

Representasi: Female-Masculinity
dalam Program My Trip My Adventure

Achmad Fatchur Rozaq
Universitas Negeri Airlangga
rozakroz@yahoo.com

Perspektif mengenai kaum perempuan yang dianggap memiliki posisi paling lemah serta terdapat asumsi dari masyarakat bahwa perempuan hanya dapat berkarir di bawah kuasa laki-laki. Perspektif tersebut terkait pada media pertelevisian yang mengandung adanya unsur feminisme dan maskulinitas yang dianggap sebagai gender. Feminisme yang cenderung identik dengan kaum perempuan, sedangkan maskulinitas sebagai sikap yang identik dengan kaum laki-laki. Salah satunya ditunjukkan dengan adanya program petualangan yakni *My Trip My Adventure* yang ditayangkan oleh TransTV. Tujuan tersebut tidaklah lepas dari representasi feminisme dan maskulinitas yang saling berkesinambungan serta memiliki makna yang berkaitan. Sehingga tujuan tersebut untuk mengetahui representasi female-masculinity dalam program *My Trip My Adventure* di TransTV. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kualitatif yang mendeskripsikan hasil pengambilan data berupa dokumentasi dengan analisis semiotik.

Perspektif Kaum Perempuan dalam Media Televisi

Keberadaan perempuan sering diyakini sebagai kaum yang memiliki kelemahan serta keterbatasan kemampuan. Namun, keterbatasan kemampuan tersebut tidak membatasi ruang gerak kaum perempuan. Sehingga perempuan memiliki peranan sama dengan kaum laki-laki. Perspektif tersebut dapat mematahkan anggapan masyarakat mengenai kaum wanita yang mayoritas hanya memiliki kemampuan terbatas serta memetak-metakan kemampuan dengan kaum laki-laki.

Perspektif tersebut menunjukkan perempuan dapat disetarakan dengan laki-laki yang memiliki kemampuan sama, dan dapat menggali potensi dengan baik. Terkait dengan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh kaum perempuan tidak menutup kemungkinan kaum perempuan memiliki kemampuan yang lebih dari kaum laki-laki, karena kaum perempuan tidak hanya dapat mengurus rumah tangga saja melainkan dapat mengembangkan potensi yang dimiliki.

Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Seperti pada saat ini maraknya media pertelevisian membuat kaum perempuan semakin senter dibicarakan dan dijadikan publikasi yang beranggapan dapat menarik perhatian penikmat program tertentu. Hal tersebut terkait dengan perspektif kaum perempuan yang memiliki peranan dalam media televisi, kaum perempuan dianggap mampu dan sejajar dengan kaum laki-laki sehingga dapat berfungsi sebagai penyalur gender yang peranannya dapat diakui. Salah satunya pada program acara yang khusus disajikan untuk perempuan seperti acara *fashion*, kuliner, kecantikan, *family*, dan lain sebagainya. Salah satu contoh terlihat pada program acara *Food and Fashion* yang disiarkan di TransTV dengan pemandu acara Farah Quinn yang menampilkan sisi kemampuannya dalam mengolah makanan. Pada acara tersebut kegiatan kaum perempuan dapat dijadikan objek untuk rating program agar meningkat, sehingga penikmat program tidak akan berpindah channel.

Salah satunya persamaan gender tersebut dapat dilihat pada program televisi *My Trip My Adventure* yang di tayangkan TransTV, sisi lain dari kaum perempuan terlihat jelas ketangguhan, keberanian, dan sisi maskulin. Sehingga hal tersebut mematahkan anggapan selama ini bahwa kaum perempuan identik dengan lemah. Sedangkan program *My Trip My Adventure* merupakan program televisi yang ditayangkan di TransTV setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 08.30-09.00. Program tersebut mengusung keindahan alam di Indonesia yang dieksplor untuk memberikan informasi bahwa Indonesia memiliki kekayaan alam yang perlu dilestarikan dan dijaga keasliannya. Program tersebut diusung oleh TransTV untuk membuka mata dan mulai respek terhadap keindahan alam di negeri sendiri.

Feminisme

Feminisme adalah gerakan pemberontakan dari kaum perempuan terhadap kaum laki-laki sebagai upaya dalam melawan pranata sosial yang ada sebagai sebuah gagasan yang melahirkan gerakan untuk membicarakan *culture* dari pelekatan feminim pada perempuan. Sehingga gerakan tersebut dapat dilakukan kaum perempuan untuk menuntut emansipasi hak dengan kaum pria. (lihat Irawan 2014, Muslikhati 2004:21, dan Narwoko 2004:327). Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa feminisme merupakan sebuah gerakan pemberontakan dari kaum perempuan terhadap kaum laki-laki untuk memperbincangkan *culture* dan menuntut emansipasi hak.

