

CITRA PEREMPUAN DALAM MEDIA

DITERBITKAN OLEH:
BALAI PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
BANDUNG (BPPKI)
BADAN LITBANG SDM
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

DAFTAR ISI

- 1 Interelasi Perempuan dan Internet
Dedeh Fardiah
- 13 Stereotip, Bahasa, dan Pencitraan Perempuan pada Iklan dalam Perspektif Budaya Populer
Sapta Sari
- 29 Representasi Citra Perempuan di Media
Lucy Pujasari Supratman
- 41 Konstruktivisme Bias Gender Dalam Media Massa
Haryati
- 57 Media, Perempuan, dan Kemandirian
Ami Purnamawati
- 65 Perempuan dan Media Sosial Sebagai Pilihan Komunikasi Terkini
Dessy Trisilowaty
- 75 Tubuh Perempuan Tambang Emas bagi Media Massa
Ditha Prasanti

Kata kunci bersumber dari artikel. Lembar abstrak ini boleh diperbanyak tanpa ijin dan biaya

INTERELASI PEREMPUAN DAN INTERNET

INTERRELATION OF WOMEN AND THE INTERNET

Dedeh Fardiah

Abstract

Internet not only made changes about women's way to interact with each other that went through distance, space and time; but also, it came with it's own culture which affected women's character to communicate. Their intimacy with natural and real things was replaced with something not real or virtual. The naturality was considered as virtuality, in contrast the illusion was considered as reality. Internet was considered to have created a new reality called virtual reality inside the virtual world.. The interrelation between women and internet is interesting to observe. There are transitions about women's way to search the information's source, meet, talk, learn, and trade through the internet which confirm them as the subjects. On the other hand, the women's figure usually became object of cybercrimes. As the object, women became victims of violence at cyber pornography, sexual harassment, abduction, narcissistic behavior, and as a target of consumptive culture.

Keywords: *Women, Mass media, Internet*

Abstrak

Internet tidak hanya merevolusi cara perempuan dalam berinteraksi yang menembus jarak, ruang, dan waktu, tetapi ia juga hadir dengan budayanya sendiri memengaruhi watak perempuan dalam berkomunikasi. Keakraban dengan sesuatu yang alami dan nyata (*real*) kini telah diganti dengan keamatan dengan sesuatu yang tidak nyata, virtual, dan semu. Kealamian pun bahkan dianggap sebagai kesemuan, namun ilusi dianggap riil. Internet dianggap telah menciptakan realitas baru yang dikenal sebagai *virtual reality* di dalam sebuah *virtual*

world. Fenomena interelasi perempuan dan internet menarik untuk dicermati. Di satu sisi ada peralihan cara perempuan dalam pencarian sumber informasi, bertemu, berbicara, belajar, dan berdagang melalui internet yang mengukuhkannya sebagai subjek. Di sisi lain sosok perempuan di internet tetap menjadi objek beragam bentuk kejahatan yang dilakukan di internet (*cybercrime*). Pada posisinya sebagai objek perempuan masih menjadi korban kekerasan secara verbal dan visual dalam wujud pornografi (*cyberporn*), pelecehan seksual, penculikan, perilaku narsistik, dan sasaran budaya konsumtif.

Kata Kunci : *Perempuan, Media Massa, dan Intenet*

STEREOTIP, BAHASA, DAN PENCITRAAN PEREMPUAN PADA IKLAN DALAM PERSPEKTIF BUDAYA POPULER

STEREOTYPES, LANGUAGE AND IMAGING OF WOMEN IN ADVERTISEMENTS IN POPULAR CULTURE PERSPECTIVE

Sapta Sari

Abstract

Behind the nice packed, advertisement gives much matters that can be study, entered woman issue like exploitation, violence object, hedonism style, consumptive, language, imaging, and stereotype. Nothing that wrong in every advertisement in television, because entire show for sale product to marketing. Nevertheless, there is sensitive things that implicit in an advertisement, especially advertisement that use woman as model. Advertisement not only emerge product advertised, emerge woman button hole with all stereotype that stick in woman it-self, emerge the usage of advertisement language that strengthen advertisement construction, but also can emerge various of images. We will see how

KUMPULAN ABSTRAK

advertisement can form stereotype in society about woman world.

Keywords: *Woman and Media, Television Advertisement, Imaging, Women Stereotype.*

Abstrak

Dibalik kemasannya yang bagus, iklan memberikan banyak hal yang bisa kita pelajari, termasuk isu perempuan di dalamnya seperti eksploitasi, objek kekerasan, gaya hedonisme, konsumtif, bahasa, pencitraan, stereotip. Sekilas tidak ada yang salah dalam setiap tayangan iklan di televisi, semuanya menayangkan produk yang akan dijual ke pasaran. Namun, ada hal-hal sensitif yang tersembunyi dalam sebuah iklan, terutama iklan yang menggunakan perempuan sebagai modelnya. Iklan tidak hanya memunculkan produk yang diiklankan, memunculkan sosok perempuan dengan segala stereotip yang melekat dalam diri perempuan, memunculkan penggunaan bahasa iklan yang menguatkan konstruksi iklan, tetapi juga bisa memunculkan berbagai pencitraan di dalamnya. Penulis akan melihat bagaimana iklan dapat membentuk stereotip dalam masyarakat mengenai dunia perempuan.

Kata kunci: *Perempuan dan Media, Iklan Televisi, Pencitraan, Stereotip Perempuan*

REPRESENTASI CITRA PEREMPUAN DI MEDIA

REPRESENTATION OF WOMEN IMAGE IN THE MEDIA

Lucy Pujasari Supratman

Abstract

Women image are still in their subordinate position. People think that women existence will always be on their physical appearance. In addition, the media affirmed women as their biggest target. The patriarchy media considers that ads and other TV shows will be flat and lost its aesthetic without the presence of woman touch. As if, a woman demanded to be a modern feminist. Eventually, those values internalies the woman mind that injected successfully by the media. The commercialism interest and rate have been the main reason for women to be the identifier. Unfortunately,

women never feel to be the fantasy of man in the media because they are very often exploited as the object. Otherwise, they are feeling freed to express and actualize themselves in every field of life.

Keywords: *Women image, Media, Feminism*

Abstrak

Citra perempuan hingga saat ini tetap berkisar pada wilayah subordinatnya. Masyarakat memaknai eksistensi perempuan masih pada wilayah realitas fisik perempuan saja. Begitupun dalam keseharian kehidupan kita yang diberondong oleh produk-produk yang diarahkan terhadap kaum perempuan sebagai target media terbesar. Sebab media-media patriarki berfikir bahwa iklan atau tayangan-tayangan televisi lainnya akan terasa hambar dan kehilangan segi estetikanya bila tidak menyisipkan objek perempuan. Seakan-akan perempuan sangat dituntut untuk menjadi seorang perempuan modern berparadigma feminis. Nilai-nilai tersebut akhirnya terinternalisasi oleh perempuan masa kini yang berhasil disuntikkan media. Kepentingan komersialisme atau pengejaran rating tertinggi menjadi alasan utama kenapa perempuan dijadikan objek pelengkap. Namun saking seringnya dieksploitasi oleh media patriarki, perempuan tidak merasa tengah dijadikan obek fantasi lelaki. Sebaliknya, mereka merasa lebih bebas untuk berekspresi dan mengaktualisasikan dirinya di segala sendi kehidupan.

Kata Kunci: *Citra Perempuan, Media, Feminisme*

KONSTRUKTIVISME BIAS GENDER DALAM MEDIA MASSA

CONSTRUCTIVISM GENDER BIAS IN THE MASS MEDIA

Haryati

Abstract

In the view of Constructivism, the events presented by mass media are the result of construction workers media. The mass media is not the only factor which affects public perception of gender bias. But the community consumption intensity of media possibly can strengthen the existing stereotypes in community values. The

KUMPULAN ABSTRAK

mass media did not result the gender inequality, but media can revive, preserve, even aggravate inequalities against women in society.

Keywords: *Constructivism, gender bias, women, mass media*

Abstrak

Dalam pandangan konstruktivisme, peristiwa yang disajikan media massa merupakan hasil konstruksi pekerja media. Media massa bukan merupakan faktor tunggal yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bias gender. Namun intensitas konsumsi masyarakat terhadap media, dimungkinkan dapat memperkokoh stereotip yang memang sudah ada dalam nilai-nilai masyarakat. Media massa memang bukan yang melahirkan ketidaksetaraan gender, namun media massa dapat memperkokoh, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat.

