

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini membahas Penerimaan Ibu Rumah Tangga Mengenai Identitas Perempuan di Acara Sinema Indosiar berjudul “*Sahabatku Calon Istri Suamiku*“ dan “*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*”. Medium ini diangkat oleh peneliti karena saling berhubungan dengan media televisi yang memasukkan dan memunculkan unsur stereotipe identitas perempuan yang dibuat oleh media yang meliputi dari sifat peran, bentuk tubuh, dan strata sosial pada lingkungan sosial yang ada di sekitar. Identitas yang dimaksud yaitu berupa gambaran dari seorang perempuan dengan menunjukkan postur bentuk badan, karakter mimik wajah perannya, yang berperan dan ber perilaku sebagai antagonis, protagonist, cara berpakaian, dan bentuk tubuh pada peran. Melalui tema yang dibahas, peneliti akan menjabarkan dan mendeskripsikan bagaimana gambaran seorang perempuan dan melihat bagaimana stereotipe atau pandangan identitas perempuan dari penerimaan ibu rumah tangga yang dilihat melalui medium Sinema indosiar tersebut.

Kaum perempuan atau kelompok perempuan sering di marjinalisasikan, karena perempuan sering dianggap lemah dan tidak bisa memajukan perekonomian dalam kehidupan, bahkan perempuan di anggap tidak bisa melakukan pekerjaan keras, sehingga perempuan di marjinalkan dan lebih pantas mengurus hal hal yang mudah bagi seorang laki-laki, hal ini mengakibatkan perempuan menjadi miskin, dan pekerjaan wanita hanya sebagai buruh pabrik, guru taman kanak-kanak (handayani dan sugiarti, 2002).

Perempuan merupakan kelompok yang sering mengalami perilaku atas ketidakadilan, keadaan ini sering terjadi di ruang lingkup domestik maupun ruang

publik. Frye (dalam suratno, 2000) menyebutkan bahwa seorang perempuan sering mengalami ketertindasan secara sistematis oleh lingkungan sosialnya, hal ini bisa terjadi melalui jaringan kekuasaan dalam berbagai bentuk, seperti diskriminasi upah, pelecehan seksual, ketergantungan pada suami, pembatasan peran sosial sebagai perempuan di lingkungannya, istri dan ibu rumah tangga. Perilaku penindasan yang sering dilakukan pada perempuan secara sistematis, dilakukan secara berulang dan berkala, karena masyarakat lingkungan kita masih menerapkan dan memegang teguh nilai-nilai yang menepatkan perempuan sebagai seseorang yang mampu dikuasai, pihak yang lemah dan dianggap sebagai pihak yang *inferior* sedangkan pihak laki laki dianggap sebagai pihak yang berkuasa, pihak yang kuat dan sering dianggap sebagai *superior*. Adanya perbedaan identitas dalam hal ini merupakan sebuah konstruksi sosial yang menyangkut dimensi atau pandangan sosial seperti gender, etnis, usia, dan lain sebagainya dan merupakan salah satu alasan adanya tingkatan identitas yang berlaku dalam masyarakat (Sundari, 2017).

Pemberitaan pada media massa sering kali memuat isu-isu mengenai perempuan. Budaya patriarki yang sangat berpengaruh kuat di Indonesia memposisikan seorang perempuan menjadi suatu kelompok yang sering termarjinalkan. Pemberitaan di media massa kerap kali memuat isu-isu mengenai perempuan. Budaya patriarki yang begitu kuat pengaruhnya di Indonesia memposisikan perempuan menjadi kelompok yang termarjinalkan. Awal bulan April tahun 2019 ini, gerakan *Women's March* dilakukan dengan membawa tuntutan pengesahan RUU PKS yang semua berakar pada keadilan perempuan. Diskriminasi terhadap perempuan sering kali terjadi di Indonesia. Salah satu dari sebuah bentuk diskriminasi yaitu berupa kekerasan terhadap perempuan yang tak kunjung usai, sering terjadinya pelecehan seksual pada perempuan mulai verbal maupun non verbal. Berdasarkan temuan Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Komnas Perempuan), kekerasan terhadap perempuan tidak hanya terjadi di wilayah domestik, tapi kekerasan terjadi juga di ranah publik.

Dilansir dari idntimes.com, Komnas Perempuan membagi kekerasan dalam enambagian yaitu mulai dari, kekerasan fisik, kekerasan psikis, kekerasan seksual, penelantaran, eksploitasi, dan yang ke enam kekerasan lainnya yang termasuk dalam sebuah ancaman dengan melakukan perbuatan melawan hukum yang menimbulkan rasa takut atau mengekang kebebasan seseorang, yaitu perdagangan manusia (idntimes diakses pada 15 oktober 2019 pukul 12.33)



Gambar 1.1

Diagram tindak kekerasan terhadap perempuan di Indonesia

Sumber: tempo.com

Persoalan penindasan pada perempuan ini mampu di bilang sebagai bagian dari suatu politik penundukan, karena pemilik kuasa berusaha melakukan kendali atas tubuh perempuan, dalam kebudayaan yang ada pada indonesia, masyarakatnya masih menganut sistem budaya patriarki hal ini juga menjadi salah satu faktor dari adanya perbedaan sebuah identitas antara laki-laki dan perempuan. Menurut walby (2014 :

27) menurut patriarki merupakan suatu struktur dari sebuah sistem yang menunjukkan sebuah sistem peran dimana peran seorang laki-laki sebagai pengendali atas masyarakat. Hal ini mengakibatkan secara tidak langsung identitas yang dimiliki seorang perempuan hidup dan berinteraksi dengan sistem sosial dengan budaya patriarki. Oleh sebab itu identitas pada perempuan selalu di kategorikan sebagai *second sex* yang kemudian sering di dominasi oleh kaum laki-laki.

Media massa, sebagai sumber informasi dan rekreasi, telah menjadi bagian penting dalam kehidupan di era teknologi. Manusia hidup bersama dengan media, dan dalam prosesnya juga mencakup berbagai hal dari sebuah informasi yang didapat oleh media. Media sanggup memberikan berbagai macam hal baru bagi para penggunanya, bahkan dalam beberapa fenomena, media juga dapat mengubah serta mengarahkan situasi sosial dari masyarakat penggunanya. McQuail (2004) menyebutkan "*Mass communication brings about or facilitates the existence of mass audiences, consensus on opinions and beliefs, mass consumer behavior, mass politics and other features of the so-called mass society.*" Jadi media mampu menimbulkan adanya audiens atau konsumen dalam jumlah banyak, serta mampu menyamakan opini dan kepercayaan serta sikap dari penggunannya.

Media massa merupakan penggerak suatu modernisasi yang tercipta karena adanya sebuah pemikiran yang rasional dan dapat menggiring opini publik, dengan dibuatnya suatu pengkonstruksian realitas politik, sebab dimana sebuah media menjalankan operasi jurnalistiknya, yang dibentuk pertamakali oleh media massa (suwardi, 2004) Media massa dapat merekonstruksi realitas, dengan cara mengkonsep adanya suatu sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tidak terkecuali mengenai hal hal yang berkaitan dengan adanya politik tubuh, karena media massa sifat dan faktanya merupakan pekerjaan media massa yang menceritakan peristiwa-peristiwa, dengan kesibukan utama media massa yaitu merekonstruksi sebuah realitas yang akan disiarkan ke publik. (suwardi, 2004), di Indonesia, pesatnya

industri hiburan media melalui tayangan- tayangan film atau pun iklan perangkat kecantikan selalu menawarkan imajinasi yang merepresentasikan wujud-wujud ideal perempuan. Femomena macam ini yang cukup banyak mengkonstruksi kerangka berpikir masyarakat sehingga mengakibatkan pada keterbatasan masyarakat dalam mengekspresikan gender mereka. Selain itu, dominasi ide-ide konservatif turut berkontribusi atas keberlangsungan situasi ini.

Dalam hubungannya dengan kehidupan sosial manusia, pengaruh media massa juga terasa pada kehidupan sosial perempuan. Stigma dan stereotip yang terbentuk di masyarakat mengenai perempuan yang sedikit banyak dipengaruhi oleh media. Media menyajikan citra perempuan secara arbitrer atau sewenang-wenang, seringkali tanpa memikirkan dampak yang bisa timbul dari citra yang dibangun tersebut. Citra perempuan yang dibangun dalam media disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku bisnis dan industri yang berada di belakang layar. Seringkali perempuan dijadikan objek agar tujuan industri tercapai, misalnya *rating* yang tinggi. Perempuan dijadikan sebagai objek melalui cara yang bervariasi. Cara yang paling ampuh dan paling sering digunakan adalah dengan melakukan eksploitasi berlebihan terhadap tubuh perempuan. Menurut Sharma (2012), *“Although the media has played an important role in highlighting women’s issues, it has also had negative impact, in terms of perpetrating violence against women through pornography and images of women as a female body that can be bought and sold.”* Eksploitasi tubuh perempuan yang divisualisasikan dalam bentuk konten media seolah-olah menjadikan tubuh perempuan sebagai alat tukar dengan keuntungan pelaku industri. Tubuh perempuan yang diekspos oleh media menjadikan perempuan sebagai objek yang diperjualbelikan, dengan timbal balik berupa rating, laba industri, peningkatan penggunaan media massa dan seterusnya.

