

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa diyakini memiliki peranan yang besar dalam membentuk persepsi seseorang tentang dunia, termasuk juga terhadap pemahaman seseorang tentang gender. Perbedaan gender (*gender differences*) sebenarnya tidak menimbulkan masalah, yang menjadi persoalan, jika menimbulkan ketidakadilan (*gender inequality*). Namun kenyataannya telah terjadi berbagai ketidakadilan yang mengatasnamakan gender. Sebenarnya baik perempuan maupun laki-laki sama-sama menjadi korban ketidakadilan gender. Hariyanto (2009:168) menyatakan bahwa perempuan masih menduduki posisi tertinggi sebagai korban dalam ketidakadilan gender.

Perempuan menjadi kelompok yang rentan dengan ketidakadilan, diperlukan usaha yang besar bagi perempuan untuk membuktikan bahwa mereka mampu untuk berada bersama-sama dengan lawan jenisnya. Dalam lingkungan sosial peranan perempuan dinormalisasikan oleh pengaruh budaya patriarki. Sihite (dalam Mukarom 2008:8) menjelaskan bahwa dalam ajaran budaya patriarki menempatkan kaum laki-laki sebagai penguasa sedangkan kaum perempuan diberikan tugas serta tanggung jawab untuk mengurus rumah, merawat dan mengasuh anak, mendidik dan mengajarkan pengawasan moral bagi anak. Perempuan hanya diberikan sedikit ruang untuk berada di wilayah-wilayah umum seperti menjadi pemimpin dan pengambil keputusan dalam masyarakat baik itu dalam bidang politik, sosial, ekonomi, bahkan untuk institusi pernikahan (Sakina & Desy, 2017:72).

Pada dasarnya masyarakat dan kebudayaan merupakan produk yang dihasilkan dari proses eksternalisasi. Proses ini kemudian akan berkembang menjadi bias yang dipercaya sebagai sebuah realitas. Peter L. Berger (dalam Eriyanto, 2002:15) menjelaskan bahwa realitas tidak dibentuk secara ilmiah, atau diturunkan oleh Tuhan melainkan dibentuk dan dikonstruksi. Hasil yang diperoleh adalah wajah plural dari realitas, karena setiap individu memiliki pandangan yang berbeda atau *frame of reference* dan *field of experience* dalam mencerna serta memahami suatu makna berdasarkan apa yang diharapkan dan cara berpikir dari individu tersebut. Hal inilah yang dipercayai sebagai sebuah pembenaran tentang posisi perempuan dan laki-laki.

Realitas dapat dibentuk salah satunya melalui konstruksi sosial yang dilakukan oleh media. Bungin (2008:203) menjelaskan ada empat tahapan konstruksi sosial yang dilakukan oleh media massa. Pertama, tahapan menyiapkan materi konstruksi yang dilakukan oleh redaksi media massa. Setiap media akan melakukan *desk* sesuai dengan kebutuhan media, karena pada dasarnya masing-masing media memiliki visi dan misi yang berbeda. Dalam menyiapkan materi konstruksi ada tiga hal penting yang menjadi acuan, antara lain: (1) Keberpihakan media pada kaum kapitalisme, seperti yang diketahui hampir tidak ada media saat ini yang tidak dimiliki oleh kaum mini. (2) Keberpihakan semu media kepada masyarakat yang ditujukan untuk menjual berita. Hal ini dapat terlihat dari empati, simpati, dan partisipasi kepada masyarakat. (3) Keberpihakan media untuk kepentingan umum yang dulunya dapat ditemukan dari visi media namun kini tidak dijumpai lagi.

Tahap kedua merupakan tahapan penyebaran konstruksi. Tahapan ini diartikan sebagai proses yang dilakukan oleh media massa. Dimana seluruh informasi harus sampai kepada khalayak secara tepat dengan didasarkan pada agenda media yang dianggap penting oleh media menjadi hal yang penting juga bagi khalayak. Pola yang diciptakan merupakan pola satu arah, yang mana media menjadi sumber informasi sementara khalayak tidak diberikan pilihan dan sebaran berdasarkan wilayah segmentasinya.

