

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri media berkembang pesat, media berkembang tidak hanya sebagai sumber informasi, namun juga hingga membentuk opini publik. Gempuran media dari luar pun tak henti-hentinya membanjiri industri media di Indonesia. Media-media ini pun membawa berbagai ideologi dan ingin membentuk opini publik yang ideal bagi masing-masing media tersebut. Satu dari beberapa hal yang sangat sering menjadi obyek media tersebut adalah perempuan. Perempuan pada umumnya sering disudutkan dengan berbagai citra yang dibentuk oleh media. Media pun sering dianggap membentuk citra perempuan menggunakan sudut pandang pria sehingga media menampilkan perempuan sebagai sebuah konstruksi yang diinginkan oleh pria.

Dalam menuliskan sebuah berita atau artikel, media cenderung mengkonstruksi sebuah cerita dengan fakta yang tidak utuh. Berita hanya merupakan catatan peristiwa yang ingin ditunjukkan, bukan realitas itu sendiri sehingga setiap kata maupun kalimat dalam berita sangat mungkin memunculkan konstruksi yang penuh dengan makna tersembunyi. Konstruksi ini pun terjadi karena adanya penambahan maupun pengurangan dari fakta-fakta yang ada, yang telah tercampur subyektifitas dari pelaku media. Pemberitaan mengenai perempuan adalah salah satu pemberitaan yang secara sadar atau tidak sadar terkonstruksi melalui tiap pilihan kata maupun kalimat yang dipakai dalam berita tersebut. Tiap media, dengan ideologinya masing-masing memiliki pencitraan yang mungkin berbeda. Beberapa hal memungkinkan terjadinya persamaan

pencitraan tersebut, dan salah satu hal yang memungkinkan terjadinya hal tersebut adalah kultur yang menjadi latar belakang dari media tersebut. Di tengah banyaknya bermunculan majalah luar (barat) dalam edisi Indonesia seperti *Cosmopolitan*, *Harper's Bazaar*, *Female*, *Esquire*, *FHM*, *Playboy* dan masih banyak lainnya pun memungkinkan munculnya kesamaan penyosokan perempuan berdasarkan latar belakang budaya yang mengacu pada budaya barat. Sedangkan media lokal yang terbilang cukup jauh dari jangkauan kultur asing (barat) memungkinkan terjadinya perbedaan dalam melihat sosok perempuan.

Media lokal sendiri adalah media yang berdiri diatas kultur daerah. Dalam hal ini *Kabare Magazine* merupakan media lokal berbasis kultural Jawa (Yogyakarta). *Kabare Magazine* adalah sebuah majalah yang bergerak di seputar kehidupan masyarakat Yogyakarta, khususnya seni dan budaya serta *lifestyle*. *Kabare Magazine* secara singkat dapat disebut sebagai majalah yang mengulas berita secara umum mengenai Yogyakarta namun tidak menutup kemungkinan pada usaha menjangkau masyarakat di luar Yogyakarta. Pengangkatan seni dan budaya, yang merupakan salah satu keunggulan Yogyakarta sangat terlihat dalam majalah tersebut. Selain penamaan rubrik yang menggunakan istilah-istilah Jawa (*Pepanggihan*, *Sesrawungan*, *Kondang*, *Jeron Beteng*, dsb), majalah tersebut memiliki rubrik bernama *Tradisi* (berisi tulisan mengenai tradisi di Yogyakarta), *Regol*, serta rubrik khusus Sri Sultan HB X yang bernama *Pagelaran*. Rubrik-rubrik tersebut merupakan daya tarik tersendiri yang membuat *Kabare Magazine* terlihat berbeda dibanding majalah lain di Yogyakarta serta dekat dengan masyarakat Yogyakarta maupun orang yang pernah tinggal di Yogyakarta.

Satu dari sekian banyak artikel dalam *Kabare Magazine* secara khusus menuliskan kisah sukses (feature biografi) perempuan, yaitu “*Sesrawungan*”, yang

muncul secara rutin tiap bulan. *Kabare Magazine* mencoba menampilkan representasi perempuan dalam bentuk yang berbeda, yang tidak berakar pada budaya barat. Rubrik “Sesrawungan” mencoba menceritakan biografi singkat perempuan yang meliputi hubungan dengan inter-relasinya (suami), karir (wilayah pekerjaan), norma sosial (posisi di masyarakat dan di keluarga).

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan representasi perempuan dalam media sebenarnya telah dilakukan di dalam lingkup akademis Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Namun, hampir semua penelitian yang ada tidak meneliti teks berita namun lebih kepada representasi secara visual (film atau kartun). Penelitian terhadap representasi perempuan dalam film yang telah dilakukan di wilayah lingkup akademis Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yaitu Potret Perempuan dan Budaya Patriarki dalam Film Indonesia (Analisis Semiotik terhadap Representasi Sosok Perempuan dalam Film *Pasir Berbisik* dan *Ca Bau Kan*) milik Fransiska Ika Yuniati yang memberi gambaran bagaimana perempuan direpresentasikan sebagai piha yang lemah, tertindas, dan selalu menjadi korban. Penelitian terhadap perempuan juga dilakukan dalam wilayah periklanan (umumnya representasi yang berkaitan dengan penggunaan *endoser* perempuan, maupun berkaitan dengan konsep cantik maupun putih) maupun karikatur yakni penelitian terhadap representasi perempuan dalam komik *BogBog* milik Irine Yusiana Roba dan karikatur dalam tabloid *Bola* milik Katherinus Harley Ikhsan dimana keduanya mengangkat pola-pola patriarki, baik dalam balutan kultur Bali maupun dunia olahraga.

