

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat media massa ikut berubah menyesuaikan dengan tren yang ada, termasuk aliran atau mazhab jurnalisme. Beberapa mazhab jurnalisme seperti jurnalisme khalayak, jurnalisme ideologis, jurnalisme warga, jurnalisme investigasi, jurnalisme bencana, jurnalisme kuning, hingga jurnalisme gender dapat dipilih oleh media massa dalam menentukan perspektif peliputan.

Gerbner (Ardianto, Komala, dan Karinah, 2015, h. 3) menjelaskan bahwa hasil produk komunikasi dapat berupa pesan-pesan yang terus disebarluaskan dan didistribusikan kepada khalayak dalam jangka waktu tertentu. Gerbner menyatakan bahwa:

“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan berkelanjutan, serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).” (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2015, h. 3).

Berangkat dari definisi di atas, media massa pun dibagi menjadi dua kategori yaitu media massa cetak dan media elektronik. Yosep Adi Prasetyo selaku Ketua Dewan Pers mengungkapkan bahwa setidaknya ada 47.000 media massa di Indonesia yang terbagi atas media cetak dan media daring per tahun 2018. Namun, dari jumlah tersebut, hanya ada 2.400 media yang profesional dan lolos verifikasi Dewan Pers per tahun 2018. Tentu saja tidak ada setengah dari banyaknya media massa di Indonesia yang diklaim tertinggi di dunia. (Media Indonesia, 2019).

Media massa tersebut membuat masyarakat mengakses informasi dalam berbagai bentuk dan varian, sehingga informasi yang diterima pun dapat beragam.

Apalagi setiap media memiliki karakternya masing-masing, sebagai contoh adalah Tirto.id yang kuat dengan infografisnya, Tribunnews.com yang selalu *update* berita dengan cepat, Narasi.tv dengan kekuatan datanya, Tempo.co dengan liputan investigasi, dan lain sebagainya.

Ada berbagai indikator untuk menilai sebuah media yang berperspektif gender seperti jumlah jurnalis perempuan yang bekerja di media tersebut, bagaimana media menyajikan berita tentang perempuan dan gender, pemilihan narasumber perempuan, dan masih banyak lagi. Penelitian Tempo Institute dan Pusat Data dan Analisis Tempo menyebutkan bahwa dari 22.900 narasumber yang dikutip media, hanya ada 2.525 orang yang merupakan narasumber perempuan. Penelitian tersebut dilakukan pada 6 Agustus sampai 6 September 2018 dengan melibatkan tujuh media cetak dan tiga media daring (Wardhani, 2019).

Ketimpangan pemilihan narasumber perempuan tersebut didasarkan pada kemudahan menghubungi dan kemauan narasumber untuk menjawab pertanyaan, bukan didasarkan pada kemampuan narasumber yang bersangkutan. Dari situ, dapat dilihat bahwa media massa pun turut andil dalam melanggengkan stereotip, seksisme, dan standar ganda pada perempuan. Hal tersebut dikarenakan wartawan dan redaktur di perusahaan media masih belum berperspektif gender, sehingga berita-berita yang disajikan pun masih dilingkupi nilai-nilai patriarkal dan misoginis. Ditambah lagi berita-berita yang bersifat seksis justru mendapatkan *rating* cukup tinggi di masyarakat (Ervita, 2021).

Jumlah jurnalis perempuan di Indonesia tidak lebih dari 25%. Dalam Aliansi Jurnalis Independen (AJI) pun anggota perempuannya hanya berjumlah 20% saja

(Adriana dalam Konde.co, 2021, 16 Maret). Artinya, profesi jurnalis masih didominasi oleh laki-laki. *International Federation of Journalist* (IFJ) menyebutkan bahwa ada dua cara untuk melihat seberapa banyak representasi perempuan di media: (1) membentuk struktur khusus (Komite Perempuan atau Dewan Kesetaraan); (2) mengenakan sistem kuota untuk melihat kesetaraan representasi jurnalis perempuan dan laki-laki (Luviana, 2012). Apabila secara kuantitas saja tidak setara, bukan tidak mungkin jika hal tersebut mampu memengaruhi bagaimana media dalam melakukan pemberitaan dengan perspektif gender, bahwa pemberitaan media berkaitan erat dengan kebijakan redaksional dan manajemen redaksi di baliknya.

