

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia media massa acapkali menampilkan perempuan sebagai objek seks. Perempuan teramat jarang ditampilkan sebagai wanita karir, pekerja dan pemberi pendapat. Perempuan acapkali dipresentasikan secara mencolok sebagai simbol yang sesuai dengan komoditas yang dipasarkan. Perempuan sering tampil sebagai simbol kenikmatan minuman, keindahan produk furnitur, keanggunan dan kelincahan produk mobil dan sebagainya. Perempuan juga selalu menjadi alat dan simbol produk-produk dan desain pakaian, yang menampakkan sisi-sisi erotis dan keindahan produk tersebut (Ibrahim, 1998 : 326).

Persepsi terhadap citra perempuan salah satunya adalah dibangun oleh media. Peran dominan tubuh perempuan sebagai tanda dan citra media (khususnya iklan dan televisi) ini sebetulnya mengandung didalamnya satu kontradiksi. Perempuan digunakan didalam media sebagai cara menjual komoditi sementara wanita itu sendiri mempunyai peran dominan didalam konsumsi (melihat iklan, menonton TV, berbelanja). Artinya, perempuan lebih banyak mengkonsumsi citra dirinya sendiri dibandingkan pria.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tri Wulandari, Isbandi dan Ida Wiendijartipada iklan *Ponds* kondisi ideal perempuan yang meliputi kecantikannya wajahnya yang indo, kulitnya yang cenderung putih dan

tubuhnya yang langsing berkarakter feminin dan *fashionable* merupakan jaminan kebahagiaan. Dalam hal ini, kecantikan menjadi sentral dari feminitas, dimana perempuan diidealkan sebagai inkarnasi dari kecantikan fisik. Oleh karena itu, perempuan harus selalu memperhatikan dan menjaga penampilan tubuhnya. Wanita bisa mengontrol kehidupan melalui kewaspadaan terhadap tubuh mereka (Wulandari, 2006:235).

Menurut Budi Rajab (2005), “Citra perempuan ditampilkan oleh media dengan berbagai daya tarik feminitasnya, apakah itu tubuhnya yang langsing, suaranya yang merdu, pakaiannya yang modis dan *up to date*, serta perilakunya yang mengesankan keanggunan. Kalaupun ditampilkan maskulin, seperti agresif dan kasar serta berpakaian layaknya laki-laki, hal itu akan dianggap sebagai penyimpangan belaka” (“Rajab”, 2005 (*online*)). Media seringkali menambah stereotipe perempuan harus bertubuh ideal melalui tayangan iklan tertentu perempuan dituntut memiliki rambut halus, hitam, berkilau, dan lurus, bentuk badan langsing dan tinggi, hidung yang mancung-mungil, bibir tipis, payudara sedikit menonjol, dan berkulit kuning keputih-putihan. Melalui penambahan citra itu, sesungguhnya media, langsung atau tidak, telah melakukan diskriminasi. Dalam konteks ini, media, disengaja atau tidak, telah mengabaikan kelompok perempuan lain. Dengan kata lain, media telah membangun citra yang negatif bagi sebagian kelompok yang memiliki ciri-ciri yang tidak ditampilkan dalam ragam media itu.

Dengan menggambarkan atau menceritakan perilaku dan aktivitas perempuan seperti itu, media memperkuat citra perempuan yang sudah dibangun sebelumnya oleh budaya patriarki. Tampilan substansi media itu bukan sesuatu baru, mungkin yang baru hanya pada tingkatan penampilannya, bukan isinya. Media merepresentasikan citra yang sudah dibuat masyarakat, yang memisahkan identitas mental (feminim dan maskulin) dan pembagian kerja seksual (ranah domestik dan ranah publik) antara laki-laki dan perempuan. Media memperkuat pembakuan *stereotype* yang sudah dikonstruksi masyarakat (“Rajab”, 2005 (*online*)).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ilya Revianti Sudjono dan Sunarwinadi mengenai tayangan talk show Dorce Show adalah Dorce Show sebagai sebuah acara yang memang diposisikan sebagai acaranya kaum perempuan ternyata dalam isinya dapat memberikan kontribusi yang signifikansi terhadap dominasi budaya patriarki. Dalam beberapa episodnya bahkan acara ini masih melestarikan ketimpangan jender, dimana ide-ide dasar yang digunakan masih menampilkan kaum perempuan dalam posisi subordinat, marginal dan stereotip (karakter dan peran). Modal utama seorang perempuan adalah penampilan fisik yang menarik. Stigma feminitas masih melekat kuat bagi kaum perempuan ketika bergerak dalam ruang publik dan domestik. Peran dan kedudukan ideal bagi perempuan adalah keibuan, perempuan pendukung suami, setia pada satu laki-laki, penurut, penuh kasih sayang dan karakter-karakter feminim lainnya (Sudjono, 2006:132). Media hanya menayangkan atau menggambarkan, melalui iklan, berita, *features*, dan