Hampir sama dengan penelitian mengenai perempuan, penelitian mengenai media lokal pun terbilang cukup minim. Umumnya, penelitian yang berakar pada media lokal meneliti media penyiaran, bukan media cetak. Salah satu

penelitian yang cukup menyeluruh membicarakan media lokal dalam kaitannya dengan media penyiaran (televisi) lokal adalah “*TV Lokal Komersial di Yogyakarta (Studi Deskriptif Pendirian TV Lokal Komersial di Yogyakarta: Jogja TV, RBTV dan Tugu TV)*” karya Tri Sulistianingsih Astuti, salah satu alumnus Universitas Gadjah Mada. Penelitian terhadap media cetak pun umumnya meneliti harian surat kabar dan tanpa mengikatkan konteks lokalitas dalam penelitian tersebut meskipun orientasi pemberitaan media cetak (harian surat kabar) tersebut terbatas di wilayah lokal atau daerah tertentu. Hal ini pun kemudian berimbas juga pada minimnya penelitian terhadap media cetak lokal yang berkaitan dengan sosok perempuan.

Di tengah minimnya penelitian semiotika dengan obyek penelitian perempuan dalam teks berita, maka sangat menarik untuk melakukan sebuah penelitian terkait dengan representasi perempuan dalam teks berita sebuah majalah lokal yang berbasis kultural Jawa seperti *Kabare Magazine*.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana rubrik “Sesrawungan” dalam *Kabare Magazine* merepresentasikan perempuan?

D. Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana media lokal *Kabare Magazine* merepresentasikan perempuan melalui rubrik “Sesrawungan”.

E. Manfaat Penelitian

1. Akademis

- Mendapatkan penggambaran tentang perempuan dalam rubrik “Sesrawungan”
- Menambah pemahaman mengenai semiotik

2. Praktis

- Dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya dengan tema atau metode yang sama, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

F. Kerangka Teori

1. Media

1.1 Media Cetak

Perkembangan media massa di dunia diawali dengan kehadiran media massa yang muncul tidak lama setelah ditemukannya mesin cetak Guttenberg tahun 1453. Sebagai media tertua, media cetak sebagai agen informasi massa tidak tergeser oleh media-media lain yang kemudian berkembang, seperti media penyiaran maupun media siber. Di Indonesia sendiri sudah dikenal adanya surat kabar sebagai media massa pada masa penjajahan Belanda sehingga muncul beberapa nama surat kabar massa itu seperti *Java Bode*, *Medan Prijaji*, dan sebagainya. Seiring perkembangan media cetak di dunia, orang tidak lagi hanya mengenal surat kabar sebagai satu-satunya produk media cetak. Media cetak sedikitnya dibagi menjadi 5, yaitu: (Djuroto, 2000:11)

1. Surat Kabar

Kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran plano terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu sekali.

2. Majalah

Kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kuarto atau folio, dijilid dalam bentuk buku. Majalah biasanya terbit teratur, seminggu sekali, dua minggu sekali, atau satu bulan sekali.

3. Tabloid

Kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar. Tabloid biasanya terbit secara teratur, seminggu sekali, dua minggu sekali, atau satu bulan sekali.

4. Buletin

Kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet atau ukuran kuarto/plano dan dilipat seperti surat kabar. Buletin biasanya terbit tidak teratur atau biasa disebut terbitan berkala.

5. Buku

Tulisan tentang ilmu pengetahuan, esai, cerita-cerita panjang, kisah-kisah perjuangan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran setengah kuarto atau setengah folio dan dijilid rapi.

1.2 Media Cetak Lokal

Berdasarkan ruang lingkupnya, Ashadi Siregar dalam makalah pada Seminar Nasional *Being Local in National Context: Understanding Local Media and Its Struggle* di Universitas Kristen Petra, Surabaya 14 Oktober 2002 membagi media ke dalam tiga wilayah, yaitu nasional, regional, dan lokal. Nasional melingkupi seluruh wilayah negara; regional mencakup sebagian wilayah nasional, bersifat antar daerah; sedang lokal mencakup satu kota atau daerah terbatas.

Alfitri, Noveri dkk dalam penelitiannya yang berjudul *Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Sumatera Barat* mendefinisikan media massa lokal sebagai media massa yang kandungan isi dan beritanya sangat ditentukan oleh kebutuhan khalayak yang berada di wilayah yang sama dengan wilayah pengelolaan media tersebut. Berdasarkan pembagian ruang lingkup yang disampaikan oleh Ashadi Siregar maupun Alfitri Noveri maka ruang lingkup ini meliputi tidak hanya pembatasan ruang secara fisik, namun juga membatasi orientasi pemberitaan informasi. Pusat (ibukota) bukan lagi menjadi patokan wilayah dimana media selalu dianggap berskala nasional.