Kata Kunci: *Konstruktivisme, bias gender, perempuan, media massa*

MEDIA, PEREMPUAN, DAN KEMANDIRIAN

MEDIA, WOMEN AND INDEPENDENCE

Ami Purnamawati

Abstract

The functions of mass media for society are not only to inform and to entertain, but also to educate the audience. The news contents which broadcast the figure of a career woman would enlighten and inspire other women as the lessons therefore they would be able to be empowered and independent. There are many factors that can be learned from a news about the profile of a career woman; including their career goals, their stimulating background, their thoughts about an ideal woman and also their efforts to develop themselves. The audience who is able to comprehend the news will be inspired to explore her potential; so they could become a women who are not only useful for herself but more than that as the inspiration for others.

Keyword: *Mass Media, Inspiration, and Independent women*

Abstrak

Fungsi media massa bagi masyarakat bukanlah memberikan informasi, dan hiburan semata, namun juga mendidik dan memberikan pembelajaran bagi para pembaca atau audiensnya. Konten pemberitaan yang memunculkan sosok perempuan mandiri dan berkarya akan memberikan pencerahan dan sumber inspirasi bagi para perempuan sehingga menjadi bahan pembelajaran bagi para perempuan untuk berdaya dan mandiri. Banyak faktor yang dapat dipelajari dari sebuah pemberitaan tentang profil perempuan yang berkarya; diantaranya adalah tujuan berkarir, latar belakang mengapa terjun pada bidangnya, pandangan tentang perempuan ideal dan usaha-usaha yang harus dilakukan untuk terus berkembang dan berdaya. Audiens yang dapat menyerap berita seperti ini akan dapat terilhami untuk menggali potensi dirinya sehingga dapat tampil menjadi perempuan yang tidak hanya berguna bagi dirinya tapi menjadi inspirator bagi pihak lain.

Kata kunci : *Media Massa, Inspirasi dan Perempuan Mandiri*

PEREMPUAN DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PILIHAN KOMUNIKASI TERKINI

WOMEN AND SOCIAL MEDIA AS A RECENT COMMUNICATION OPTIONS

Dessy Trisilowaty

Abstract

Women are free beings who can determine the decision of her life. One of the woman's freely chosen decisions is in terms of communicating. The reality of urban communities that is the requirement to be able to meet the necessary while keeping the continuity of good communication with the women around them, and they must be good to keep both of them in order to function properly. Distance and time has been consumed by the high mobility is one reason for women to choose a social media like twitter to establish communication with their partner. It is still part that should be considered by them as social media users, especially women to provide personal information or provide an argument in a subject. Social media is giving the

KUMPULAN ABSTRAK

facility to connect with people who wanted but still have character as a medium that it is accessed by many people that the user should know the rules for the sake of communication continuity.

Keywords: *women, social media, twitter*

Abstrak

Kenyataan dalam masyarakat perkotaan yang dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sekaligus menjaga keberlangsungan komunikasi yang baik dengan sekelilingnya menjadikan kaum perempuan harus pandai menjaga keduanya agar berjalan sebagaimana mestinya. Jarak dan waktu yang telah tersita oleh mobilitas yang tinggi adalah salah satu alasan kaum perempuan untuk memilih media sosial seperti *twitter* untuk menjalin komunikasi dengan pasangannya. Hal ini tetap menjadi bagian yang harus dipertimbangkan oleh mereka para pengguna media sosial terutama perempuan untuk memberikan informasi pribadi maupun memberikan argumen dalam sebuah topik. Media sosial memang memberi fasilitas untuk terhubung dengan orang yang diinginkan namun tetap memiliki sifat sebagai sebuah media yang diakses oleh banyak orang sehingga aturannya harus diketahui oleh penggunanya demi kelancaran dalam komunikasi.

Kata kunci: *perempuan, media sosial, twitter*

TUBUH PEREMPUAN TAMBANG EMAS BAGI MEDIA MASSA

WOMEN BODY A MASS MEDIA GOLDEN MINE

Ditha Prasanti

Abstract

The woman involvement in Indonesia Media industry progress today is not showing a satisfactionary nomina. Incompetence to become one? This question suppose to motivated

Indonesian Woman to be more pro active in Indonesia Media activities. This situation had presented imbalance and unobjective reporting about woman in media. Woman in media, both printed and electronic media, is more to be the object of the issue. In this case, we have no clue whether woman like being exposed or people see woman as a commodity that potential to produce benefit. It obvious woman in Indonesia nowadays is only a media commercial to endorse a media company profit. And sinetron in television mostly plotted woman as a cheated wife, a mean mother, in other word, to asserted woman is typically bad. If we look closer, woman became a victim. Woman only became a golden mine and profit machine for an institution which exploited them.

Keywords: *Woman, Gold Mine, Television Media*

Abstrak

Keterlibatan perempuan dalam perkembangan industri media tanah air saat ini belum menunjukkan persentase memuaskan. Terlalu bodohkan perempuan? Pertanyaan inilah seharusnya menjadi cambuk bagi kaum perempuan untuk lebih pro aktif dalam kancah dunia media di negeri ini. Akibatnya pemberitaan media terhadap perempuan menjadi tidak objektif. Perkembangan media baik itu media cetak atau elektronik, perempuan lebih banyak menjadi bahan berita bagi sebuah media. Terlihat jelas selama ini perempuan hanya dijadikan media iklan komersial untuk pencapaian keuntungan. Tidak hanya sampai di situ, dalam tayangan sinetron pada media TV sering sekali menampilkan peran seorang istri yang selingkuh, ibu yang jahat, seolah mempertegas perempuan memang bertipikal buruk. Padahal jikalau kita mau mencermati, perempuanlah yang menjadi objek penderita. Perempuan hanya dijadikan sebagai tambang emas dan mesin pencetak uang bagi suatu golongan atau institusi dari eksploitasi dirinya.

Kata kunci : *Perempuan, Tambang Emas, Media Televisi*

REPRESENTASI CITRA PEREMPUAN DI MEDIA

Lucy Pujasari Supratman
Jurusan Ilmu Komunikasi, Institut Manajemen Telkom
Jl Telekomunikasi Terusan Buah Batu Dayeuhkolot Bandung 40257
Email me_gutschullerin@yahoo.com

Naskah diterima tanggal 2 Juni 2012, disetujui tanggal 10 Juli 2012

REPRESENTATION OF WOMEN IMAGE IN THE MEDIA

Abstract

Women image are still in their subordinate position. People think that women existence will always be on their physical appearance. In addition, the media affirmed women as their biggest target. The patriarchy media considers that ads and other TV shows will be flat and lost its aesthetic without the presence of woman touch. As if, a woman demanded to be a modern feminist. Eventually, those values internalies the woman mind that injected successfully by the media. The commercialism interest and rate have been the main reason for women to be the identifier. Unfortunately, women never feel to be the fantasy of man in the media because they are very often exploited as the object. Otherwise, they are feeling freed to express and actualize themselves in every field of life.

Keywords: *Women image, Media, Feminism*

Abstrak

Citra perempuan hingga saat ini tetap berkisar pada wilayah subordinatnya. Masyarakat memaknai eksistensi perempuan masih pada wilayah realitas fisik perempuan saja. Begitupun dalam keseharian kehidupan kita yang diberondong oleh produk-produk yang diarahkan terhadap kaum perempuan sebagai target media terbesar. Sebab media-media patriarki berpikir bahwa iklan atau tayangan-tayangan televisi lainnya akan terasa hambar dan kehilangan segi estetikanya bila tidak menyisipkan objek perempuan. Seakan-akan perempuan sangat dituntut untuk menjadi seorang perempuan modern berparadigma feminis. Nilai-nilai tersebut akhirnya terinternalisasi oleh perempuan masa kini yang berhasil disuntikkan media. Kepentingan komersialisme atau pengejaran rating tertinggi menjadi alasan utama kenapa perempuan dijadikan objek pelengkap. Namun saking seringnya dieksploitasi oleh media patriarki, perempuan tidak merasa tengah dijadikan objek fantasi lelaki. Sebaliknya, mereka merasa lebih bebas untuk berekspresi dan mengaktualisasikan dirinya di segala sendi kehidupan.

