tidak setiap tugas dapat dikerjakan oleh perempuan. Perempuan memiliki keterbatasan-keterbatasan sehingga hanya tugas-tugas tertentu yang layak diberikan kepada perempuan.

Untuk bidang liputan (*desk*) yang dianggap berbau kekerasan seperti hukum, kriminal, kepolisian, yang dianggap sebagai dunia laki-laki, pengelola media memiliki kebijakan yang menarik, yakni perempuan tidak ditempatkan sebagai reporter karena menurut mereka tempat seperti itu membahayakan bagi wartawan perempuan. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa informan penelitian ini menunjukkan :

*" kalau untuk penempatan di kriminal mungkin ada perbedaan, karena memang payah sekali sampai malam jam 1 pagi itu masih harus siap Tapi memang dulu ada teman perempuan yang disitu. Tapi sekarang kita memang membatasi untuk tidak merekrut wartawan. Karena tidak tahan godaan, tergoda sama teman-teman kerja. Selain itu perempuan kalau di kriminal sering dicolek-colek. (Wapenred Jawa Pos)"*

Temuan ini memperkuat asumsi masih kentalnya nilai-nilai patriarkhi di kalangan pengelola media yang melahirkan penilaian stereotip semacam ini, yang menurut Soemandoyo (1999) khas laki-laki. Wilayah publik ternyata masih berpijak pada pemahaman terhadap perempuan sebagai "melayani", "tidak boleh keluar malam", "lebih cocok pada pekerjaan halus", "tidak cocok dengan pekerjaan keras" "mudah diatur" dan stereotipe lain yang mencerminkan masih kuatnya ideologi yang memposisikan perempuan sebagai makhluk yang lemah lembut, pandai melayani, cocoknya di wilayah domestik.

Faktor kedua, sensitivitas gender pengelola media massa bisa dikatakan masih belum memadai. Persoalan perempuan yang diakibatkan oleh munculnya diskriminasi, subordinasi atau marginalisasi di tengah masyarakat, masih dihampiri secara setengah-setengah. Beberapa pengelola media yang diwawancarai Tim Peneliti, menganggap tidak ada persoalan yang serius berkenaan dengan posisi perempuan yang acapkali menjadi "korban" dari para aktor patriarkhis. Situasi ini pada akhirnya menyebabkan minimnya daya kritis dan sensitivitas gender produk media massa yang berkeadilan gender. Selain itu, menghadapi persoalan perempuan (perkosaan, perdagangan perempuan, kekerasan dalam rumah tangga, atau pelecehan seksual) untuk dikemas dalam bentuk berita misalnya, pengelola media selalu menugaskan kepada reporter perempuan untuk meliputnya karena dianggap fenomena ini merupakan persoalan khas perempuan yang hanya bisa diliput oleh reporter perempuan. Tidak akan menjadi persoalan kalau jurnalis perempuan tersebut memang sudah peka gender, sehingga berita yang dihasilkan akan lebih proporsional dan berkeadilan gender. Akan tetapi bias gender akan semakin termanifestasikan dalam produk media massa, jika jurnalis perempuan itu sendiri tidak sensitif gender dan tidak menggunakan pisau analisis gender untuk mencermati persoalan khas perempuan.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Beberapa simpulan yang kiranya dapat ditarik dari hasil temuan data dan analisisnya dapat disebutkan sebagai berikut :

Ideologi patriarki ternyata sangat mengedepan dalam peliputan berita Pilkada di Kota Surabaya. 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. Beberapa pengelola media yang diwawancarai Peneliti, menganggap tidak ada persoalan yang serius berkenaan dengan posisi perempuan yang acapkali menjadi "korban" dari para aktor patriarkhis. Situasi ini pada akhirnya

menyebabkan minimnya daya kritis dan sensitivitas gender produk media massa yang berkeadilan gender.

Selain itu, menghadapi persoalan perempuan (perkosaan, perdagangan perempuan, kekerasan dalam rumah tangga, atau pelecehan seksual) untuk dikemas dalam bentuk berita misalnya, pengelola media selalu menugaskan kepada reporter perempuan untuk meliputnya karena dianggap fenomena ini merupakan persoalan khas perempuan yang hanya bisa diliput oleh reporter perempuan. Tidak akan menjadi persoalan kalau jurnalis perempuan tersebut memang sudah peka gender, sehingga berita yang dihasilkan akan lebih proporsional dan berkeadilan gender. Akan tetapi bias gender akan semakin termanifestasikan dalam produk media massa, jika jurnalis perempuan itu sendiri tidak sensitif gender dan tidak menggunakan pisau analisis gender untuk mencermati persoalan khas perempuan.

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. Kalau melihat pernyataan-pernyataan yang disampaikan sebetulnya juga ada yang melihat atau tahu bahwa kedudukan dan peranan perempuan di dalam masyarakat sudah mulai ada perubahan dan pergeseran, tetapi karena nilai-nilai patriarki yang terlanjur melekat sehingga tidak mudah menerima kenyataan akan perubahan tersebut. Selain itu bisa terjadi juga pendapat yang mendua dimana hal-hal yang terjadi di luar dirinya bisa diterima tetapi bila menyangkut diri dan lingkungannya tidak bisa menerima, seperti mengatasnamakan kodrat (padahal tidak paham dengan arti kodrat yang berkaitan dengan gender), atau culture maupun agama. Di lain pihak, beberapa institusi media dalam penelitian ini, sudah menunjukkan para pengelolanya memiliki sensitivitas atas

nilai-nilai kesetaraan dan keadilan gender. Mereka juga telah berusaha untuk mengaktualisasikan dan mengaplikasikan nilai-nilai kesetaraan dan keadilan gender ini dalam mengemas produk medianya, dan juga dalam menetapkan kebijakan internal institusi medianya.

Idiologi patriarkhis masih kuat melekat pada para pengelola media massa. Idiologi yang melahirkan sikap ketidakadilan dan bias gender ini, bukan hanya monopoli pengelola media massa yang berjenis kelamin laki-laki yang memang tidak memiliki sensitivitas gender. Akan tetapi banyak kasus dalam penelitian ini yang menunjukkan, sikap perempuan pengelola media massa itu sendiri yang menganggap ketimpangan atau ketidakadilan yang terjadi di lingkungan kerjanya, merupakan hal yang sudah sewajarnya dan tidak merugikan bagi dirinya. Kondisi ini tercipta kemungkinan besar disebabkan secara kultural dan sosial, sosialisasi tentang peran gender (*gender role*) masih menempatkan perempuan dengan peran tradisionalnya (sebagai istri dan ibu, dominan di sektor domestik dalam hal mengatur kesehatan dan kesejahteraan rumah tangga).

Media sebagai ruang publik ternyata masih menjadi sarana yang dapat memperkuat idiologi patriarki

## 6.2. Saran

Apakah yang bisa dilakukan pengelola media massa dalam menumbuhkan dan menerapkan perspektif gender dalam menentukan kebijakan dan mengemas produknya? Hal-hal berikut ini Tim Peneliti harapkan menjadi pertimbangan penentu kebijakan (*gate keepers*)

media massa agar tidak semakin mengukuhkan stereotipe dan bias gender dalam kemasan medianya :

Penggunaan diksi (pilihan kata) yang vulgar dan sensasional oleh media barangkali bisa dimengerti sebab dalam media berlaku kaidah untuk menonjolkan unsur sensasi dan kontroversi. Wartawan tentu saja harus memiliki kiat tersendiri untuk meliput peristiwa yang berhubungan dengan aktivitas perempuan di ruang publik. Melalui tulisannya, wartawan tidak boleh melanggengkan bias gender dengan menyudutkan perempuan sebagai pelengkap. Namun semestinya bisa dihargai dalam kesetaraan dalam hal pemikiran serta keberadaannya dengan memuat proporsi yang seimbang sebagai narasumber liputan berita

Selain itu wartawan harus melakukan upaya check dan rechecking. Sebab menulis peristiwa hanya dari laporan pandangan mata membuat opini dan bias gender makin dominan dalam tulisan berita dan kerap lebih mengandung unsur dramatisasi yang melebihi fakta empiriknya. Untuk itu sangat diperlukan kemampuan mempraktikkan "ilmu" jurnalisme penyelidikan (investigative journalism) bagi kalangan wartawan.