Tahap ketiga berkaitan dengan pembentukan konstruksi realitas, yang berlangsung melalui tiga tahapan, yakni (1) Konstruksi realitas membenaran, masyarakat turut membenarkan apa yang cenderung ditampilkan oleh media sebagai bagian dari sebuah realitas. (2) Kesediaan dikonstruksi oleh media massa, hal ini dapat terlihat dari ketika individu memilih menjadi pembaca, berarti mereka memberikan pikirannya untuk dikonstruksi oleh media massa. (3) Pilihan konsumtif, individu secara terbiasa bergantung kepada media massa.

Terakhir, tahap konfirmasi berkaitan dengan media massa dan khalayak yang mampu memberikan alasan dan tanggung jawab mereka dalam proses konstruksi sosial yang dilakukan oleh media massa, yakni: (1) kehidupan modern, berkaitan dengan pola kehidupan modern yang menyuguhkan popularitas, terutama sebagai subjek dari media massa (2) walau media massa memiliki kemampuan dalam mengkonstruksi media massa, namun kehadirannya dapat memberikan pengetahuan yang luas dan dapat diakses kembali sesuai dengan momen yang diinginkan.

Media massa memiliki peran yang besar dalam membentuk konstruksi gender. Di era modern ini pola hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif terhadap media, karena dapat dilihat bahwa informasi kini menjadi sebuah kebutuhan dan media menawarkan kemudahan dalam memperoleh informasi juga dapat menjadi alat atau perantara dalam menyebarkan ide dan gagasan untuk diteruskan sampai kepada penerima (Hamidjojo dalam Miftah 2013:97. Dalam kehidupan sehari-hari selain untuk menyebarkan informasi media juga dapat berperan sebagai agen sosialisasi yang dapat membentuk realitas dan memberikan pengertian tentang apa yang ingin disebarkan kepada khalayak.

Haryati dalam tulisannya yang berjudul *Konstruktivisme Bias Gender Dalam Media Massa* (2012:45) menjelaskan bahwa dari gagasan Berger jika dikaitkan dengan konteks pemberitaan, dilihat sebagai suatu hasil dari konstruksi media sehingga dalam sebuah peristiwa, media dapat melakukan konstruksi secara berbeda sesuai dengan angle yang ingin diangkat. Hal inilah yang kemudian membuat peristiwa yang diberitakan berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya. Media massa bukan hanya bertugas dalam menyalurkan pesan tetapi juga aktif dalam mengkonstruksi sebuah peristiwa, sehingga tak jarang produk dari media massa yang dihasilkan dilihat sebagai bagian dari realitas sosial yang ada. Realitas sosial ini kemudian diartikan sebagai sebuah nilai yang dihayati dan dianggap nyata oleh khalayak.

Konstruksi sosial tentang yang dilakukan media massa juga berkaitan dengan gender. Hal ini dapat dilihat dari tendensi pemberitaan tentang bias gender yang ditampilkan oleh media. Julia T. Wood (dalam Haryati, 2012:43) menjelaskan tentang tiga potret gender yang diangkat oleh media massa, antara lain: 1) Mengembangkan nilai-nilai gender yang dianggap tidak sesuai dengan kaum perempuan dan laki-laki. 2) Ikut memajukan dan mempatologisasikan fungsi dan tubuh manusia. 3) Membatasi dan menormalkan konsep maskulinitas dan feminitas dalam masyarakat. Media massa menjadi alat yang diyakini memiliki peranan dan melestarikan ketidakadilan gender yang termanifestasi dan marginalisasi, subordinasi, beban ganda, *stereotype* dan kekerasan yang menyebabkan perempuan berada dalam situasi yang sama sekali tidak menguntungkan (Mukhotib MD dalam Ery 2015:1)

Pemberitaan seputar perempuan belum ditemukan sepenuhnya berita yang ramah untuk perempuan, melainkan diangkat malah berurusan dengan urusan kamar, dapur, anak, tampilan fisik dan sebagainya. Berbeda dengan kaum laki-laki yang diberitakan dalam angle yang bagus. Gilman (dalam Judita 2015:12) memberikan gambaran laki-

laki sebagai pasar yang memiliki nilai dan permintaan, sedangkan perempuan dianggap sebagai cadangan serta dinilai sebagai komoditas yang diperuntukan untuk kaum laki-laki melalui media.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) ditemukan bahwa kategori pemberitaan tentang perempuan didominasi oleh pemberitaan seputar kekerasan sementara untuk prestasi dari kaum perempuan masih minim ditemukan. Selain itu juga ditemukan pelanggaran kode etik jurnalistik dalam pemberitaan seputar perempuan serta narasumber masih didominasi oleh kaum laki-laki (Halim, 2011:18). Padahal sudut pandang perempuan dalam melihat isu yang ada tentu berbeda dengan laki-laki dan juga banyak perempuan yang dapat diberikan kesempatan untuk menjadi narasumber guna membawa suara perempuan.