Kata Kunci: *Citra Perempuan, Media, Feminisme*

Pendahuluan

Perempuan pada masa jahiliah memiliki posisi yang dipandang begitu rendah. Mereka tidak memiliki hak-hak kemanusiaan dan merasa kebingungan atas dirinya yang dianggap sebagai manusia lemah. Beribu kezaliman, penindasan, kekerasan, ketidakadilan gender hingga keterbelakangan intelektual mengotakkan mereka di lingkaran kekuasaan patriaki. Saat itu, perempuan hanyalah dijadikan sebagai simbol seks untuk memuaskan para lelaki tanpa bisa memberontak untuk menolak. Kebebasan mereka terpasung oleh stigma keperkasaan maskulinitas. Bahkan bagi kabilah Rubaiyah, perempuan tidak memiliki kekuatan untuk membela bayi perempuannya yang harus dikubur hidup-hidup oleh para suami mereka karena alasan aib. Al Istanbuli dan Musthafa (2010) mengatakan, bentuk kezamiran di masa jahiliah kala itu menjadi kebiasaan yang menimpa perempuan yang tidak berdosa atas ketidakberdayaan perempuan. Sebab bangsa jahiliah menganggap perempuan sebagai komoditas yang bisa diperjualbelikan.

Terdapat sebuah buku tua karangan Gustave Le Bon, seorang sosialis dari Perancis, yang bukunya sudah dialihbahasakan kedalam bahasa Indonesia yang menggambarkan kedudukan perempuan India yang tidak memiliki nilai tawar sebagai manusia,

“Pada umumnya masyarakat India mempunyai kepercayaan bahwa perempuan adalah sumber dosa, sumber kerusakan akhlak, dan pangkal kehancuran jiwa. Oleh karena itu, mereka melarang perempuan mempunyai hak-hak kebendaan dan warisan. Bahkan

perempuan tidak mempunyai hak hidup setelah kematian suaminya. Setiap perempuan harus ikut dibakar hidup-hidup bersama mayat suaminya diatas kobaran api yang sama”, Le Bon (1974).

Seiring berjalannya roda waktu meninggalkan masa kejahiliahan pemasangan hak perempuan menuju era liberal demokratis, lahirlah sebuah gerakan feminisme yang ingin mendobrak pemasangan-pemasangan tersebut. Embrio dari gerakan ini berupaya menciptakan pembebasan atas nama hak perempuan. Perempuan yang selalu ditempatkan di rumah dengan stereotip tradisional, ingin menyandingkan perannya sejajar dengan lelaki yang bebas mengekspresikan kemaskulinannya di bidang pekerjaan, sosial, pendidikan hingga perpolitikan. Budaya paternalistik yang berkembang di masyarakat membagi gender secara diskriminatif dan struktural yang mengakibatkan perempuan hanya ditempatkan pada kelompok masyarakat nomor dua. Adagium Jawa mengatakan bahwa fungsi perempuan hanya macak (sumur), masak (dapur) dan manak (kasur) merupakan sebuah konotasi yang dapat diartikan bahwa perempuan itu hanya merupakan makhluk yang ditakdirkan untuk selalu menjalankan serta melayani titah lelaki. Mereka tidak diperbolehkan melanggar perkataan lelaki, apalagi menyaingi dalam konteks kelimuan, karier atau dalam konteks-konteks lainnya. Jihad dalam artikelnya mengatakan,

“Perempuan dianggap makhluk yang antisosial di mana potensi spiritual dan intelektual tercerabut dari tubuhnya, atau tidak mendapatkan sebuah media yang proporsional. Perempuan telah

direduksi menjadi "*the body*" yang potensi "*soul*" nya apalagi "*mind*" dan "*spirit*" nya sama sekali tidak diberdayakan." Jihad (2010).

Citra perempuan hingga saat ini memang masih berkisar pada wilayah subordinat dibanding peran lelaki. Stereotip yang telah terpatritasi dalam perempuan inilah yang lambat laun membentuk opini masyarakat bahwa perempuan hanya bisa berkiprah di bawah kuasa laki-laki serta hanya mampu dimaknai eksistensinya pada wilayah realitas fisik perempuan saja.

Hingga di abad 19, dua tokoh pencetus feminisme terlahir melalui perjuangan-perjuangan mereka atas hak-hak perempuan di benua Eropa. Mereka adalah Lady Mary Wortley Montagu dan Marquis de Condorcet yang menyerukan bahwa perempuan selalu menjadi pihak yang dirugikan di semua bidang. Melalui pemikiran merekalah gerakan menaikkan derajat perempuan mulai disuarakan. Kemudian pada tahun 1792, Mary menulis sebuah artikel berjudul *Vindication of the Eight Right of Woman* yang berisi pemberantasan budak perempuan, perhatian bagi hak-hak kaum perempuan, jam, dan gaji kerja yang rasional serta meminta hak untuk mengenyam pendidikan serta hak pilih.

Dari uraian di atas maka timbul pertanyaan bagaimana media massa televisi membingkai citra perempuan? Penulis akan melihat dari sudut pandang ideologi feminisme.

Pembahasan

Citra Perempuan dalam Bingkai Televisi

Setelah gairah feminisme menyeruak, kaum perempuan memiliki '*power*' untuk

mendukung eksistensinya mereka di ranah publik. Media lah yang menginjeksikan nilai-nilai tersebut ke dalam persepsi masyarakat tentang modeling perempuan modern masa kini. Mulyana mengatakan (2008),

"...TV mempromosikan kemajuan-kemajuan dan prestasi wanita, misalnya dengan memunculkan wanita sebagai tokoh wanita karier dalam iklan, juga dalam program-program lainnya. Namun pada saat yang sama, iklan TV juga melemparkan mereka kembali kepada keterbelakangan dengan tetap menunjukkan keutamaan wanita sebagai makhluk yang melulu ingin menarik perhatian lawan jenisnya."

Media memang begitu mudah untuk memperteguh pandangannya mengenai mitos, kepercayaan, nilai serta sikap perempuan yang berlaku di masyarakat. Mediaupun dianggap turut memberi andil dalam memoles kenyataan sosial. Mengutip Marshall McLuhan (dalam Ibrahim, 2004), media telah ikut memengaruhi perubahan masyarakat. Media tidak hanya memenuhi kebutuhan manusia akan informasi atau hiburan, tetapi juga fantasi yang mungkin belum pernah terpenuhi lewat saluran-saluran komunikasi tradisional lainnya. Ilusi dan fantasi audiens kemudian menjadi semakin bebas atas bermunculannya penggambaran sekaligus pencitraan perempuan yang dikreasikan media melalui perspektif maskulinitas.

Konstruksi media terhadap perempuan dimengerti sebagai pemenuhan dikotomi gender. Citra perempuan di media masih menguatkan hegemoni maskulin tersebut terhadap perempuan. Chesney-

Lind, dalam Ferrell dan Websdale (1999) mengatakan bahwa,

”Pencitraan dari ‘keperempuanan’ ditampilkan dalam karakter mereka yang memiliki ketergantungan, ramah, rapuh dalam hubungan, dan kepasrahan dalam pernikahan, mengurus anak, yang dilihat sebagai sebuah jawaban bagi praktek diskriminasi terhadap perempuan. Hal ini menjadi alasan mengapa umumnya media, terutama dalam isu kejahatan, menggambarkan perempuan sebagai korban, sedangkan laki-laki sebagai pelaku.”

Terjadi perubahan perspektif yang luar biasa terhadap pencitraan perempuan di era orde baru dan era reformasi di mana keberadaan media saat ini begitu bebas, lugas, dan transparan dibandingkan periode pemerintahan sebelumnya. Dulu, feminitas orde baru dapat diwakilkan oleh konsep *ibuism* yang muncul pada aktivitas perempuan seperti darma wanita. Kemudian setelah masa orde baru berakhir, era reformasi telah memperlihatkan perubahan kekuasaan di mana pasar banyak memengaruhi perkembangan media massa Indonesia. Seperti pernyataan yang diperkuat oleh Santoso berikut ini (2007), “Secara kontekstual pilihan ini menunjukkan kekuasaan media yang menentukan konsep feminitas.”