Untuk menjadi media massa lokal, sebuah media massa harus memenuhi 5 karakteristik media massa lokal, yaitu: (Noveri dalam Astuti, 54:2005)

1. Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat;
2. Media massa lokal mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat;

3. Isi media sangat mementingkan berita-berita mengenai berbagai peristiwa, kegiatan, masalah, dan personalia/tokoh-tokoh pelaku masyarakat setempat;
4. Khalayak media massa lokal adalah masyarakat yang berada satu wilayah dengan wilayah pengelolaan media tersebut;
5. Khalayak media massa lokal biasanya terdiri dari masyarakat yang kurang bervariasi secara struktur dan strata sosial karena berada di cakupan wilayah yang terbilang lebih sempit dan sama jika dibandingkan karakteristik khalayak media massa nasional;

Tertutupnya atau terbatasnya orientasi pemberitaan menjadikan media lokal dominan menyajikan berita-berita yang berada di wilayahnya (lokal). Hal ini secara tidak langsung membuat publik berada dekat dengan berita-berita yang disajikan dan memiliki keterpercayaan pada media lokal. Keterpercayaan muncul umumnya karena kedekatan masyarakat dengan isu-isu lokal yang disampaikan oleh media lokal. Masyarakat dapat secara langsung terlibat dan memahami isu karena mereka berada di wilayah yang sama. Lokalitas, secara singkat adalah dimana demokrasi diberlakukan (Aldridge, 2007: 161).

Demokrasi ini secara tidak langsung membicarakan tingkat keterlibatan khalayak atau tingkat kedekatan khalayak dengan isu sehingga khalayak dapat bertindak secara langsung. Tidak serta-merta memunculkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat, media lokal harus memiliki kedekatan terhadap khalayak, serta

menumbuhkan dan meningkatkan perhatian khalayak terhadap informasi yang disampaikannya.

Meryl Aldridge juga menyampaikan bahwa peran serta masyarakat tidak hanya berhenti dalam taraf sebagai pembaca namun juga dapat mengakses secara langsung terhadap isu yang sedang terjadi. Perhatian dan peran masyarakat terhadap isu lokal memungkinkan terjadinya hubungan dengan isu diluar wilayah lokalitas masyarakat tersebut namun masyarakat tersebut bergerak dengan sudut pandang yang memungkinkan dan berefek secara langsung pada kehidupan mereka.

Secara umum, isu perempuan berada sejajar dengan isu-isu lokal lain yang menjadi isi dari media lokal. Media cetak lokal pun tidak memiliki kedekatan yang lebih terhadap isu perempuan dibandingkan dengan media umum (yang tidak secara khusus membahas isu perempuan) lain yang berskala nasional. Berangkat dari pernyataan Meryl Aldridge sebelumnya, perbedaan media lokal dalam menyampaikan isu perempuan memungkinkan pengaruh yang kuat dari masyarakat dan kultur setempat. Masyarakat lokal membawa isu perempuan (penyosokan perempuan) dengan pendekatan kultur lokal mereka, yang memungkinkan terjadi perbedaan wilayah lain.

2. Perempuan

2.1 Gender dan Perempuan dalam Budaya Jawa

Gender muncul sebagai pembeda yang berlandaskan jenis kelamin dimana terjadi perbedaan perlakuan antara pria dan perempuan. Perbedaan ini sebenarnya bukan masalah jika dalam prakteknya memberikan hubungan yang sejajar namun gender menjadi semakin problematis akibat adanya perlakuan yang timpang antara pria dan perempuan.

Pada dasarnya, selama pandangan itu tidak mengarah kepada hubungan yang tidak adil, tidak menjadi soal. Namun ternyata perbedaan gender ini menciptakan diskriminasi yang timpang, dengan pihak perempuan pada posisi yang dirugikan, (Murniarti, 2004:9). Perbedaan ini nampaknya juga diciptakan sebagai bagian dari ideologi patriarki yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya barat. Gagasan menempatkan pria ada area publik serta perempuan pada area domestik pun telah menjadi landasan gender, yang kemudian mengarah pada ketimpangan perlakuan serta pemberian kesempatan antara pria dan perempuan. Hal ini pun nampaknya juga telah diadaptasi oleh budaya Jawa.

Tradisi Jawa memisahkan perempuan dan pria secara tegas dalam hal pembagian wilayah pekerjaan. Perempuan (khususnya dalam kultur Jawa) hanya diberi keleluasaan di wilayah domestik atau keluarga. Perempuan tidak memiliki kekuatan untuk menentukan ataupun memutuskan sesuatu yang berhubungan dengan wilayah publik (yang merupakan wilayah pekerjaan dari pria). Paham ibuisme mendudukan perempuan untuk bertugas dan bertanggung jawab terhadap kehidupan keluarga. Laki-laki diberi tugas diluar rumah untuk mencari penghasilan.

Terjadilah pembagian “di dalam” keluarga (domestik) dan “di luar” keluarga (publik) (Murniarti:23). Murniarti melihat perempuan terkungkung dalam sebuah nilai tradisi sehingga tidak memungkinkan untuk bergerak keluar dari wilayahnya, keluarga (domestik). Secara tidak langsung, Murniarti pun mengatakan adanya ketidak-mungkinan perempuan berperan dalam publik atau berkarir.