Tubuh perempuan pada media massa sering dijadikan sebuah objek

dalam penentuan klasifikasi dari konsep tubuh indah dari perempuan dengan menggunakan sudut pandang tertentu yang diciptakan oleh media sehingga media dapat mengubah pandangan pandangan dari cara pandang penonton terutama ibu rumah tangga, disini ibu rumah tangga dalam melihat tayangan televisi dapat dibedakan dari sudut penerimaan, sudut pandang dari penerimaan ini juga mampu dibedakan berdasarkan kelas sosial yang ada pada masyarakat. Karena setiap ibu rumah tangga pada kehidupan kelas sosial yang berbeda, juga memiliki cara pandang, cara berfikir, dan penerimaan yang berbeda saat melihat tayangan televisi, terlebih lagi tayangan sinema indosiar. Terdapat pembagian pada kelas sosial yang dimiliki ibu rumah tangga sebagai narasumber yaitu kelas sosial menengah kebawah, menengah, dan menengah keatas. Ibu rumah tangga yang berada kelas sosial menengah kebawah biasanya memiliki tingkat pendidikan yang rendah dan mampu mempercayai sebuah tayangan tanpa disaring terlebih dulu informasi pada tayangan dan tidak memfilter mana tayangan yang digambarkan oleh peran tersebut yang harus di contoh dan harusnya tidak di contoh, disini biasanya ibu rumah tangga yang memiliki kelas sosial menengah kebawah biasanya menelan mentah mentah sebuah informasi tanpa melihat keadaan sosial yang mampu di lihat dari berbagai sisi. Dari reaksi pembaca (penonton) yang berbeda-beda memungkinkan pembaca akan memberi penilaian pada tayangan televisi dengan memanfaatkan kode-kode tertentu menurut pemahamannya (Endraswara, 2003:120). Disini ibu rumah tangga menengah kebawah pada teori reception analysis atau teori penerimaan khalayak masuk pada hipotesis dominant (hegemoni) yang dimana khalayak menerima secara keseluruhan informasi yang di berikan oleh media tanpa melihat pada keadaan sosial dan mempercayai sepenuhnya tayangan televisi yang diberikan oleh media. Secara penuh ibu rumah tangga memaknai pesan tersebut seperti apa yang diinginkan oleh media.

Kemudian yang kedua yaitu pada ibu rumah tangga dengan kelas sosial

menengah sebagai khalayak penerima pesandari tayangan yaitu masuk pada teori reception analysis bagian negotiated disini ibu rumah tangga dalam melihat tayangan sinema indosiar lebih memikirkan bagaimana apa yang di tayangkan di televise tersebut merupakan keadaan yang tidak selalu sama dengan keadaan sosial yang di tayangkan oleh media, sehingga ibu rumah tangga pada proses negotiated ini memiliki cara berfikir yang berbeda dengan ibu rumah tangga yang memiliki kelas sosial rendah, karena ibu rumah tangga yang memiliki kelas sosial menengah lebih memilih memfilter informasi yang berguna dan tidak berguna, yang benar dan yang salah, informasi yang tidak baik tidak di konsumsi dan ibu rumah tangga kelas sosial menengah disini membandingkan pola hidup keadaan sosial realitas dan keadaan sosial yang bias yang tayangkan oleh sinema indosiar. Sehingga apa yang ada pada media tidak seluruhnya di maknai oleh ibu rumah tangga.

Kemudian yang ketiga, ibu rumah tangga kelas atas sepenuhnya tidak mempercayai apa yang di tayangkan oleh media, karena biasanya ibu rumah tangga yang memiliki kelas sosial keatas lebih mementingkan pendapatnya dan mencari tau sesuatu tayangan yang di anggapnya bermanfaat saja, selain itu ibu rumah tangga kelas sosial atas lebih mencari tahu keadaan sosial sekitar di internet karena di anggag internet lebih informatif ketimbang tayangan televise sehingga ibu rumah tangga kelas sosial keatas ini masuk pada teori reception analysis oppositional karena, pada tahapan oppositional khalayak ibu rumah tangga menolak pesan tersebut karena tidak sesuai dengan pengetahuan atau nilai yang dianutnya.

Budaya teori Stuart Hall (1990:393) adalah salah satu pendukung utama teori resepsi, setelah dikembangkan untuk media komunikasi dan studi dari pendekatan sastra dan sejarah-berorientasi disebutkan di atas. Pendekatan analisis tekstual berfokus pada ruang lingkup untuk "negosiasi" dan "oposisi" pada bagian dari penonton. Ini berarti bahwa "teks" baik itu buku, film, atau karya kreatif lainnya-yang tidak hanya pasif diterima oleh penonton, tapi bahwa

pembaca/pemirsa menafsirkan makna teks berdasarkan latar belakang individu dan pengalaman hidup. Sehingga terdapat perbedaan pemahaman pada konsep tubuh ideal pada perempuan di acara sinema indosiar dari sudut pandang ibu rumah tangga dari kelas sosial yang berbeda, ibu rumah tangga kelas sosial rendah contohnya mempercayai sepenuhnya identitas perempuan sama seperti sosok yang di gambarkan oleh media sinema indosiar yang memiliki bentuk tubuh tinggi, berkulit putih, berambut panjang lurus dan menggunakan make up. Sedangkan ibu rumah tangga dengan kelas sosial menengah menanggapi bahwa tidak semuanya identitas perempuan seputar bentuk tubuh yang indah saja namun terdapat perempuan yang gendut pada kehidupan nyata. Dan kelas sosial atas yang memiliki sudut pandangan sendiri mengenai konsep tubuh pada perempuan.

Fredrickson dan Roberts (1997) membuat sebuah teori yang bernama *Objectification Theory*. Asumsi pusat dari teori ini adalah “*that women exist in a culture which their bodies are ‘looked at, evaluated, and always potentially objectified’*”. Kultur di dalam masyarakat yang kemudian sampai kepada media dan segala alur konten di dalamnya juga sebaliknya, penggambaran dari media yang sampai kepada masyarakat selalu menempatkan tubuh perempuan sebagai salah satu hal yang bisa ditangkap oleh mata dan kemudian dijadikan objek. Identitas perempuan dan laki-laki juga seringkali dibedakan dalam kemunculan mereka di media. Terlihat perbedaan dalam ditampilkannya citra laki-laki dan perempuan oleh media. Laki-laki biasa berperan sebagai subjek, yang memiliki kendali dan hasrat terhadap perempuan, sedangkan perempuan berperan sebagai objek, terlebih objek fantasi laki-laki, yang mempertontonkan bagian tubuhnya agar laki-laki mendapatkan kepuasan. Situasi ini yang sering digambarkan oleh media dalam banyak iklan, film, gambar, suara dan jenis-jenis bentuk- bentuk visual maupun auditori lainnya dalam penggambaran pada media massa.

Media memiliki kemampuan untuk mengarahkan cara berpikir kita

terhadap realitas buaatannya. Melaluinyalah masyarakat melihat representasi dari bagian diri mereka yang lain. Media sangat berpotensi menentukan proses-proses tubuh, pola tingkah, dan mendikte perilaku kita terhadap realitas yang sebenarnya adalah milik dari ideologi dominan (Ida, 2016). Dalam penyelidikan wacana terhadap FTV sinema indosiar ini, peneliti akan menghimpun bukti-bukti yang menunjukkan bahwa berkecenderungan pada ideologi femininitas. Dan tentunya, peneliti pun akan menengok respon masyarakat setelah mengonsumsi FTV sinema indosiar tersebut. Segera dalam penelitian ini kita akan melihat bagaimana wacana itu bekerja. Dengan wacana satu orang atau kelompok dapat mengontrol satu orang atau kelompok yang lain. Kelompok yang mengontrol ini nantinya akan kita sebut sebagai kelompok dominan dalam pengertian wacana. Kelompok dominan mungkin membuat kelompok lain bertindak seperti yang diinginkan olehnya, berbicara, berperilaku dan bertindak sesuai dengan apa yang diinginkannya. Menurut van Dijk, mereka lebih mempunyai akses dibandingkan dengan kelompok yang tidak dominan. Kelompok dominan mempunyai akses seperti pengetahuan, uang, dan pendidikan dibandingkan dengan kelompok yang tidak dominan (Eriyanto, 2001). Kelompok dominan ini pula yang nantinya akan membawa ideologi mereka pada masyarakat serta menghegemoni masyarakat untuk mengartikulasikannya secara tidak sadar. Ideologi juga konsep yang sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu (Eriyanto, 2001). Maka untuk mencari jejak jejak ideologi tersebut, dibutuhkan kesabaran dalam mengikuti teks, percakapan, serta cerminan-cermin yang mereka hadirkan dalam hal ini media secara hirarkis.

Dalam penelitian ini dipilih FTV sinema Indosiar sebagai objek penelitian. Sinema Indosiar memiliki tiga macam sinema sesuai dengan pembagian waktunya, diantaranya Sinema Pagi pukul 06.00 WIB, Sinema Kisah Nyata pukul 11.00-13.30

WIB, sinema kisah nyata petang 15.15 WIB dan Sinema Suara Hati Istri 17.00, 19.00, 20.30 WIB.