Menumbuhkan sikap empati dan keberpihakan pada kesetaraan dan keadilan gender bagi pengelola media massa. Hal ini terutama ditujukan pada saat memproduksi informasi yang berkaitan dengan isu-isu perempuan – di saat perempuan menjadi korban dari tindak kekerasan dan perlakuan diskriminatif (hanya menjadi obyek seksual atau dicitrakan sebagai pihak yang bertanggung jawab atas urusan domestik - dari para agen/pelaku ideologi patriarkhi. Sikap ini dapat dimulai dengan membuat

kebijakan semacam standardisasi atau acuan dalam mengemas produk media massa, agar tidak makin mengukuhkan stereotipe dan peran gender tradisional yang masih banyak terjadi dalam realita keseharian masyarakat Indonesia.

Mengikutsertakan para pengelola dan pekerja media massa dalam pelatihan atau kursus gender. Bahkan lebih baik lagi kalau institusi media massa itu sendiri yang menyelenggarakan pelatihan kursus gender tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan sensitivitas dan perspektif gender para profesional media massa. Efek atau manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini bukan hanya untuk melahirkan produk media massa yang berkesetaraan gender. Akan tetapi juga untuk makin meminimalisir ketidakadilan dan perlakuan diskriminatif – mayoritas yang menjadi korbannya dalam hal ini tenaga kerja perempuan - yang masih banyak terjadi di lingkungan internal institusi media massa.

Pembuatan buku pedoman (*guidance book*) tentang peliputan dan penulisan produk media massa yang berperspektif gender. Program ini dapat difasilitasi oleh Kantor Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dengan partisipasi aktif profesional media massa itu sendiri (institusi media massa, Dewan Pers, atau organisasi profesi pekerja media massa). Buku ini diharapkan dapat menjadi penuntun dan pembuka wawasan para pekerja media di lapangan maupun para *gate keepers* media, untuk dapat menghasilkan produk media yang lebih berkeadilan gender dan mampu mendekonstruksi nilai-nilai gender tradisional yang hingga kini masih dianggap sebagai kodrat dan kebenarannya tidak dapat diganggu gugat.

Saran ini juga ditujukan kepada masyarakat sebagai konsumen media massa. Masyarakat diharapkan semakin kritis untuk tidak mengonsumsi dan jika diperlukan melancarkan kritik dan masukan, kepada pengelola media massa yang menghasilkan produk media yang melecehkan perempuan, dan masih saja melestarikan stereotipe dan peran gender laki-laki dan perempuan secara tradisional.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya, 2000, *Media dan Minimnya Semangat Kesetaraan Gender*, artikel dalam Majalah Pantau. Edisi 08, Maret-April, Jakarta : Institut Studi Arus Informasi (ISAI)
- Baudrillard, Jean. 1995. *The Gulf War Did Not Take Place*, Power Publication.
- Barrett, Oliver Boyd and Chris Newbold. 1995. *Approaches to Media A Reader*, Great Britain : Arnold
- Bemmelen, Sita van. 1992. *Media Massa dan Perubahan Nilai Gender*, makalah dalam Eugina Setyawati (ed.) *Media Massa dan Wanita*, Proyek Studi Gender dan Pembangunan FISIP UI dan UNIFEM
- Bennet, Tony. 1982 *Media, Reality Signification*, dalam Michel Gurevitch (ed), *Culture, Society and the Media*, Cambridge University Press
- Budianto, Rochman, dan Mabroer MS, 2000. *Kesejahteraan Jurnalis Antara Mitos dan Kenyataan, Potret Sosial Ekonomi Jurnalis Jawa Timur*, Surabaya : Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Surabaya dan The Asia Foundation
- Brown, Mary Ellen. 1997. *Television and Women's Culture, The Politics of The Popular*, London : Sage Publications Ltd
- Croteau, David dan William Hoynes, *Media/Society : Industries, Images, and Audiences*. Sage Publication Company, California. 1997.
- Fauma. 1997. *Wanita di Dalam Masyarakat Mjazar*, dalam Hester, Albert L., dan Wai Lan J To (penyunting), *Pedoman untuk Wartawan*, Jakarta . Yayasan Obor Indonesia
- Fine, Beb and Ellen Leopold. 1993 *The World of Consumption*, London Routledge

- Ibrahim, Isi Subandi dan Hanif Suranto (editor), 1998, *Wanita dan Media*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Leung, Lisa, 1995. *Fashioning (Western) Sexuality for Sale: the Case of Sex and Fashion Articles in Cosmopolitan Hong Kong*, in Barbara Eintorn & Eileen James Yeo (eds.), *Women and Market Societies*, Edward Elgar Publishing Limited, Aldershot
- Mursida, Lensi, 2001. *Jurnalistik Masih Sepi Kaum Hawa*, artikel dalam Majalah Independen, edisi 5 tahun ke-7, Mei, Jakarta : Aliansi Jurnalis Independen
- McQuail, Denis, 2000. *Mass Communication Theories*, Fourth edition, London : Sage Publication
- Rojek, C. and B.S Turner (ed). 1993. *Forget Baudrillard?* London : Routledge
- Severin, Werner J dan Tankard Jr., James W. 1992. *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses in The Mass Media*, third edition, New York: Longman
- Sindhunata. 1999. *Sekedar Catatan "Media Massa Berperspektif Gender*, makalah dalam Workshop Penulisan Berita Kekerasan terhadap Perempuan dan Anak Berperspektif Gender se Jawa-Bali, Yogyakarta, 4-7 Oktober
- Siregar, Ashadi, Pasaribu, Rondang, dan Prihastuti, Ismay (penyunting), 1999. *Media dan Gender*. Yogyakarta : Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerbitan Yogyakarta dan Ford Foundation
- Siregar, Ashadi. 1996. *Eksplorasi Terhadap Perempuan: Tinjauan terhadap Media Massa*, dalam Seminar Nasional Perlindungan Perempuan dari Pelecehan dan Kekerasan Seksual. Yogyakarta. 6 November
- Soemandoyo, Priyo. 1999. *Wacana Gender & Layar Televisi, Studi Perempuan dalam Pemberitaan Televisi Swasta*, Yogyakarta : Galang Printika

Shoemaker, Pamela, dan Stephen D.Reese. 1996. *Mediating the Message Theories of Influences on Mass Media Content*, USA: Longman Publisher

Wardhana, Veven SP. 2001. *Psanografi dan Media: yang Bukan Perempuan (Tak) Ambil Bagian*, dalam Subono, Nur iman (peny), *Feminis laki-laki: Solusi atau Persoalan?*, Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan



## LAMPIRAN KLIPING KORAN

### Bantah Tak Dukung Wahyudin

**RADAR** - Muslimat Nahdlatul Utama (NU) PKB Surabaya dan Pergerakan Perempuan Kebangkitan Bangsa (PPKB) Surabaya, berang. Pasalnya, ada oknum yang mengaku sebagai ketua PAC Pabean Cantikan Muslimat NU PKB Surabaya.

Kepada wartawan di kantor DPC PKB Surabaya Jl Prapanca, Ismiati, Ketua Umum PPKB Surabaya yang juga wakil bendahara Muslimat NU PKB Surabaya dan ditunjuk sebagai juru bicara melakukan klarifikasi pemberitaan itu. Dia menegaskan jika PPKB dan Muslimat NU Surabaya tak pernah mengeluarkan statemen penolakan terhadap Wahyudin Husein sebagai cawawali.

"Surabaya kan sudah tenang. Jangan hanya karena statemen itu sernuanya jadi kacau. Kami membantah telah mengeluarkan statemen tersebut. Ini jelas rekayasa. Begitu juga dengan tulisan yang menyatakan ketua Muslimat NU PKB Surabaya memberikan statemen tersebut. Padahal Hj Lilik Safa'atun tak pernah menyatakan itu kepada wartawan.

Ditambahkannya, apalagi dikaitkan masalah poligami, muslimat NU dan PPKB Surabaya tak pernah mempermasalahkannya itu. (**RADAR SURABAYA**, 9 April 2005 : hal.12)

*Caption: Ismiati*

### Cak eR Malah Dicubiti Ibu-Ibu

**RADAR** - Wajah ganteng Erlangga Satriagung tampaknya punya daya tarik tinggi bagi masyarakat, khususnya kalangan ibu-ibu. Dalam setiap kunjungan kampanyenya di sejumlah tempat di Surabaya, pria yang sering dipanggil Cak eR ini selalu dielu-elukan wanita.

Mereka yang sudah akrab dengan wajah Ketua Kadin Jatim ini paling-paling hanya berkomentar pendek, "Memang ganteng ya" Tanpa malu-malu, para ibu mengungkapkannya dengan lugas. Termasuk ibu-ibu yang belum tahu sama sekali.

"Monggo ibu-ibu, niki lo Cak eR sing ngganteng niku. Tingali fotone, coblos nomere, nomer setunggal nggih," kata Soedirjo, anggota tim sukses Cak eR yang selalu mendampingi Cak eR keliling dari gang ke gang, dari bedak satu ke bedak lainnya, seperti Jumat (17/6), saat kampanye di Sutorejo.