Padahal media dan perempuan sebagai sesuatu yang tidak bisa dipisahkan (Haryati 2012:42) hal ini karena sampai saat ini media massa masih mengangkat sosok perempuan dalam pemberitaannya. Selain itu Douglas Kellner (Haryati, 2012:43) menyebutkan bahwa dalam tradisi media massa yang ditampilkan dalam bentuk audio dan visual. Dimana apa yang ditampilkan secara tidak sadar ikut menyumbangkan paham-paham yang ada bahkan juga membentuk opini penonton.

Perempuan yang terlibat bekerja sebagai jurnalis pun masih sangat sedikit. Dunia jurnalistik memang selalu diidentikkan sebagai ranah dari kaum pria. Sttelarosa dan Silaban (2020:285) menjelaskan bahwa dari sekitar 60 jurnalis perempuan hanya merupakan tenaga kontrak sementara 40% merupakan karyawan tetap. Hal ini tentu berdampak dalam proses pemberitaan yang ada, apalagi berkaitan dengan perempuan. Posisi perempuan dalam kaca mata jurnalis pria tentu berbeda dengan perempuan dalam bingkai sesama perempuan.

Isu tentang perempuan memang sangat menarik dan menjadi sorotan bagi media baik itu konvensional maupun media online, namun kenyataannya perempuan masih dilihat sebagai objek dalam pemberitaan dan tidak jarang kehadiran mereka hanya untuk memenuhi minat pasar. Fokus utama dalam pemberitaan yang ada untuk mencari pendapatan sehingga media menggunakan perempuan dalam nada dan isi yang kerap kali tidak sesuai dengan norma dan etika. Pemberitaan tentang perempuan lebih ditonjolkan pada apa yang dirasa menarik minat dan perhatian serta *trend* yang berlaku di masyarakat, padahal masih banyak topik tentang perempuan yang dapat diangkat menjadi sebuah berita, salah satunya berkaitan dengan perempuan di parlemen.

Kiprah perempuan di politik perlu mendapat perhatian, karena masyarakat selalu menilai politik sebagai dunia laki-laki. Perempuan yang ingin dan telah bergabung kedalam politik membutuhkan usaha yang besar. Seperti yang dilansir dari [womenlobby.org](http://womenlobby.org) dalam artikel yang berjudul *Women In Politics* (2019) menunjukkan bahwa “ Mengapa Politik tidak berhasil untuk wanita?” penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya keterwakilan perempuan dalam politik bermuara pada: Pertama, karena keyakinan: perempuan, dengan berbagai alasan yang sangat rasional, serta memiliki banyak keraguan untuk ikut pemilihan. Kedua, pemilihan calon: setelah perempuan setuju untuk mencalonkan diri, seringkali sulit bagi mereka mendapatkan tempat yang dapat dipilih dalam daftar pemilihan. Ketiga, Budaya: Politik adalah dunia laki-laki, sedangkan bagi perempuan sering dianggap menonjolkan seksisme dan tak jarang juga mendapat ancaman eksternal dalam berpolitik. Keempat, Keuangan: ketika perempuan mencalonkan diri, dalam kampanye mereka sering menerima dana yang lebih sedikit daripada kaum laki-laki. Terakhir, Pengasuhan Anak: wanita menghabiskan dua kali lipat jumlah waktu untuk pengasuhan anak dibanding laki-laki.

Perempuan dan laki-laki memiliki kesempatan yang sama untuk berada dalam semua sektor kehidupan yang mereka inginkan termasuk juga dalam parlemen. Perempuan yang terlibat dalam parlemen merupakan seorang pemimpin, dimana dia berhasil tidak hanya memimpin dirinya sendiri untuk maju mengejar apa yang ingin diraih tetapi menurut Kadarsuman (dalam Yudiaatmaja 2013:30) menjelaskan bahwa pemimpin merupakan orang yang bersedia meleburkan dirinya dengan tuntutan dan konsekuensi dari tanggung jawab yang siap untuk dijalankannya. Dalam hal ini sebagai pemimpin, perempuan-perempuan yang terpilih dalam parlemen merupakan mereka yang siap untuk berkomitmen dalam membawa dan menjalankan amanat rakyat selama lima tahun kepemimpinan mereka.