Kaum feminisme tidak hanya terdapat pemikiran dan pergerakan yang berdiri sendiri, akan tetapi meliputi berbagai ideologi, paradigma, serta teori yang digunakan (Narwoko, 2004:327-330). Terdapat beberapa aliran feminisme yaitu sebagai berikut

1. Aliran Feminisme Liberal

Asumsi dasar dari feminisme liberal ini adalah kebebasan (*freedom*) dan kesamaan (*equality*) yang berakar pada rasionalitas dan permisahan antara dunia privat dan publik. Menurut kerangka kerja pada aliran feminis liberal ini adalah memberikan kesempatan serta hak yang sama antara laki-laki dan perempuan tanpa membedakan kesempatan. Jika timbul pernyataan kaum perempuan dalam keadaan tertinggal, maka menurut aliran ini hal tersebut berarti kesalahan dari perempuan itu sendiri.

2. Aliran Feminisme Radikal

Aliran radikal ini muncul sebagai diskriminasi sosial berdasarkan jenis kelamin yang penting dalam melawan kekerasan seksual dan pornografi. Terdapat dua sistem dalam aliran feminisme radikal, yaitu sistem kelas ekonomi yang didasarkan pada hubungan produksi dan sistem kelas seks yang didasarkan pada hubungan reproduksi. Penganut feminisme radikal tidak melihat adanya perbedaan antara tujuan personal dan politik, unsur-unsur seksual atau biologis, sehingga adanya analisis penyebab penindasan terhadap kaum perempuan, maka akar permasalahannya pada jenis kelamin laki-laki beserta ideologi patriarkinya.

3. Feminisme Marxis

Penganut feminisme Marxis menolak akan keyakinan penganut feminisme radikal yang menyatakan bahwa faktor biologi sebagai dasar pembedaan gender. Menurut kaum feminisme Marxis, penindasan kaum perempuan merupakan bagian dari penindasan kelas dalam hubungan produksi dan persoalan sosial diletakkan pada kerangka kritik atas kapitalisme. Aliran ini tidak terkait dengan kaum laki-laki dan patriarki sebagai permasalahan, akan tetapi sistem kapitalisme yang menjadi penyebab dari permasalahan tersebut.

4. Feminisme Sosial

Feminisme sosial menerima dan menggunakan prinsip dasar Marxisme dengan menggabungkan feminis radikal dan feminis Marxis. Menurut kaum feminisme sosial, penindasan perempuan terjadi di kelas manapun. Asumsi feminis sosial mengungkapkan bahwa hidup dalam bermasyarakat yang kapitalis bukan satu-satunya penyebab keterbelakangan perempuan. Penganut feminis sosial ini menggunakan analisis patriarki dengan analisis kelas, karena tanpa disadari kelas dapat menimbulkan permasalahan.

5. Feminis *Post-modern*

Aliran Feminis *Post-modern* ini justru menolak pendekatan yang dilakukan sebelumnya. Namun, mengutamakan pada definisi perempuan. Menurut aliran ini, tidak ada subjek yang berdiri sendiri dan terpisah dari latar belakang sosial, politik, budaya, dan sejarah, sehingga tidak ada penetapan definisi gender atau perempuan yang didasarkan dari perspektif perempuan atau laki-laki.

Maskulinitas

Konsep maskulinitas pada dasarnya merupakan sebuah konsep yang tidak terlepas dari konsep feminisme, artinya konsep ini tidak dapat berdiri sendiri sebagai bentuk konstruksi kekelakian terhadap laki-laki, maskulinitas ini terbentuk dari kebudayaan sehingga tidak lahir secara alami gambaran kejantanan, tangkas, memiliki keberanian dalam menantang bahaya, ulet, memiliki keteguhan hati, hingga bentuk fisik lainnya yang menonjol di bagian tubuh tertentu pada laki-laki dan memiliki daya tarik secara ekstrinsik. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa maskulinitas merupakan sebuah konsep yang menjadi kesatuan dengan feminitas yang memiliki ciri khusus berdasarkan sifat dan bentuk tubuh yang dimiliki

laki-laki serta memiliki daya tarik secara ekstrinsik (lihat Jewitt 2013, Prameswari 2014, Sari 2013, dan Yuwono 2008: 43). Tuncay (2006) mengelompokkan maskulinitas dalam lima elemen, yaitu sebagai berikut:

1. *Appearance*
Appearance atau biasa disebut dengan penampilan luar merupakan tampilan secara fisik yang menunjukkan bagian maskulinitas. Umumnya, pria digambarkan dalam kondisi fisik yang baik, terawat, dan memiliki gaya rambut.
2. *Love/Family*
Love/Family merupakan karakter kedua yang muncul pada sifat dari pria, cinta atau keluarga. Hal ini diartikan sebagai cinta kepada pasangan, akan tetapi setelah pernikahan dan mempunyai anak, pria tersebut seketika mengubah ekspresi cintanya kepada anak, yang ditunjukkan dengan sikap pria yang lebih senang merawat anak.
3. *Leadership/Respect*
Leadership/Respect merupakan kepemimpinan yang menjadi karakteristik untuk melihat maskulinitas. Sikap lelaki yang seharusnya menciptakan sesuatu, pengambilan keputusan, dan pengambil alih serta mempertahankan kontrol atas semua aspek kehidupan ditunjukkan dalam elemen ini.
4. *Money/Succes*
Money/Succes merupakan elemen keempat yang digunakan untuk melihat maskulinitas. Elemen ini ditunjukkan dengan kesuksesan yang didalamnya meliputi uang, kekayaan, kesuksesan karir, dan kepemilikan atas barang-barang material.
5. *Women/Sex*
Women/Sex merupakan elemen yang menjelaskan bahwa segala hal yang dilakukan pria bertujuan untuk memperoleh wanita. Pria memakai pakaian yang rapi, wangi dan mengendarai kendaraan yang bermerek serta memiliki uang tujuannya juga untuk mendapatkan wanita.

Selanjutnya, Beynon juga mengelompokkan maskulinitas menjadi delapan tipe, sebagaimana yang dikutip oleh Ardia (2015) yaitu sebagai berikut:

1. *No Sissy Stuff*, yakni pria sejati harus menghindari tingkah laku yang berasosiasi dengan perempuan.
2. *Be a Big Wheel*, yakni pengukuran maskulinitas dilihat dari kesuksesan, kekuasaan, dan pengagungan dari orang lain.
3. *Be a Sturdy Oak*, yakni pria harus memiliki sikap yang rasionalitas, kuat, dan mandiri, sehingga harus tetap menunjukkan sikap lembut dalam berbagai kondisi, tidak mudah emosi, dan tidak lemah.
4. *Give em Hell*, yakni pria harus memiliki aura keberanian dan siap mengambil semua risiko meskipun berbagai alasan menginginkan hal yang berbeda.
5. *New man as nurturer*, yakni pria memiliki kelembutan sebagai bapak.
6. *New man as narcissist*, yakni pria memperlihatkan maskulinitasnya dengan gaya hidup yang membuatnya terlihat sukses, seperti menggunakan kendaraan bermerek dan menggunakan produk komersial.
7. Pria yang menunjukkan sifat kelakiannya dengan sikap yang macho, keras, foya-foya, dan mementingkan *leisure time*
8. Pria metroseksual yang mengagungkan fashion, yakni pria yang memperhatikan gaya hidup secara detail.

Representasi *Female-Masculinity* dalam Media Massa

Representasi sebuah proses yang terjadi karena adanya produksi dan pertukaran makna antara manusia atau pertukaran antar budaya dengan menggunakan gambar, simbol, imaji dan bahasa dalam menciptakan sebuah makna tentang dunia sekitar. Sehingga dapat menunjukkan pola seseorang maupun kelompok dalam menyampaikan pendapat tertentu dan ditampilkan dalam pemberitaan (lihat Eriyanto 2001: 113, dan Wahjuwibowo 2015: 54). Stuart Hall dalam Wahjuwibowo (2015:54) mengemukakan bahwa terdapat tiga pendekatan representasi, yaitu: (1) pendekatan reflektif, yakni melakukan produksi makna yang melalui ide, media objek, dan pengalaman secara *real* dalam masyarakat, (2) pendekatan intensional, yakni pengucapan bahasa baik secara lisan maupun tulisan yang dapat memberikan makna secara unik dalam setiap hasil karyanya, dan (3) pendekatan konstruksionis, yakni penetapan makna dari pembicara dan penulis dalam karya yang dibuatnya.

Proses representasi merujuk pada *semiotik* atau pemaknaan suatu tanda dalam bentuk media. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Sari (2013) bahwa representasi menunjuk pada pemaknaan suatu tanda baik proses maupun produk, dalam hal ini merujuk pada konstruksi segala bentuk media khususnya media massa terhadap segala aspek realitas yang diungkapkan dalam bentuk kata-kata atau gambar yang bergerak. Semiotika sendiri memiliki arti sebagai ilmu yang mengkaji kehidupan tentang tanda. Tanda-tanda ini berada di tengah masyarakat sehingga dapat membentuk komunikasi dengan sesama. Semiotika terbagi menjadi dua jenis yaitu (1) menekankan pada teori produksi tanda yang di dalamnya meliputi enam faktor yakni pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran, komunikasi, dan acuan, dan (2) menekankan teori tanda beserta pemahamannya dalam suatu konteks tertentu (Piliang, 2004:15).