"Bapak memang ganteng ya, mudah-mudahan hati hapak juga baik. Saya doakan bapak berhasil," kata Ny Ima, pengunjung Pasar Manukan saat menerima jabatan tangan Cak eR. Tangannya memegang, lembaran woro-woro tentang profil Cak eR.

la berkali-kali melihat wajah Cak eR dan menyocokkannya dengan foto di *woro-woro* itu.

Nggih Pak, kami menanti-nanti bapak. Kami berharap bapak akan lebih memperhatikan nasib kami," kata Ny Juariyah, penjual ikan. Cak eR menyambut harapan itu dengan penuh antusias. Insya Allah bu."

Di Pesapen saat kampanye hari kedua, Cak eR juga diserbu ibu-ibu. Mereka berebut bersalaman. Bahkan yang belum sempat diampiri -karena Cak eR terburu dipersilakan duduk- mengajukan protes. "Pak, kita kok nggak diajak salaman. Kan juga pingin lihat wajah ganteng bapak," ujar sejumlah ibu-ibu di Pesapen Tengah.

Di Tambak Gringsing Baru, Kalimas, Perak maupun sejumlah tempat lainnya, Cak eR juga tak luput dari jawilan para ibu-ibu. Di Pesapen Barat, Cak eR bahkan juga dicubiti, karena merasa gemas. "Pak boleh njiwit tangannya bapak."

"Nyoh wis jiwit-jiwiten," ujar Cak eR, lalu tertawa setelah benar-benar dicubit. (RADAR SURABAYA, 18 Juni 2005 : hal.12)

## Dyah Sekarang Lebih Longgar

RADAR - Nyonya Dyah Khatarina, isteri calon wali kota Bambang DH makin aktif turun ke warga kota. Selasa ( 19/4) malam, Dyah menghadiri pengajian yang digelar ibu-ibu PKK RT.VI/RW.V di Gang Benteng, Kelurahan Jernursari, Wonocolo.

Dengan penuh rasa kekeluargaan, wanita ini memilih duduk berbaur dengan jamaah yang memadati acara tersebut, "Terima kasih ibu Bambang atas kehadirannya dan berkenan menghadiri pengajian RT.VI Wonocolo ini," sambut Anna Mariam, mewakili warga Jl. Benteng.

Melihat sambutan hangat dari ibu-ibu pengajian kepada dirinya, Dyah Katharina menembalasnya dengan senyuman. "Sungguh merupakan kebahagiaan bagi saya bisa hadir disini," ungkap ibu tiga putra ini. Selanjutnya, lulusan sarjana Psikologi Universitas Airlangga itu meminta maaf kepada ibu-ibu RT VI Kecamatan Wonocolo karena selama mendampingi suaminya menjadi wali kota belum bisa berkunjung ke Wonocolo.

"Saya minta maaf karena baru sekarang bisa anjangsana ke sini. Saya akui selama ini banyak tempat yang luput saya kunjungi," katanya dengan santun. Sebagai mantan istri wali kota, Dyah mengakui saat ini lebih memiliki waktu longgar untuk menghadiri kegiatan yang digelar warga Surabaya.

"Sekarang saya hanya masyarakat biasa. Jadi bisa kemana-mana tanpa ada jadwal yang mengikat. Kalau dulu harus melalui protokoler," jelas Dyah Khatarina. " Semoga pertemuan ini bukan yang terakhir"

Menutup sambutannya Dyah Khatarina mengatakan sebagai ibu dan isteri kita harus bisa membagi waktu untuk keluarga dan pekerjaan. "Sesibuk apapun gunakan waktu sebaik mungkin untuk keluarga," pintanya. (RADAR SURABAYA, 21 April 2005 : hal.11)

*Caption: Dyah Khatarina (kanan) disambut ibu-ibu jamaah pengajian.*

## Ibu-Ibu Gereja Dukung AW

**RADAR** - Dukungan terhadap pasangan Alisjahbana-Wahyudin terus mengalir. Seperti saat digelar kampanye terbuka di lapangan Mundu Tambaksari Senin (20/6), ibu-ibu dari gereja yang tergabung dalam Persekutuan Gereja Indonesia (PGI) Jatim juga datang. Mereka datang atas nama pribadi. Kedatangan mereka itu, untuk memberikan dukungan dan semangat pada pasangan Alisjahbana-Wahyudin.

Ibu Ripa, jamaah gereja Sungai Kehidupan GBI Klampis pada RADAR Surabaya mengatakan dirinya bersama ibu-ibu lainnya dari persekutuan doa datang untuk memberikan doa khusus pada pasangan Ali-Wahyudin. Dukungan itu diberikan secara tulus karena program yang ditawarkan sangat masuk akal. Juga untuk kesejahteraan semua warga Surabaya. "Kalau warga Surabaya sejahtera, saya juga ikut merasakan," kata ibu Ripa.

Dirinya mengaku datang bukan untuk ikut orasi, tapi sebagai bukti dukungan kami pada Ali-Wahyudin Husein. Bagi dirinya, kemenangan Ali-Wahyudin merupakan kemenangan seluruh warga Surabaya. Kemenangan untuk membangun Surabaya menjadi lebih baik.

Selama kampanye berlangsung, ibu-ibu itu duduk dipanggung kehormatan. Ketika acara doa, ibu-ibu itu, memberikan doa khusus kepada pasangan Ali-Wahyudin. Mereka mengikuti jalannya kampanye sampai selesai.

Ali pada kesempatan itu mengatakan, yang melakukan pavingisasi di kampung-kampung bukan salah satu calon wali kota. Tapi Pemkot Surabaya yang dananya dari APBD Kota Surabaya. Kalau ada satah satu calon yang mengklaim, itu suatu kebohongan besar. (RADAR SURABAYA, 21 Juni 2005 : hal.11)

## Ibu RT Condong ke eR-T, Mahasiswa ke Bara

**JUMLAH** pemilih perempuan pada pilwali nanti lebih banyak dari pemilih laki-laki. Dari total 1,936 juta calon pemilih yang masuk daftar pemilih tetap (DPT), persentase pemilih perempuan sekitar 60 persen atau 1 juta lebih. Karena itu, tidak heran bila para cawali-cawawali berlomba-lomba menggaet suara kaum hawa.

Lantas siapa calon yang banyak didukung kaum perempuan? Berdasarkan survei UP3D LPPM ITS minggu ini, pasangan Erlangga Satriagung-A.H. Thony (eR-T) ternyata paling banyak dipilih kaum perempuan, terutama ibu-ibu Rumah Tangga (RT). Persentasenya mencapai 28,8. Angka itu paling banyak dibandingkan tiga pasangan calon lainnya.

Pasangan Bambang-Arif (Bara) dipilih 27,5 persen ibu RT. Pasangan Alisjahbana Wahyudin (AW) dipilih 4,8 persen, sementara pasangan Gatot-Benyamin (GB)

hanya dipilih 2,2 persen. Yang mengejutkan adalah *swing voters* dari kelompok ini. Ternyata, persentase ibu RT yang belum mempunyai pilihan masih tinggi, yakni 36,7 persen.

Bagaimana dengan kelompok pemilih lainnya? Pemilih mahasiswa, mayoritas masih memilih pasangan Bambang-Arif. Persentasenya 45,8.

Dalam survei ini pula terungkap bahwa kalangan PNS (pegawai negeri sipil) yang belum mempunyai pilihan masih cukup tinggi, yakni 39,8 persen. Sementara yang paling sedikit belum mempunyai pilihan adalah kaum buruh dan tukang, dengan persentase 16,7.

Lalu bagaimana dukungan responden dengan latar belakang pendidikan? Pada survei minggu ini terungkap bahwa pasangan AW paling banyak dipilih tamatan DII dan sarjana muda, yakni 13,6 persen; pasangan Bara mayoritas dipilih responden yang tidak tamat SD dengan persentase 45,8 persen; pasangan eR-T banyak dipilih tamatan S2 dan S3; sedangkan pasangan GB banyak dipilih tamatan DI dan DII 6,3 persen.

Sementara itu, sama seperti minggu lalu, pada minggu ini responden dengan latar belakang pendidikan yang paling banyak belum punya pilihan atau *swing voters* adalah, mereka yang tidak pernah sekolah 47,4 persen. Sedangkan yang paling sedikit belum punya pilihan adalah tamatan DI dan DII, yakni 16,7 persen. (JAWA POS, 6 Juni 2005 : hal. 30)

## Istri Bambang Terus Tempel Muhammadiyah

RADAR - Mendekati pelaksanaan pemilihan kepala daerah (pilkada) ini, cawali dari PDIP Bambang DH semakin intensif mendekati warga kota. Bukan hanya Bambang DH, istrinya Dyah Katarina, juga tidak mau kalah Minggu (22/5), istri dari Bambang DH ini datang ke Krembangan untuk menghadiri undangan jalan sehat yang digelar Pimpinan Cabang (PC) Muhammadiyah Krembangan.