Perempuan sebagai pemimpin bukan merupakan hal yang mudah, perlu usaha yang ekstra untuk membuktikan bahwa mereka mampu untuk berada sejajar dengan kaum laki-laki. Seperti yang dilansir dari [www. aauw. org](http://www.aauw.org) dalam artikel yang berjudul *Barriers & Bias: The Status Of Women In Leadership* disebutkan bahwa terdapat lima poin yang dipercaya menjadi faktor yang menghambat kepemimpinan perempuan, yakni: Pertama, stereotip lama dimana seperti yang diketahui selama ini posisi pimpinan selalu dipegang oleh kaum laki-laki oleh karena itu sifat-sifat yang berkaitan dengan kepemimpinan dianggap maskulin dan tidak mendapat respon yang baik ketika hal ini diperlihatkan oleh perempuan. Kedua, koneksi. Kaum laki-laki dipercaya

memiliki lebih banyak koneksi dibandingkan perempuan dalam menemukan jaringan untuk belajar tentang peluang dan sponsor serta mentor untuk memperjuangkan kemajuan mereka. Ketiga, bias dan diskriminasi seperti pelecehan seksual serta bias yang diangkat pada wanita minoritas dalam lingkungan kerja yang membuat semakin sulit bagi mereka untuk berada sampai pada tahapan pimpinan. Terakhir, fleksibilitas. Tantangan perempuan dalam mencapai peran pimpinan tidak hanya tentang dunia kerja tetapi selalu dikaitkan dengan peran dalam keluarga. Dunia kerja masih dirancang sebagai gagasan tentang peran domestik laki-laki dan perempuan.

Tantangan-tantangan inilah yang kemudian menghantui kaum perempuan selama berada di parlemen, tidak sampai disitu menurut penelitian yang ada disebutkan bahwa sampai saat ini di dunia hanya ditemukan 24% perempuan yang menjabat sebagai anggota parlemen nasional. Secara global, ditemukan hanya 11 perempuan yang berhasil menjabat sebagai kepala negara dan 10 orang menjadi kepala pemerintahan. Sekitar 18% Menteri pemerintahan adalah perempuan, hanya terdapat tiga negara yang memiliki 50% atau lebih perempuan di parlemen, Rwanda, Kuba, dan Bolivia. Kesetaraan gender bagi perempuan pada level kepala pemerintahan diperkirakan akan tercapai pada tahun 2150 atau sekitar 130 tahun lagi (Harbaugh, 2021). Data ini menjadi salah satu bukti bagaimana sulitnya perempuan tidak hanya sebagai pemimpin tetapi juga untuk berada dalam dunia politik.

Partisipasi perempuan dalam kehidupan politik memiliki peranan yang penting dalam proses umum untuk kemajuan perempuan. Sandra Papera (2018) dalam tulisannya yang berjudul *Why Women in Politics?* melihat bahwa keikutsertaan penuh dan adil dari kaum perempuan dalam kehidupan publik sangat penting untuk membangun dan mempertahankan demokrasi yang kuat dan dinamis, karena walaupun laki-laki dan perempuan sama-sama menjadi legislator namun prioritas kebijakan mereka akan berbeda. Semakin banyak perempuan yang terpilih dan menjabat, maka akan terdapat peningkatan yang wajar dalam pembuatan kebijakan yang menekankan pada kualitas hidup serta mencerminkan prioritas keluarga, perempuan, etnis, dan ras minoritas.

Sementara Harbaugh (2021) menjelaskan bahwa telah banyak bukti tentang keberhasilan perempuan dalam organisasi. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa dengan mendorong perempuan menjadi pemimpin maka akan meningkatnya inovasi dan kreativitas serta untuk menemukan cara-cara baru dalam melakukan sesuatu. Harbaugh juga menjelaskan bahwa dalam beberapa literatur

penelitian disebutkan bahwa kaum perempuan justru menjadi pemimpin yang unggul dibandingkan kaum laki-laki baik dalam situasi normal maupun kritis. Walau demikian sekarang dapat dilihat bahwa jumlah perempuan yang terjun kedalam dunia politik mulai meningkat, salah satunya dijumpai di Indonesia.