Penulis ingin ber-*flash back* pada sebuah tayangan komedi terlaris di tahun 2004, *Extravaganza* di Trans TV, yang kembali tayang tahun 2011 lalu. Memang penulis menikmati sekali guyonan-guyonan yang ditampilkan mereka. Hanya bila digarisbawahi tema-tema yang menjadi bahan lelucon itu lebih terfokus pada subordinasi pencitraan perempuan. Topik KDRT (kekerasan dalam rumah tangga)

terhadap perempuan atau pemanggilan buruk atas stigma janda selalu membumbui lelucon mereka. Melirik kesuksesan sebelumnya, *Opera Van Java* sebagai pengganti *Extravaganza* ternyata tidak jauh berbeda pula menampilkan sisi pencitraan perempuan yang masih dipandang sebelah mata. Adrian (2011) melakukan penelitian seputar komedi *Opera Van Java* yang hasil penelitiannya menyebutkan seluruh jenis kekerasan fisik, psikologis, seksual, dan fungsional yang tergabung menjadi satu kesatuan. Dalam penelitiannya, Adrian menjabarkan betapa citra perempuan dipandang sebagai *secondary society*. Berikut penulis penggal beberapa kutipan dari hasil penelitian milik Adrian untuk mempertegas citra perempuan yang masih dipandang rendah,

“Sule yang berperan sebagai Lex Jelek ingin mengganggu Kartika yang sedang berduaan di sebuah halte bus. Sule kemudian menggoda Kartika dengan melakukan gerakan seperti ingin menyentuh Kartika dan mengeluarkan desahan-desahan....saat Sule ingin mengintip rok yang dipakai Kartika saat Nunung mengangkat badan Kartika, Sule yang melihat kejadian itu dengan iseng malah tiduran dilantai dengan tujuan ingin mengintip rok Kartika..”. (Adrian, 2011)

Ditambah melalui afimisasi verbalisme kekerasan seksual terhadap perempuan seperti yang penulis kutip berikut ini, “Penerimaan Yoppy dan Lani berubah menjadi oposisional saat Andre menyebut Nunung sebagai belahan pantat dari Andre”, (Adrian, 2011). Pembuktian tayangan-tayangan tersebut telah merepresentasikan pencitraan perempuan di ruang publik yang masih berada pada

jurang ketidakadilan. Perempuan sepatutnya mendapatkan penghormatan dan perlakuan *privelege* atas harkat keperempuanannya.

Norma dan nilai masyarakat memang terbentuk melalui pemikiran lelaki yang asosiasinya tidak mampu menerima kondisi perempuan seutuhnya. Apa yang terjadi di media memang berkaitan erat dengan mekanisme pemikiran patriarkis yang sudah sangat mengakar di masyarakat. Domain patriarki kemudian memperlihatkan ketidakberpihakannya pada representasi citra perempuan di media. Sekali lagi, perempuan masih menjadi objek yang menggiurkan untuk meningkatkan rating televisi. Acara-acara humor seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya (baca: Extravaganza dan Opera Van Java), rasanya akan hambar bila tidak menampilkan humor yang merendahkan citra perempuan. Sebagaimana disitir oleh Set (dalam Adrian, 2011), “humor yang dikembangkan dalam bentuk dialog menggunakan tampilan seksi seorang perempuan sebagai pemancing terbentuk sebuah adegan yang menjurus dengan menggunakan objek perempuan sebagai sasaran tembak.

Ilustrasi di atas memperlihatkan posisi perempuan yang sangat mendominasi televisi, baik itu untuk iklan ataupun tayangan-tayangan lainnya. Mereka dilibatkan atas dasar pasar yang sangat besar dalam industri. Karena tak dapat dipungkiri dalam keseharian kehidupan kita, banyak produk yang diciptakan untuk kaum perempuan. Perempuan adalah target media terbesar. Bayangkan sebuah iklan tanpa perempuan sebagai daya tariknya, rasanya visual iklan tersebut akan kehilangan sisi estetikanya. Prabasmoro (2003) mengutarakan pandangannya mengenai iklan Lux,

“Citra lain yang ditampilkan dalam iklan Lux ini adalah Tamara Blessynzki sebagai penggoda. Bibirnya yang dicat merah kecokelatan segera menarik perhatian saya karena bibir itu segera menampilkan citra si penggoda”.

Kembali penulis ambil lagi contoh dari penelitian Prabasmoro tentang sebuah iklan Giv yang dibintangi Sophia Latjuba. Di gambar iklan ini Sophia tengah berbaring tengkurap sambil menyandarkan seluruh tubuhnya pada seprai putih. Bahunya yang langsing didorong ke depan dan menegaskan lekuknya yang sempurna. Tangannya di atas bantal seolah-olah menopang dagunya. Jari-jarinya telanjang, satu jari di atas yang lain, menyitirakan sentuhan. Sophia melihat ke arah kamera, dan menarik senyum tipis. Sikap tubuhnya mengisyaratkan penantian. Senyumnya, matanya, dan jarinya bersama-sama menyuarakan pesan yang sama, kesadaran penuhnya sebagai seseorang yang menjadi objek pandangan laki-laki.



tatan: Diambil dari Kompas 28 Agustus 2005



Gambar Sophia Latjuba. (Diambil dari Prabasmoro, 2003:59).

Tamara dan Sophia dipresentasikan sebagai ilustrasi pencitraan ideal perempuan yang menekankan mitos seksualitas sehingga iklan tersebut semakin menarik untuk dinikmati. Pemakaian perempuan selalu diperlihatkan dalam sosok subordinasi terbatas, lemah atau lebih banyak diperlihatkan sisi fisiknya saja. Ahmad Z. Abar (dalam Ibrahim, 1998) mengatakan bahwa, “para produsen memang sofistikatif dalam mengeksploitasi unsur-unsur biologis yang indah pada diri perempuan untuk kepentingan promosi barang mereka”. Dalam buku tersebut, Ibrahim menerangkan bagaimana persepsi pengiklan yang begitu yakin pada ajakan mereka dengan menggunakan perempuan sebagai pelengkapannya. Dengan promosi demikian, mereka mengharapkan pesan-pesan promosi mereka akan selalu melekat dalam ingatan orang, di mana setiap orang melihat perempuan cantik dan seksi, penonton akan selalu teringat barang-barang produksi mereka.

Perempuan menurut saya adalah model dari eksploitasi fisik dan diskriminasi media patriarki melalui penampilan tubuh atau kulit. Bagian tubuh perempuan selalu menjadi skema kapitalisme media untuk memperoleh rating tinggi atau hanya mempromosikan produk dari suatu iklan tertentu seperti yang sudah penulis bahas sebelumnya.

Piliang dalam bukunya *Posrealitas*, (2004), menjelaskan mengenai perempuan yang dijadikan modal kapital serta berbagai

tumpukan kode sosial yang dimiliki perempuan untuk dipasarkan dalam dunia ekonomi kapitalistik. Berikut penulis ambil kutipannya,

“Tubuh menjadi titik sentral dari mesin produksi, promosi, distribusi, dan konsumsi kapitalisme. Tubuh diproduksi sebagai komoditi dengan mengeksplorasi berbagai potensi hasrat dan libidonya untuk dipertukarkan sebagai komoditi (*video girl*). Tubuh juga dijadikan sebagai metakomoditi yaitu komoditi untuk menjual komoditi lain, lewat peran sentralnya di dalam sistem promosi kapitalisme (*cover girl*). Tubuh juga mempunyai peran sentral di dalam sistem distribusi, yaitu sebagai pendamping komoditi (*promo girl*).”

Kaum perempuan karena saking seringnya dieksploitasi oleh media patriarki, tidak pernah merasa sedang dijadikan objek fantasi bagi lelaki. Bahkan sebaliknya, mereka merasa lebih bebas untuk berekspresi dan mengaktualisasikan dirinya di segala sendi kehidupan.

Feminisme, Representasi Kebobolan?

Ideologi feminisme bisa dikatakan sebagai pembongkaran sistem patriarki untuk mencari musabab tertindasan perempuan serta mencari pembebasannya. Dengan kata lain feminisme adalah teori untuk pembebasan perempuan. Feminis berasal dari kata *femme*/wanita yang berjuang untuk memperjuangkan hak-hak kaum perempuan sebagai kelas sosial. Tujuan feminis adalah keseimbangan dan interrelasi gender. Ratna (1999) memberikan definisi yang luas tentang feminis, “.....gerakan kaum perempuan untuk menolak segala sesuatu yang dimarginalisasikan, disubordinasikan, dan

direndahkan oleh kebudayaan dominan, baik dalam politik dan ekonomi maupun kehidupan sosial pada umumnya”. Feminis lahir untuk mencari keseimbangan gender serta pembebasan stereotip makhluk lemah dan menjadikan kaum perempuan menjadi manusia mandiri. Feminisme berkembang menjadi beberapa bagian, seperti feminisme liberal, feminisme radikal, feminisme anarkis, feminisme sosialis, feminisme postkolonial, feminisme postmodern, feminisme sosialis.