Sinema Indosiar kebanyakan mengusung tema kehidupan rumah tangga dengan segala permasalahannya. Peneliti mengambil dua judul FTV sebagai objek penelitian. FTV yang pertama berjudul "*Sahabatku Calon Istri Suamiku*" dan "*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*" Pada FTV pertama yang berjudul "*sahabatku calon istri suamiku*" disini tokoh utama Ika memiliki suami dan satu orang anak, Ika satu rumah dengan ibunya. Ika memiliki usaha restoran, dan restoran tersebut yang mampu menafkahi keluarga Ika karena suami Ika tidak bekerja, Ika bisa di bilang sebagai pengusaha restoran yang sukses, Ika memiliki sahabat yang bernama Bella, Bella sangat iri dengan kesuksesan Ika, Bella adalah sosok perempuan yang cantik dan bertubuh indah, Bella akan menikah dengan aldo, tetapi hal itu gagal terjadi. Karena aldo selingkuh dari Bella, kemudian romi suami Ika datang membantu Bella, namun niat bella berbeda ketika, sesosok romi suami bella merasa marah karena istrinya lebih sukses dari dirinya, kemudian di saat bersamaan bella ingin merebut suami Ika sahabatnya sendiri. Kemudian bercerailah ika dan romi, namun sebelum bercerai, Bella menghasut Romi agar seluruh harta milik Ika di berikan pada Romi, hal ini terjadi secara perlahan dengan mulai, nama restoran yang diganti hak kepemilikannya hingga rumah Ika yang menjadi hak milik suaminya, kemudian, setelah Romi sukses merebut harta milik ika, Bella menyuruh romi agar menceraikan ika, dan kemudian keinginan bella terpenuhi. Melihat ika sengsara dan tak memiliki apa apa, namun kemudian setelah romi mengambil harta ika, tidak lama romi dan bella menikah, bella sangat senang karena apapun yang dia inginkan semua terpenuhi, namun ika tidak berhenti berusaha, ika dengan modal menjual cicin pernikahannya dengan romi, membangun usaha sedikit demi sedikit kemudian, dengan usahanya ika sukses dan mampu membuka restoran baru, beda halnya dengan bella dan romi usaha restoran yang dimiliki mereka berdua semakin berjalannya waktu sepi dan kebanyakan pelanggannya pindah ke restoran ika, dan lama kelamaan restoran romi dan bella

bangkrut dan tutup, ketika usaha restoran romi bangkrut bella tidak terima karena dia tidak mau jatuh miskin, kemudian tidak sengaja ketika keluar rumah setelah pertikaian terjadi antara bella dan romi, bella bertemu dengan aldo, dalam keadaan aldo tidak memiliki pacar, dan aldo menawari kembali bella untuk menjadi calon istrinya, melihat peluang bella dengan harta yang aldo punya, dengan kenaikan pangkat menjadi menejer yang aldo miliki, tanpa ada paksaan bella mau kembali dengan romi, kemudian bella dan aldo dengan diam diam keluar bersama tanpa sepengetahuan romi, bella memiliki niat licik agar bisa berpisah dengan romi kemudian kembali ke aldo, tidak sengaja ika memergoki bella dan aldo, kemudian bella mengungkapkan isi hatinya bahwa ,bella iri dengan ika dengan kesuksesannya, meskipun sudah berbagai rintangan yang bella buat, ika tetap sukses, namun kelicikan bella tidak sampai situ saja, bella dengan diam diam mengambil sertifikat rumah yang niatnya akan di jual. Kemudian akan berpisah dengan romi, pada malam hari bella diam diam menyelip dan mengambil sertifikat rumah yang ada di loker lemari, kemudian membawanya kabur dan memberikan sepucuk surat yang isinya bella, akan meninggalkan romi karena romi sudah tidak memiliki apa apa dan ingin meninggalkan romi.

Pada FTV yang kedua, masih memiliki tema yang sama yakni tentang drama rumah tangga dan pengkhianatan. Berawal dari rasa iba yang Sarah miliki karena melihat Mila kasihan karena perekonimian keluarganya kurang baik Sarah sebagai perempuan karir yang bekerja dan kurang memperhatikan urusan rumah, menyerahkan urusan tersebut kepada Mila, Mila sudah di percaya oleh Sarah karena dengan niat awal ingin membantu, dengan memberi pekerjaan dan meng kuliahkan Mila. Awalnya mila mau dan senang dengan niat baik dari Sarah, Mila awalnya sangat menghargai Sarah namun ketika Mila, Di mintai uang secara terus menerus oleh sang kekasih, akhirnya, Mila merubah rencananya, menjadi jahat kepada Sarah, secara diam diam Mila menaruh hati kepada Dimas suami Sarah, Mila menggoda Dimas ketika keadaan Dimas membantu Mila awalnya karena dianiyaya oleh

pacarnya. Kemudian merasa bersalah kepada dimas, dan Mila ingin merawat dimas, niat awalnya, baik namun lam kelamaan, ingin merebut Dimas dari Sara, kemudian Dimas tergoda dan secara diam diam Mengkhianati Sarah dari belakang. Awalnya Sarah tidak peka namun lama kelamaan Sarah merasa ada yang aneh dengan suaminya dan Mila, Sarah merasa Mila lebih dekat dengan dimas, dan Kecurigaan Sarah tidak salah, sang suami tergoda oleh Mila, dan lebih memilih mila ketimbang Sarah.

Alasan peneliti memilih kedua FTV tersebut sebagai objek material penelitian ini adalah berdasarkan narasi serta penceritaan keseluruhan FTV, kedua FTV tersebut yakni "*Sahabatku Calon Istri Suamiku*" dan "*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*" merupakan FTV yang secara garis besar memiliki kemiripan cerita yaitu drama rumah tangga dan pengkhianatan . Kedua FTV tersebut sama-sama memiliki tokoh perempuan yang digambarkan memiliki karakter antagonis yaitu sebagai perempuan simpanan dan tokoh perempuan yang digambarkan identitas tokoh-tokoh perempuannya Representasi perempuan yang dijadikan sebagai tema penelitian merupakan tema yang banyak diambil untuk diteliti karena merupakan tema aktual yang semakin menarik dari tahun ke tahun. Hal ini sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Alif Wahyu Fidyati di tahun 2017 yang membahas tentang bagaimana perempuan direpresentasikan dalam penggambaran perempuan pada sinema indosiar, penelitian yang berjudul "*Dikotomi identitas perempuan dalam sinema indosiar (studi semiotik dalam sinema indosiar berjudul "apa salah mencintai suamiorang" dan "bos suamiku orang ketiga")*" ini yang merupakan sebuah FTV yang menampilkan kemewahan, sebagai suatu FTV yang lebih natural dan realistis dengan nuansa feminisme yang kental. Namun, FTV bernuansa feminisme seringkali terjebak dalam merepresentasikan perempuan dengan stereotip tertentu, hingga semakin mengkonstruksi subornasi perempuan secara lebihalamiah.

Dengan menggunakan *reception analysis* pada FTV Dua Orang Perempuan didapatkan representasi bias gender yang ditampilkan tokoh perempuan maupun laki-

laki, melalui peran ibu dalam keluarga, pandangan tentang perempuan bekerja, pandangan tokoh laki-laki terhadap perempuan, pandangan cinta tokoh perempuan, serta perempuan dengan perasaannya. Perempuan masih digambarkan dengan stereotip yang telah terbentuk dalam FTV lainnya. Sehingga masih tidak adanya perubahan dari segi konsepsi subyektivitas dan identitas dalam *inside* dan *outside*, maupun antara public dan privat, jika dilihat dari sudut feminisme. Kapitalisme yang sudah merasuk dalam tubuh industri FTV, menciptakan munculnya hegemoni. MultivisionPlus dengan ideologi patriaknya memproduksi FTV Dua Orang Perempuan, sebagai alat memenangkan dukungan masyarakat untuk mendukung hegemoni dalam bentuk kekuasaan, dengan menciptakan suatu gambaran perempuan yang terstereotipkan sebagai suatu acuan seorang perempuan seharusnya. Dominasi patriaki terhadap perempuan, dimana perempuan berada dalam subordinat yang menjadi faktor utama adanya kekerasan yang diterima oleh perempuan. Selain itu kekerasan terhadap perempuan merupakan bentuk perlakuan yang diterima perempuan baik secara fisik maupun secara mental.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa penelitian-penelitian tersebut merupakan penelitian yang memfokuskan pada cerita tentang perempuan yang sebagian besar hidup dalam posisi inferior sehingga tertindas oleh budaya, sistem sosial masyarakat, dan perannya dibatasi oleh jenis kelaminnya, dan tidak melihat bagaimana respon dan penerimaan penonton setelah melihat tayangan FTV yang di tayangkan pada sinema indosiar khususnya penonton ibu rumah tangga. Sehingga hal itulah yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah fokus pada penggambaran tokoh-tokoh perempuan dalam dua FTV Indosiar yang digunakan sebagai data penggambaran identitas perempuan yang hidup dalam lingkungan sosial dan sistem budaya Indonesia masakini. Kemudian melihat bagaimana respon ibu rumah tangga, dan kemudia melihat bagaimana cara pandang dalam berpresepsi ibu rumah tangga sesudah melihat tayangan sinema indosiar,

setelah mengetahui bagaimana persepsi yang dimiliki ibu rumah tangga, kemudian dalam penelitian ini, peneliti ingin tahu bagaimana penerimaan ibu rumah tangga mengenai identitas perempuan di dalam FTV sinema indosiar.