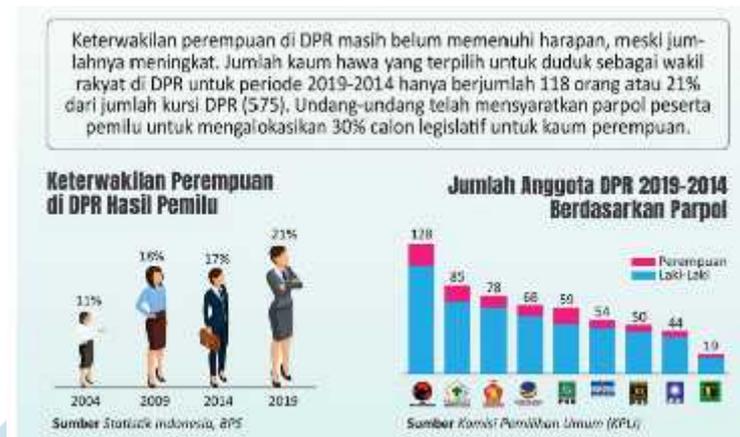
Chairiyah (2019:160) menjelaskan bahwa semenjak pemilu 2004 telah dikeluarkan beragam kebijakan *affirmative action* yang ditujukan untuk meningkatkan keterwakilan politik perempuan di parlemen, namun hanya sampai pada tahapan sistem kuota pencalonan 30%. Lima tahun setelahnya tepatnya pada tahun 2009 kebijakan afirmasi ini mengalami perbaikan dan dikembangkan dengan memberikan penambahan pasal tentang upaya keterwakilan politik perempuan di lembaga legislatif. Hal ini dilakukan dengan menghadirkan pasal tentang sistem *zipper*. Dimana *zipper* merupakan sistem yang mengatur bahwa setiap tiga calon yang terdaftar harus ada perempuan didalam yang ikut mendaftar, namun masih juga mengalami hambatan dalam meningkatkan keterwakilan perempuan. Kini sistem yang dikembangkan adalah gabungan antara kuota 30% dan *zipper* yang terus dilakukan untuk meningkatkan keterwakilan perempuan di parlemen.

Dalam presentasi angka keterwakilan perempuan di dunia politik terus mengalami peningkatan. Mulyono (2010) menjelaskan hal ini terjadi karena tren peningkatan keterwakilan perempuan di legislatif terutama sejak pemilu 1999 sampai sekarang. Pada pemilu tahun 1999 perempuan yang berhasil lolos ke parlemen sebanyak 45 orang (9%), kemudian pada pemilu 2004 naik menjadi 61 orang (11, 8%), pemilu 2009 kembali naik menjadi 101 orang terpilih (18%), namun disayangkan pada pemilu tahun 2014 turun menjadi 97 orang (17, 32%) yang berhasil memperebutkan 575 kursi DPR (Susiana, 2014).

Peningkatan keterwakilan perempuan melalui *affirmative action* memberikan kesempatan yang baik bagi perempuan dalam dunia politik. Ramadhan (2019) menyebutkan bahwa untuk periode 2019-2024 telah terjadi peningkatan sebanyak 21% dari tahun sebelumnya.