Tong (1998) menguraikan aliran-aliran utama feminisme sebagai berikut:

- Feminisme Liberal

Yaitu pandangan untuk menempatkan perempuan yang memiliki kebebasan secara penuh dan individual. Aliran ini menyatakan bahwa kebebasan dan kesamaan berakar pada rasionalitas dan pemisahan antara dunia privat dan publik. Setiap manusia (demikian menurut mereka) punya kapasitas untuk berpikir dan bertindak secara rasional, begitu pula pada perempuan. Akar ketertindasan dan keterbelakangan pada perempuan ialah karena disebabkan oleh kesalahan perempuan itu sendiri. Perempuan harus mempersiapkan diri agar mereka bisa bersaing di dunia dalam kerangka persaingan bebas dan punya kedudukan setara dengan lelaki.

- Feminisme Radikal

Trend ini muncul sejak pertengahan tahun 1970an di mana aliran ini menawarkan ideologi perjuangan separatisme perempuan. Pada sejarahnya, aliran ini muncul sebagai reaksi atas kultur seksisme atau dominasi sosial berdasar jenis kelamin di Barat pada tahun 1960 an, utamanya melawan kekerasan seksual dan industri pornografi. Pemahaman penindasan laki-laki terhadap perempuan adalah satu fakta

dalam sistem masyarakat yang sekarang ada. Aliran ini bertumpu pada pandangan bahwa penindasan terhadap perempuan terjadi akibat sistem patriarki. Feminisme radikal mempermasalahkan antara lain tubuh serta hak-hak reproduksi, seksualitas (termasuk lesbianisme), seksisme, relasi kuasa perempuan dan laki-laki, dan dikotomi privat-publik.

- Feminisme Marxis dan Sosialis

Aliran Marxis memandang masalah perempuan dalam kerangka kritik kapitalisme. Asumsinya sumber penindasan perempuan berasal dari eksploitasi kelas dan cara produksi. Kegiatan produksi yang semula bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sendiri berubah menjadi keperluan pertukaran. Laki-laki mengontrol produksi sebagai konsekuensinya mereka mendominasi hubungan sosial. Sedangkan perempuan direduksi menjadi bagian dari properti. Sistem produksi yang berorientasi pada keuntungan mengakibatkan terbentuknya kelas dalam masyarakat-borjuis dan proletar. Jika kapitalisme tumbang maka struktur masyarakat dapat diperbaiki dan penindasan terhadap perempuan dihapus.

- Feminis sosialis muncul sebagai kritik terhadap feminisme Marxis. Sebuah paham yang berpendapat tak ada sosialisme tanpa pembebasan perempuan. Tak ada pembebasan perempuan tanpa sosialisme. Feminis sosialis sepaham dengan *feminism marxis* bahwa kapitalisme merupakan sumber penindasan perempuan. Akan tetapi, aliran feminis sosialis ini juga setuju dengan feminisme radikal yang menganggap patriarkilah sumber penindasan itu. Kapitalisme dan patriarki adalah dua kekuatan yang saling mendukung.

- Feminisme Psikoanalisis dan Gender

Psikoanalisis percaya bahwa penjelasan fundamental atas cara bertindak perempuan berakar dalam psike perempuan, terutama dalam cara pikir perempuan. Teori ini mempertanyakan apakah operasi terhadap perempuan lebih bersifat psikologis atau sosial.

- Feminisme Eksistensial

Dasar dari teori ini adalah pemahaman bahwa penindasan terhadap perempuan tidak hanya dijelaskan lewat patriarki tetapi ada keterhubungan masalah dengan ras, etnisitas, dan sebagainya. Di dalam teori Feminisme global, bukan saja ras dan etnisitas tetapi juga hasil kolonialisme dan dikotomi dunia pertama dan dunia ketiga.

- Feminisme Postmodern

Ide posmo, menurut anggapan mereka ialah ide yang anti *absolute* dan anti otoritas, gagalnya modernitas dan pemilahan secara berbeda-beda tiap fenomena sosial karena penentangannya pada penguniversalan pengetahuan ilmiah dan sejarah. Mereka berpendapat bahwa gender tidak bermakna identitas atau struktur sosial.

- Feminisme Multikultural dan Global.

Feminisme multikultural dan global menghargai nilai lokal dengan memegang nilai-nilai universal yang tidak menindas. Ketika melihat masalah perempuan tidak *linier* dan berlapis-lapis, perlu dipahami secara seksama bahwa masalah inti yang diperjuangkan kaum feminis adalah keadilan bukan gaya hidup.

- Ekofeminisme

Ekologi adalah pelajaran mendalam tentang keseimbangan dan beberapa prinsip yang mengatur keseimbangan unsur-unsur yang sehat dalam lingkungan hidup global. Ini juga berlaku untuk keseimbangan kekuatan-kekuatan yang sehat pula dalam menyusun sistem politik kita. Ekofeminisme pada tataran ekologi

berarti sebuah teori dan gerakan etika lingkungan yang ingin mendobrak etika pada umumnya, yakni bersifat *antroposentrisme*. Manusia adalah satu-satunya pertimbangan moral dan etis. Lebih jauh lagi, ekofeminisme mengkritik *androsentrisme*, yaitu teori etika lingkungan yang berpusat pada laki-laki. Ekofeminisme menawarkan cara pandang yang holistik, pluralistik, dan inklusif, yang lebih memungkinkan lelaki dan perempuan membangun relasi setara, untuk mencegah kekerasan, menentang perang, dan menjaga alam-lingkungan di mana mereka hidup.

Dengan tercetusnya beragam aliran feminisme yang berkembang pesat akhirnya membentuk pencitraan baru, yaitu citra perempuan maskulin. Pencitraan maskulin diadopsi melalui pencapaian karier di ruang publik, aktif bersosialisasi di lingkungan masyarakat, agresif terhadap tantangan globalisme, kompetitif, pandai berargumentasi dan berani menunjukkan jati diri intelektualnya. Menurut feminis, hal tersebut sah-sah saja bila perempuan ingin menyejajarkan dirinya dengan lelaki. Persaingan bebas untuk menduduki dunia patriarki tertinggi adalah dengan memenangkan kompetisi. Perjuangan mereka telah terbukti mengubah persepsi dan pemahaman masyarakat secara luas tentang kesetaraan gender. Perempuan tidak lagi dipandang sebagai pemenuhan sistem kelembagaan gender lagi, tetapi perempuan sudah bisa menopang dirinya sendiri dalam kemapanannya di segala bidang patriarki.

Konstruksi maskulinitas pada emasipasi citra perempuan telah melebur dan melekat pada sendi kehidupan masyarakat. Chamatallah memberikan

deskripsi mengenai perempuan masa kini (2004),

“Ibu masa kini tampil dalam busana modis perempuan karir, berblaser dan berjas, lengkap dengan atribut tas, mobil, ponsel, dan barangkali tempat kerjanya sekalian. Ini mengindikasikan adanya suatu perbedaan menyangkut sosok ibu. Ibu masa kini tidak cuma diidentikkan dengan pekerjaan rumah, tapi juga merambah ke ruang publik yang disimbolkan dengan ruang kerja atau ruang reka di luar rumah di kawasan gedung-gedung perkantoran yang tinggi”.

Konsekuensi ganda peran perempuan masa kini sebetulnya telah menambah beban tersendiri. Saat perempuan diharapkan dapat mengurus domestik keluarga, tapi ia juga dituntut oleh media untuk mencitrakan diri sebagai perempuan masa kini yang dapat menyejajarkan diri melalui embel-embel emansipasi ‘feminisme’. Perempuan diwajibkan untuk mendapatkan pengakuan eksistensi dari luar ruang keluarga yang akan mendapatkan posisi harkat yang sama. Dan pencitraan ideal itu perempuan mendapat dari bombardirnya media yang mengetengahkan citra ideal perempuan masa kini yang serba mampu berkarya di bidang *entertainment*, pendidikan, politik, dan sebagainya.

Namun sayangnya, konstruksi media tentang citra perempuan masih dianggap sebagai pemenuhan sistem kelembagaan gender dan subordinasi perempuan. Sebab pencitraan media terhadap perempuan masih dalam tataran tokoh karakter yang bergantung pada lelaki, pasrah pada kehidupan, mengurus anak atau rapuh mempertahankan hubungan. Diskriminasi

citra perempuan seperti itu akhirnya memberikan interpretasi media bahwa perempuan akan tetap menjadi objek dan lelaki sebagai subjek.