Tidak hanya itu, tradisi Jawa, secara khusus juga mengajarkan mengenai hubungan perempuan dengan lawan jenisnya (suami) yang tertuang dalam tradisi Jawa adalah ajaran “kias lima jari tangan” yang tertuang dalam Serat Centhini, yaitu: (Hadidjaja dan Kamajaya dalam Murniarti, dalam Susanto 24:1992)

1. Jempol (ibu jari) yang berarti “pol ing tyas” atau seorang istri harus berserah diri sepenuhnya kepada suami. Apa saja yang menjadi kehendak suami harus dituruti.
2. Penuduh (telunjuk) yang berarti jangan sekali-kali berani mematahkan “tudhung kakung” (petunjuk suami). Petunjuk suami tidak boleh dipersoalkan.
3. Penunggul (jari tengah) yang berarti selalu meluhurkan (mengunggulkan) suami dan menjaga martabat suami.
4. Jari Manis yang berarti tetap manis air mukanya dalam melayani suami dan bila suami menghendaki sesuatu.
5. Jejentik (kelingking) artinya istri harus selalu “athak ithikan” (trampil dan banyak akal) dalam sembarang kerja melayani suami. Dalam melayani suami hendaknya cepat tetapi lembut.

2.2 Representasi Perempuan dalam Media

Representasi perempuan yang secara umum diangkat oleh media adalah bagaimana sosok perempuan digambarkan dalam kehidupan sehari-hari. Secara fisik dan sifat, perempuan umumnya diidentikkan dengan kecantikan dan kelemah-lembutan. Sedangkan secara sosial, representasi perempuan selalu dikaitkan dengan hubungan dengan inter-relasinya (pria atau suami) dan wilayah pekerjaan. Perempuan berada dalam posisi tidak beruntung, hal ini terjadi terkait dengan adanya dominasi pria dalam hampir seluruh hal.

Di saat yang bersamaan, media cenderung untuk membangun realitasnya terlepas dari realitas yang terjadi di lingkungan sosial atau masyarakat. Media tidak menghadirkan realitas, namun membentuk realitasnya sendiri, yang kemudian diakui sebagai realitas dalam kehidupan sosial. Berbagai macam hal telah didekonstruksi sehingga belum tentu media benar-benar menyajikan gambaran nyata.

Media are instrumental in the processes of gaining public consent. Media texts never simply mirror or reflect 'reality', but instead construct hegemonic definitions of what should be accepted as 'reality'
(Carter & Steiner, 2004:2)

Cynthia Carter dan Linda Steiner secara jelas menyebutkan adanya kecenderungan media melakukan konstruksi realitas, dan termasuk penyosokan perempuan. Sosok perempuan selalu menarik untuk dijadikan objek dalam media. Media selalu menghadirkan sosok perempuan sesuai dengan yang ingin ditampilkan oleh industri tersebut, yang mayoritas didominasi oleh pria. Representasi perempuan dalam media secara sengaja

dikonstruksi berdasar norma pria, sehingga selalu menunjukkan posisi yang inferior dibanding pria.

Teks-teks yang muncul dalam media pun sangat dipengaruhi kultur sekitar yang bisa jadi tidak berpihak pada peran perempuan dalam masyarakat. Dalam hal ini, *Kabare Magazine* dipengaruhi kultur Jawa. Media berbasis kultural barat (media “*franchise*” dari barat maupun media nasional yang mengacu pada kultur barat) akan melihat perempuan dengan cara pandang yang sudah mengacu pada kultur barat. Tiap media dengan kulturnya akan memotret perempuan dengan cara yang mungkin berbeda namun representasi perempuan dalam media belum tentu akan bergeser cukup jauh.

Media umumnya selalu menempatkan perempuan sebagai korban atau tumbal dari dominasi pria. “ Media will represent a woman in one of two ways - in terms of her domestic role or her sexual attractive (Gaye Tuchman dalam Gill, 2007). Berangkat dari pernyataan Gaye Tuchman, sangat dimungkinkan perbedaan kultur tidak merubah bagaimana perempuan dicitrakan oleh media, yaitu berkaitan dengan perannya di wilayah domestik ataupun daya tarik fisik (seksual). Dominasi pria dalam industri menjadikan industri bersifat patriarkis, hal ini pun berlaku di industri media Indonesia.

Women’s image in the (Indonesian) mass media continues to cover only five Identities: adornment (display), bed (enticement), pillar (household manager), dish (cook), and association (social and family ethics).
(Siregar dalam Maglipon, 1999:56)

Pandangan yang disampaikan oleh Gaye Tuchman maupun Hetty Siregar diatas bukanlah hal yang berlebihan. Dunia jurnalistik tidak berdiri tanpa landasan kultur yang melingkupinya. Kultur ini bisa berkaitan dengan wilayah media tersebut berada maupun kultur industri yang terbangun dalam dunia jurnalistik. Gaye Tuchman yang berbasis kultur barat maupun Hetty Siregar yang berbasis kultur Indonesia nampaknya melihat masih adanya pola-pola patriarkis yang sangat kuat dalam kultur mereka, yang kemudian mempengaruhi citra perempuan.

Jika dilihat dari sisi industri media massa, kultur patriarkis pun masih terasa sangat kuat. Dunia jurnalistik dilihat sebagai representasi kultur patriarki bisa dijelaskan terutama pada “ruang geraknya”, yaitu pada wilayah publik yang dalam hal ini memunculkan dua mitos: (1) Laki-laki sebagai pembuat peristiwa dan berita, (2) hanya laki-lakilah yang mampu mengantisipasi tantangan wilayah publik karena mereka memiliki keleluasaan dan kesempatan untuk bergerak (Awuy dalam Siregar, 2000).