Pada penelitian ini dipilih FTV sinema indosiar dan ibu rumah tangga sebagai objek dan subjek penelitian. Manusia sebagai makhluk sosial manusia tidak luput dari sebuah pengenalan identitas diri. Manusia akan membentuk sebuah identitas yaitu ketika manusia tersebut berada dalam kondisi lingkungan sosial yang ada pada sekitarnya, dan kemudian identitas mereka dengan sendirinya membentuk dan kemudian diakui. Identitas pada manusia merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan karena didalam identitas manusia terdapat identitas yang melekat, dalam identitas manusia terdapat dua dimensi identitas, yaitu dimensi individual dan dimensi sosial. Tema yang diangkat oleh peneliti memiliki hubungan yaitu media televisi, dalam hal ini pada sinema indosiar memunculkan sebuah permasalahan yang sering terjadi pada penonton yaitu penerimaan ibu rumah tangga mengenai identitas perempuan, mengangkat sebuah permasalahan yang terjadi pada ruang lingkup kehidupan ibu rumah tangga yaitu guna mengetahui bagaimana penerimaan ibu rumah tangga mengenai identitas perempuan pada sinema indosiar. Dan melihat dari berbagai sisi penerimaan identitas perempuan pada ibu rumah tangga, dengan melihat beberapa perspektif yang diberikan dan tanggapan ibu rumah tangga mengenai identitas perempuan pada sinema indosiar.

Dengan adanya identitas yang dimiliki manusia pada suatu kelompok tertentu kemudian manusia dapat melebeli dirinya pada suatu kelompok-kelompok tertentu, dengan adanya labeling akhirnya sebuah identitas pada manusia dapat terikat, fenomena ini dapat dikatakan sebagai identitas kolektif. Secara tidak langsung identitas dapat mengklasifikasi identitas manusia dengan mengetahui dari mana seorang individu tersebut berasal, seperti memiliki pengelompokan sebuah identitas dari suku, ras agama, gender dan lain sebagainya. Pemaknaan pada identitas

perempuan dimaknai, dan dianggap ketika adanya suatu penerimaan yang mutlak pada kondisi lingkungan sosial. Dimana kondisi yang terlepas dari historisitas manusia korporeal yang dapat memunculkan batasan-batasan yang sifatnya mengikat, lalu mereduksi hingga memarginalkan. Penulisan pada skripsi ini memfokuskan penulisan pada permasalahan identitas perempuan dalam prespektif gender, dan melihat bagaimana penerimaan ibu rumah tangga ketika memaknai identitas dan gender pada perempuan. Karena pemaknaan atas perempuan biasanya dimaknai hanya atas pemaknaan tubuh, dimana pemaknaan tubuh tersebut berasal dari masyarakat.

Dengan tema yang mengangkat problem rumah tangga, serial FTV Indosiar ini disukai banyak penonton perempuan terlebih ibu rumah tangga dan pesan atau nilai-nilai yang dibawanya akan diserap serta dianggap sebagai suatu nilai atau ideologi yang wajar oleh audiens. Untuk itu penelitian tentang dikotomi identitas perempuan dalam FTV Sinema Indosiar menarik untuk diteliti lebih jauh. Studi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana dikotomi identitas pada tokoh-tokoh perempuan dalam kedua FTV di Indosiar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini dipilih karena tujuan peneliti adalah untuk mendeskripsikan penggambaran identitas perempuan dalam FTV di Indosiar.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah penerimaan ibu rumah tangga mengenai identitas perempuan pada FTV sinema indosiar?
2. Bagaimanakah ibu rumah tangga memaknai identitas perempuan?
3. Bagaimanakah konsep tubuh ideal menurut ibu rumah tangga?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana cara pandang ibu rumah tangga mengenai identitas soal dari kelas sosial yang berbeda.
2. Mengetahui bagaimana ibu rumah tangga memaknai konsep tubuh ideal pada perempuan.
3. Mengetahui bagaimana ibu rumah tangga menentukan standart kecantikan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan menyediakan seperangkat analisis tentang penerimaan ibu rumah tangga pada identitas perempuan tokoh perempuan dalam serial FTV/sinetron dan dapat memperkaya khasanah penerapan penggambaran perempuan dalam media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat berkaitan dengan hakikat sinetron bahwa sinetron/FTV merupakan media yang meleburkan realitas nyata dengan realitas sinetron/FTV dan dapat memahami teori reception analysis yang digunakan untuk membaca tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah film untuk menemukan simbol dan memecahkan kode-kode yang terangkai kemudian dimaknai dalam adegan disebuah film.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam bab merupakan penjelasan mengenai beberapa hal yang menjadi sumber sebuah rujukan penelitian . yang akan menjadikan kunci pada bab ini adalah hal-hal seperti FTV sinema indosiar sebagai medium penerimaan, apa itu

identitas perempuan, bagaimana sistem budaya patriarki di Indonesia, bagaimana stereotipe yang di terima dan dimiliki oleh ibu rumah tangga setelah melihat tayangan sinema Indonesia, ibu rumah tangga (dalam konteks penerimaan identitas perempuan mengenai FTV sinema Indonesia) dan penjelasan mendalam mengenai teori identitas. Bagaimana media merepresentasikan identitas perempuan pada khalayak.

Media merupakan medium yang diyakini memiliki kekuatan dan memiliki andil besar dalam menciptakan sebuah realitas. Realitas tersebut dihadirkan melalui media terhadap refleksi sebuah peristiwa atau fakta.

1.5.1 Medium Pemaknaan dan Konstruksi Realitas

FTV sinema Indonesia, adalah satu contoh dari sekian banyak media di Indonesia yang memberi imajinasi ideal terhadap bagaimana wujud semestinya dari sosok perempuan. Tentu saja wacana yang berada di balik layar ini tidak menutup kemungkinan untuk bisa diselidiki dalam narasi panjang seperti yang akan diulas pada pembahasan peneliti. FTV ini mengedepankan tubuh perempuan sebagai objek eksploitasi. Tayangan pada FTV sinema Indonesia ini juga mampu membentuk sebuah opini dengan diperlakukannya perempuan sebagai objek.

FTV sinema Indonesia sebagai medium penerimaan dimana FTV Indonesia merupakan tayangan televisi yang menyajikan sebuah cerminan kehidupan dari adanya kehidupan realitas sosial yang ada di masyarakat saat ini, media berusaha memberikan sebuah tayangan yang berkisah tentang kehidupan masyarakat yang ada disekitar kita. Banyak sekali tayangan-tayangan televisi maupun film layar lebar yang terkadang menggunakan kisah masyarakat sehari-hari, seperti halnya pada FTV maupun film televisi di Indonesia telah tayang Film Televisi (FTV) Dalam penelitian ini dipilih FTV sinema Indonesia sebagai objek penelitian. Sinema Indonesia memiliki tiga macam sinema sesuai dengan pembagian waktunya, diantaranya Sinema Pagi

pukul 06.00 WIB, Sinema Kisah Nyata pukul 11.00-13.30 WIB, sinema kisah nyata petang 15.15 WIB dan Sinema Suara Hati Istri 17.00, 19.00, 20.30 WIB.

JADWAL ACARA	
Senin, 31 December 2019	
00:00	Fokus Akhir Tahun : INDONESIA BERANI
01:00	Kisah Nyata Malam
02:00	Patroli Malam
02:30	Fokus Malam
03:00	Fokus Kasus
03:30	Penyejuk Imani Buddha
04:00	Mamah & Aa Beraksi
04:30	Live Fokus Pagi
06:00	Pintu Berkah
07:00	Pintu Berkah
08:00	Pintu Berkah
10:00	Kisah Pagi
10:30	Live Patroli
11:00	Live Fokus
11:30	Kisah Nyata Spesial
13:30	Kisah Nyata Sore
15:15	Kisah Nyata Petang
17:00	Suara Hati Istri
19:00	Suara Hati Istri
20:30	Suara Hati Istri
22:00	D'ACADEMY ASIA 5 - KONSER KEMENANGAN

Gambar 1.2

Jadwal tayang acara sinema indosiar

Sumber : liputan6.com

yang terdiri dari Sinema Pagi dan Sinema Pintu Taubat (pintu berkah), yang menarik dalam tayangan tersebut adalah hampir disemua judul yang ada mengisahkan tentang kehidupan rumah tangga yang penuh dengan konflik, perselingkuhan dan juga masalah-masalah rumah tangga lainnya. Tidak seperti SCTV yang selalu menayangkan FTV dengan cerita tentang kehidupan anak muda atau tentang kehidupan percintaan. FTV Sinema Indosiar secara terus menerus selalu menampilkan tema-tema judul tentang kehidupan rumah tangga yang jika dilihat lebih

seksama juga terdapat unsur-unsur kekerasan terutama kekerasan dalam rumah tangga didalamnya.

Terjadi ketidak seimbangan antara suami dan istri dimana suami memiliki kekuasaan dan hakyang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Dalam kehidupan sehari-hari biasanya yang sering menjadi korban dari tindak KdRT adalah perempuan, dimana budaya patriarkimasih sangat mendominasi. Sebagai media massa harusnya televise mampu memberikan tayangan-tayangan yang layak untuk ditonton karena salah satu fungsi dari media massa ialah untuk memberikan informasi serta mampu meng edukasi penontonnya. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti isi tayangan Sinema Indosiar. Semua tayangan yang ada pada sinema indosiar dan membandingkan dengan keadan realitas pada lingkungan sosial.