Komnas Perempuan dalam tulisannya yang berjudul “Sejauhmana Media Telah Memiliki Perspektif Korban Kekerasan Seksual” tahun 2015 menyatakan bahwa terdapat empat pasal dalam Kode Etik Jurnalistik yang mengatur pemberitaan jurnalis dan media agar tidak melakukan pelecehan maupun eksploitasi pada perempuan. Keempat pasal tersebut diantaranya adalah pasal 2, 4, 5, dan 8. Hal ini dikarenakan pasal-pasal tersebut mengatur langsung kode etik wartawan seperti tidak melakukan rekayasa pengambilan, pemuatan, atau penyiaran terkait keterangan sumber dan ditampilkan secara berimbang, menghormati pengalaman traumatis narasumber, tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul, tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan anak yang menjadi pelaku kejahatan, serta tidak menulis berita berdasar prasangka atau diskriminasi terhadap perbedaan.

Realitanya, media masih sering tidak mengindahkan kode etik demi keperluan *click* dan *rating* pada beritanya. Masih banyak ditemui media yang menyiarkan identitas korban kejahatan susila secara terang-terangan, serta terkesan tidak menghormati pengalaman traumatik narasumber. Terlebih jika korban kejahatan susila tersebut berasal dari *public figure* atau orang yang cukup dikenal oleh masyarakat.

Kode etik jurnalistik memiliki fungsi sebagai landasan moral dan etika bagi wartawan agar melakukan tindakan tanggung jawab sosial (Pratama, 2020). Dalam kode etik tersebut memuat segala pertimbangan, perhatian, maupun moral profesi wartawan yang juga mengatur hak serta kewajiban wartawan. Apabila wartawan melanggar kode etik, maka wartawan tersebut akan mendapat sanksi dari organisasi profesi wartawan atau perusahaan pers bersangkutan.

Selain kode etik, perlu digarisbawahi juga bahwa wartawan mendapat mandat dari publik untuk menjalankan upaya pemenuhan hak atas informasi dan hak mengetahui informasi dari warga negara (publik). Dengan demikian, publik berhak untuk menuntut pertanggungjawaban dari pejabat publik melalui wartawan yang juga mengemban fungsi sebagai *watch dog* (anjing penjaga). Wartawan juga perlu untuk memperhatikan kelompok-kelompok minoritas seperti perempuan, anak, lansia, buruh, difabel, LGBT, dan korban dari pelanggaran hak asasi manusia yang acapkali tidak terpenuhi haknya sebagai warga negara. Tidak dapat dipungkiri jika jurnalisme sensitif gender perlu untuk dikembangkan lagi oleh para wartawan.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Komnas Perempuan pada tahun 2015, mayoritas media yang menjadi objek penelitiannya belum memenuhi Kode Etik

Jurnalistik. Hal tersebut dikarenakan media masih mencampurkan fakta dan opini, mengungkap identitas korban, menggunakan kata-kata bermakna bias, serta menggiring pembaca untuk *stereotyping* dan menghakimi korban. Padahal, praktek jurnalisme sensitif gender berkaitan erat dengan kode etik jurnalistik.

Pada dasarnya, jurnalisme sensitif gender akan menginformasikan, mempermasalahkan, serta menggugat media yang terdapat ketidaksetaraan atau ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan (Subono dalam Santi, 2007, h. 100). Hal ini tentu saja berkaitan dengan empat pasal dalam kode etik jurnalistik yang menjadi tolok ukur menilai bagaimana media dalam memberitakan tentang perempuan, terlebih jika masalah yang diangkat adalah terkait kekerasan seksual.