**Gambar 1.1**

**Keterwakilan Perempuan di Parlemen Negara Indonesia**



Sumber: Grafis-Tempo.co

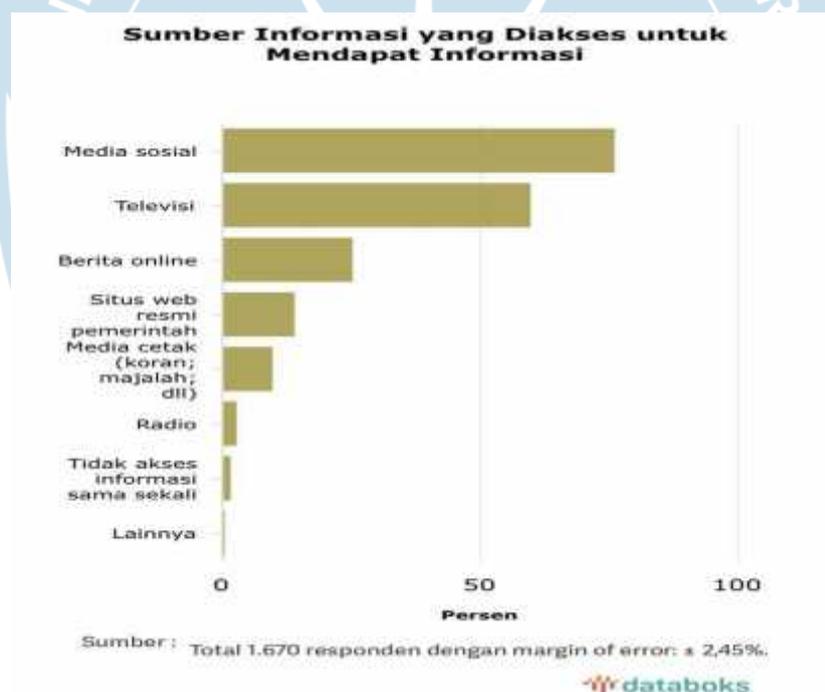
Hal ini kemudian menjadi prestasi bagi kaum perempuan karena telah berhasil memenangkan hati masyarakat lewat peroleh suara yang diraih. Perempuan tidak hanya berdiri sendiri tetapi dibantu melalui partai politik sebagai rumah atau tempat belajar politik bagi kaum perempuan sekaligus ruang untuk mempersiapkan diri maju dan bersaing dalam pesta politik. Partai politik sebagai bagian penting dalam pembelajaran politik bagi perempuan, tentunya harus mempersiapkan kadernya dalam untuk kontestasi politik, namun yang dijumpai malah maraknya sistem asal ambil atau “asal comot”. Rachma Ida (2013:2) menjelaskan bahwa mulai dari keluarga sendiri, istri, anak, artis, dan sebagainya tampil sebagai kader dadakan yang kemudian diberikan ruang untuk maju menjadi calon untuk pemilihan legislatif. Hal yang dapat dilihat dari tren ini adalah bagaimana istri dari mantan kepala daerah walikota, gubernur maupun bupati maju untuk menggantikan pasangannya atau diturunkan kepada anaknya perempuan. Fenomena ini tidak bermasalah jika memang perempuan yang menjadi pemimpin dalam semua tingkatan ini berkompeten dan mengetahui tentang bagaimana politik serta memang terlibat dalam dunia politik.

Kualitas perempuan pun menjadi dipertanyakan. Perempuan hanya dijadikan sebagai pelengkap kuota, selain itu sebagian masyarakat lebih merasa percaya jika pemimpin berasal dari kaum laki-laki, tidak berani bersaing dan sebagainya. Padahal baik laki-laki maupun perempuan memiliki hak yang sama untuk mengemukakan pendapat, berkarir maupun menjadi pemimpin. Kini telah banyak perempuan yang mulai mengibarkan karirnya bahkan tak tanggung-tanggung berhasil mendapat posisi

sebagai pimpinan. Hal ini membuka harapan baru seputar bertambahnya kaum perempuan dalam dunia politik serta memberikan warna tentang bagaimana suara-suara perempuan atau *women's voices* menjadi terdengar untuk menyuarakan *gender equality* atau kesetaraan gender, selain itu juga untuk melakukan pemberdayaan terhadap kaum perempuan atau *women's empowerment* di negara ini.

Saputra dan Asih (2017:147) menilai rendahnya partisipasi politik perempuan disebabkan karena kurang mendapat banyak perhatian dan opini baik itu dari masyarakat maupun media. Dalam survei yang dilakukan oleh Katada Insight Center (KIC) menyebutkan bahwa dalam memperoleh sumber informasi masyarakat Indonesia cenderung untuk memanfaatkan:

**Gambar 1.2**  
Sumber Memperoleh Informasi Masyarakat Indonesia



Sumber: Ekarina, 2020.