1.5.2 Kelas Sosial

Pada seluruh sistem sosial kemasyarakatan, kelas sosial telah ada atau terbentuk. Setiap anggota kelas sosial tertentu diikat dengan posisi sosial yang sangat terdefinisi, yang disebut dengan status. Kelas sosial adalah pembagian anggota masyarakat ke dalam suatu hierarki kelas yang berbeda sehingga para anggota setiap kelas secara relative mempunyai status yang sama, dan para anggota kelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah (Furaiji, 2012). Kategori kelas sosial biasanya disusun dalam hierarki, yang berkisar dari status yang rendah sampai yang tinggi. Aspek hierarkis kelas sosial penting bagi para pemasar karena kelas sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang penting untuk di pertimbangkan dalam segmentasi produk. Sebagai contoh, dorongan konsumsi sebagai akibat dari bertambahnya jumlah *middle class* di beberapa negara mulai terasakan dampaknya bagi perekonomian. Ketika diasumsikan konsumsi adalah pendorong ekonomi, maka

eksplorasi kelas sosial terhadap konsumsi menjadi sangat penting. Sebagai contoh beberapa penelitian tentang kelas menengah menunjukkan bahwa *middle class* menjadi pendorong ekonomi di mana jumlah konsumsi kelas sosial ini adalah sepertiga konsumsi dunia. Pernyataan ini disampaikan pada penelitian Elfick (2011) yang melihat adanya perubahan dan mobilitas kelas sosial dan konsumsi masyarakat di Kota Shenzhen, China. Negara China seperti halnya India, Brazil, Indonesia dan beberapa negara Asia Tenggara sedang mengalami peningkatan jumlah kelas sosial (Knorringa & Guarin, 2014). Laporan dari *Global Economy and Development* tahun 2017 menunjukkan bahwa ada lebih dari 3.2 milyar penduduk pada akhir tahun 2016 adalah *middle class*, dan hampir separuhnya berada di Asia (Kharas, 2017). Kondisi di Indonesia menunjukkan bahwa 42% dari penduduk berada pada kelas sosial menengah (*middle class*) dengan penghasilan 60-120 juta per tahun (Deloitte Southeast Asia, 2015).

Perilaku konsumen sulit dipahami tanpa mempertimbangkan kelas sosial (Hutagalung & Aisha, 2008; Shavitt, Duo & Hyewon, 2016). Secara umum sudah banyak literatur yang mengelompokkan segmen pasar berbasis kelas sosial (Ciribeli & Miquelito, 2015). Kelas sosial juga memprediksi langsung preferensi dan tipe pengalaman dan pilihan pembelian. Lebih lanjut dikatakan bahwa posisi seseorang dalam hirarki sosial memiliki pengaruh penting hampir di semua aspek kehidupan sehari-hari: di mana konsumen tinggal, apa yang dipakai, kemana mereka bepergian, belanja dan makan, apa yang dikendarai dan media apa yang dikonsumsi yang berbeda-beda (Shavitt, Duo, & Hyewon, 2016). Dengan kata lain, semua produk yang dikonsumsi dan perilaku konsumsi konsumen individu menjadi cerminan dan dicerminkan oleh kelas sosial.

Kelas sosial adalah pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarchis) dan merefleksikan *socioeconomic* seseorang. Kelas sosial dan status *socioeconomic* sering digunakan secara bergantian karena kelas sosial dikonseptualisasikan melalui pendekatan struktural dan prososual. Struktur

kelas dianalisis menggunakan pendekatan status *socioeconomic* seperti pendapatan, pekerjaan dan pendidikan, sementara prosesus lebih mengeksplorasi bagaimana individu mengembangkan, menginterpretasikan dan menunjukkan identitas kelasnya (Wyatt- Nichol, Brown, & Haynes, 2010). Kelas sosial yang didasarkan pada pekerjaan, yang sejalan dengan pendidikan dan pendapatan, adalah skema yang sering digunakan oleh pemasar Eropa (Kamakura & Mazzon, 2013).

Mosca dalam Damsar (2010) membedakan antara kelas yang berkuasa dan kelas yang dikuasai, antara orang kaya dan orang miskin. Namun Maliki (2010) membedakan menjadi tiga kelas atau lebih, yakni:

1. Kelas atas, kelas ini ditandai oleh besarnya kekayaan, pengaruh baik dalam sektor-sektor masyarakat perseorangan ataupun umum, berpenghasilan tinggi, tingkat pendidikan yang tinggi, dan kestabilan kehidupan keluarga.
2. Kelas menengah, kelas ini di tandai oleh tingkat pendidikan yang tinggi, penghasilan dan mempunyai penghargaan yang tinggi terhadap kerja keras, pendidikan, kebutuhan menabung dan perencanaan masa depan, serta mereka dilibatkan dalam kegiatan komunitas.
3. Kelas bawah, kelas ini biasanya terdiri dari kaum buruh kasar, penghasilannya pun relatif lebih rendah sehingga mereka tidak mampu menabung, lebih berusaha memenuhi kebutuhan langsung daripada memenuhi kebutuhan masa depan,

berpendidikan rendah, dan penerima dana kesejahteraan dari pemerintah. Bahkan seorang ilmuwan yang bernama Warren (dalam Horton, 2006) merinci tiga kelas ini menjadi enam kelas yaitu:

- a. Kelas atas-atas (*upper-upper class*) mencakup keluarga-keluarga kaya lama, yang telah berpengaruh dalam masyarakat dan sudah memiliki kekayaan yang begitu lama, sehingga orang-orang tidak lagi bisa mengingat kapan dan bagaimana cara keluarga-keluarga itu memperoleh kekayaannya.

- b. Kelas atas bawah (*lower upper class*) mempunyai jumlah uang yang sama, tetapi mereka belum terlalu lama memilikinya dan keluarga ini belum lama berpengaruh terhadap masyarakat.
- c. Kelas menengah atas (*upper middle class*) mencakup kebanyakan pengusaha dan orang profesional yang berhasil, yang umumnya berlatar belakang keluarga baik dan berpenghasilan yang menyenangkan.
- d. Kelas menengah bawah (*lower middle class*) meliputi para juru tulis, pegawai kantor dan orang-orang semi profesional.
- e. Kelas bawah atas (*upper lower class*) terdiri atas sebagian besar pekerja tetap.
- f. Kelas bawah bawah (*lower-lower class*) meliputi para pekerja tidak tetap, penganggur, buruh musiman. Akan tetapi dalam mengkaji pembagian kelas sosial,

disini penulis menitik beratkan pembagian kelas sosial menjadi tiga kelas, yakni kelas atas, menengah, dan bawah. Perbandingan spesifikasi kategori kelas sosial dihitung berdasarkan proporsi terbesar pada income prestige dari pekerjaan (Wolff & Zacharias, 2007). Sementara pemasar Eropa menggunakan dasar pekerjaan dalam skema stratifikasi sosial, pemasar ‘dunia baru’ menggunakan konsep socioeconomic status, dengan menggunakan permanent income sebagai pengukuran laten (Kamakura & Mazzon, 2013).

1.5.3 Identitas Perempuan

Identitas gender (*gender identity*) merupakan perasaan psikologis seseorang sebagai laki-laki atau perempuan. Perasaan bagaimana seseorang merasa bahwa ia adalah seorang laki-laki ataupun perempuan. Identitas perempuan merupakan sebuah identitas dari diri seorang perempuan yang harusnya menyertakan unsur kebebasan, dan kesadaran diri pada perempuan guna mengetahui atas pemaknaan diri seseorang

serta membuka cara berfikir yang seharusnya tidak terpaku pada permasalahan, tubuh, dan struktur, namun harusnya dapat melihat dari perpaduan seluruh faktor dari identitas perempuan, karena identitas pada perempuan sering sekali di reduksi ke dalam identitas gender, yang seharusnya menyertakan unsur kebebasan dan memberikan pengetahuan sehingga membuka kesadaran atas diri perempuan. Karena dengan ini pemaknaan atas diri seorang perempuan akhirnya tidak hanya membahas pada permasalahan tubuh dan struktur, namun juga sebagai pelengkap dari semua keseluruhan dari faktor tersebut.

Identitas perempuan sering dianggap sebagai reduksi identitas pada gender, kemudian identitas gender yang menjadi *stereotype* yang dikonsumsi oleh masyarakat menjadi cara pandang terhadap perempuan dan laki-laki. Hal ini yang menjadikan kesepakatan umum yang diterima oleh masyarakat, yang akhirnya menjadi satandard normal, tidak normal, baik, buruk dan lain sebagainya. Masyarakat Indonesia sangat memperhatikan sekali bagaimana bentuk tubuh seorang perempuan, terlebih lagi ketika pengonstruksian bentuk tubuh ideal tidak sesuai dengan keadaan yang dilihat. Terlebih lagi ketika seorang perempuan dianggap tidak sesuai dengan *stereotype* yang diciptakan oleh lingkungan sosial tersebut maka seseorang tersebut akan mendapatkan sanksi sosial. Setelah *stereotype* yang di terima oleh masyarakat maka labeling akan terjadi ketika masyarakat menyerap nilai nilai melalui tindakan repetisi aturan gender yang diberikan, sehingga terkadang secara tidak langsung masyarakat sering menyudutkan seseorang ketika terdapat perbedaan-perbedaan tertentu yang tidak sesuai dengan *stereotype* yang mereka anut dan mereka percayai. Kemudian dengan adanya seperangkat nilai pada masyarakat hal ini membuat masyarakat perlahan menyatu dengan aturan dan nilai yang ada, dan secara tidak langsung masyarakat mengukuhkan kebenaran-kebenaran dari nilai identitas gender. Melalui repetisi nilai nilai tersebut mendapatkan otoritasnya di dalam kehidupan pada masyarakat dengan kebenaran yang mutlak.