sebagainya, sifat-sifat feminim yang dilekatkan pada diri perempuan. Umpamanya keharusan untuk lebih mempertimbangkan emosi ketimbang pikiran, berperilaku halus dan lemah-gemulai dari pada kasar, serta peran sosialnya yang mesti berkiprah di ranah rumah tangga (*domestic domain*) bukan di ranah publik (*public domain*), yang sejak lama dibentuk masyarakat.

Di dalam budaya patriarki perempuan “diajarkan” untuk menjalani dan meyakini seluruh aspek kehidupannya melalui nilai kebertubuhan yang negatif, yang kemudian menandai identitas dirinya sebagai jenis kelamin kedua. Identitas yang dimaksud disini adalah identitas perempuan secara filosofis, yaitu sebagai pengada bebas, mandiri, dan unik, serta sebagai eksistensi yang membentuk dirinya secara otonom. Sebagai pengada yang selalu dalam proses menjadi, kesadaran sebagai manusia bebas dan unik tidak serta merta terjadi saat manusia dilahirkan di dunia ini. Proses itu terjadi secara perlahan dan penuh liku-liku, serta tidak semua orang yang sudah menemukan dirinya sebagai manusia bebas mau menjalankan kebebasan itu secara otentik.

Pemaknaan akan diri yang berbasis pada tubuh, sekali lagi, menjadi rawan akan rekayasa citra. Hal tersebut berkaitan dengan proses seseorang untuk menemukan identitas dirinya sendiri, yang sebenarnya teramat sangat sulit ditemukan ujungnya. karena peran ego dalam diri seseorang yang selalu bergerak. Ego yang bergerak tersebut seakan-akan akan selalu memperbaharui dirinya, ego selalu pandai menciptakan identitas yang

berganti-ganti. Banyak bentuk identitas yang seakan-akan adalah miliknya: ego bersifat imajiner (Prabasmoro, 2003:12-13).

Seiring berkembangnya zaman, peran perempuan tidak hanya terbatas sebagai istri bagi suami dan ibu bagi anak-anak. perempuan mulai membebaskan dirinya untuk melakukan hal yang diinginkannya, walaupun masih dalam batas-batas tertentu. Kebebasan adalah aspek penting yang membedakan manusia dan makhluk lain di dunia ini. Dengan kebebasannya, manusia bisa memiliki kemauan sendiri dan tidak terikat dengan aspek biologisnya semata. Dalam kehidupan manusia terdapat banyak kemungkinan dan pilihan untuk menentukan makna hidup, termasuk dalam menentukan makna dirinya. Hal ini berlaku bagi perempuan maupun laki-laki. Tidak sedikit perempuan yang melanjutkan studi setinggi-tingginya dan memegang jabatan yang tinggi pula. Pada masa sekarang ini dan masa depan peran dan posisi perempuan didalam kehidupan bermasyarakat semakin besar dan cerah. Kepentingan sosial ekonomi mempunyai kekuatan mendorong perempuan untuk berperan dalam sektor publik. Perempuan mulai sadar akan potensinya. Nilai yang menyatakan perempuan yang mulia adalah perempuan yang berada dirumah dan keluarganya mulai bergeser.

Dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 31 ayat 1 tercantum bahwa semua warga negara berhak mendapatkan pengajaran. Implikasinya bahwa dalam bidang pendidikan, antara laki-laki dan perempuan terdapat kesempatan yang sama dalam memperoleh pendidikan. Terbukanya kesempatan bagi perempuan untuk memasuki semua bidang dan semua

jenjang pendidikan tersebut, maka tidaklah mengherankan bahwa pada masa sekarang ini jumlah perempuan Indonesia yang mengancam pendidikan meningkat.

Terbukanya kesempatan yang luas bagi perempuan untuk memasuki semua jenjang pendidikan, sebagai kelanjutannya, semakin luas pula lapangan pekerjaan yang dapat dimasuki oleh perempuan. Para perempuan yang sudah memperoleh pendidikan ini dituntut untuk mengabdikan ilmunya pada masyarakat. Dalam diri perempuan muncul keinginan untuk berprestasi dalam mewujudkan kemampuan dirinya sesuai dengan pengetahuan dan ketrampilan yang telah dipelajarinya. Faktor lain yang mendorong perempuan untuk berkiprah disektor publik adalah kehidupan ekonomi. Kehidupan ekonomi yang semakin sulit membuat perempuan tidak dapat berpangku tangan. Mereka tergugah untuk turut bertanggung jawab atas kehidupan keluarga mereka. Oleh sebab itulah, perempuan bekerja (Achir dalam Munandar, 1985: 72-73).

Sebagai individu yang adalah seorang pribadi, perempuan memiliki harapan-harapan dan kebutuhan-kebutuhan, minat-minat dan potensinya sendiri. Untuk mengaktualisasikan dirinya seoptimal mungkin, perempuan perlu suatu wadah yang dapat menampung kebutuhan perempuan tersebut. Diharapkan dengan adanya wadah tersebut, maka perempuan dapat mengembangkan pengetahuan dan potensi-potensi yang mereka miliki. Kalau selama ini perempuan hanya sebagai pendamping yang identitasnya tergantung pada suami, maka dengan berkiprahnya disektor publik perempuan

memiliki identitas sebagai dirinya. Dengan berkiprah disektor publik perempuan dapat mengaktualisasikan dirinya dan sekaligus untuk memperoleh identitas dirinya sendiri.

Selain dengan bekerja disektor publik, wadah yang dapat mengaktualisasi kebutuhan dan kepentingan perempuan adalah LSM perempuan. LSM perempuan merupakan lembaga swadaya yang kegiatannya mengkampanyekan hal-hal yang berkait dengan isu-isu perempuan. Namun yang menjadi persoalan adalah ketika kegiatan kampanye itu dilakukan oleh organisasi yang mengambang, hasilnya tentu saja di batas ambang saja. Dalam arti, seluruh persoalan yang diperjuangkan berkisar di tingkat media massa, atau pertemuan para aktivis. Sementara massa perempuan yang mungkin memiliki persoalan sebagaimana yang dikampanyekan tidak merasa sedang diperjuangkan kepentingannya. Persoalan kedua, watak kampanyenya masih reaktif, tergantung pada isu yang sedang berkembang. Sehingga isu-isu perempuan yang benar-benar membutuhkan penanganan khusus menjadi terlupakan. Salah satu contohnya adalah mengenai reproduksi.

Menurut Deputi V Bidang Pemberdayaan Lembaga Masyarakat Kementerian Pemberdayaan Perempuan (KPP) Yusuf Supiandi mengatakannya :

“Saat ini masih ada batasan-batasan yang sangat jelas antara organisasi perempuan tersebut dengan LSM-LSM perempuan, misalnya dalam melakukan pendampingan terhadap korban trafficking, PKK maupun Muslimat tidak bergerak, padahal mereka memiliki massa hingga tingkat akar rumput, (“Ormas dan LSM Tak Kompak Soal Isu Perempuan”, 2007(online))”.

Organisasi perempuan yang memiliki massa yang besar hingga ke tingkat akar rumput dengan kepemimpinan yang mumpuni di daerah maupun di Pusat ternyata kurang peduli terhadap isu-isu strategis perempuan (“Ormas dan LSM Tak Kompak Soal Isu Perempuan”, 2007(*online*)).