Lebih jauh, pendapat Awuy mengembalikan peran perempuan ke wilayahnya, domestik. Wilayah yang hanya melingkupi tataran rumah tangga dan keluarga. Perempuan masih terus dianggap tidak mampu ataupun layak berkiprah di wilayah publik dan sejajar dengan pria, yang diidentikan sebagai sosok yang mampu menghadapi dunia (publik). Peran dominan pria dalam industri media massa, baik dalam maupun luar negeri inilah yang memungkinkan terbentuknya citra-citra tertentu yang melekat pada perempuan, obyek dari pemberitaan.

3. Semiotika

3.1 Semiotik dan Strukturalisme

Semiotika adalah ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda (Sobur: 2004, 15). Semiotika sendiri berdasarkan pada paham strukturalisme, paham yang berpandangan bahwa segala sesuatunya merupakan sebuah konstruksi dari tanda. Strukturalisme berusaha menemukan agenda-agenda yang tersembunyi, aturan-aturan permainan yang menentukan aksi. Ia menyusun aktifitas-aktifitas manusia (Goffman, dalam Sobur, 2006:102).

Hal ini mempertegas posisi strukturalisme yang cenderung membongkar makna-makna tersembunyi, yang secara tidak langsung membangun persepsi, realitas, dan representasi. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan semiotik yang secara khusus mempelajari tanda-tanda, maka makna-makna yang coba dibongkar adalah makna-makna dibalik tanda-tanda.

Strukturalisme adalah paham filsafat yang awalnya diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui bidang linguistik umum. Pengembangan strukturalisme terus berubah lintas disiplin, beberapa tokoh yang turut mengembangkan strukturalis antara lain Chomsky, Levy Strauss, Roland Barthes, dan lainnya. Strukturalisme mempercayai adanya konstruksi realitas yang berawal dari tanda-tanda. Strukturalisme kemudian berkembang dan berpengaruh pada berbagai hal, termasuk semiologi (semiotik). Strukturalisme semiotik adalah strukturalisme yang dalam membuat analisis pemaknaan suatu karya sastra (teks) mengacu pada semiologi. Semiologi atau semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda dan bahasa dan karya sastra (teks) (Muhadjir, dalam Sobur, 2006:105).

3.2 Semiotika Charles Sanders Peirce

Van Zoest dalam bukunya *Serba-Serbi Semiotika* menjelaskan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda, baik cara fungsi, hubungan antar tanda, hingga ke cara pengiriman dan penerimaannya. Berdasar kedua penjelasan tersebut, semiotika membuka kemungkinan kepada siapapun untuk melihat makna dibalik sebuah tanda maupun sistem tanda yang terbentuk dari kumpulan tanda tersebut, dan salah satunya adalah bahasa baik lisan maupun tulisan. Tanpa adanya tanda maka konsep komunikasi pun akan hilang karena pada dasarnya manusia berkomunikasi menggunakan kumpulan tanda, yang secara tidak sadar terbentuk di tengah kehidupan sosial.

Semiotika secara khusus fokus pada tiga bidang utamanya, yaitu (Fiske, 2004 : 60):

- Tanda itu sendiri. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya. Studi ini mempelajari cara tanda-tanda yang berbeda dalam menyampaikan pesan, dan terkait dengan penggunaannya yaitu manusia.
- Kode atau sistem yang mengorganisasi tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
- Kultur tempat tanda atau kode tersebut bekerja. Studi ini mencakup pada penggunaan tanda-tanda tersebut untuk keberadaannya dan bentuknya sendiri.

Berbeda dengan Ferdinand de Saussure yang dikenal sebagai bapak strukturalis yang mengedepankan linguistik umum, C.S. Peirce mengedepankan logika atau penalaran dimana hal tersebut dilakukan melalui pembacaan tanda yang tidak terbatas pada tanda-tanda linguistik. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal (Sobur, 2006:97). Dalam sebuah teks, Peirce mengurai teks menjadi bagian-bagian kecil (baik kata maupun kalimat) untuk melihat bagaimana bagian-bagian tersebut membangun sebuah makna atas satu kesatuan teks.

Lebih lanjut, Peirce membagi tanda menjadi tiga tipe, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah sesuatu yang menunjukkan kemiripan dengan objeknya, seperti foto, gambar, lukisan, patung dan hal-hal lain yang bersifat ikonis. Indeks adalah hal-hal yang sifatnya mengisyaratkan, sedangkan simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan (Fiske, 2004:71). Sobur, dalam bukunya *Analisis Teks Media* mencontohkan dengan bagan sebagai berikut:

Ikonis	Indeksial	Simbolis
Lukisan kucing	Suara kucing	Diucapkannya kata kucing
Gambar kucing	Suara langkah kucing	Makna gambar kucing
Patung kucing	Bau kucing	Makna suara kucing
Foto kucing	Gerak kucing	Makna bau kucing
Sketsa kucing		Makna gerak kucing

“Semua yang dapat diamati dan diidentifikasi dapat menjadi tanda, baik hal yang sangat kecil seperti atom, maupun yang bersifat kompleks karena terdiri atas sejumlah besar tanda lainnya yang lebih kecil (Van Zoest,1992:11). Mengacu pada pernyataan Van Zoest, tanda ini tidak terbatas pada satu bentuk dan mungkin muncul dalam sesuatu yang seolah kecil atau remeh maupun besar atau penting. Tanda-tanda ini kemudian membentuk sebuah sistem tanda yang membangun sebuah representasi, yang diterima oleh “pembaca”.