UNESCO bekerja sama dengan *International Federation of Journalists* dan beberapa mitra lain menyusun *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM). UNESCO (2012, h. 27) menjelaskan bahwa penyusunan indikator tersebut bertujuan untuk memberi sumbangan sebagai upaya untuk mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan di dan melalui media dengan segala bentuk tanpa memandang teknologi yang digunakan.

Realitanya, ruang redaksi masih didominasi oleh laki-laki, dan masih banyak perempuan yang belum mendapatkan peran penting di redaksional. Lawi (2020) menjelaskan bahwa 64% posisi dalam redaksional seperti *news gathering*, reporter, penulis, dan editor didominasi laki-laki. Pada tahun tersebut, hanya ada 12 perempuan yang menduduki posisi sebagai pemimpin redaksi di media arus utama Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa media massa belum sepenuhnya

memberikan kebebasan bagi perempuan untuk mengembangkan karier dan memegang peranan penting dalam organisasi media.

Dari pemaparan di atas, maka jurnalisme gender lahir sebagai konsep baru dari jurnalisme konvensional. Jurnalisme konvensional ini dirombak dan memunculkan beberapa konsep jurnalisme baru seperti jurnalisme damai, jurnalisme multikultur, jurnalisme sensitif gender, dan lain sebagainya (Yusuf, 2004). Lebih lanjut, Abrar dalam Yusuf (2004) juga menyebutkan adanya tiga tingkatan pengembangan jurnalisme sensitif gender yaitu pada tataran kognitif, level organisasi atau institusi media, serta keterampilan teknis jurnalistik.

Media massa sebagai sarana penyebaran nilai dirasa penting untuk mulai menerapkan jurnalisme sensitif gender dalam setiap pemberitaan tentang perempuan. Hal tersebut dilakukan guna meminimalisir praktik bias gender, mengkampanyekan kesetaraan gender, serta menghilangkan budaya patriarki secara perlahan. Yusuf (2004) menjelaskan bahwa perlu adanya penanaman dan pemahaman sejak awal terkait sensitivitas gender dalam aktivitas jurnalisme. Oleh karena itu, organisasi media pun berperan penting dalam menanamkan sensitivitas gender pada jajaran redaksinya agar pemberitaan yang disajikan pun tidak bias gender.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah media daring Narasi. GSIM merupakan sebuah panduan dan pemetaan bagi internal media, baik dalam bidang organisasi maupun pemberitaan di media (UNESCO, 2012, h.11). GSIM menjadi penting untuk mengukur sensitivitas gender pada media massa agar media turut mengambil peran dalam menyebarkan dan menanamkan isu kesetaraan gender.

Narasi sendiri merupakan media massa yang didirikan oleh tiga perempuan diantaranya Najwa Shihab, Catherina Davy, dan Dahlia Citra Buana. Beberapa program yang ditayangkan oleh Narasi diantaranya Buka Data, Buka Mata, Narasi *Signature*, WMN *By* Narasi, *Get Started*, dan lain sebagainya. Dari banyaknya program tersebut, peneliti memilih WMN *By* Narasi sebagai objek penelitian. Hal tersebut dikarenakan WMN *By* Narasi merupakan program khusus yang membahas tentang isu-isu perempuan yang seharusnya menggunakan perspektif atau sensitivitas gender pada penyajian kontennya.

Konten-konten yang disajikan oleh WMN *By* Narasi berbeda dengan konten yang disajikan oleh media-media alternatif perempuan seperti Magdalene.id. Jika Magdalene sangat *straight forward* dalam menyajikan berita tentang perempuan, khususnya yang berkaitan dengan kekerasan seksual dan ketidakadilan gender, WMN *By* Narasi justru menggunakan pendekatan yang lebih halus untuk membicarakan isu-isu tentang perempuan dan gender menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan situasi yang relevan dialami oleh setiap perempuan. Konten yang disajikan WMN *By* Narasi dapat digolongkan sebagai bentuk pendidikan kesetaraan gender bagi para audiens.