Kajian representasi semiotik dalam media massa tidak terlepas dari makhluk yang dinamakan perempuan dan laki-laki. Perempuan dan laki-laki ini pun juga tidak terlepas dengan kajian tentang feminisme dan maskulinitas. Secara sederhana, perempuan identik dengan sifat yang lembut, lemah dan dikaitkan dengan sifat seorang "putri", sedangkan laki-laki identik dengan sifat yang macho.

Representasi dalam dunia televisi merupakan upaya yang bertujuan untuk memahami signifikansi medium dan makna yang dibangun bagi audiens televisi (Irawan, 2014). Representasi media atas kaum perempuan yang identik dengan feminisme seringkali menampilkan sebagai makhluk fisik belaka, bukan sebagai manusia. Hal ini menjadi isu representasi perempuan dalam media yang merupakan isu penting terkait media dan gender (Irianta, 2009). Berbeda halnya dengan laki-laki sebagai kaum maskulinisme yang bertolak belakang dengan representasi media feminisme. Representasi media kaum maskulinisme mayoritas menampilkan kelompok yang heteroseksual dan lebih diasosiasikan dengan wilayah publik dibandingkan domestik. Hal ini menganut dari berbagai studi mengenai stereotip laki-laki yang mengatakan bahwa laki-laki identik dengan sifat mandiri, kuat, agresif, bertanggung jawab, dan suka berpetualang (Apriliyantini, 2013).

Perempuan dalam Program Televisi

Televisi merupakan salah satu media yang memiliki sistem penyiaran berupa gambar dan sumber bunyi yang disalurkan melalui alat yang dapat mengubah cahaya sehingga gambar tersebut bisa dilihat serta dapat menghasilkan sumber bunyi. Kehadiran televisi kini menjadi konsumsi manusia sebagai kebudayaan massa, sehingga dari televisi tersebut dapat menghasilkan tayangan dari berbagai realitas sosial.

Kemampuan televisi dengan menawarkan berbagai macam acara menjadi panutan baru bagi kehidupan manusia. Adanya kemampuan tersebut, maka televisi sangat berperan dalam peneguhan citra perempuan yang dibangun oleh media massa. Berbagai acara yang ditayangkan dalam televisi dianggap menghasilkan keuntungan dengan penayangan acara yang mayoritas memenuhi selera laki-laki, sehingga dalam hal sisi negatif pada kaum perempuan akan terlihat. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Arifin (2012) bahwa wajah kaum perempuan dalam media massa kini dipersepsikan sebagai budaya patriarki, yakni sebagai pemuas laki-laki, sehingga perempuan dapat dikatakan sebagai penggerak roda kapitalisme media massa yang dianggap sebagai sebuah alat operasional dalam dunia media massa mengalami kecenderungan sebagai objek fetish, peneguhan pola kerja patriarki, seksis, pelecehan, dan kekerasan.

Sejalan dengan hal tersebut, Sunarto (2009:4) mengungkapkan bahwa peran perempuan dalam program televisi digambarkan dengan sangat tipikal, yakni penempatan peran tersebut berada di rumah yang berperan sebagai ibu rumah tangga, yang memiliki sikap patuh terhadap laki-laki, memiliki profesi terbatas. Hal ini terlihat bahwa perempuan sebagai objek seksual, fetish, peneguhan pola kerja patriarki, dan menjalankan fungsi sebagai alat pembujuk dalam mengkomersialkan barang atau jasa.