Tidak sia-sia memang. Kedatangan Dyah Katharina di acara itu cukup mendapat perhatian dari warga setempat. Bahkan Dyah juga diberi kepercayaan membuka kegiatan jalan sehat, dan *launching* Panti Asuhan KH Achmad Dahlan di Jl Tambak Asri Surabaya itu.

Sebelum memberangkatan ribuan peserta jalan sehat, Dyah mengingatkan kepada peserta untuk menjaga agar mem buang sampah selama dalam perjalanan pada tempatnya. Dyah menyarankan kepada anak-anak yang mendominasi peserta jalan sehat untuk mengantongi pembungkus *snack* yang barusan dimakan.

"Nanti kalau sudah sampai dibuang ke tempat sampah ya Dik," pinta Dyah disambut gembira anak-anak.

Dalam kesempatan itu, istri mantan Wali Kota Surabaya Bambang DH ini ikut bergabung dengan ribuan peserta jalan sehat dalam rangka menyambut Muktamar Muhammadiyah ke-45 bulan mendatang. Ia terus mengikuti gelombang massa yang bergerak mulai Jalan Tambak Asri terus melewati jalan Gresik dan jalan Kalianak, hingga kembali ke Tambak Asri lagi (*finish*).

Panitia kegiatan jalan sehat dan peserta merasa bangga atas kedatangan Ibu Melati (panggilan Dyah karena yang menyarankan ibu-ibu PKK Surabaya menanam bunga melati). "Bu Dyah orangnya sangat memperhatikan perkembangan anak-anak dan sangat peduli dengan pendidikan," ungkap Teguh Suryadi. Ketua Panitia Penyelenggara jalan sehat dan *Launching* Panti Asuhan KH. Achmad Dahlan.

Usai jalan sehat, Dyah diminta menandatangani prasasti sebagai simbol diresmikannya Panti Asuhan KH. Achmad Dahlan, dilanjutkan mengunjungi lokasi Panti Asuhan yang letaknya tak jauh dari lokasi jalan sehat. "Ini kalau bisa ditinggikan agar sirkulasi udaranya baik dan nyaman," pinta Dyah sambil menunjukkan atap rumah yang rusak. (RADAR SURABAYA, 23 Mei 2005 : hal.12)

## Istri Gatot-Benny Lobi Istri Cak Narto

RADAR Bukan hanya suaminya yang aktif menggalang dukungan. Juga Retno Indah Sulistyawati dari cawali Drs H Gatot Sudjito dan Esther Benyamin Hilly, istri cawawali Benyamin Hilly. Kedua ibu rumah tangga itu ternyata cukup piawai melakukan lobi dan menggalang dukungan untuk suami tercinta yang sedang berjuang menjadi pemimpin Kota Surabaya.

Seperti yang dilakukan Jumat (13/5). Keduanya melakukan silaturahmi ke rumah Wien Sunarto Sumoprawiro. Walau pun pertemuan itu tidak diagendakan sebelumnya, namun Wien, panggilan akrab istri Cak Narto, menyilakan dua tamunya itu ngobrol berlama-lama di rumahnya di Jl. Wonorejo III, kemarin.

Retno dan Esther betamu tanpa pendamping, datang di rumah Wien selama satu jam mulai pukul 10.00. Sebaliknya, Wien menerima tamunya itu penuh gembira tanpa basa basi dan tampil seadanya.

Mengawali percakapannya itu, Wien sempat menceritakan keadaan keluarganya yang sekarang ini sepi tanpa tangis cucu-cucunya. "Rumah ini sekarang sepi. Anak-anak sudah keluarga semua, cucu-cucu juga tidak tinggal di sini. Ya, saya hidup bersama pembantu saja," kata Wien mengawali. "Pekerjaan saya sekarang hanya ibadah saja. Dan setiap hari Jumat menyempatkan nyekar bapak. Itu rutin saya lakukan."

"Eh wartawan, ini gak ada yang serius lho ya. Ini hanya sekedar silaturahmi biasa. Karena sebenarnya hal semacam mi sudah sering dilakukan," kata istri Cak Narto. Maklum ketika Benyamin masih menjabat di Pemkot Surabaya, mereka sudah saling kenal dan sangat dekat.

Wien Sunarto Sumoprawiro juga tidak menyebut-nyebut soal pilkada. Yang pasti kami akan gunakan hak suaranya pada tanggal 27 Juni nanti. Soal siapa yang saya pilih, itu rahasia," ungkap Wien sambil melirik Retno dan Esther singkat.

Meski saat ini sudah tidak lagi di lingkungan pemkot, namun Wien masih punya gagasan yang cukup brilian, yaitu perlunya di sekitar kantor pemkot ada yayasan penitipan anak. Yayasan itu saya kira akan cukup bermanfaat dalam membantu

ibu-ibu yang punya balita. "Saya kira ini cukup penting," tandasnya singkat. (RADAR SURABAYA, 14 Mei 2005 : hal.11)

*Caption: Esther Benyamin Hilly (kiri) dan Retno Indah Sulistyawati saat bertemu Wien Sunarto (kanan).*

## Istri Gatot Lihat Origami

**RADAR** - Sebagai istri calon wali kota Surabaya, Retno Indah Sulistyowati juga disibukkana dengan menghadiri kegiatan. Tentunya juga terkait dengan pencalonan suaminya, Gatot Sudjito sebagai wakil kota Surabaya.

Bersama Ester Benyamin Hilly, Jumat (27/5), Retno Gatot Sudjito menghadiri pelatihan seni melipat kertas Jepang atau origami yang diadakan di Gereja Protestan Indonesia Barat (GPIB) Wisma Mukti. Retno diundang khusus untuk menghadiri pelatihan itu dan mengenalkan kepada peserta pelatihan, yaitu masyarakat sekitar GPIB. Apalagi pelatihan itu terbuka untuk umum. Bukan hanya untuk jamaah gereja.

Kehadiran Retno Gatot Sudjito yang mengenakan busana muslim menarik perhatian peserta pelatihan. Apalagi kedatangannya sudah ditunggu-tunggu. Begitu Retno datang, acara langsung dimulai.

Kepada **RADAR** Surabaya, Retno Gatot Sudjito mengatakan, dirinya juga disibukkan berbagai kegiatan untuk mendukung pencalonan suaminya sebagai walikota Surabaya. Seperti menghadiri undangan dari berbagai kelompok masyarakat. Dalam menghadiri acara dia sering harus datang sendiri. Seperti ketika menghadiri undangan di GPIB. Dia datang sendirian tanpa pendamping. "Saya sudah biasa menghadiri undangan sendirian,"kata Retno. (RADAR SURABAYA, 28 Mei 2005 : hal.11)

*Caption: Retno Indah Sulistyowati (berjilbab) saat berkunjung ke GPIB melihat pelatihan origami.*

## Janda Wali Kota Merapat ke Cak eR

**RADAR** - Nama Erlangga Satriagung dan AH. Thony ternyata punya daya pikat besar. Buktinya, hanya tiga jam bertemu langsung menaruh simpati. Itulah yang dialami para pensiunan Pemkot Surabaya saat melakukan pertemuan dengan pasangan Cak eR-T (Erlangga-Thony) di Rumah Makan Taman Apsari, Minggu (5/6).

Bukan hanya sekedar simpati, ketertarikan mereka juga diwujudkan dengan mendukung pasangan yang diusung PAN dan Partai Demokrat ini. Dan secara spontanitas, mereka juga rame-rame membuat tanda tangan sebagai bentuk kontrak politikjuga sekaligus kontrak batin dengan Cak eR-T. "Ini bukan kontrak politik, atau kontrak sosial, tapi hanya kontrak batin dengan Cak eR, agar nasib

para pensiunan bisa lebih diperhatikan," kata Bambang Sidharta yang memimpin para pensiunan itu.

Silaturahmi yang digagas Forum Peduli Pensiunan ini dihadiri 750 orang dari sekitar 12 ribu pensiunan Pemkot Surabaya. Di antaranya adalah dua janda mantan wali kota Surabaya Ny Soekotjo dan Ny Moehadji Widjaja, istri mantan Bupati Mojokerto Teguh Suyono SH, dan mantan Bupati Lamongan M Faried SH. Mereka sudah menyatakan ikatan batin. Ikatan batin itu kemudian dituangkan dalam kontrak batin yang ditulis tangan secara spontanitas oleh sekitar 17 orang dipimpin Drs Bambang Sidharta.