3.3 Semiotika Sosial dalam Media

Semiotika sosial adalah satu dari sembilan jenis semiotik yang dikenal saat ini. Menurut Pateda, semiotika sosial adalah semiotik yang secara khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat (Pateda dalam Sobur, 2006:101). Pateda sekilas menyebutkan adanya pengaruh tradisi dalam membentuk sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia. Sistem tanda yang muncul dari tanda-tanda yang muncul dalam manusia berkomunikasi, sehingga tanda akan selalu merujuk pada konteks budaya yang melingkupi manusia tersebut.

“Events do not signify...to be intelligible events must be put on into symbolic form...the communicator has a choice of codes or sets of symbols. The on chosen affects the meaning of the events for receivers. Since every language-every symbol-coincides with an ideology, the choice of a set of symbols is, whether conscious or not, the choice of an ideology”.
(Littlejohn, dalam Sobur, 2006).

Littlejohn secara tidak langsung menyatakan bahwa media dianggap tidak bersifat objektif atau netral. Sebuah teks dilekatkan pada simbol atau kode yang dikonstruksi dan kemudian dilihat oleh khalayak sebagai realitas sehingga media lebih cenderung sebagai "*definer of reality*" atau perumus realita. Media merumuskan realita melalui berita dengan cara menyisipkan nilai-nilai ideologis yang dipegang oleh media tersebut sehingga khalayak secara sadar maupun tidak sadar bergerak sesuai dengan koridor ideologi media tersebut. Sehingga sangat sulit untuk melepaskan makna hanya dengan apa yang tertulis secara jelas. Ada makna-makna yang harus digali lebih dari sekedar membaca rangkaian kata yang tersaji (teks) dengan cara membaca sistem tanda, yang muncul dan berefek pada sosial (antar manusia) itu sendiri.

Representasi terhadap sosok perempuan pun tidak lepas dari upaya perumusan yang sengaja dilakukan oleh media. Media mengkonstruksi realitas dengan menghadirkan representasi dan representasi dihadirkan melalui pilihan bahasa maupun visual yang sesuai. Representasi itu sendiri kemudian dipahami sebagai usaha untuk memunculkan gambaran ataupun citra, yang sangat mungkin berbeda dari realitas di masyarakat. Akan tetapi, bagi media, bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi, atau opini. Bahasa juga bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga untuk menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik (Sobur, 2006:89).

Media sangat mungkin untuk melakukan beberapa hal seperti pengaburan fakta dalam upaya untuk memberikan representasi yang sesuai

dengan kebutuhan, keinginan, maupun kepentingan media tersebut. Salah satu contohnya adalah sajian kata yang merangkai sebuah berita mengenai sosok perempuan akan membentuk sebuah citra ataupun gambaran yang sesuai dengan konstruksi yang dibangun oleh media tersebut.

Pengaburan ini tidak lepas dari adanya pengaruh ideologi yang menjadi landasan bekerja dalam sebuah industri media. Ideologi sangat berperan dalam membangun sebuah representasi ataupun mengkonstruksi sebuah realitas dalam media. Ideologi berhubungan dengan sistem kepercayaan dan cara pandang sebuah media terhadap setiap isu yang diangkat, yang kemudian disampaikan melalui teks untuk dibaca oleh khalayak. Ideologi merupakan sebuah sistem pemaknaan yang membantu mendefinisikan dan menjelaskan dunia serta membuat penilaian tentang dunia itu sendiri (Croteau, 159:2003).

Tidak heran jika kemudian jika sebuah teks akan selalu bersifat ideologis karena secara tidak langsung terikat dengan ideologi dari media yang memproduksinya. Ideologi berkembang tidak hanya menjadi apa yang dipercaya, namun menjadi sebuah cara pandang terhadap isu-isu sosial yang dipengaruhi norma ataupun nilai-nilai yang berlaku di wilayah masyarakatnya. Dalam hal ini, media lokal akan terikat pada nilai-nilai lokal wilayah tersebut, yang kemudian berkembang menjadi cara pandang media untuk membaca sebuah peristiwa menjadi sebuah teks. Studi mengenai teks atau isi media umumnya akan membicarakan seputar ideologi yang mendasar media tersebut. Media berperan sebagai penyebar ideologi dimana para pekerja di dalamnya serta berbagai aspek yang melingkupinya turut menjadi bagian dan berperan secara ideologis.

Media tidak hanya menyampaikan sebuah pesan ke khalayak tapi juga menawarkan sebuah cara pandang serta ide. Berdasar pada ideologinya, media mampu memberi penilaian tertentu terhadap sebuah isu serta memberi pembatas antara hal-hal yang dianggap baik maupun buruk berlandaskan norma di masyarakat.