Identitas perempuan terbentuk dari kehidupan sehari-hari, diperkuat dengan berbagai ekspektasi oleh masyarakat. Ekspektasi yang ditujukan oleh perempuan juga diiringi dengan berbagai *labelling* yang melekat pada perempuan. Seperti yang dicontohkan oleh Gauntlet dalam bukunya *Media, Gender, Identity* (2002:94) bahwa perempuan yang memilih untuk tidak mencukur kaki atau ketiaknya akan diperlakukan sebagai orang yang menyimpang dan tidak sesuai dengan konsep sosial terkait penampilan feminin.

Penampilan seseorang menjadi salah satu bentuk identifikasi akan identitas. Mengutip dari Stone, dalam buku Burke (2009) menyebutkan bahwa “penampilan” bisa membangun dan mempertahankan sebuah identitas. Lewat cara berpakaian tertentu bisa menjadi penunjuk untuk diri sendiri ataupun orang lain sebuah identitas yang bisa ditetapkan seperti usia, gender, kependudukan, dan lainnya. Meskipun masyarakat seringkali menyatakan tidak memberikan atensi berlebih, bertanya ataupun merasa cemas mengenai identitasnya tak dapat mengelak jika mereka membuat pilihan-pilihan yang cukup signifikan mengenai kehidupan sehari-hari (Gauntlet, 2002:96). Masyarakat bertanya-tanya mengenai pakaian, penampilan, peran dan keputusan mengenai hubungan membangun sebuah peran.

Setiap orang, juga berlaku untuk perempuan, bisa memilih jalan untuk membuat keputusan meski keputusan tersebut tidak seperti keputusan yang diambil pada umumnya. Media massa memiliki kuasa untuk memberikan sugesti terkait gaya hidup, jalan menemukan kebahagiaan, otoritas akan tubuh, partner seksual, dan kebutuhan emosional (Giddens, 1991)

Menurut Tanudjaja (2007: 97), media memiliki tiga peranan penting guna membentuk identitas dalam diri seseorang. Pertama, media bertindak sebagai pemberi identitas pribadi khalayak. Media berperan sebagai model perilaku individu baik yang sama dengan apa yang dimilikinya atau pun yang bertentangan dengan dirinya. Kedua, media dapat dijadikan sebagai sarana untuk pengidentifikasian diri individu dengan

nilai-nilai yang ada dan nilai yang diciptakan oleh media. Ketiga, media mampu bertindak sebagai pemberi identitas. Media dapat menjadi alat untuk meningkatkan pemahaman mengenai diri dengan mampu melihat apa, serta bagaimana diri yang sebenarnya.

Perempuan seringkali dilekatkan dengan sebuah femininitas. femininitas adalah seperangkat peraturan yang mengatur perilaku dan penampilan perempuan, tujuan akhirnya adalah akan membuat perempuan menyesuaikan diri dengan daya pikat seksual yang diinginkan laki-laki. Penyamaran (masquerading) sebagai keperempuanan "alami" adalah sesuatu yang benar-benar dibebankan kepada perempuan, walaupun fakta bahwa tekanan untuk menyesuaikan diri dengan definisi feminin dominan yang secara kultur diinternalisasikan pada tingkatan bahwa perempuan secara efektif menyesuaikan diri mereka pada definisi feminin "ideal" tersebut. Femininitas adalah sebuah area teoretis yang merepresentasikan semua yang dimarginalkan dalam tatanan patriarkal, dan dengan demikian merupakan sebuah istilah yang menggambarkan suatu posisi yang diduduki oleh subjek feriferal (Hollows, 2000). Perlakuan perempuan terhadap dirinya, relasi antara perempuan dengan dirinya dan juga lingkungan sosial membentuk sebuah identitas diri yang dimiliki oleh perempuan.

1.5.4 Stereotype Perempuan dan Sistem Budaya Patriarki

Konstruksi penggambaran gender perempuan pada media yaitu dengan dikaitkannya atau melekatnya sebuah identitas terhadap suatu objek seperti adanya media yang menggambarkan gender perempuan yang memiliki identitas diri sebagai seseorang yang lembut, memiliki sifat yang sabar, santun dan penyayang. Sedangkan menurut Alfian Rokhmansyah (2013) di dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Gender dan Feminisme*, patriarki berasal dari kata patriarkat, berarti struktur yang menempatkan peran laki-laki sebagai penguasa tunggal, sentral, dan segala-galanya.

Sehingga penggambaran konstruksi ini terbentuk ketika seorang perempuan yang lahir kemudian digambarkan sebagai sosok orang yang mudah menangis, mudah marah dan kurang bisa mengatur atau mengontrol emosi pada diri pribadi. Dengan adanya hal tersebut kemudian media merekonstruksi dan mengatur penggambaran atau menggiring stereotipe orang-orang bahwa seorang perempuan adalah seseorang yang lembut, memiliki sifat yang sabar, santun dan mudah penyayang, tetapi wanita juga mudah marah dan sulit dalam mengatur emosi. Penggambaran inilah yang di buat oleh media, sehingga perempuan perempuan menstereotipe dirinya yang kemudian mampu untuk mengidentitaskan dirinya sebagai perempuan yang riil harus memiliki sifat sifat yang sama seperti yang digambarkan oleh media. Kemudian stereotipe pada perempuan inilah yang kemudian hal ini dibesarkan oleh industri media yang kemudian media memberikan kesan hiperbola dan menyudutkan penggambaran perempuan. Dengan adanya penggambaran perempuan pada media, yang menggambarkan seorang perempuan adalah makhluk sosial yang memiliki kedudukan paling rendah dan dengan adanya penggambaran media inilah, kebanyakan perempuan sering di anggap remeh dan lemah karena tidak mampu melawan, sebenarnya apa yang di gambarkan oleh media ini sebenarnya tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada kehidupan nyata sosial masyarakat, memang benar ada sebagian dari perempuan memiliki penggambaran yang di gambarkan oleh media, tapi sebenarnya tidak sepenuhnya penggambaran media itu benar, karena masih ada perempuan-perempuan yang tidak lemah malah ada pula wanita yang lebih kuat di bandingkan laki-laki.

Adanya ketimpangan gender terbentuk oleh adanya sosialisasi, kebudayaan, pola pikir keagamaan, dan kekuasaan negara. Gender mewariskan sebuah konsep pemikiran tentang wacana seharusnya laki-laki dan perempuan berpikir dan bertindak yang diwariskan dari generasi ke generasi untuk pembenaran terhadap perbedaan peran sosial antara laki-laki dan perempuan hanya karena perbedaan kelaminnya. Gender adalah suatu konsep yang bersifat nurture, karena terbentuk oleh sistem sosial budaya sehingga dimungkinkan berbeda pada sistem budaya yang yang berbeda-

beda. Sementara seks bersifat nature sebagai suatu hal yang esensial yang berasal dari tuhan sebagai kodrat. Di sisi lain, media massa yang merupakan agen budaya sangat berpengaruh terhadap kondisi masyarakat sebab masyarakat modern mengkonsumsi media dalam jumlah dan intensitas yang tak dapat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Media massa memang bukan merupakan sarana satu-satunya medium untuk berkomunikasi, tetapi posisinya telah menjadi semakin sentral dalam masyarakat yang anggotanya sudah semakin kurang berinteraksi secara langsung satu sama lain dimana media massa hadir praktis sepanjang hari dalam kehidupan masyarakat. Budaya media (media culture) menunjuk pada suatu keadaan yang tampilan audio visual atau tontonan-tontonannya telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek-proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang (Kellner, 1996:164). Media cetak, radio, televisi, film, internet, dan bentuk-bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan defenisi-defenisi untuk menjadi laki-laki atau perempuan, dan membedakan status-status seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks. media merupakan salah satu instrumen utama dalam membentuk konstruksi gender pada masyarakat. Media memiliki karakteristik jangkauan yang luas, sehingga sangat efektif dalam menyebarluaskan konstruksi gender kepada masyarakat.

1.5.5 Reception Analysis

Standart dalam khalayak media adalah menggunakan *reception analysis*, analisis memberikan makna atas pemahaman teks media di baca oleh (cetak, elektronik, internet) dengan memahami karakter dari teks media dibaca oleh khalayak individu yang menganalisis media melalui kajian *reception analysis*, kemudian memfokuskan pada pengalaman dan pemirsaaan khalayak (penonton/pembaca), serta mengetahui bagaimana makna yang diciptakan melalui pengalaman tersebut. konsep teoritik yang terpenting dari *reception analysis* adalah

bahwa teks media penonton/pembaca atau perogram televisi – bukan lah makna yang melekat pada teks media tersebut, tetapi makna diciptakan karena adanya proses dalam interaksi khalayak (penonton-pembaca) dan teks. Dengan kata lain, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media.

Faktor kontekstual mempengaruhi cara khalayak memirsas atau membaca media misalnya film atau program televisi, hal ini faktor dari argumen teori reception. Faktor kontekstual merupakan elemen dari identitas khalayak, persepsi penonton atas film atau genre program televisi dan produksi, bahkan termasuk latar belakang sosial sejarah dan isu politik.