Untuk lebih mengembangkan dirinya, perempuan semakin sadar akan kebutuhannya memperoleh informasi untuk lebih maju bersaing dengan laki-laki. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan perempuan, dapat melalui LSM-LSM perempuan dan melalui internet. Kebutuhan perempuan akan informasi dianggap memiliki potensi yang masih terbuka untuk meluncurkan dan mengembangkan situs yang membidik segmentasi yang melayani informasi untuk kalangan perempuan.

Menurut Mark Laser (2005) terdapat tiga karakteristik internet yaitu kemudahan untuk diakses, kemurahan biaya untuk mengakses, dan tidak dikenalnya para pengguna internet (“Laser”, 2005 (*online*)).

Internet memberikan manfaat relatif bagi pengguna dalam hal mereka bisa tampak kaya informasi dan pengetahuan, memiliki daya eksperimen tinggi karena disampel dalam jumlah kecil, dan akses yang mudah melalui *browser* web menjadikan web tidak mudah digunakan (Severin, 2005:455). Sebab, walaupun melibatkan aktivitas yang jelas dalam menggunakan internet, para pengguna bisa saja tidak berfikir secara kritis tentang apa yang sedang mereka lihat dan mereka dengar. Banyak pengguna internet yang memerlukan pelatihan ketrampilan mengevaluasi informasi. Salah satu bagian dari internet yang memerlukan ketrampilan dalam

mengevaluasi informasi adalah situs. Melalui situs internet perempuan dapat mencari informasi yang dibutuhkan.

Dengan meningkatnya jumlah pengguna dan pelanggan internet di Indonesia memunculkan segmentasi pada media ini. Salah satunya adalah dengan adanya situs yang melayani informasi untuk kalangan perempuan. Situs yang menjangkau kaum perempuan lebih banyak diramaikan oleh situs-situs majalah atau tabloid yang menggarap kaum perempuan. Situs jenis ini merupakan bentuk online dari versi cetak majalah atau tabloid yang ada. Salah satunya adalah majalah femina dengan situs www.femina-online.com. Menurut Svida Alisjahbana, pemimpin Feminagroup, di sisi digital Feminagroup melihat sebagai pendukung dari majalah terbitan Feminagroup yang sudah memiliki komunitas. Melalui situs, kebutuhan komunitas pembaca dijawab secara online (“Melayani Perempuan di Internet”, 2007).

Situs sebagai sumber informasi bermanfaat dan netral sebenarnya dijalankan oleh bisnis yang berusaha menjual produk (Severin, 2005: 458). Misalnya untuk situs-situs yang hanya bersifat online dengan pangsa pasar perempuan seperti www.perempuan.com, www.hanyawanita.com, www.jadilangsing.com dan lain-lain. Menjadikan situs mereka selain membidik perempuan sebagai pasar, situs-situs ini juga menjadi pangsa pemasangan iklan. Namun ada juga situs-situs perempuan yang fungsinya untuk sekedar memberikan informasi dan penguatan kepada perempuan, seperti www.rahima.com, www.jurnalperempuan.com,

www.koalisiperempuan.co.id, *www.kalyanamitra.co.id*, *www.about-face.org* dan lain-lain.

Dengan adanya berbagai macam situs-situs untuk perempuan, maka peneliti meneliti *www.koalisiperempuan.co.id* dan *www.kalyanamitra.co.id* untuk mengetahui tema-tema berita tentang perempuan dalam situs internet. Kedua situs perempuan dipilih karena mempunyai perbedaan kepentingan, dimana kalyanamitra lebih mengutamakan pendampingan perempuan melawan kekerasan sedangkan koalisi perempuan lebih kepada memberdayakan perempuan dibidang politik. Situs perempuan ini diteliti mulai bulan mei sampai dengan agustus 2007 karena pada bulan tersebut terdapat 2 kegiatan besar yaitu pemilihan anggota KPU dan pemilihan kepala daerah.