Feminisme telah menjadi kebablasan (untuk bisa dikatakan semakin bebas menyuarakannya) hingga menjadi rujukan media. Tengok saja Konser Lady Gaga yang merupakan representasi ekspresi feminisme yang kebablasan di dunia hiburan. Silakan nikmati dua video Lady Gaga yang berjudul, *Bad Romance* yang sering diputar MTV kitaran tahun 2009-an atau *Born This Way* di tahun 2011 kemarin. Audiens akan melihat bagaimana seorang perempuan yang dipanggil *Mother Monster* ini dengan bebasnya menelanjangi dirinya sambil berliuk binal di depan para lelaki. Saat diwawancarai oleh Barbara Walters di portal *Youtube Talkshow Interview MTV News USA* tanggal 15 Desember 2009, dengan ringannya Lady Gaga mengatakan perempuan bisa dengan bebas untuk memilih jalan hidup dan cintanya sekarang ini. Pernyataan tersebut ditegaskan oleh sang ‘ibu monster’,

“I have had sex relationship with woman.. Well, I do like woman”

“(Saya sedang berpacaran dengan seseorang wanita ya memang karena saya menyukai sesama jenis)”

Bukan hanya Lady Gaga yang berani mengekspresikan pernyataan kelesbian seorang perempuan di media, saya melihat tayangan serta iklan di Indonesia juga masih menempatkan perempuan sebagai *ilusioner imajiner* objek seks bagi lelaki. Coba saja simak Iklan Kopi Torabika yang jinglennya berbunyi, “Pas Susunya”. Kemudian iklan Pompa Air Shimizu yang jinglennya lebih vulgar dibanding Kopi Torabika, “Sedotannya Kuat, Semburannya

Kenceng". Ini membuktikan, perempuan dari zaman jahiliah hingga zaman modern masih terkukung pada titik subordinasi kuasa lelaki. Meskipun di zaman reformasi ini perempuan bisa menjadi lebih unggul daripada kedudukan lelaki, namun tetap tidak ada perubahan pada pencitraan perempuan masa kini. Sebab sebetulnya gerakan feminis terlahir atas kecemasan perempuan untuk mencapai hierarki standar kekuasaan lelaki.

Penutup

Isu Perempuan, Feminisme, dan Media memang fenomena yang saling berhubungan satu sama lain. Perempuan yang dicitrakan lemah didobrak oleh kekuatan feminisme melalui media yang notabene berideologi patriarki. Media tersebut kemudian menempatkan perempuan sebagai *victim* subsider bagi ilusi *imajiner* kaum lelaki. Bahkan perempuan juga dijadikan sumber objek komoditi bagi pasar media. Realitas dalam media itu seyogianya dipandang sebagai suatu perenungan nalar bagi perempuan untuk menjadi seorang yang kritis menyikapi eksistensinya yang hanya sebagai *identifier* (pelengkap). Jalan terbaik untuk itu adalah pendewasaan afeksi, konasi, dan psikologis perempuan itu sendiri terhadap dogma-dogma agama yang berlaku. Sebab pengeksploitasian diri serta fisik perempuan di media sudah sulit untuk dibendung. Sebagai penutup tulisan ini, penulis ingin berbagi sebuah transkrip pidato (diambil dari Koran Chicago Tribune, USA) yang menyadarkan perempuan bahwa kodrat kita adalah makhluk indah pendamping lelaki. Makhluk indah yang gagasan, intelektualnya, kebajikannya serta

spiritualnya akan membuat lelaki menaruh hormat pada kita. Bukan lagi perempuan yang hanya dijadikan objek seks media ataupun pajangan yang dinikmati mata liar lelaki.

Berikut adalah potongan pidato yang dibawakan Barbara Pierce Bush, istri mantan presiden Amerika Serikat George Bush Sr, saat diadakannya graduasi *Wellesley College* di Chicago. Walaupun beliau memilih menjadi ibu rumah tangga, Barbara tetap setia mendampingi Bush Sr sambil memberikan kontribusi-kontribusi pemikirannya akan kedamaian dunia.

"For several years you've had impressed upon you the importance to your career of dedication and hard work, and of course that's true. But as important as your obligations as a doctor, a lawyer, a business leader will be, you are a human being first, and those human connections with spouses, with children, with friends are the most important investment you will ever make". (Terj.Bebas: Selama beberapa tahun kalian akan merasa bangga atas karir, dedikasi dan kerja keras yang kalian raih, dan itu hal yang wajar kalian rasakan. Namun sehebat-hebatnya karir yang kalian kejar sebagai seorang dokter, pengacara ataupun seorang direktur, kekerabatan harmonis bersama pasangan, anak, teman-teman adalah nilai investasi tertinggi bagi wanita)"

At the end of your life, you will never regret not having passed one more test, winning one more verdict, or not closing one more deal. You will regret time not spent with a husband, a child, a friend or

a parent". (Terj.Bebas: Dimasa tua kalian nanti, kalian tentu tidak akan merasa menyesal bila harus gagal mengikuti beberapa ujian, juga tidak akan menyesal bila tidak memenangkan kasus gugatan di pengadilan, atau gagal bernegosiasi. Justru saat kalian menjadi tua, kalian akan begitu menyesali waktu yang sudah kalian buang hanya untuk sebuah kebersamaan bersama pasangan, anak, teman ataupun orangtua. (Pidato Barbara Pierce Bush, June, 3rd 1990. At Wellesley College, Chicago, United States of America).

Esensi feminisme dari pidato Barbara adalah beliau ingin mengarahkan kaum perempuan untuk tidak melupakan kodratnya sebagai wanita. Feminisme bisa diartikan positif asalkan tidak melupakan kodrat dan kewajiban seorang perempuan. Kita berhak mengenyam pendidikan yang setara dan berkarier sejajar dengan lelaki sebagai tujuan hidup, tetapi sebetulnya kebahagiaan hidup sejati ada saat perempuan menikmati penghargaan dirinya sebagai 'perempuan' ditengah kehangatan keluarga. Dan dengan cara itu pula, perempuan akan lebih bisa menghargai dirinya sebagai makhluk yang bermartabat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Al istanbuli, Mahmud Mahdi dan Mustafa Abu Nashr Asy-Syilbi. (2010). *Wanita Teladan*. Bandung: Irsyad Baitus Salam.
- Ibrahim, Idi Subandy dan Hanif Suranto. (1998). *Perempuan dan Media, Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, Idi Subandy. (2004). *Sirnanya Komunikasi Empatik*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Le Bon, Gustave. (1974). *The World of Indian Civilization*. New York: Tudor Pub.Co.
- Megawangi, Ratna. (1999). *Membiarkan Berbeda: Suatu Pandangan Baru Tentang Relasi Jender*. Bandung: Al Mizan.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi Massa*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Piliang, Yasraf Amir. (2004). *Posrealitas; Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. (2003). *Becoming White*. Yogyakarta: Jalasutra
- Tong, Rosemarie Putnam (Penerjemah: Aquarini Priyatna Prabasmoro). (2006). *Feminist Thought*, Pengantar Paling Komprehensif kepada Arus Utama Pemikiran Feminis. Yogyakarta: Jalasutra.

Jurnal:

- Chamatallah, Maman. (2004). *Jurnal Komunikasi Mediator: Vol 5 No.2*. Bandung: Universitas Islam Bandung.

Artikel:

- Santoso, Widjajanti M. *Feminitas Perempuan Indonesia dalam Sinetron*. Artikel yang dipresentasikan pada Research Day 12-14 September 2006 di FISIP Universitas Indonesia.
- Lind, Meda Chesney. (1999). *Media Misogyny: Demonizing "Violent" Girls and Women*. Artikel ini merupakan review dari jurnal *Making Trouble: Cultural Constructions of Crime, Deviance, and Control*. New York: Aldine de Gruyter.
- Jihad, Zayyin Alfi. (2010). *Citra Perempuan Dalam Iklan: Studi Atas Ketidakadilan Gender Terhadap Perempuan Dalam Fenomena Budaya Massa*. Artikel Online Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Skripsi:

- Adrian, Yonggi. (2011). *Penerimaan Orangtua Terhadap Adegan Kekerasan Dalam Komedi Opera van Java*. Surabaya: Perpustakaan Online Universitas Kristen Petra

Internet :

- Bagus Pramono, Herlianto. (2005). *Feminisme*. Tersedia dalam <<http://artikel.sabda.org/feminisme>> diakses tanggal 12 Februari 2012.
- Portal Koran Chicago Tribune, Tanggal 3 Juni 1990. *From The First Lady, A Lesson In Tolerance For Graduates*. Wellesley College, Chicago, Amerika Serikat.
-*Lady Gaga Barbra Walters Full Interview Admits Bisexual*. Tersedia dalam <<http://www.youtube.com/watch?v=dz6TYQ4Ln8E>>, diakses tanggal 5 Maret 2012.