Ada tiga *platform* yang digunakan oleh WMN *By* Narasi untuk menyajikan konten-kontennya, diantaranya adalah *website* Narasi.tv, akun Instagram @wmnbynarasi, serta Youtube WMN *By* Narasi. Penelitian ini akan spesifik menyorot pada konten Youtube WMN *By* Narasi. Sejauh ini, jumlah konten yang sudah diunggah oleh WMN sekitar 75 video. Ada beragam bentuk konten seperti

wawancara, *question and answer* (QnA), konten reflektif, liputan khusus, serta *behind the screen*.

Penelitian yang dilakukan oleh Astria, Nuzuli, dan Handayani (2021) spesifik membahas tentang etika jurnalistik dalam melakukan pemberitaan mengenai pelecehan seksual di media *online*. Analisis dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Tribunnews.com terindikasi melakukan pelanggaran terhadap Pasal 5 Kode Etik Jurnalistik lewat berita tentang pelecehan seksual. Namun, penelitian ini hanya membahas kode etiknya saja, belum membahas lebih jauh mengapa identitas korban perempuan kejahatan asusila harus dilindungi. Artinya, keterbatasan dalam penelitian ini adalah belum ada pembahasan terkait jurnalisme gender, terutama kaitannya dengan Kode Etik Jurnalistik.

Penelitian lain dilakukan oleh Siregar, Sidharta, dan Arlena (2020) yang menjelaskan tentang kesetaraan gender di ruang redaksi Metro TV. Untuk liputan daerah konflik, Metro TV lebih memilih untuk menerjunkan jurnalis laki-laki. Lain halnya dengan liputan bencana alam dan kegiatan politik yang mengutamakan perempuan. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada kurangnya pembahasan mengenai jurnalisme gender. Penelitian ini hanya berfokus pada pengkotakan liputan berdasar jenis kelamin.

Dari dua penelitian tersebut, perbedaan dengan penelitian yang dilakukan ini terletak pada fokus pembahasan dan media yang digunakan sebagai objek. Penelitian ini akan spesifik membahas penerapan pedoman GSIM pada konten WMN *By Narasi*.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah Bagaimana penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By Narasi*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By Narasi*.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menguji penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By Narasi*?
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk kajian lebih lanjut terkait jurnalisme dan media

2. Secara Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman terkait penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By Narasi*

- b. Untuk pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan terkait penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By* Narasi.

E. Kerangka Teori

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penelitian ini akan menggunakan teori dan konsep diantaranya jurnalisme sensitif gender, kebijakan redaksional, dan media *online*. Hal ini dikarenakan pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah praktik jurnalisme sensitif gender melalui kebijakan redaksional konten WMN *By* Narasi yang berbasis *online*. Adapun kerangka teori dan konsep tersebut sebagai berikut:

1. Jurnalisme Sensitif Gender

Menurut Shapiro dalam Ashari (2019, h. 3), jurnalisme merupakan aktivitas mencari informasi akurat mengenai suatu peristiwa, dimana informasi tersebut didapatkan kemudian dikemas dan disebarluaskan kepada publik. Tujuan utama dari jurnalisme adalah menyediakan informasi akurat dan terpercaya bagi masyarakat agar informasi tersebut mampu membangun masyarakat yang bebas.

Dalam prakteknya, ada banyak sekali mazhab jurnalisme. Hal ini dikarenakan setiap jurnalis memiliki caranya sendiri untuk menyampaikan informasi, apakah ia akan melawan atau mendukung fenomena yang akan diberitakan. Ragam jurnalisme diantaranya ada jurnalisme khalayak,

jurnalisme ideologis, jurnalisme warga, jurnalisme investigasi, jurnalisme bencana, jurnalisme kuning, hingga jurnalisme gender.