Melihat itu, Cak eR yang chdampingi istrinya, Tuti Miarsi, tampak manggut-manggut sambil tertawa kecil. Cak eR lalu mengatakan bahwa para pensiunan bisa jadi *think tank* pemerintah. Gagasan-gagasan cemerlangnya yang tidak sempat dituangkan semasa aktif, bisa dipertimbangkan sebagai bahan untuk membangun dan membenahi kota.

Cak eR mencontohkan negeri Singapura yang meroket semenjak dipegang Lee Kuan Yew. Keberhasilan Lee Kuan Yew itu kuncinya ternyata karena Lee tidak melupakan para pensiunan. Di dalam memimpin negeri kecil itu, Lee memberdayakan para pensiunan sebagai *think tank*-nya.

Sebagai orang yang belum berpengalaman di birokrat, Cak eR menyatakan perlunya dibantu oleh para pensiunan ini. Mantan Bupati Lamongan, M Faried juga mengingatkan pemerintah untuk tetap memperhatikan para pensiunan. "Jangan seperti sepele yang kemudian dibuang. Kami ini semakin tua, semakin *mandi* (manjur. red) lho," kata Faried. (RADAR SURABAYA, 6 Juni 2005 : hal.12)

Pisah dengan Cak eR, Cak Thony Gerilya ke Kampung-kampung

## Kampanye Sendirian, Cak Thony Dikerubuti Ibu-ibu

Sosok Cawawali AH. Thony ternyata tidak kalah populernya dengan Cawali Erlangga Satriagung. Terbukti, saat turun ke masyarakat sendirian, Thony juga dielu-elukan banyak warga. Bahkan tidak sedikit dari ibu-ibu meminta anaknya untuk difoto bersama Thony

ACARA pengobatan di jalan Kupang Panjaan V, Minggu (19/6) siang sempat terhenti sejenak, lantaran ibu-ibu dan anak-anak minta foto bersama Cawawali AH Thony (Cak Thony). Cak Thony yang datang tanpa didampingi Cawawali Erlangga Satriagung (Cak-eR) ini langsung disambut warga yang sedang antri mengikuti pengobatan massal.

Ibu-ibu yang datang bersama anak-anaknya juga mendorong anak-anak mereka untuk barsalaman dengan calon wakil walikota nomor urut 1 ini. "Anak-anak salim dulu sama Bapak ya," ujar seorang ibu mengomando putrinya, sekaligus meminta anak-anak lain juga cium tangan pada cawawali PD-PAN ini.

Setelah berjabat tangan, Cak Thony diminta untuk segera memberikan sambutan. Namun Cak Thony tak bisa langsung berdiri lantaran ibu-ibu dan anak-anak itu minta foto bersama. "Kapan lagi bisa foto dengan Cak Thony, kalau nggak sekarang," celetuk seorang ibu.

Maka, Cak Thony pun melayani perrhintaan foto bersama itu dengan sabar. Di wilayah ini, pria kelahiran Bojonegoro itu menerima sejumlah aspirasi masyarakat. Warga antara lain minta pasangan Cak eR-T (Erlangga-Thony) ini benar-benar mengatasi problem pengangguran dan pendidikan di Surabaya. "Kalau ada program pelatihan ketenagakerjaan atau apalah yang tujuannya untuk mengatasi pengangguran, kami ingin diikutsertakan. Syukur kalau program pelatihan itu tidak jauh-jauh, tapi lebih didekatkan misalnya di tingkat kelurahan," kata salah satu warga, Haikam.

Cak Thony menyatakan salah satu upaya untuk menyerap ketenagakerjaan adalah dengan mengatur agar perusahaan atau pabrik-pabrik di Surabaya semaksimal mungkin memperhatikan tenaga kerja Surabaya. "Tapi memang ada syaratnya, tenaga kerja Surabaya juga mumpuni sehingga tidak kalah bersaing dengan SDM dari daerah lain," ujarnya.

Sebelumnya, Cak Thony juga menyapa warga di Putat Jaya gang Mataram. Dalam acara pengobatan massal yang dihadiri sekitar 100 orang ini, warga dengan antusias mengikuti acara kampanye. Saat dibuka dialog, warga bukan bertanya tentang kesehatan. Warga justru menginginkan Cak eR-T bila nanti menjadi walikota, dapat membantu dan memudahkan mereka dalam pengurusan kartu keluarga (KK) dan KTR. Di kawasan ini sebagian besar warganya bekerja sebagai pemulung itu, Cak Thony menjanjikan akan menyelesaikan kesulitan warga ini soal kesulitan pengurusan KTP dan KK.

Dalam kunjungannya ke Pradah Kali Kendal, Cak Thony disambut tabuhan tambur dan beduk kecil. Setelah menengok antrian lebih 200 warga di jalan Raya Bannu Urip, Cak Thony mampir makan siang di PKL Bogowonto. Setelah itu melanjutkan kampanye simpatiknya ke Jeruk Lakarsantari, dan Karang Pilang Barat. Di Sidosermo, Cak Thony menggelar aksi penanaman 30 pohon palem. Aksi ini sebagai bentuk keprihatinannya atas kegersangan daerah itu. "Ya, mudah-mudahan penanaman pohon ini bisa bermanfaat bagi warga setempat," kata Cak Thony. (RADAR SURABAYA, 20 Juni 2005 : hal.11)

**Caption: AH Thony mampir di warung sekitar Jl Perak Barat sesuai kampanye. MUNIR/RADAR**

Ketika Cak Er Melihat Sosok Wanita

## Jangan Tergantung Suami, Bikin Usaha Mandiri

*Erlangga Satriagung, cawali dari PD-PAN, rupanya interes dengan wanita. Itu diungkapkan Cak Er, panggilan akrabnya di gedung Gramedia-Kompas, Jl Jemursari, Jumat (13/5). Ia melihat selama ini wanita hanya dipandang dari sudut kelemahan yang dimilikinya saja. Padahal, di balik itu wanita punya kelebihan.*

TANPA didampingi cawawalnya, AH Thony, Cak Er jadi pembicara dalam acara 'Publik Bicara: Menjaring Suara Perempuan'. Menurut Cak Er, wanita memiliki peran luar biasa dalam kehidupan, karena itu kedudukan wanita sederajat dengan pria. Namun karena pola pikir masyarakat masih patriarkhi, menyebabkan wanita mengalah pada laki-laki, wanita lebih banyak menerima. "Selama ini, yang selalu diekspos atau yang ditinjau adalah kelemahan wanita, bukan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya. Wanita sendiri juga lebih suka membicarakan kelemahannya dibanding kelebihannya," tegas Cak Er.

Permasalahan wanita, tegas suami Ny Tuti Miarsi, tidak akan muncul bila wanita memiliki kedudukan sederajat dengan laki-laki, begitu pula dalam hal ekonomi. Cak Er juga mengisahkan tentang rasa syukurnya yang selama 20 tahun menikah, justru tidak pernah menyakiti istrinya, baik psikis maupun fisik.

Wanita justru, disarankan Cak Er agar lebih tampil dan berperan dalam keluarga. Diharapkan, melalui tangan kaum wanita, justru kesejahteraan keluarga bisa terangkat. "Bila ibu sejahtera, maka keluarga dan masyarakat juga turut sejahtera. Misalnya saja, dengan memberdayakan wanita untuk mampu menambah penghasilan sendiri dari rumah tanpa ada ketergantungan dari sang suami. Itu kan lebih bagus. Selain mandiri juga membuktikan wanita mampu seperti laki-laki. Namun yang utama, meringankan beban suami," tegasnya.

Bagi Cak Er, tak hanya laki-laki yang harus berjuang dalam suatu rumah tangga, wanita yang selama ini dipandang sebelah mata juga memiliki daya juang yang tangguh. Ini berdasarkan pengalaman Erlangga selama berada di lingkungan Kadin Jatim. Yang aktif menurut Cak Er, justru wanita karena 69 persen wanita menjadi pengusaha. Pemberdayaan wanita, diantaranya sudah bisa dilihat dalam dunia perdagangan, karena wanita lebih banyak terjun di bidang itu.

Cak Er pun berharap agar pemberdayaan wanita itu tak hanya dilakukan Kadin, tapi harus dikuntit Pemkot Surabaya, yakni melalui ibu rumah tangga atau kelompok PKK atau lembaga-lembaga positif lainnya yang ada di masyarakat.