Data di atas menjelaskan bahwa untuk memperoleh informasi masyarakat Indonesia memilih untuk menggunakan media sosial sebanyak 76%, televisi 59,5%, media *online* 25,2% diikuti dengan web pemerintah 14%, media cetak 9% dan seterusnya. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa informasi yang diperoleh pembaca

di Indonesia lebih cenderung menggunakan media online ketimbang cetak. Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Nielsen (dalam Ekarina, 2020) pada bulan agustus 2020 disebutkan bahwa jumlah pembaca media online mencapai 6 juta orang, sedangkan pembaca media cetak hanya sebanyak 4,5 juta orang. Salah satu media *online* yang populer bagi masyarakat Indonesia adalah kompas. com. Selain itu Kompas. com menjadi salah satu media online yang menghadirkan perempuan sebagai topik dalam pemberitaannya, sebagai pionir media online di Indonesia kompas. com menyajikan kumpulan-kumpulan berita yang dapat langsung diakses melalui internet. Pembaca dapat dengan cepat mengetahui kejadian-kejadian baru, tanpa perlu menunggu berita pada keesokan harinya dalam bentuk cetak.

Peneliti menggunakan media kompas. com karena beberapa alasan: Pertama, tentu karena menghadirkan berita tentang perempuan di parlemen. Kedua, seperti yang dilansir dari alexa.com (2021) dalam topik *top sites in Indonesia*, kompas. com menduduki peringkat kelima sebagai situs yang paling populer dan paling sering diakses, sementara peringkat pertama ditempati oleh Google.com, disusul Okezone.com, Youtube.com dan Tribunnews.com. Kompas. com. Ketiga, dalam sebuah survei yang dilakukan oleh perusahaan konsultasi komunikasi Maverick Indonesia untuk menemukan pola konsumsi generasi muda atau yang lebih dikenal dengan generasi Y dan Z dalam mengkonsumsi berita (Kasih, 2020) diperoleh hasil bahwa sebanyak 85% generasi Y dan Z mengkonsumsi portal berita online dan Kompas. com menjadi portal berita paling pertama yang menjadi sumber berita pilihan generasi Y dan Z. Kemudian diikuti oleh CNN Indonesia, Detik.com dan lain-lainnya. Pola konsumsi generasi Y dan Z yang tinggi ini menjadi sebuah keuntungan bagi kompas. com namun ini perlu menjadi perhatian yang serius jika berita tentang perempuan yang ditampilkan hanya bersifat membenaran tentang budaya dan unsur fisik dan emosional saja maka dikhawatirkan akan membuat pembaca menjadi membenarkan apa yang seharusnya tidak benar. Generasi Y dan Z dikenal dengan gaya konsumtifnya yang tinggi tentu jika terus terpapar dengan berita yang bias akan gender maka dikhawatirkan membuat mereka ikut membenarkan paham gender ini dalam kehidupan sehari-hari.

Budaya menghadirkan perempuan dalam tampilan kelas dua setelah laki-laki dalam pembagian tugas, pengambilan keputusan dan sebagainya. Perempuan kerap diidentikan dengan perannya dalam ruang tradisional dibandingkan di ruang publik. Posisi laki-laki menjadi dominan dalam masyarakat tidak hanya karena campur tangan

adat istiadat tetapi juga dukungan dari media. Perempuan menjadi kelompok marginal dalam masyarakat. Nancy Hartsock (1983) memperkenalkan *Standpoint theory* (Teori Standpoint) sebagai salah satu dari teori dalam ilmu komunikasi yang berbicara tentang konsep gender. Teori ini melihat bahwa perempuan dan laki-laki memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berbeda, sehingga cara mereka untuk mengetahui sesuatu pun akan berbeda. Teori ini menegaskan bahwa mereka yang termarginalisasikan secara sosial dapat dengan mudah melihat bias dan celah dalam sistem produksi pengetahuan (Pierre, 2014).

West dan Turner (2010: 508-511) menjelaskan tentang konsep-konsep utama dari *standpoint theory* yang terdiri dari: 1) *Standpoint* berkaitan dengan lokasi dalam kelompok atau struktur sosial dimana kelompok outsider memberikan pengetahuan dan pengalaman mereka berdasarkan apa yang telah dijalaninya. Standpoint dapat terjadi jika adanya usaha dan interaksi. 2) *Situated knowledge* menjelaskan tentang pengetahuan, bersumber dari lingkungan dan status sosial dalam masyarakat. Lebih jauh poin ini ingin menjelaskan bahwa yang diperoleh seseorang merupakan hasil dari apa yang selama ini dipelajari dan juga dari pengalaman seseorang 3) *Sexual division of labor* menjelaskan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki kedudukan yang berbeda dalam masyarakat. Dimana kedudukan ini dilihat dari peran sosial baik dalam sektor domestik maupun publik.