Menurut Subono (Santi, 2007, h. 100), jurnalisme gender merupakan kegiatan praktek jurnalistik yang menginformasikan, mempermasalahkan, dan menggugat terus menerus baik dalam media cetak (majalah, surat kabar, tabloid) maupun media elektronik (televisi dan radio) perihal adanya hubungan yang tidak setara atau ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan, keyakinan gender yang menyudutkan perempuan, atau representasi perempuan yang sangat bias gender. Definisi tersebut kemudian diperjelas oleh Latief dan Azis (2019, h. 169) tentang dua hal yang menjadi perhatian jurnalis ketika akan menampilkan pemberitaan berperspektif gender, diantaranya adalah bentuk ketidakadilan gender dan tempat dimana ketidakadilan gender terjadi.

Lingkup pembahasan ketidakadilan gender diantaranya adalah bentuk marjinalisasi, subordinasi, dan stereotip pada perempuan, serta kerja dan kekerasan yang menyudutkan perempuan. Jika dilihat dari tempat ketidakadilan terjadi, maka lingkup pembahasannya seputar struktur, budaya, rumah tangga, urusan pribadi, serta keyakinan kerja yang menyudutkan perempuan.

Tentu saja terdapat perbedaan antara jurnalisme bersifat netral atau obyektif terhadap gender dengan jurnalisme berperspektif gender. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari indikator sebagai berikut:

Tabel 1.1: Perbedaan Jurnalisme Netral dengan Jurnalisme Berperspektif Gender

JURNALISME NETRAL/OBYEKTIF GENDER	JURNALISME BERPERSPEKTIF GENDER
FAKTA	
<p>Terdapat fakta yang nyata dan ini diatur oleh hukum-hukum/kaidah-kaidah tertentu yang berlaku universal.</p> <p>Berita adalah refleksi dari realitas sosial yang ada. Karenanya, berita harus bisa mencerminkan realitas yang diberitakan.</p>	<p>Fakta yang ada pada dasarnya merupakan hasil dari ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender, dan ini berkaitan dengan dominasi kekuatan ekonomi-politik dan sosial-budaya yang ada dalam masyarakat.</p> <p>Berita yang terbentuk merupakan refleksi dari kepentingan kekuatan dominan yang telah menciptakan ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender.</p>
POSISI MEDIA	
<p>Media adalah sarana dimana semua anggota masyarakat dapat berkomunikasi dan berdiskusi dengan bebas, netral, dan setara.</p> <p>Media adalah sarana yang menampilkan semua pembicaraan dan kejadian yang ada dalam masyarakat secara apa adanya.</p>	<p>Mengingat media umumnya hanya dikuasai kepentingan dominan (baca: patriarki), maka media seharusnya menjadi sarana untuk membebaskan dan memberdayakan kelompok-kelompok yang marjinal (khususnya perempuan).</p> <p>Media adalah alat yang harus dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok marjinal (terutama perempuan) untuk memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender.</p>
POSISI JURNALIS	
<p>Nilai atau ideologi jurnalis berada di “luar” proses peliputan atau pelaporan berita/peristiwa.</p> <p>Jurnalis memiliki peran sebagai pelapor yang non-partisan dari kelompok-kelompok yang ada dalam masyarakat.</p> <p>Landasan moral (etis) Profesionalisme sebagai keuntungan Tujuan peliputan dan penulisan: pemaparan dan penjelasan apa adanya</p>	<p>Nilai atau ideologi jurnalis tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan atau pelaporan berita/peristiwa</p> <p>Jurnalis memiliki peran sebagai aktivis atau partisan dari kelompok-kelompok marjinal (khususnya perempuan) yang ada dalam masyarakat</p> <p>Landasan ideologis Profesionalisme sebagai kontrol Tujuan peliputan dan penulisan: pemihakan dan pemberdayaan kepada kelompok-kelompok marjinal, terutama perempuan</p>