PETUNJUK PENULISAN

Petunjuk Penulisan Naskah Observasi BPPKI Bandung

1. Umum

Observasi merupakan media yang terbit secara berkala dua nomor dalam setahun. Nomor 1 terbit setiap bulan Agustus, nomor 2 terbit bulan Desember. Proses penerbitan nomor 1 berlangsung sejak awal Januari hingga Juli. Proses penerbitan nomor 2 berlangsung sejak Juli hingga November. Sebagai media pengembangan dan rekayasa ilmu yang berasal dari hasil pengamatan lapangan, pengalaman, telaahan, gagasan, tinjauan maupun kritik di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Sasaran khalayak penyebaran ditujukan kepada masyarakat ilmiah, instansi pemerintah dan swasta serta pihak-pihak yang berminat.

Jenis tulisan berupa makalah, hasil kajian pemikiran dan, tinjauan kritis, di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Redaksi menerima sumbangan naskah dari kalangan peneliti, akademisi, pengamat dan praktisi komunikasi, media, dan informatika. Naskah yang disumbangkan harus orisinal dan belum pernah dipublikasikan di media lain. Jika di kemudian hari diketahui ada naskah yang dimuat di jurnal atau media lain maka segala risiko menjadi tanggung jawab penulis. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia mengacu pada EYD.

Segala macam bentuk plagiasi menjadi tanggung jawab penulis dan yang bersangkutan tidak dipekenankan untuk mengisi penerbitan di BPPKI Bandung.

Setiap naskah yang masuk akan dikaji dan ditelaah oleh Dewan Redaksi. Naskah yang masuk tidak diterbitkan menjadi hak Redaksi dan tidak dapat diminta kembali. Untuk menentukan layak atau tidaknya sebuah naskah dimuat, semua naskah yang masuk ke redaksi Observasi akan ditelaah oleh Mitra Bestari sesuai dengan bidang kepakarannya. Untuk menjaga objektivitas maka setiap naskah yang di kirim ke Mitra Bestari dalam kondisi tanpa nama.

Setelah dalam bentuk *proof*, Penulis naskah diminta menandatangani lembar pernyataan persetujuan untuk dicetak menjadi jurnal.

2. Khusus

Format Penulisan:

- Naskah diketik dengan Souvenir Lt BT font 12 di atas kertas A4, spasi ganda melalui program *MS Word 2003/ Open Office Writer*.
- Naskah yang dikirim maksimal 20 halaman. Per halaman rata-rata sekitar 429 kata hingga 450 kata.
- Pengiriman dilakukan melalui *e-mail* (observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id) atau melalui *hard copy* (dilengkapi *soft copy/CDRW*) ke BPPKI Bandung, Jalan Pajajaran no: 88 Bandung – 40173, telp. 022-6017493.
- Naskah mengacu pada sistematika sebagai berikut: **Judul; Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, e-mail); Abstrak; Kata kunci; Pendahuluan; Pembahasan; Penutup.**

PETUNJUK PENULISAN

Penjelasan format penulisan:

Judul: Ditulis dengan singkat, padat, maksimal 10 sampai 12 kata (ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris). Isinya mencerminkan masalah pokok. Ditulis dengan huruf kapital font 14. Hindari judul penelitian dengan menggunakan kata-kata “Telaah”, “Studi”, “Pengaruh”, “Analisis”, dan sejenisnya. Hindari penggunaan kata kerja dan singkatan.

Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, e-mail, tgl kirim naskah):

Contoh:

Muhammad Zein Abdullah, S.Ip, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Jurusan Komunikasi, Universitas Haluoleo Kendari
Sulawesi Tenggara - 93232

Telp/Fax/HP (0401) 3192511, 081341877133, *e-mail:zein_unhalu@yahoo.co.id*

Naskah dikirim pada tanggal 7 Januari 2011

Abstrak: Ditulis dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia, maksimal 200 kata tanpa paragraph. Isinya harus mencerminkan latar belakang dan permasalahan, pembahasan dan implikasi. Abstrak bukan merupakan turunan dari pendahuluan.

Kata Kunci: Ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris di bawah abstrak. Terdiri atas 3 sampai 5 kata. Tidak harus kata tunggal, boleh kata majemuk. Ditulis dengan huruf kecil format miring (*Italic*). Bukan kata yang bersifat Umum. Contoh judul: Membangun Format Kemitraan Media Dalam Rangka Diseminasi Informasi. **Kata-kata kunci:** Kemitraan, Media, Diseminasi Informasi.

Pendahuluan: berisi tentang latar belakang masalah; pentingnya permasalahan tersebut untuk ditelaah lebih jauh;

Kerangka konsep/analisis: perspektif pemikiran/tinjauan, bingkai analitik yang digunakan.

Pembahasan: Secara substansial isinya mencakup telaahan terhadap permasalahan dengan bingkai analitik yang digunakan. Jika menggunakan tabel, maka bentuk tabel, hendaknya menggunakan tiga garis horisontal dan tidak menggunakan garis vertikal, tabel menggunakan nomor sesuai dengan urutan penyajian (Tabel 1 , dst), judul tabel diletakan di atas tabel dengan posisi di tengah (*centre justified*) contoh :

Tabel 1

Jenis Kelamin Responden

No Jenis Kelamin	Frekuensi
1. Laki-laki	25
2. Perempuan	25
Jumlah :	50

PETUNJUK PENULISAN

Sumber :

Penutup: isinya mencakup simpulan dan saran.

Cara pengutipan : menggunakan pola *bodynote*, yakni menuliskan nama belakang penulis buku yang dijadikan sumber dan tahun terbit buku tanpa disertai halaman.

Sumber bacaan hendaknya terdiri dari minimal 60% yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir ini, dan 40% bebas.

Tidak diperbolehkan menggunakan sumber dari wikipedia, blog yang kredibilitasnya kurang.

Daftar Pustaka: Daftar pustaka ditulis mengacu pada *Standard Harvard*.

Contoh:

1. Buku (satu penulis):

Berkman, R.I (1994) *Find It Fast: how to uncover expert Information on any subject*. New York: Harper Perennial.

2. Buku (dua penulis/lebih):

Moir, A. & Jessel, D. (1991) *Brain sex: the real difference between men and women*. London: Mandarin.

Cheek, J., Doskatsch, I., Hill, P. & Waish, L. (1995) *Finding out: Information Literacy for the 21st century*. South Melbourne: MacMillan Education Australia.

3. Editor atau Penyusun sebagai penulis:

Spence, B. ed. (1993) *Secondary School Management in the 1990s: Challenge and Change*. Aspects of Education Series, 48. London: Independent Publishers.

Robinson, W.F & Huxtable, C.R.R. eds. (1998) *Clinicopathologic principles for veterinary medicine*. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Penulis dan Editor:

Breediove, G.K. & Schorfheide, A.M. (2001) *Adolescent pregnancy*. 2nd ed. Wleczonek, R.R. ed. White Plains (NY): March of Dimes Education Services.

5. Institusi, Perusahaan, Atau Organisasi sebagai penulis

UNESCO (1993) *General Information Programme and UNISIST*. Paris: Unesco, PGI-93/WS/22

6. Salah satu tulisan dalam buku kumpulan tulisan:

Porter, M.A. (1993) The Modification of Method in Researching Postgraduate Education. In: Burgess, R.G.ed. *The Research Process in Educational Setting: Ten case studies*. London: Falmer Press, pp. 35-47

7. Referensi kedua (buku disitasi dalam buku yang lain):

Confederation of British Industry (1989) Towards a skills revolution: a youth charter. London: CBI. Quoted In: Bluck, R., Hilton, A., & Noon, P. (1994) *Information skills In Academic libraries: a teaching and learning role in*

PETUNJUK PENULISAN

higher education. SEDA Paper 82. Birmingham: Staff and Educational Development Association, p.39

8. Prosiding Seminar Atau Pertemuan:

ERGOB Convergence on Sugar Substitutes, 1978. Geneva, (1979). *Health and sugar substitutes: proceedings of the ERGOB conference on sugar substitutes*, Guggenheim, B, ed. London: Basel.