Teori reception menempatkan penonton dalam konteks yang didalamnya terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana cara menonton serta menciptakan makna dalam teks. Secara konseptual khalayak mengkonsumsi media dengan berbagai cara dalam kebutuhan. Hal ini merujuk pada pemikiran interpretif yang menekankan pada pengalaman subyektif (*meaning-contruction*) seseorang dalam memahami suatu fenomena. Dalam konteks ini, melihat lebih dekat apa yang sebenarnya terjadi pada individu sebagai pengonsumsi teks media dan bagaimana mereka memandang dan memahami teks media ketika berhubungan dengan media. Media bukan lah sebuah institusi yang memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikan. Khalayak lah yang diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media tersebut (Aryani, 2006). Studi mengenai penerimaan media harus menekankan kepada studi mengenai khalayak sebagai bagian dari *interpretative communities*.

Secara metodologi, *reception analysis* termasuk dalam paradigma *interpretive* konstruktivis, dimana menurut Neuman (2000) pendekatan interpretive “*is the systematic analysis of socially meaningful action through the direct detailed observation of people in natural settings in order to arrive at understandings and*

interpretations of how people create and maintain their worlds". Artinya paradigma interpretif dalam konteks penelitian sosial digunakan untuk melakukan interpretasi dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara dari para pelaku untuk mengkonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut.

Argumen tersebut dikembangkan dalam *framework* studi *qualitative empirical reception*, yang mana selama dekade lampau telah mempunyai kontribusi secara signifikan pada konvergensi antara tradisi penelitian Ilmu Sosial dan Humanistik, yang diartikulasikan kembali dalam batasan pemaknaan atau penerimaan subyektifitas individu dan aktivitas sosial. Reception analysis bukan lah hanya sekedar apa yang lakukan kepada khalayaknya, atau bahkan apa yang khalayak lakukan pada media. Tetapi, pada bagaimana media dan khalayak berinteraksi satu sama lain sebagai agen. Dalam terminologi Semiotika Saussure (1857-1913) merupakan ilmu yang mempelajari *the life of signs within society*(Saussure, 1959). Maknanya adalah dalam pendekatan Semiotik komunikasi dilihat sebagai *a mutual negotiation of meaning* lebih daripada hanya sekedar pengiriman pesan linear dari pengirim ke penerima.

Reception analysis merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi media lain (Jensen, 2003). Khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail, 1997). Reception analysis merupakan studi yang mendalam terhadap proses aktual dimana wacana dalam media diasimilasikan kedalam wacana dan praktik-praktik budaya khalayak. Menurut McQuail (1997), *reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Guna

mengungkap penerimaan perempuan atas identitas perempuan dalam FTV sinema indosiar tersebut, penelitian menggunakan analisis resepsi (*reception analysis*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dipaparkan oleh Hadi, bahwa kajian *reception/ analisis penerimaan* memfokuskan pada pengalaman dan pemirsaan khalayak (penonton/pembaca), serta bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut. Konsep teoritik terpenting dari *reception analysis* adalah bahwa teks media, penonton/pembaca atau program televisi bukan lah makna yang melekat pada teks media tersebut, tetapi makna diciptakan dalam interaksinya antara khalayak (penonton/ pembaca) dan teks. Dengan kata lain, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media (Hadi, 2009, p.1).

1.6 Metodologi

Dalam bab Metodologi ini, penulis akan memaparkan apa-apa saja yang akan menjadi dasar penelitian penulis dalam menganalisis topik. Diantaranya adalah pendekatan dan fokus penelitian, tipe penelitian, lokasi penelitian, dan teknik pengambilan sampel, instrument, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data dan ketentuan signifikansi statistiknya. Tentunya beberapa poin tersebut akan juga disertai penjelasan ilmiah.

Dalam sub-bab ini, penulis akan menjelaskan pendekatan serta fokus penelitian seperti apa yang akan digunakan dalam tulisan ini. Seperti telah banyak dijelaskan pada penjelasan di atas.

1.6.1 Metode Penelitian

Yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan tipe deskriptif dengan metode penelitian kualitatif karena sesuai dengan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana penerimaan ibu rumah tangga terhadap tayangan FTV sinema indosiar “*Sahabatku Calon Istri Suamiku*” dan “*Suamiku Direbut*”

Pengasuh Anakku”. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan dalam Suyanto dan Sutinah, 2005). Deskriptif sendiri merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa atau kejadian yang sedang terjadi pada saat sekarang (Surjana dan Ibrahim, 1989)

Penggunaan tipe penelitian kualitatif deskriptif menjadi salah satu alternatif bagi peneliti karena ingin mengetahui lebih dalam, serta mendeskripsikan mengenai penerimaan ibu rumah tangga terhadap FTV Sinema Indosiar “*Sahabatku Calon Istri Suamiku*” dan “*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*” Maka dari itu, penggunaan metode kualitatif dirasa tepat karena tidak ada batasan antara peneliti dengan obyek penelitian. Hal ini dapat memunculkan pengamatan mendalam dan subjektivitas dalam diripeneliti.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan metode yang berfokus pada tanda yang terdapat dalam gambar serta melihat bagaimana penerimaan ibu rumah tangga memaknai dari atribut, setting agenda serta dialog yang menggambarkan identitas perempuan dalam FTV sinema indosiar “*Sahabatku Calon Istri Suamiku*” dan “*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*” Metode yang digunakan adalah metode reseption analysis karena peneliti ingin melihat bagaimana penerimaan ibu rumah tangga memaknai identitas perempuan dalam FTV melalui tiga level yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Sehingga dengan metode ini, peneliti dapat menafsirkan dan memahami bagaimana ibu rumah tangga secara umum memakna identitas perempuan pada tayangan televisi serta memahami perbedaan antara realitas yang di ciptakan oleh media dengan realitas yang sebenarnya.

Penelitian ini meneliti 7 informan ibu rumah tangga dengan latar kelas sosial yang berbeda, yaitu kelas sosial bawah, menengah, dan keatas, informan di dapatkan

dengan dilakukannya turun lapangan bertanya pada ibu rumah tangga yang berkenan untuk di wawancarai, mengenai FTV sinema indosiar, basic ibu rumah tangga pada penelitian ini keseluruhan adalah penonton dari tayangan FTV sinema indosiar kemudian, setelah berkenalan dengan informan, peneliti meminta izin untuk ibu rumah tangga menonton tayangan sinema indosiar yang akan di jadikan topic dari penelitian, kemudian ibu rumah tangga menonton tayangan FTV sinema indosiar dengan dua judul selama tiga jam, kemudian setelah menonton, kemudian ibu rumah tangga dan peneliti melakukan sesi tanya jawab mengenai topik pembahasan, sesi tanya jawab dilakukan selama 30 menit.

1.6.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah sistem tanda yang ditonjolkan pada dua FTV tersebut . Kemudian sistem tanda tersebut dimasukkan pada level Seperti telah disebutkan bahwa analisis dibagi dalam tiga level yakni dominant (hegemonic), negotiated reading, dan oppositional. Dalam penelitian ini unit analisis dirinci sebagai berikut :

Dalam tulisannya yang dimuat dalam Cultural Transformation: The Politics of Resistance (1983,dalam Marris dan Tornham 1999:474,475), Morley mengemukakan tiga posisi hipotetis di dalam makna pembaca teks (program acara) kemungkinan mengadopsi:

- a. Dominant (atau ‘hegemonic’) reading : pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang didalamnya terkandung nilai-nilai,sikap, keyakinan dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh si pembuat program.
- b. Negotiated reading: pembaca dalam batas-batas tertentu sejalan dengan kode-kode program dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan oleh si pembuat program namun memodifikasikannya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat-minat pribadinya.

- c. Oppositional ('counter hegemonic') reading: pembaca tidak sejalan dengan kode-kode program dan menolak makna atau pembacaan yang disodorkan, dan kemudian menentukan frame alternatif sendiri di dalam menginterpretasikan pesan/program. Penggunaan *reception analysis* guna mengetahui representasi suara khalayak yang mencakup identitas sosial dan posisi subyek. Maka dari itu, judul penelitian kali ini sangatlah cocok apabila menggunakan metode *Reception Analysis*.

1.6.3 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek merupakan 7 ibu rumah tangga memiliki usia yang berbeda, daerah rumah yang berbeda untuk mendapatkan data yang subjektif. Batasan yang diberikan adalah perihal subjek penelitian, dimana subjek tidak akan keluar dari indikator utama, yaitu subjek harus merupakan ibu rumah tangga.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder yang dimana data tersebut merupakan hasil dari wawancara dengan informan penelitian, yang dimana merupakan akumulasi pendataan interpretasi dan pemaknaan informan tersebut terhadap isu terkait yaitu identitas perempuan dalam FTV sinema indosiar yang berjudul "*Sahabatku Calon Istri Suamiku*" dan "*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*" Wawancara yang digunakan yaitu indepth atau mendalam, dimana teknik tersebut digunakan untuk mencari tahu atau melakukan investigasi lebih mendalam membahas topik atau isu tertentu dari konten media. Teknik ini dilakukan untuk penelitian isu-isu tertentu seperti perasaan yang tersembunyi atau sikap atau kepercayaan yang ada pada diri informan baik disadari ataupun tidak (Ida, 2014, p.163). sedangkan skunder yaitu data yang diperoleh dari latar belakang sosial informan yang akan mempengaruhi interpretasi dan pemaknaan terhadap konsep

objektifitas identitas perempuan dalam FTV sinema indosiar yang berjudul “*Sahabatku Calon Istri Suamiku*” dan “*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*” Ketika sebelum melakukan kegiatan wawancara peneliti melakukan in-depth interview, peneliti memberikan pertanyaan saringan kepada calon informan. Pertanyaan tersebut berkaitan dengan kriteria informan sebagai subjek penelitian, yaitu berada dalam rentang usia ibu rumah tangga muda sekitar 20 tahun-40 tahun serta sering menonton tayangan FTV sinema indosiar, kemudian peneliti melihat tayangan FTV sinema indosiar dengan dua judul yaitu “*Sahabatku Calon Istri Suamiku*” dan “*Suamiku Direbut Pengasuh Anakku*”.