Jurnalis sebagai bagian dari tim untuk mencari kebenaran	Jurnalis sebagai pekerja yang memiliki posisi berbeda dalam kelas-kelas sosial
HASIL PELIPUTAN/PEMBERITAAN	
Hasil liputan bersifat dua sisi atau dua pihak (seimbang) – gender netral	Hasil liputan merefleksikan ideologi jurnalis yang berperspektif gender
Obyektif – netral, tidak memasukkan opini atau pandangan obyektif	Subyektif karena merupakan bagian dari kelompok-kelompok marjinal yang diperjuangkan
Memakai bahasa “baku” yang tidak menimbulkan banyak penafsiran	Memakai bahasa yang sensitive gender dengan pemihakan yang jelas
Hasil peliputan bersifat eksplanasi, prediksi, dan kontrol	Hasil peliputan bersifat kritis, transformatif, emansipatif, dan pemberdayaan sosial

Perlunya perspektif gender dalam peliputan di media menjadi salah satu *concern* utama bagi Aliansi Jurnalis Independen (AJI) untuk menyusun sebuah indikator untuk menilai atau mengukur sensitivitas gender pada media. Buku yang diterbitkan oleh *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) berjudul “*Gender Sensitive Indicator for Media (GSIM)*” yang diterjemahkan oleh Aliansi Jurnalis Independen, buku tersebut memuat setidaknya dua kategori untuk mengukur sensitivitas gender pada media. Kategori tersebut diantaranya adalah langkah-langkah untuk mendorong kesetaraan gender di organisasi media, serta potret gender dalam konten media.

UNESCO sangat mendukung kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan untuk menjadi prioritas, khususnya dalam dunia pemberitaan. Pada Konferensi Keempat Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB), peran media sangat diperlukan untuk mengampanyekan kesetaraan gender dalam semua bidang, para pemangku kepentingan juga ikut andil dalam memerangi

stereotip dan ketimpangan perempuan untuk mendapat akses, serta adanya partisipasi di berbagai bidang, khususnya di media (UNESCO, 2012).

Oleh karena itu, UNESCO dan *International Federation of Journalists* bekerja sama untuk menyusun kerangka kerja yang diberi nama “*Gender Sensitive Indicators for Media* (GSIM)”. Tujuan disusunnya GSIM adalah untuk memberi sumbangan berupa upaya terhadap kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan di, dan, melalui media tanpa mempertimbangkan teknologi yang digunakan (UNESCO, 2012, h. 24). Indikator tersebut dapat digunakan oleh semua media seperti media atau LSM yang mengadvokasi kesetaraan gender, asosiasi media, badan/regulator media, organisasi masyarakat sipil yang *concern* pada isu gender dan media, institusi akademis, serikat jurnalis, kementerian atau lembaga pemerintah, serta pusat penelitian jurnalisme, komunikasi, sekolah tinggi, universitas, dan lembaga pelatihan lain.

Indikator dalam GSIM tersebut memuat isu sebagai berikut (UNESCO, 2012, h. 28-29):

- a. Kebijakan internal media untuk memastikan tingkat sensitivitas gender dalam manajemen media
- b. Pengembangan kapasitas profesional media
- c. Peran asosiasi/serikat profesional dan lembaga akademis, serta kelompok masyarakat sipil yang menjadi sasaran sekunder

Lebih lanjut, GSIM memiliki dua kategori yaitu langkah-langkah untuk mendorong kesetaraan gender di organisasi media, serta potret gender dalam

konten media. Setiap kategori pun memiliki poinnya masing-masing yang berhubungan dengan indikator sensitif gender. Dalam kategori A misalnya, terdapat lima poin diantaranya:

- a. Keberimbangan gender pada level pengambilan keputusan
- b. Kesetaraan gender di ruang kerja
- c. Kesetaraan gender di serikat, asosiasi, klub, dan organisasi jurnalis, profesional media lain, serta badan regulator media
- d. Organisasi media guna mendorong penerapan kode etik atau kebijakan editorial yang mendukung kesetaraan gender dalam pemberitaan
- e. Keberimbangan gender dalam pendidikan dan pelatihan