KESIMPULAN

Peranan kaum perempuan dapat dijadikan sebuah patokan untuk persamaan gender. Hal tersebut terkait dengan fungsi media pertelevisian yang semakin marak mengeksploitas kaum perempuan dengan latar belakang untuk persamaan gender, tentu saja secara tidak langsung dapat memberikan dampak bagi kaum perempuan. Kaum perempuan yang semakin dimarginalkan kini menjadi bahan eksploitas. Kaum perempuan dapat disetarakan dengan kaum laki-laki, tetapi masih terdapat batasan-batasan yang tidak boleh dilanggar oleh kaum perempuan. Dari serangkaian tersebut terkait dengan representasi media mengenai kaum perempuan yang identik dengan feminisme seringkali menampilkan sebagai makhluk fisik belaka, bukan sebagai manusia. Terlebih pada penayangan televisi sisi maskulin perempuan dapat terlihat pada program *My Trip My Adventure*. Pada tayangan tersebut sangat jelas terlihat sisi maskulin kaum perempuan yang pemberani, tangguh, dan mampu menghadapi rintangan di sepanjang perjalanan. Hal tersebut menjadikan sisi feminisme menjadi semakin sejajar dengan kaum laki-laki. Anggapan tersebut dapat dipatahkan dengan adanya beberapa tayangan yang menonjolkan sisi lain dari kaum perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyantini, P., & Chotimah, S. C. 2013. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi*. Jurnal Ardia. 2015. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Yamaha Cbu Dan Yamaha Yzf R15 (Studi Analisa Semiotika Roland Barthes)*. Jurnal Komunikasi, Volume 3, Nomor 2, Jan - April 2015, halaman 61-72
- Arifin, Nurul. 2012. *Wajah Peremouan dalam Media Massa Mediator Vol.2 No. 2*
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.
- Irawan, R. E. 2014. *Representasi Perempuan Dalam Industri Sinema*. Humaniora, 5(1), 1-8.
- Iriantara, Yosol. 2009. *Media, Gender dan Melek-Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Manurung, P. H. (2004). *Membaca Representasi Tubuh dan Identitas sebagai Sebuah Tatanan Simbolik dalam Majalah Remaja*. Jurnal ilmu komunikasi, 1(1).
- Muslikhati, S. 2004. *Feminisme dan pemberdayaan perempuan dalam timbangan Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Narwoko, Dwi dan Suyanto, Bagong. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar&Terapan*. Jakarta: Prenada Media
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Prameswari, N. S. 2014. *Di Balik Topeng Maskulinitas Iklan Rokok: Kritik Terhadap Iklan Rokok A Mild Media Outdoor Versi Berani Takut*. Imaji, 12(2). Vol. 12, No. 2, Agustus 2014 : 39 - 54
- Sari. 2013. *Representasi Maskulinitas BoyBand Dalam Video Klip (Analisis Semiotika Tentang Representasi Maskulinitas Boyband dalam Video Klip Bonamana oleh Boyband Super Junior)*. *eJournal Ilmu Komunikasi, 2013, 1 (3): 96-111 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisip-unmul. ac.id*
- Suasana, A. A. 2004. *Hubungan Gender dalam Representasi Iklan Televisi*. *Nirmana Vol. 3, No. 1, Januari 2001: 1 – 16*. Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain – Universitas Kristen Petra
- Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Jakarta: Kompas Media Nusantara
- Supratman, Lucy Pujasari. 2012. *Representasi Citra Perempuan Di Media*. Observasi | Vol. 10, No.1| Tahun 2012
- Tuncay, L. 2006. *Conceptualizations of Masculinity Among A "New" Breed of Male Consumers*. Chicago: Loyola University.
- Wahjuwibowo, Indawan Seto. 2015. *Terorisme dalam Pemberitaan Media*. Yogyakarta: Deepublish
- Yuwono, Untung. 2008. *Wacana: Jurnal Ilmu Pengetahuan Budaya*. Vol 10 No. 1, April 2008, hlm. 1-189

Biodata Penulis

Achmad Fatchur Rozaq lahir di Pasuruan, 18 Desember 1988. Ia anak pertama dari tiga bersaudara. Sejak kecil ia menetap di kota kelahirannya Pasuruan, bertempat tinggal di Jl. Musing No.664 RT.04 RW.01 Kelurahan Kauman Kecamatan Bangil Kab. Pasuruan. Sekarang ia menempuh pendidikan magister fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Negeri Airlangga sejak 2013. Kini ia mengajar sebagai dosen di STT (Sekolah Tinggi Teknik) RRI Malang dari tahun 2013 sampai sekarang. Semasa kuliahnya ia aktif mengikuti kegiatan dan organisasi serta pernah mengikuti beberapa festival film se- Jawa Timur bahkan keningkat Nasional. Prestasi yang pernah ia raih pada ajang Eagle Award Metro TV film dokumenter yang berjudul “Setitik Asa dalam Lumpur” berhasil menjadi film terbaik dan film favorit pemirsa pada tahun 2012, video Edukasi Kemendikbud “Sekolah Menunggu Mati” juara 1 kategori mahasiswa tahun 2013, video kebencanaan BNPB “Setitik Asa Dalam Lumpur” juara 2 tahun 2013, tidak hanya itu saja ia juga mendapatkan kesempatan sebagai peserta pada Festival Internasional Documentary Marseille Prancis “Setitik Asa dalam Lumpur” tahun 2013.