Situs *www.kalyanamitra.co.id* merupakan perpanjangan tangan dari Yayasan Kalyanamitra sebagai organisasi non-pemerintah perempuan. Lembaga ini memiliki kepedulian dan komitmen yang teguh dalam memperjuangkan keadilan gender dan penegakan hak-hak perempuan demi terwujudnya kondisi perempuan yang terbebas dari segala bentuk kekerasan. Untuk mencapai visi dan misinya, Kalyanamitra mengambil peran sebagai organisasi yang memfasilitasi informasi kritis terkait dengan isu perempuan untuk mendorong kemajuan gerakan sosial di Indonesia. Situs ini berisikan mengenai berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan Kalyanamitra antara lain pendampingan komunitas, advokasi kebijakan, pendidikan, kampanye,

publikasi dan diseminasi informasi, serta simpul pengetahuan, informasi dan dokumentasi.

Sedangkan situs *www.koalisiperempuan.co.id* merupakan situs perempuan yang berusaha mewujudkan keadilan dan partisipasi perempuan Indonesia dalam pengambilan keputusan disemua tingkatan. Situs ini berisikan mengenai berita tentang kejadian umum maupun mengenai sepak terjang perempuan Indonesia, selain itu situs ini juga memiliki navigasi seperti berita berisikan berita yang terjadi di Indonesia; FAQ dimana perempuan dapat menyalurkan pendapatnya atau bertanya; perpustakaan yaitu navigasi dimana dapat mencari informasi yang dibutuhkan; links yaitu pengguna internet dapat terhubung dengan website-website yang peduli terhadap perempuan.

Kedua situs perempuan itu dipilih karena mempunyai peran memfasilitasi informasi kritis terkait dengan berita-berita mengenai perempuan untuk mendorong kemajuan gerakan sosial di Indonesia dan berusaha mewujudkan keadilan dan partisipasi perempuan Indonesia dalam pengambilan keputusan disemua tingkatan. Situs ini berisikan mengenai berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan untuk mendukung upaya pemberdayaan perempuan. Kegiatan yang dilakukan antara lain pendampingan komunitas, advokasi kebijakan, pendidikan, kampanye, publikasi dan diseminasi informasi, serta simpul pengetahuan, informasi dan dokumentasi.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah media penelitian terdahulu menggunakan televisi, yaitu iklan dan program televisi, sedangkan penelitian ini meneliti situs perempuan. Situs di internet dipilih karena dapat diakses setiap saat kita inginkan berbeda dengan iklan maupun program televisi yang penayangannya dijadwalkan dan keunikan daripada internet yang tanpa batas. Internet akan dapat memfasilitasi terbentuknya harmoni di tengah keberagaman. Pada penelitian terdahulu lebih banyak memfokuskan mengenai tubuh perempuan secara fisik, sedangkan penelitian ini meneliti mengenai isu-isu perempuan yang terdapat dalam situs internet.

Peneliti bermaksud meneliti tema-tema berita tentang perempuan melalui metode analisis isi. Metode ini pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan. Kerlinger seperti dikutip Wimmer & Dominick mendefinisikan analisis isi sebagai suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, obyektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Wimmer & Dominick, 2000:135). Melalui teknik analisis isi diharapkan apa yang ingin diketahui peneliti dapat terjawab.

Maka dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada berita yang memuat tentang perempuan. Batas waktunya adalah bulan Mei sampai dengan Agustus 2007. Pertimbangannya adalah karena pada bulan tersebut terdapat 2 kegiatan besar yaitu pemilihan anggota KPU dan pemilihan kepala daerah. Selain itu menurut AS Haris sebuah media massa akan selalu

menganggap penting untuk memuat berita yang berhubungan dengan suatu hal yang dianggap memiliki arti tersendiri. Beberapa hari sebelum peristiwa itu akan digelar, maka media akan memuat berita yang berhubungan dengan persiapannya (AS Haris Sumadiria, 2006:83).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang masalah, maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah Apa sajakah tema berita yang ada dalam berita tentang perempuan Indonesia pada situs internet?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tema-tema yang ada dalam berita tentang perempuan Indonesia pada situs *www.koalisiperempuan.co.id* dan *www.kalyanamitra.co.id*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian pada studi *new media* dan perempuan. Menganalisis sebuah situs perempuan merupakan kajian menarik yang diharapkan dapat memperlihatkan tema-tema yang ada dalam berita mengenai berita mengenai perempuan Indonesia dalam situs internet. Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang studi ilmu komunikasi dan memperluas pola berpikir dalam kajian analisis isi kuantitatif terhadap isi internet.