Kategori B memuat dua poin diantaranya berita dan *current affairs*, serta iklan. Dari kedua poin tersebut, berita dan *current affairs* masih diturunkan lagi menjadi lima poin, sedangkan iklan diturunkan menjadi dua poin. Dalam penelitian ini, poin yang akan digunakan adalah poin BI.3 yang memiliki tujuan strategis yaitu pemberitaan mengenai kesetaraan dan keadilan gender sebagai bagian penting dan integral dari peran media sebagai “anjing penjaga” atau *watchdog* bagi masyarakat. Fokus poin ini adalah melihat kesetaraan gender dalam pemberitaan media, baik secara tertulis atau tersiar dan dimuat secara *online* baik oleh media swasta, komunitas, maupun publik. Ada tiga indikator dalam poin ini diantaranya:

- a. Persentase kisah yang berfokus pada masalah kesetaraan atau ketimpangan gender tertentu antara perempuan dan laki-laki,

kebijakan bersangkut-paut, masalah legislatif, program yang dirancang untuk melindungi dan menggalakkan hak asasi manusia, hak perempuan, dan kesetaraan gender.

- b. Persentase kisah yang menyoroti aspek kesetaraan atau ketimpangan gender atas berbagai peristiwa dan masalah (politik dan pemerintahan, ekonomi dan bisnis, perang dan konflik, kejahatan, kekerasan, kemiskinan, sains dan teknologi, olahraga, dan sebagainya).
- c. Persentase ruang atau waktu dan nilai penting pemberitaan dalam hal alokasi waktu saat *primetime* atau waktu puncak, halaman depan atau tulisan *feature*.

Dalam penerapannya, indikator-indikator tersebut akan diverifikasi dengan cara *monitoring* dan analisis konten berita berdasar jenis kelamin, laporan penilaian dan/atau evaluasi atau kritik terhadap konten berita oleh manajer, redaktur dan/atau jurnalis, serta pekerja media lainnya.

2. Media Online

Media *online* akan dikaitkan dengan jurnalisme *online* yang merupakan proses penyampaian informasi atau berita melalui media internet sebagai bentuk terobosan baru dari *new media* (Romli, 2012, h. 16). Jurnalisme *online* menganut prinsip BASIC sesuai yang diungkapkan oleh Bradshaw (Romli, 2012, h. 17-18). Prinsip tersebut adalah *brevity* (keringkasan) berita, *adaptability* (kemampuan beradaptasi) lewat penyajian konten berita secara multimedia, *scannability* (dapat dipindai) agar audiens dapat

membaca cepat berita tersebut dan tetap mendapatkan informasi yang dibutuhkan, *interactivity* (interaktivitas) yang memungkinkan adanya keterlibatan audiens, serta *community and conversation* (komunitas dan percakapan) yang memungkinkan jurnalis untuk memberi *feedback* kepada publik.

Lebih lanjut, Mike Ward (Romli, 2012, h. 19-20) menjelaskan karakteristik jurnalisme *online* diantaranya *immediacy* atau kecepatan penyampaian informasi, *multiple pagination* yang memungkinkan antar berita saling terkait, multimedia yang menggabungkan teks, gambar, audio, video, serta grafis, *flexibility delivery platform* yang memungkinkan wartawan menulis berita kapan saja dan di mana saja, *archiving* dengan cara menggunakan *keyword* (kata kunci), serta *relationship with reader* melalui kolom komentar.

F. Kerangka Konsep

Konsep dalam penelitian ini adalah melihat penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicator for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By Narasi*. Jika pada jurnalisme netral, wartawan berperan sebagai pelapor non-partisan yang bertugas melakukan peliputan secara bebas, netral, dan setara, sehingga pemberitaannya bersifat seimbang dan obyektif karena tidak memihak pada siapapun. Lain halnya dengan jurnalisme gender yang menempatkan wartawan sebagai aktivis atau partisan dari kelompok marjinal dalam masyarakat. Dengan demikian, wartawan

berperspektif gender akan memanfaatkan medianya sebagai sarana untuk memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender.