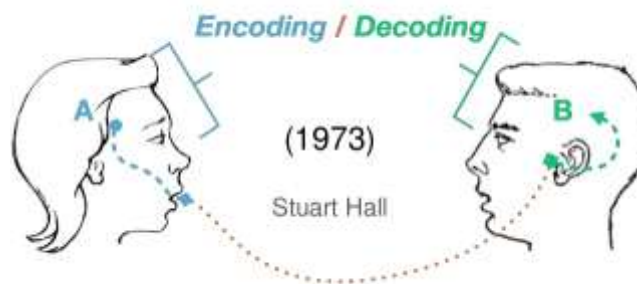
1.6.5 Teknik Pengolahan data

Dalam pengolahan data, penemliti akan mengklasifikasi bagaimana khalayak atau penonton dapat dimaknai berdasarkan latar belakang pada diri masing-masing, yaitu dengan mengklasifikasi berdasarkan kesukaan, usia, pendidikan, dan latar belakang agama sebagai informasi penunjang.

Klasifikasi khalayak berdasarkan kesukaan yaitu melihat khalayak dengan latar suku jawa, kemudian pada latar belakang agama, yaitu khalayak dengan latar agama Islam dan Kristen. Penelitian ini melakukan pengklasifikasian berdasarkan latar belakang ibu rumah tangga dengan pendidikan terakhir smp,sma.

1.6.6 Teknik Analisis data

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis encoding-decoding yang dikembangkan oleh Stuart Hall, dimana peneliti nantinya memaparkan bahwasanya makna dari teks terdapat diantara pembuat teks (*encoder* dalam hal ini komunikator) dengan pembacanya (*decoder* atau komunikan,). Dalam hal ini, *encoder* yang dimaksud adalah khalayak yang dijadikan sub jek penelitian, sedangkan *decoder* adalah peneliti sendiri yang akan memaknai dinamika interpretasi khalayak.



Gambar I.3

Proses encoding-decoding

(Sumber : Arsip peneliti)

Seperti pada bahsan sebelumnya, proses encoding dan decoding akan digambarkan sebagai bagan diatas, hal ini akan mendorong terjadinya proses intepretasi-intepretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan resepsi.

1.6.7 Wawancara Semi Terstruktur (In Depth)

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, guna untuk bertukar informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg, 2002). Wawancara juga berguna sebagai alat pengecekan ulang informasi guna pembuktian informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya, dan ini juga merupakan teknik komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif. Dalam metode

kualitatif ini ada dikenal dengan teknik wawancara-mendalam (*in-depth interview*) Pengertian wawancara-mendalam (*In-depth Interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (indranata, 2008). Ciri khusus/Kekhasan dari wawancara-mendalam ini adalah keterlibatannya dalam kehidupan responden/informan.

Dalam wawancara-mendalam melakukan penggalian secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan (berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut) dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Penggalian yang dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka berdasarkan perspective responden dalam memandang sebuah permasalahan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka (*face to face*). Kegunaan atau manfaat dilakukannya wawancara-mendalam adalah :

1. Pembahasan yang ditanyakan bisa bersifat kompleks atau sangat sensitif.
2. Dapat menggali informasi yang lengkap dan mendalam terhadap pengetahuan, dan pandangan responden mengenai masalah.
3. Responden dengan berbagai wilayah maksudnya bahwa siapa saja bisa mendapatkan kesempatan untuk diwawancarai namun sesuai dengan tujuan dan maksud diadakannya penelitian tersebut.
4. Responden dengan leluasa dapat menjawab pertanyaan yang diajukan tanpa adanya tekanan dari orang lain atau rasa malu dalam mengeluarkan pendapatnya.
5. Alur pertanyaan dalam wawancara dapat menggunakan pedoman (guide) atau tanpa menggunakan pedoman. Jika menggunakan

pedoman (guide), alur pertanyaan yang telah dibuat tidak bersifat baku tergantung kebutuhan lapangan

1.6.4 Guidelines Indepth Interview

Berikut ini merupakan sebuah guidelines dan profil ibu rumahtangga yang telah diwawancarai secara mendalam olehg peneliti. Adapun guidelines wawancara mendalamnya sebagai berikut:

1. Tahap pertama, informan yang sudah menonton FTV sinema indosiar yang di perlihatkan diawal, kemudian diberikan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

PERTANYAAN	JAWABAN
Biodata Nama: Usia: Riwayat Pendidikan: Latar Belakang Suku: Latar Belakang agama: No. hp: Alamat Rumah: Waktu dan tempat wawancara:	<i>(jawaban terlampir)</i>
Kehidupan sebagai ibu rumah tangga 1. Sudah berapa lama anda menjadi ibu rumah tangga?	
2. Berapa jumlah anggota keluarga anda? (sebutkan)	

3. Apa kegiatan anda sehari-hari di rumah sebagai ibu rumah tangga?	
4. apa kegiatan yang anda lakukan ketika sedang tidak ,melakukan pekerjaanrumah?	
Acara sinema indosiar	
1. Menurut anda identitas perempuan itu seperti apa?	
2. Bagaimana bentuk tubuh ideal perempuan menurutanda?	
3. Bagaimana bentuknfisik perempuan padaacara sinemka indosiar menurut anda?	
4. Apakah menurut anda bentuk fisik perempuan yang ada pada acara sinema indosiar sama seperti bentuk fisik perempuan pada kehidupan nyata?	
5. Bagaimana menurut anda ketika melihat peran seorang laki-laki yangj ada pada acara sinema indosiar? Apakah peran perempuan yang ada pada sinema indosiar memiliki perbedaan? (jelaskan)	
6. Bagaimana menurut anda ketika melihat peran seorang laki-laki yang ada di acara sinema indosiar, lebih memilih perempuan penggoda	

dengan tubuh yang molekul ketimbangft memilih istri yang sederhana dan berhijab?	
7. Apakah bentuk tubuh ideal perempuan yang ada pada acara sinema indosiar dapat mempengaruhi cara berpenampilan anda mengenai tubuh ideal perempuan?	
8. Bagaimana pendapat anda tyentang gambaran perempuan yang menjadi pelakor di acra sinema indosiar? (jelaskan)	
9. Bagaimana pendapat anda mengenai gambaran perempuan yang menjadi wanita soleha di acara sinema indosiar?	
10. Apa pendapatanda mengenai perbedaan penggambaran perempuan pada acara sinema indosiar? Jelaskan apa perbedaan fisik penampilan pada penggambaran!	
11. Bagaimana pendapat anda setelah anda melihat penggambaran perempuan di sinema indosiar secara keseluruhan?	
12. Bagaimana pendapat anda ketika meliuhat perempuan yang berperan sebagai antagonis (perempuan	

penggoda) mendapatkan azab? (jelaskan)	
13. Apa pendapat anda ketika seorang perempuan penggoda selalu dianggap sebagai seseorang yang negatif?	
14. Apakah ketika anda melihat seorang perempuan penggoda dalam sinema indosiar, anda langsung menilai bahwa seseorang tersebut buruk atau negatif? (jelaskan)	
15. apakah anda setelah menonton sinema indosiar anda langsung memiliki pandangan mengenai identitas perempuan penggoda suami orang sesuai dengan yang ada pada tayangan tersebut?	
16. Apa pendapat anda tentang ibu rumah tangga yang tidak bekerja?	
17. Apakah menurut anda membesarkan anak dan mengurus anak adalah tugas seorang perempuan?	
18. Apakah benar menurut anda dalam dunia nyata hanya ada perempuan penggoda dan perempuan soleha saja? atau ada yang lain?	
19. Apakah pendapat anda seorang perempuan hanya mengurus urusan	

yang ada di rumah saja seperti memasak, mengurus anak, dan membersihkan rumah saja? atau ada yang lain?	
20. Bagaimana pendapat anda dengan seorang perempuan yang hanya bekerja dan kurang memperhatikan anak?	
21. Apa pendapat anda ketika melihat seseorang perempuan yang hanya mementingkan diri sendiri tanpa memperdulikan urusan rumah?	
22. apa yang akan anda lakukan ketika melihat seseorang perempuan yang hanya mengurus dirinya sendiri tanpa mengurus anak dan suaminya?	
23. Apa pendapat anda tentang perempuan karir yang sangat sibuk?	
24. Apakah menurut anda seorang perempuan karir kurang memperhatikan urusan rumah tangga?	
25. Bagaimana tanggapan anda ketika melihat seseorang perempuan yang hanya mengurusi dirinya sendiri tanpa memperdulikan kelujarganya dan hanya bisa meminta uang pada suaminya saja?	

2. Selanjutnya khalayak telah diwawancarai kemudian akan di susun transkrip sesuai dengan hasil wawancara mendalam.

Kemudian setelah melalui kedua tahapan tersebut, peneliti kemudian akan menganalisis mengenai dinamika interpretasi yang terjadi pada tiap tiap khalayak, yang mana hal tersebut di jelaskan pada bab III.