Sebenarnya wanita tak hanya mampu di dunia perdagangan saja, usaha jasa juga sudah dirambahnya. Seperti adanya wanita yang memiliki penghasilan pas-pasan, tapi mampu mendirikan Taman Pendidikan Agama. Dengan adanya kekuatan wanita itu, tak menutup kemungkinan bisa membangun Surabaya dengan baik. "

Ayo kita bekerja sama 'dandani Suroboyo' sehingga semua itu tak saja dipikul Pemkot untuk menjalankan roda pemerintahan, tapi harus memikirkan kesejahteraan rakyatnya. Saat ini yang dapat kita saksikan, semua potensi di Surabaya justru jalan sendiri-sendiri tanpa ada yang mengomandaniya," kata Cak Er.

Itu pula yang menjadi cita-cita Cak Er jika terpilih menjadi wali kota Surabaya. Dia bertekad mengangkat derajat wanita melalui usaha mandiri di rumah tangga sebagai sumber ekonomi kecil. (RADAR SURABAYA, 14 Mei 2005 : hal.11)

*Caption: Cak Er saat jadi pembicara di Gedung Gramedia-Kompas, kemarin.*

## Ketua Golkar Minta Dekati WTS dan STW

**RADAR** - Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Golkar Jawa Timur Soenarjo, secara tegas menyatakan dukungan sepenuhnya kepada pasangan Gatot Soedjito-Benyamin Hilly. Tidak tanggung-tanggung, Wagub Jatim ini menggaransikan keluarganya bakal mencoblos pasangan wali kota-wakil wali kota nomor 3 tersebut.

"Minimal Pak Gatot dan Pak Benyamin akan mendapatkan suara dari keluarga kami (stri, anak dan pembantunya)," ujar Soenarjo, dihadapan para kader, simpatisan serta seribuan relawan Partai Golkar (PG) dan PDS di Gedung Golkar Jatim, Minggu (5/6). Soenarjo menghadiri acara pelepasan relawan perempuan pendukung Gatot-Benyamin.

Diungkapkan Soenarjo, pilkada sekarang ini adalah untuk kali pertama dilakukan secara langsung. Untuk itu, warga Surabaya hendaknya memilih calonnya dengan hati nurani. Tidak dipengaruhi oleh uang, ajakan yang menyesatkan, tidak gampang dirayu dan dibujuki.

"Pilihlah pemimpin yang tidak korupsi dan menggunakan uang. Sebab kalau seorang pemimpin untuk merebut kekuasaan dilandasi dengan uang, maka setelah jadi nanti pasti akan cari kembalian. Kalau sudah begitu maka rakyat akan jadi korban," tandas Soenarjo.

Dalam kesempatan ini, dalang mbeling tersebut juga meminta agar rakyat memilih pasangan cawali-cawawali yang jujur, peduli dengan rakyat, bisa mengurus rakyat. Kepada seribu relawan pendukung Gatot Sudjito-Benyamin diminta juga untuk tidak melakukan kampanye hitam (black campaign), main uang, apalagi jadi tukang kompor.

"Relawan hendaknya pandai-pandai melakukan komunikasi, pendekatan ke rakyat dengan baik serta jangan tinggalkan pemulung dan tukang becak. Sebab, satu suara tukang pemulung atau abang becak bisa menjadikan walikota. Jadi mulai sekarang dekati juga WTS sampai dengan STW," kata Soenarjo, disambut gelak tawa hadirin yang hadir.

Ditambahkan, untuk para relawan perempuan pendukung Gatot Soedjito-Benyamin Hilly agar rela untuk tidak digaji. "Jangan karena uang kemudian tidak bekerja. Namanya saja relawan, tentu gaji tidak ada. Kalau digaji,

itu namanya bukan relawan," pungkasnya. (RADAR SURABAYA, 6 Juni 2005 : hal.11)

## Nasyiyatul Aisyiyah Titip Pesan untuk Bambang

RADAR - Simpati kepada pasangan Bambang DH-Arif Afandi terns mengalir. Kali ini datang dari Hj Amini Partomo, Ketua Pimpinan Daerah (PD) Nasyiyatul Aisyiyah (NA) Surabaya. Ketua PD NA menitip pesan kepada cawali Bambang DH Untuk berpegang teguh pada prinsip FAST, yakni, Fatonah (cerdas), Amanah (dapat dipercaya), Sidiq (jujur), dan Tabliq (transparan) jika terpilih sebagai orang pertama di kota ini.

Pesan itu dititipkan Hj Amini kepada Dyah Katharina saat istri cawali Bambang DH ini bersilaturahmi di kantor NA, Jl Peneleh Gang VIII, Rabu (15/6) petang. Menurut Amini, keempat sifat itu adalah syarat yang harus dilakukan dijalankan seorang pemimpin. Fatonah, kata Amini, seorang pemimpin harus berpikir apa yang harus dilakukan untuk membangun kota ini. Amanah, selaku pimpinan kota, wali kota harus bisa mengayomi dan mengemban semua keinginan dan harapan warganya. Sidiq, setiap perilaku yang dikerjakan di pemerintahan dan dalam kehidupan sehari-hari harus mencerminkan sikap kejujuran. "Saya hanya berpesan kepada Pak Bambang, pemimpin yang baik itu harus bersikap tabliq. Artinya, pemimpin harus transparan saat memerintah," pesan Amini saat itu.

Dalam kesempatan itu, PD NA Kota Pahlawan memberikan doa restu kepada Bambang DH untuk menjadi wali kota Surabaya. Jika nanti Bambang terpilih, diharapkan ke depan hubungan antara organisasi pemerintahan dengan organisasi wanita Islam di Surabaya lebih baik.

Dyah yang sore itu didampingi asisten pribadinya Ushaifirah mengatakan, kedatangan ke PD NA Kota Surabaya, selain bersilaturahmi juga minta doa restu kepada anggota ormas Islam tersebut. (RADAR SURABAYA, 17 Juni 2005 : hal.12)

*Caption: Dyah Katarina (kiri) bersama anggota Nasyiyatul Aisyiyah.*

## Novel untuk Calon Pemimpin

BUDI HARIJONO selalu punya cara yang unik untuk mengapresiasi unek-uneknya. Beberapa waktu lalu, politisi dari PDIP ini menelurkan sebuah album lagu berjudul *Jangan Hanya Slogan*. Kini, Wakil Ketua DPRD Surabaya ini bakal me-launching novel terbarunya yang berjudul *Perempuan Mengkafani Jenazah*.

Novel yang disusunnya selama delapan bulan itu berisi sindiran kepada para pejabat, anggota dewan, pengusaha, dan kalangan lain yang selalu mementingkan kekuasaan serta materi.

"Menurut saya, perempuan yang pekerjaannya mengkafani jenazah karena, ibadah, jauh lebih mulia dibanding pejabat atau anggota dewan yang selalu mengejar kekuasaan," katanya.

"Setinggi-tingginya pangkat dan jabatan seseorang, pada akhirnya pasti akan mati dan dibungkus kain kafan," imbuh suami Chusnul Chotimah ini.

Novel yang mulai beredar di toko buku Gramedia itu juga berisi sindiran kepada para calon wali kota yang menghalalkan segala cara untuk mencapai ambisinya. Menurut Nanang, sapaan Budi Harijono, novel itu disusun atas pengamatan serta pengalamannya selama menjadi politisi. "Jujur saja, selama ini saya hidup dalam lingkungan yang penuh kepura-puraan dan kepalsuan," katanya.

"Terkadang saya bosan, tapi tidak tahu bagaimana mengungkapkannya. Nah, novel ini menjadi media yang menggambarkan kegalauan yang saya alami sampai sekarang," tandas mantan anggota DPRD Jatim ini. (JAWA POS, 29 Juni 2005 : hal.30)

*Caption: EKSPRESI KEGALAUAN: Budi Harijono dengan novel karyanya yang berjudul Perempuan Mengkafani Jenazah.*

## Oneng di Manukan, Gus Dur di Benowo Kampanye untuk Pasangan Ali-Wahyudin

**RADAR** - Dua tokoh dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) bakal turun menggoyang Surabaya dalam kampanye pilkada. KH Abdurrahman Wahid atau Gus Dur dan Rieke 'Oneng' Diah Pitaloka, Sabtu (18/6) ini akan berkampanye untuk pasangan cawali Alisjahbana dan HM Wahyudin Husein. Gus Dur yang menjadi Ketua Dewan Syariah PKB itu akan hadir pada kampanye pilkada di Lapangan Benowo.

Gus Dur sengaja datang dari Jakarta untuk menjadi jurkam cawali yang diusung PKB itu. Bahkan mantan presiden itu siap berjuang untuk kemenangan Ali-Wahyudin.