G. Metode Penelitian

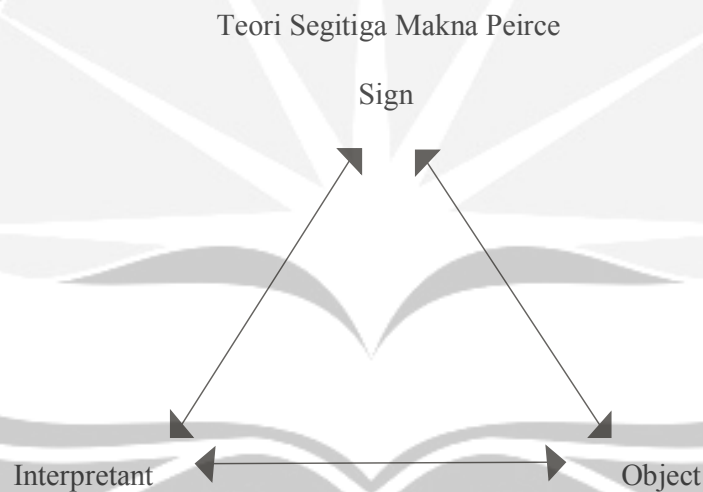
1. Semiotika sebagai Metodologi

Analisis semiotik bersifat paradigmatik, dalam arti mencoba menemukan makna termasuk dari hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah teks (Berger, dalam Sobur, 2006:117). Penelitian semiotika terhadap teks mengharuskan peneliti mengamati teks secara menyeluruh. Terkait dengan semiotika sosial, Halliday mencoba membagi pusat perhatian penelitian menjadi tiga unsur, yaitu (Sudibyo, Hamad, Qodari dalam Sobur, 2006:148):

1. Medan Wacana (Field of Discourse): Menunjuk pada hal yang terjadi dan apa yang dijadikan wacana oleh pelaku media terhadap peristiwa. Terkait dengan penelitian terhadap rubrik *Sesrawungan* dalam *Kabare Magazine* yang secara rutin membahas kiprah perempuan, medan wacana dari penelitian ini pun memungkinkan untuk tidak berbeda jauh pada tiap edisi.
2. Pelibat Wacana (Tenor of Discourse): Menunjuk pada orang-orang yang tercantum dalam teks, sifat orang-orang tersebut, dan kedudukannya. Terkait dengan penelitian terhadap rubrik *Sesrawungan* dalam *Kabare Magazine*, sosok yang ditampilkan hanya satu orang perempuan. Rubrik ini tidak menghadirkan pihak lain selain satu perempuan yang menjadi profil dari rubrik tersebut.

3. Sarana Wacana (Mode of Discourse): Bagaimana media massa menggunakan bahasa dalam menyampaikan peristiwa.

Kerangka penelitian Halliday ini sebelumnya pernah digunakan Sudibyo, Hamad, dan Qodari untuk meneliti teks berita dalam upaya meneliti teks-teks (empat harian surat kabar) terkait peledakan masjid Istiqlal tahun 1999. Kerangka ini digunakan untuk membaca tanda baik berupa kata, frase, maupun kalimat dalam teks sehingga memungkinkan pengamatan teks secara menyeluruh. Lebih lanjut, Peirce mencoba menjelaskan menggunakan teori Segitiga Makna Peirce.



Sumber: Fiske dalam Alex Sobur, Analisis Teks Media, 2006, hlm. 115

Dalam Segitiga Makna Peirce dijelaskan adanya tiga hal saling terkait dalam melihat keutuhan sebuah makna di balik teks media, yaitu tanda, objek, dan interpretan. Terkait dengan media massa (cetak), tanda dilihat adalah kata, Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, dan

interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk oleh tanda (Sobur, 2006:115).

Peirce memiliki perhatian yang cukup terhadap bagaimana sebuah teks terbangun, dimana hal ini terkait dengan pemilihan kata, kalimat, hingga frame yang digunakan. Pembagian tiga tipe tanda yang dilakukan Peirce (Ikon, Indeks, dan Simbol) kerap menjadi bagian dalam penelitian media massa. Teori dari Peirce merupakan *grand theory* dalam semiotik. Gagasan-gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan (Sobur, 2006:97). Berdasarkan hal ini, memungkinkan untuk terbangunnya sebuah berbagai penelitian (yang berhubungan dengan tanda) mengacu pada Peirce.

Secara sederhana kesimpulan awal berdasar pada teori segitiga makna (*triangle meaning*) milik Peirce bersama temuan data dari teori semiotika sosial Halliday, penelitian akan berujung pada sebuah penjulukan terhadap obyek (dalam hal ini adalah perempuan). Penjulukan ini dikenal dengan Teori Penjulukan (*Labelling Theory*) atau yang juga dikenal sebagai *Social Reaction Theory*, yang pertama kali diperkenalkan oleh sosiolog Howard Becker. Teori ini awalnya hanya berupa upaya pemberian label kelompok-kelompok masyarakat tertentu ke dalam satu kelompok yang lebih besar dan (yang dianggap) mewakili kelompok tersebut atau bisa juga disebut *stereotyping*. Seiring berkembangnya dunia, khususnya mengarah kepada dunia yang sangat dipengaruhi oleh peran media, teori ini pun berkembang. Saat ini, teori ini juga berupaya memaknai sistem tanda dalam bentuk kata yang dikenakan terhadap objek (perempuan), sehingga memungkinkan untuk munculnya citra terhadap perempuan dalam teks berita tersebut. Dampak dari

penjulukan ini tidak saja terbatas pada munculnya citra saja namun dalam taraf yang cukup parah, penjulukan dapat memunculkan citra yang sama sekali berbeda dengan realitas sekaligus meniadakan realitas. Karena berondongan julukan yang bertentangan dengan pandangan mereka sendiri, citra-diri asli mereka sirna digantikan citra-diri baru yang diberikan orang lain (Mulyana, 1999:70).