9. Naskah yang dipresentasikan dalam seminar atau pertemuan:

Romonav, A.P. & Petroussenko, T.V. (2001) International book exchange: has It any future In the electronic age? In: Neven, J, ed. *Proceedings of the 67th IFLA Council and General Conference, August 16-25, 2001, Boston USA*. The Hague, International Federation of Library Association and Institutions, pp. 80-8.

10. Naskah seminar atau pertemuan yang tidak dikumpulkan dalam suatu prosiding:

Lanktree, C. & Briere, J. (1991, January). Early data on the Trauma Symptom Checklist for Children (TSC-C). *Paper presented at the meeting of the American Professional Society on the Abuse of Children, San Diego, CA*.

Haryo, T.S. & Istiadjid, M. (1999, September). Beberapa factor etnologi meningokel nasofrontal. *Naskah dipresentasikan dalam konggres MABI, Jakarta*.

11. Sumber referensi yang berasal dari makalah pertemuan berupa poster:

Ruby, J. & Fulton, C. (1993, June), Beyond redllning: Editing software that works. *Poster session presented at the annual meeting of the Society for Scholarly Publishing, Washington, DC*.

12. Ensiklopedia:

Hibbard, J.D., Kotler, P. & Hitchens, K.A. (1997) Marketing and merchandising, in: *The new Encyclopedia Britannica*, vol. 23, 15th revised ed. London: Encyclopedia Britannica.

13. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak pemberi dana/sponsor:

Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.

14. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak Penyelenggara:

Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.

15. Tesis atau Disertasi:

Page, S. (1999) *Information technology impact: a survey of leading UK companies*. MPhil. Thesis, Leeds Metropolitan University.

Istiadjid, M. (2004) *Korelasi defisiensi asam folat dengan kadar transforming growth factor.β1 dan insulin-like growth factor I dalam serum Induk dan tulang kepala janin tikus*. Disertasi, Universitas Airlangga.

PETUNJUK PENULISAN

16. Paten:
Phillip Morris Inc. (1981) *Optical perforating apparatus and system*. European patent application 0021165A1.1981-01-07.
17. Artikel Jurnal:
Bennett, H., Gunter, H. & Reld, S. (1996) Through a glass darkly: images of appraisal. *Journal of Teacher Development*, 5 (3) October, pp. 39-46.
18. Artikel Organisasi atau Institusi sebagai Penulis:
Diabetes Prevention Program Research Group. (2002) Hypertension, Insulin, and proinsulin in participants with Impaired glucose tolerance. *Hypertension*, 40 (5), pp. 679-86.
19. Artikel tidak ada nama penulis:
How dangerous is obesity? (1977) *British Medical Journal*, No. 6069, 28 April, p.1115.
20. Artikel nama orang dan Organisasi sebagai penulis:
Vallancien, G., Emberton, M. & Van Moorselaar, R.J; Alf-One Study Group. (2003) Sexual dysfunction In d, 274 European men suffering from lower urinary tract symptoms. *JUrol*, 169 (6), pp. 2257-61.
21. Artikel volume dengan suplemen:
Geraud, G., Spierings, E.L., & Keywood, C. (2002) Tolerability and safety of frovatriptan with short-and long-term use for treatment of migraine and in comparison with sumatriptan. *Headache*, 42 Suppl 2, S93-9.
22. Artikel volume dengan bagian:
Abend, S.M. & Kulish, N. (2002) The psychoanalytic method from an epistemological viewpoint. *Int J Psychoanal*, 83 (Pt 2), pp.491-5.
23. Artikel Koran:
Sadil, M. (2005) Akan timbul krisis atau resesi?. *Kompas*, 9 November, hal. 6.
24. Artikel Audio-visual (Film 35mm, Program Televisi, Rekaman, Siaran Radio, Video Casette, VCD, DVD):
Now voyager. (Film 35mm). (1942) Directed by Irving Rapper, New York: Warner.
Now wash your hands.(videocassette). (1996). Southampton: University of Southampton, Teaching Support & Media Services.
25. Naskah-naskah yang tidak dipublikasikan:
Tian, D., Araki, H., Stahl, E, Bergelson, J., & Kreitman, M. (2002) *Signature of balancing selection in Arabidopsis*.Proc Nati Acad Sci USA. In press.
26. Naskah-naskah dalam media Elektronik (Buku-buku Elektronik / e-books):
Dronke, P. (1968) *Medieval Latin and the rise of European love-lyric* [internet]. Oxford University Press. Available from: netLibrary <<http://www.netLibrary.com/urlapl.asp?action=summary&v=1&bookid=22981>> [Accessed 6 March 2001].
27. Artikel Jurnal Elektronik:

PETUNJUK PENULISAN

Cotter, J. (1999) Asset revelations and debt contracting. *Abacus* [internet], October, 35 (5) pp. 268-285. Available from: <<http://www.ingenta.com>> [Accessed 19 November 2001].

28. Artikel dalam web pages:

Rowett, S. (1998) Higher Education for capability: autonomous learning for life and work [internet], Higher Education for Capability. Available from: <<http://www.lie.mdx.ac.uk/hec/about.htm>> [Accessed 8 August 2000].

29. Artikel dalam website:

Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM. (2005) *Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM* [internet]. Yogyakarta: S2 IKM UGM. Tersedia dalam: <<http://ph-ugm.org>> [diakses 8 November 2005].

30. Artikel dalam CD-ROM:

Picardle, J. (1998) I can never say goodbye. *The observer* [CD-ROM], 20 September, 1, Available from: The Guardian and Observer an CD-ROM. [Accessed 16 June 2000].

31. Artikel dalam Database Komputer:

Gray, J.M. & Courtenay, G. (1988) *Youth cohort study* [computer file]. Colchester: ESRC Data Archive (Distributor).

32. Artikel online images (informasi visual, foto, dan ilustrasi):

Hubble space telescope release In the space shuttle's payload bay. (1997) [Online Image]. <Available from: <http://explorer.arc.nasa.gov/pub/>> SPACE/GIF/s31-04-015.gif, [Accessed 6 July 1997].

33. Artikel dalam e-mail:

Lawrence, S. (slawrence.goyh@go-regions.gsi.gov.uk), 6 July 2001. *Re: government office for Yorkshire and Humberside Information.* Email to F.Burton (f.burton@leedsmet.ac.uk).

KONVERGENSI DAN DIGITALISASI MEDIA

Konvergensi secara harfiah dapat diartikan sebagai dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik; pemusatan pandangan ke suatu tempat yang amat dekat. Sehingga, secara umum konvergensi media merupakan penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi (*ICTS-Information and Communication Technology and Service*) (<http://satrioarismunandar6.blogspot.com>). Konvergensi media merupakan konsep di mana media massa lama dan baru berkelindan, ketika kalangan akar rumput dan perusahaan jalin menjalin, dengan keseimbangan kekuatan antara produsen media dan konsumen media yang saling berganti secara tidak terduga. (<http://en.wikipedia.org>)

Kunci dari konvergensi pada tingkat teknologi adalah digitalisasi, di mana semua bentuk informasi (angka, kata, gambar, suara, data, dan gerak) dikodekan ke dalam bentuk bit (*binary digit*) yang memungkinkan manipulasi dan transformasi data (*bitstreaming*). Apapun isi yang ditampilkan, bit dapat dimanipulasi, termasuk penggandaan informasi asli, pengurangan, maupun penambahan. <http://www2.kompas.com>

Observasi mengundang para pakar, akademisi, peneliti, dan praktisi untuk menulis sesuai topik di atas. Naskah bisa berupa resume laporan hasil penelitian, opini, telaahan teoritis, atau hasil pengamatan. Ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris, dilengkapi dengan abstrak dengan jumlah 100-150 kata. Diketik dengan menggunakan program MS Word 2003/Open Office dengan spasi 1,5 di atas kertas A4, panjang naskah antara 10-20 halaman, dilengkapi biodata penulis. Naskah harus asli dan belum pernah dipublikasikan media lain. Kutipan ditulis dengan sistem *endnotes*. Naskah dikirim dalam bentuk *hard copy* beserta *soft copy* ke alamat redaksi Observasi: Jl. Pajajaran No. 88 Bandung atau melalui *email*: observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id