Cawawali, HM Wahyudin Husein mengatakan, menurut Gus Dur warga NU wajib mendukung cawali dan cawawali yang diusung PKB. Pasalnya, PKB merupakan partai yang dilahirkan NU. Untuk tempat kampanye, kata Wahyudin, digelar di Lapangan Benowo. Pasalnya, saat itu memang giliran kampanye pilkada untuk di wilayah Surabaya barat.

Pasangan Ali-Wahyudin hari ini akan menggelar dua kegiatan. Pagi hari, pukul 06.00 menggelar jalan sehat dan senam bersama artis Rieke Diah Pitaloka yang kondang sebagai Oneng dalam sinetron Bajaj Bajuri. Dia akan berbaur dengan warga Griya Citra Asri dan Manukan. Oneng yang juga aktivis PKB itu, ikut berkampanye untuk kemenangan Ali-Wahyudin.

Sementara itu, Alisjahbana Jumat (17/6) kemarin menyapa pedagang Pasar Kembang di Jl Pasar Kembang. Ali datang bersama tim kampanye di pasar itu sekitar pukul 10.45. Selama 30 menit Ali berada di pasar tersebut. Kernudian

melakukan salat Jumat di Masjid Rahmat, Kembang Kuning. Sore harinya, Ali bertemu dengan para pekerja seks komersial (PSK) Kremil.

Tidak lama Ali berada di sana, hanya sekitar 10 menit. Pasalnya, Ali hanya mampir saja dan tidak ada jadwal kampanye di sana. Karena hanya sebentar, para PSK minta Alisjahbana untuk datang lagi. "Kapan Pak Ali kampanye di Kremil," kata beberapa PSK ketika Alisjahbana panitian pulang. (RADAR SURABAYA, 18 Juni 2005 : hal.12)

## Pemilih Berjumlah 2,1 Juta Orang

RADAR - Jumlah pemilih dalam pilkada Surabaya 27 Juni 2005 mendatang tercatat sekitar 2,8 juta. Data ini merupakan hasil pengumpulan data penduduk potensial pemilih Pilkada (DP4) Surabaya. Pemutakhiran DP4 tergolong sudah meningkat karena sebelumnya data yang dikantongi

KPU Surabaya sekitar 2,1 juta jiwa dari penduduk Surabaya sebanyak 3,1 juta jiwa. "Pemutakhiran data DP4 yang tercatat hari ini merupakan yang terbaru dan ini pun masih bersifat sementara. Karena ada kemungkinan jumlah potensial pemilih masih akan bertambah," kata Ulfah SH, anggota KPU Surabaya, Sabtu (2/4).

Menurutnya, sebelum pilkada dilangsungkan, data ini akan terus di-Update sampai pertengahan Juni mendatang. Tambahan pemilih terutama terkait dengan adanya calon pemilih yang berusia 17 tahun menjelang Pilkada atau kurang dari 17 tahun tetapi sudah menikah.

"Jadi warga kota yang pada saat menjelang Pilkada memasuki usia 17 tahun dia masih bisa memiliki kesempatan memilih. Karena dia sudah mempunyai hak suara. Karena data akan terus kami *update*," jelasnya

Ditambahkan Eko Sasmito, anggota KPU bidang Advokasi dan Hukum, tentang pemilih bermasalah di Surabaya ada dua kategori yang bisa disebut bermasalah. Pertama dia bukan penduduk Surabaya dan bekerja di Surabaya. Kedua, dia sudah lama tinggal di Surabaya, tapi belum mempunyai KTP Surabaya. Warga yang masuk dalam kategori ini tidak mempunyai hak pilih," katanya. (RADAR SURABAYA, 4 April 2005 : hal.12)

*Caption: Ulfah SH*

## Ratusan PSK Dukung Ali-Wahyudin

Dukungan pada pasangan cawali Alisjahbana dan cawawali Wahyudin Husein terus mengalir. Bukan hanya para kiai, para Pekerja Seks Komersial (PSK) juga ikut beri dukungan. Kok bisa?

**RADAR** - Sehari setelah dipromosikan oleh Ketua Dewan Syuro DPP PKB KH Abdurrahman Wahid (Gus Dur), pasangan cawali Alisjahbana dan cawawali Wahyudin Husein makin banyak dukungan. Hebatnya, yang mendukung itu bukan hanya dari kalangan kiai dan aktivis partai serta para intelektual, sejumlah PSK (Pekerja Seks Komersial) juga ikut memberikan dukungan.

Fakta ini terlihat saat Forum Komunikasi Masyarakat Lokalisasi se-Surabaya menggelar acara Maulid Nabi dan Sosialisasi Pilkada Minggu (22/5). Kegiatan yang digelar di halaman Balai RW IV Dupak Bangunsari untuk siraman rohani sekaligus sosialisasi pilkada itu, tiba-tiba berubah menjadi pemberian dukungan pada pasangan Alisjahbana dan Wahyudin Husein. Perubahan dukungan ini terjadi karena melihat hanya pasangan cawali Alisjahbana dan cawawali Wahyudin Husein yang mau datang dalam acara yang dihadiri sekitar 800 PSK. Sementara calon lainnya yang juga diundang untuk hadir tidak mau datang bertemu dengan para PSK. Kontan, ribuan PSK yang merasa kecewa itu langsung mendaulat pasangan Ali-Wahyudin untuk jadi wali kota dan wakil wali kota Surabaya mendatang.

"Ya, karena calon lainnya tidak mau datang dan bertemu kita, ya calon ini (Ali-Wahyudin) aja yang kita dukung," teriak Ketua Forum Komunikasi Masyarakat Lokalisasi se-Surabaya, Abdurrahman Ghufron keras. Pernyataan Ghufron ini langsung disambut tepuk tangan dari ribuan PSK. Yel-yel dan teriakan 'Hidup Ali, Hidup Wahyudin' juga terus mewarnai pergelaran acara maulid Nabi dan sosialisasi ini hingga akhir acara.

Kontan, pasangan Ali-Wahyudin langsung populer dikalangan PSK yang hadir. Selama acara digelar, tidak sedikit dari PSK itu berebut salaman pada Ali-Wahyudin. Mereka pun terlihat akrab dengan calon yang dianggap punya perhatian pada PSK. Tak heran, usai acara siraman rohani yang dilakukan KH Abdul Muntholib atau yang lebih dikenal dengan panggilan kiai Kera Sakti, Ali dan Wahyudin langsung diserbu para PSK. Selain berebut salaman, mereka juga berebut untuk berpose minta difoto bareng. "Foto dong," pinta Vera, salah satu PSK.

Wahyudin mengaku kedatangan dirinya ke acara itu sebagai bentuk perhatiannya pada kelompok yang selama ini banyak dicibir masyarakat. Diakui, dari sisi agama, pekerjaan sebagai PSK itu memang dilarang dan dikutuk oleh Tuhan. Tapi sebagai manusia, perlu kiranya diketahui faktor yang membuat mereka terjerumus dalam dunia hitam itu.

"Karena tidak sedikit dari mereka dari mereka juga bukan karena kemauannya sendiri, tetapi mereka dijebak dan tidak bisa keluar. Orang-orang seperti ini patut dapat perhatian untuk dicarikan jalan keluar," ucapnya. (**RADAR SURABAYA**, 23 Mei 2005 : hal.12)

*Caption: Alisjahbana dan Wahyudin berpose usai mendapat dukungan dari PSK.*

## Tangan-Tangan Wanita yang Menggarap Surat Suara Dikarantina, Umumnya Cari Penghasilan Tambahan

Siapakah yang berada di belakang layar untuk proses penyortiran dan pelipatan surat suara yang akan dipakai Pilkada Surabaya 27 Juni? Siapa yang menyangka, jutaan surat suara tersebut ternyata digarap oleh tangan-tangan wanita.

UNIKNYA lagi, saat mengerjakan penyortiran serta pelipatan tersebut, sebanyak 22 wanita yang mayoritas adalah ibu-ibu tersebut tidak diperkenankan untuk meninggalkan kantor KPU Surabaya alias dikarantina.

Hal ini dilakukan untuk menjaga dari hal-hal yang tidak diinginkan, seperti masalah keamanan serta efektivitas pekerjaan. Akibat Para 'pekerja pilkada' tersebut tidak bisa berternu dan terpaksa harus meninggalkan keluarganya untuk beberapa saat demi suksesnya pesta demokrasi Surabaya.

"Iya Mas, selama mengerjakan ini, kita berada terus di sini. Tidak boleh pulang," ujar Nur Khasanah, warga Jl Tanah Merah. Saat ditanya bagaimana dengan anak-anak dan suaminya ditinggal sekitar enam hari untuk bekerja mengerjakan pelipatan kertas suara, dengan santai wanita berkerudung ini mengatakan bahwa anak dan suaminya sudah tahu kalau dirinya bekerja.