Berangkat dari pernyataan Mulyana mengenai kekuatan penjulukan, dan kenyataan tentang konstruksi realitas yang cenderung sengaja dilakukan media massa, maka media massa menjadi sosok agen informasi yang massif dan masif dalam upaya pembentukan label. Label tidak lagi hanya dikenakan pada suatu kelompok di satu wilayah, namun penjulukan bergerak melewati batas-batas ruang suatu wilayah dan media massa sekaligus menjadi sumber informasi yang terpercaya. Tingginya kepercayaan masyarakat terhadap label yang dibentuk oleh media, maka bukan tidak mungkin realitas yang benar-benar terjadi di kehidupan sosial tergantikan dengan realitas yang dikonstruksi oleh media.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah melihat bagaimana serangkaian temuan data dari teks yang kemudian diolah dan berujung pada bagaimana perempuan direpresentasikan berdasarkan membaca julukan-julukan yang tersurat maupun tersirat dalam teks berita. Julukan-julukan ini akan membantu pencarian citra perempuan yang dimunculkan oleh media tersebut (dalam hal ini Kabare *Magazine* melalui rubrik *Sesrawungan-nya*).

2. Objek Penelitian

Media dan representasi adalah dua hal yang tidak terpisahkan. Media selalu mengkonstruksi realitas yang kemudian seolah-olah menjadi realitas yang benar-benar terjadi atau dipahami untuk memberi gambaran nyata tentang kehidupan sosial masyarakat. Representasi perempuan pun menjadi salah satu isu yang gencar diangkat menjadi sebuah penelitian terhadap media. Berbagai media, umumnya yang berhubungan dengan gaya hidup nampaknya cukup sering memasukan isu perempuan sebagai salah satu poin penting dalam media tersebut.

Kabare Magazine adalah media lokal yang terdistribusi nasional namun berbasis di Yogyakarta. Isu-isu yang mengisi pun berbasis lokal Yogyakarta, dan satu diantaranya adalah rubrik “Sesrawungan”. Rubrik “Sesrawungan” sendiri adalah rubrik feature (biografi) tentang sosok perempuan dan prestasinya di kehidupan modern. Tiap edisinya, Kabare Magazine melalui rubrik “Sesrawungan” selalu mengangkat satu sosok perempuan dan prestasinya. Meskipun rubrik “Sesrawungan” ini secara khusus dan rutin mengulas perempuan, namun ini bukan merupakan satu-satunya rubrik yang mengulas tentang perempuan. Beberapa rubrik lain pun secara tidak rutin memungkinkan untuk mengulas tentang perempuan.

Untuk melihat bagaimana rubrik “Sesrawungan” merepresentasikan perempuan dalam bingkai kultur Jawa, saya mengangkat tiga edisi awal tahun (Januari, Februari, dan Maret) dalam kurun tiga tahun, yaitu 2007, 2008, dan 2009. Tiap edisi yang akan diteliti fokus pada teks non-visual (teks non-visual mengacu pada foto yang juga disertakan dalam rubrik tersebut), dimana pembatasan ini dilakukan untuk melihat bagaimana representasi terbentuk atas teks non-visual yang berdiri sendiri. Penelitian

yang lebih jauh dapat memberikan kemungkinan terbukanya penelitian terhadap teks visual (dalam hal ini foto). Pemilihan tiga edisi per tahun selama tiga tahun terakhir diharapkan dapat memenuhi berbagai kemungkinan untuk membaca representasi perempuan dalam rubrik “Sesrawungan”, Kabare Magazine.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini hanya terdiri dari satu sumber data yaitu data primer atau data-data yang didapatkan langsung dari rubrik “Sesrawungan” dalam Kabare Magazine.

4. Teknis Penelitian

- Pengumpulan Data

Data dikumpulkan berdasar pada artikel yang termuat sesuai edisi yang telah ditentukan.

- Membaca Data
- Membuat Kategorisasi Data

Data-data yang terkumpul dari sumber data dikelompokkan berdasarkan tabel milik Halliday. Tabel ini melihat teks berdasarkan tiga hal, yaitu Medan Wacana Pelibat Wacana, Sarana Wacana.

- Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah tiap teks (data) dikelompokkan berdasarkan tabel Halliday. Setelah data dibagi menjadi 3 (Medan Wacana, Pelibat Wacana, dan Sarana Wacana), satu per satu diurai dan dikaitkan dengan teori segitiga Peirce dan pemberian label. Selain itu, analisis data juga melibatkan

kerangka teori lain yang melingkupi representasi perempuan dalam media cetak lokal berbasis kultur Jawa.

- Kesimpulan

Kesimpulan didapatkan berdasarkan hasil analisa data yang terlebih dahulu telah dilaksanakan.



BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Kabare Magazine

Berdasarkan Buku Rubrikasi Kabare Magazine yang digunakan sebagai acuan rubrik pada majalah ini, Kabare Magazine adalah sebuah majalah yang