*Standpoint theory* dari sudut pandang lain ingin menekankan pada naturalistik atau berdasarkan pengalaman sehari-hari. Para ahli teori ini Sandra Harding menyebutkan bahwa teori ini berasal dari gagasan atau perspektif individu yang terpinggirkan dan tertindas yang dapat membantu menciptakan pandangan dunia yang lebih objektif. Sementara dilihat dari fenomena outsider-inside, individu-individu ditempatkan dalam posisi yang unik untuk menunjukkan pola perilaku yang tidak dapat dikenali oleh mereka yang tenggelam dalam budaya kelompok dominan. *Standpoint theory* memberikan suara kepada kelompok yang terpinggirkan dengan membiarkan mereka menentang status quo sebagai orang luar di dalam lingkungan mereka berasal (The Audiopedia, 2016).

Putriana (2012:24) menjelaskan bahwa teori ini memberikan sebuah kerangka untuk memahami sistem kekuasaan. Kerangka ini berasal dari pengetahuan yang diangkat dari kehidupan sehari-hari. Dimana dalam kehidupan masyarakat, ada kaum dominan dan sebaliknya. Biasanya kaum dominan ini identik dengan laki-laki sedangkan perempuan menjadi kaum yang terpinggirkan. Perempuan seringkali tidak dipercaya

untuk mengerjakan pekerjaan yang sama dengan kaum laki-laki. Bahkan mereka juga tidak mendapat tempat di hati masyarakat karena pengetahuan yang telah dibangun turun temurun bahwa laki-laki adalah pemimpin yang pantas berada di ruang publik.

Perempuan di parlemen sampai saat ini masih terbatas jumlahnya. Bias peran dominan laki-laki. Keterlibatan perempuan dalam dunia politik sampai saat ini masih terbatas jumlahnya, entah itu karena faktor adat istiadat tentang peran dominan laki-laki dalam sistem masyarakat, jika dilihat dari *standpoint theory* perempuan diberikan tempat nomor dua dalam kelas sosial. Kualitas perempuan tidak jarang sering diabaikan dengan anggapan bahwa status dan peran perempuan itu terbatas. Normalisasi tentang perempuan juga dapat ditemukan di media salah satunya pada berita yang kompas. com. Peneliti menemukan fenomena dimana ketika memasukan kata kunci DPR RI Perempuan dan DPR RI Perempuan Indonesia dari 100 halaman yang ditampilkan hanya ditemukan 19 berita yang membahas perempuan di parlemen Indonesia, sisanya ditemukan hanya membahas DPR, pendapat pakar serta isu perempuan yang dibahas oleh anggota DPR RI laki-laki. Selanjutnya dalam penelitian ini juga menggunakan rentan waktu Mei 2019- April 2021. Hal ini karena Mei 2019 menjadi awal ketika para perempuan yang terpilih mulai mempersiapkan diri mereka untuk memasuki kehidupan baru sebagai anggota DPR RI dan April 2021 karena pada tahun ini menjadi tahun kedua serta menjadi agenda rapat Paripurna DPR RI masa sidang IV periode 2020-2021, oleh karena itu peneliti ingin melihat bagaimana bingkai media kompas. com dalam memberitakan perempuan-perempuan yang berada di parlemen. Berdasarkan fenomena inilah yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian tentang media dan perempuan yang akan dianalisis menggunakan analisis isi berita dari media kompas. com periode Mei 2019-April 2021 tentang DPR RI perempuan di Indonesia menurut *standpoint theory*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yakni “Bagaimana gambaran pemberitaan anggota DPR RI perempuan di Indonesia menurut kompas. com periode Mei 2019-April 2021?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pemberitaan anggota DPR RI Perempuan dalam surat kabar kompas. com.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian tentang anggota DPR RI perempuan di Indonesia
- 2) Mengembangkan dan menerapkan teori ilmu komunikasi, khususnya *standpoint theory*
- 3) Menjadi sumbangan ilmu pengetahuan akademis di bidang manajemen media digital

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berpikir melalui karya ilmiah serta melatih penulis untuk memahami dan menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.
- 2) Bagi media-media baik online maupun cetak. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai media literasi dan menambah wawasan tentang cara pandang media dalam membingkai perempuan di legislatif.
- 3) Bagi pemerintah, aktivis perempuan, dan masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan dalam merumuskan kebijakan-kebijakan yang ada.