"Ya, bapaknya anak-anak dan anak saya tidak protes kok Mas. Mereka tahu kalau saya cari uang untuk menambah kebutuhan," tutur Nur sambil tersenyum. Diceritakan bahwa dirinya memang sudah berpengalaman bekerja dibidang tersebut. Pasalnya, sehari-harinya, ibu dari dua anak ini bergelut dengan percetakan.

Dituturkan bahwa untuk melipat kertas suara tersebut, dirinya dan teman-temannya mendapat imbalan sebesar Rp 20 per lembar. Selain itu, masih ditambah lagi untuk uang karantina Rp 8 ribu per orang per harinya.

Dalam sehari rata-rata para pekerja tersebut bisa menyelesaikan sebanyak 5-6 dus kertas suara. Adapun tiap dus kertas suara tersebut berisi dua ribu lembar, sehingga total setiap hari bisa diselesaikan sekitar 22x20 ribu lembar, yaitu 440 ribu lembar kertas suara. Para pekerja tersebut hanya istirahat pada jam 12.00, 18.00, dan 21 .00. Istirahat itu pun hanya dipergunakan untuk makan dan shalat lantas tidur malam. (RADAR SURABAYA, 8 Juni 2005 : hal.12)

## Thony Dekati PSK

**SURABAYA** - Para bacawali dan bacawawali makin rajin melakukan pendekatan ke berbagai elemen masyarakat. Tak terkecuali kader PDIP yang menjadi bacawawali dari koalisi PAN-PD, A.H. Thony. Sehari-hari kemarin, alumnus UGM ini sibuk bertemu dengan kalangan PSK (pekerja seks komersil) dan sejumlah pedagang pasar.

Pertemuan dengan para PSK Dolly dilakukan di R.M. Ria Jl Kartini. Dalam pertemuan yang juga dihadiri beberapa kader PDIP ini, Thony diminta menyampaikan visi dan misinya untuk meningkatkan kesejahteraan para PSK. "Selama ini kami selalu menderita saat bulan puasa. Sebab, Pemkot selalu memaksa kami tutup. Padahal, kami kan juga butuh uang untuk pulang kampung dan berhari raya," ujar perwakilan PSK. "Tutup ya tutup. Tapi masak harus sebulan penuh," timpal PSK lainnya. Para PSK itu berjanji akan memilih Thony jika dia bersedia mengubah kebijakan itu. Thony menyatakan bahwa kebijakan Pemkot melarang lokalisasi beroperasi di saat Ramadhan dimaksudkan untuk menghargai umat Islam. "Larangan beroperasi saat Ramadhan sudah benar. Itu untuk menghargai umat muslim yang sedang menjalankan ibadah puasa," katanya.

Selain bertemu para PSK, Thony juga melakukan konsolidasi dengan para pentolan pedagang pasar yang tergabung dalam Aliansi Paguyuban Pedagang Pasar (AP3S) Surabaya. Pertemuan itu dihadiri perwakilan pedagang Pasar Pucang, Keputran, Kapasari, Pabean, Tambahrejo, Kayun, dan Bratang. Sekretaris AP3S Siswanto menyatakan bahwa pertemuan itu bertujuan menyamakan visi dan misi antara pedagang dengan A.H. Thony. (JAWA POS, 12 April 2005)

*Caption: CARI DUKUNGAN: Bacawawali PD-PAN A.H. Thony berbicara di depan penghuni lokalisasi Dolly kemarin.*

## Wahyudin Terus Digembosi Ibu-Ibu Demo Tolak Pencalonannya

**RADAR** - Jelang pendaftaran ke KPU Surabaya sebagai cawawali dari PKB Surabaya, posisi Wahyudin Husein terus digembosi. Kali ini dilakukan oleh ibu-ibu yang berasal dari Forum Wanita dari Perempuan PKB. Mereka terdiri dari unsur Muslimat, Fatayat, PPKB (Perempuan Pergerakan Kebangkitan Bangsa) dari masyarakat.

Sekitar 60 perempuan tersebut menolak pencalonan Wahyudin Husein, sebagai wakil wali kota yang mendampingi calon wali kota Alisjahbana pada pilkada mendatang. Penolakan terhadap Wahyudin Husein ini karena ketua DPC PKB ini telah mendapat mosi tidak percaya oleh 20 PAC PKB se-Surabaya. Mereka menganggap selama memimpin DPC PKB, Wahyudin dianggap gagal.

Selain itu, para wanita tersebut juga menolak dipimpin oleh seorang poligami. "Dari keluarga saja sudah begitu apalagi nanti kalau memimpin," kata Ny Nuriha Imam, koordinator aksi.

Aksi tersebut digelar di bundaran Jl Serayu-Jl Progo, tepatnya di belakang Taman Bungkul. Aksi ini dilakukan setelah mereka kembali dari Jakarta menemui Shinta Nuriyah Abdurrahman Wahid, Selasa (12/4).

Sebelumnya 60 ibu-ibu dari Muslimat, Fatayat dan PPKB DPC PKB Surabaya sejak Sabtu (9/4) lalu ditemui Shinta Nuriyah dan Siti Zanuba Chofsoh atau yang biasa dipanggil Yeni di kediaman di Ciganjur pukul 08.15.

Sekitar satu jam mereka berdialog. Dalam silaturahmi itu para ibu-ibu membawa surat resmi 20 PAC se-Surabaya yang memuat mosi tidak percaya pada Wahyudin. Dalam pertemuan tersebut, Ny Nuriha Imam meminta untuk segera membekukan pencalonan Wahyudin sebagai L2 "Sebenarnya sejak awal ibu Shinta dan putrinya serta Gus Dur tidak setuju. Dan beliau akan segera melanjutkan kasus ini ke DPP PKB. Sayangnya, dalam pertemuan tersebut Gus Dur sedang lawatan ke Taiwan," terangnya.

Sementara itu, ibu-ibu mengancam apabila keputusan ini tidak mendapat respon dari DPP PKB, dan tetap mencalonkan Wahyudin sebagai wakil wali kota, maka konsekuensinya kaum wanita PKB tersebut tidak akan memilih PKB.

"Kami akan memilih pemimpin dari partai lain yang bijaksana. Aksi ini murni dari ibu-ibu PPKB, tidak ada rekayasa dari para suami," tandas Nyai Nuriha Imam. (RADAR SURABAYA, 13 April 2005 : hal.12)

*Caption: Ibu-ibu saat menggelar demo di dekat Taman Bungkul untuk menolak pencalonan Wahyudin Husein.*

## Wilis Siap Kontrol Suaminya

RADAR - Berbagai undangan warga masyarakat tak selalu dipenuhi cawali dan cawawali dari PDIP, Bambang DH-Arif Afandi. Para istri cawali dan cawawali ini pun rela bergerilya. Seperti halnya Tjahjani Retno Wilis, istri Arif Afandi. Ditengah kesibukannya sebagai ibu rumah tangga, dia rela menjalin silaturahmi bersama warga Surabaya, seperti di Masjid Al-Furqon Jl. Kapas Madya III, tetap dikunjunginya meski malam hari.

Pada Selasa (17/6), Wilis, sapaan akrabnya, menyempatkan diri bersilaturahmi dengan jamaah Majelis Taklim Masjid Al-Furqon. Kehadirannya, sebenarnya tak ingin diistimewakan. Buktinya, dia mau berbaur dengan jamaah masjid itu untuk mendengarkan ceramah agama dari Ustadz Muhammad Hatta. Dalam ceramahnya, Ustadz Muhammad Hatta menganjurkan memilih pemimpin harus melihat kesamaan dengan suri tauladan Nabi Muhammad SAW.

Tak hanya minta doa restu, Wilis tak segan-segan meminta warga harus selalu mengingatkan suaminya atas perilaku atau kebijakan yang menyimpang, jika kelak terpilih menjadi wakil wali kota. "Kami mengharapkan partisipasi warga dalam mengontrol kinerja mereka jika terpilih. Kami tak ingin mereka terlibat KKN," ucap Wilis.

Wilis juga berjanji untuk siap menjadi benteng utama dalam hal menjaga suaminya agar tidak terlibat sesuatu yang dapat merugikan warga. Rupanya, hal itu sudah menjadi komitmen Wilis dan Dyah Katarina (istri Bambang DH) untuk menjadi orang pertama yang menegur atau mengingatkan suami mereka. (RADAR SURABAYA, 9 Juni 2005 : hal.11)

*Caption: Retno Wilis saat menyerahkan bantuan kepada pengurus Masjid Al-Furqan.*