Fokus penelitian ini adalah pada penerapan pedoman *Gender Sensitive Indicators for Media* (GSIM) dalam konten WMN *By* Narasi. GSIM menjadi jawaban dari pentingnya menerapkan jurnalisme sensitif gender pada media, mengingat bahwa media memiliki fungsi sebagai sarana edukasi dan kontrol sosial. Media memegang peranan penting untuk mengampanyekan kesetaraan gender kepada publik lewat berita-berita yang dihasilkan. Tujuan disusunnya indikator tersebut ialah untuk mendorong media agar berani mengambil peran untuk menanamkan kesetaraan gender pada publik. Selain itu, indikator sensitif gender juga disusun sebagai sarana untuk menganalisis kebijakan dan praktek internal media, serta menjadi pijakan untuk melakukan perubahan yang berkaitan dengan kesetaraan gender di media.

Peneliti akan menggunakan kategori B dalam GSIM yang memuat dua poin yaitu berita dan *current affairs* serta iklan. Dalam kategori tersebut, ada poin BI.3 yang berkaitan dengan peran media sebagai “anjing penjaga” atau *watchdog* bagi masyarakat, khususnya tentang pemberitaan kesetaraan dan keadilan gender. Indikator yang dimuat dalam poin tersebut diantaranya:

- a. Persentase kisah yang berfokus pada masalah kesetaraan atau ketimpangan gender tertentu antara perempuan dan laki-laki, kebijakan bersangkut-paut, masalah legislatif, program yang dirancang untuk melindungi dan menggalakkan hak asasi manusia, hak perempuan, dan kesetaraan gender. Hal yang akan diteliti adalah bagaimana cara WMN *By* Narasi dalam

mengangkat kisah yang berkaitan langsung dengan kebijakan kesetaraan gender dan perlindungan bagi perempuan.

- b. Persentase kisah yang menyoroti aspek kesetaraan atau ketimpangan gender atas berbagai peristiwa dan masalah (politik dan pemerintahan, ekonomi dan bisnis, perang dan konflik, kejahatan, kekerasan, kemiskinan, sains dan teknologi, olahraga, dan sebagainya). Hal yang akan diteliti adalah pertimbangan WMN *By Narasi* dalam mengangkat suatu peristiwa yang berkaitan dengan isu perempuan dan kesetaraan gender.
- c. Persentase ruang atau waktu dan nilai penting pemberitaan dalam hal alokasi waktu saat *primetime* atau waktu puncak, halaman depan atau tulisan *feature*. Hal yang akan diteliti adalah waktu *upload* konten-konten WMN *By Narasi*, khususnya pada akun Youtube.

Ketiga indikator GSIM tersebut akan menjadi indikator untuk menilai apakah konten-konten dalam WMN *By Narasi* dan proses produksinya sudah berperspektif gender atau belum. Per tanggal 27 Oktober 2022, setidaknya ada 78 video yang diunggah di Youtube WMN *By Narasi* yang terlampir dalam Lampiran I. Dari ke-78 video tersebut, ada yang murni berisi liputan, wawancara, ataupun konten WMN *By Narasi*. Oleh karena penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif, maka diperlukan adanya unit analisis untuk melihat seberapa banyak dan sering jurnalisme gender diterapkan pada konten WMN. Berikut unit analisis untuk meneliti konten-konten yang ada:

Tabel 1.2: Unit Analisis GSIM

Indikator Jurnalisme Gender	Indikator	Penilaian/Scoring
<p>Persentase kisah yang berfokus pada masalah kesetaraan atau ketimpangan gender tertentu antara perempuan dan laki-laki, kebijakan bersangkut-paut, masalah legislatif, program yang dirancang untuk melindungi dan menggalakkan hak asasi manusia, hak perempuan, dan kesetaraan gender.</p>	<p>Menyinggung tentang ketidaksetaraan hak perempuan dalam memilih jalan hidupnya</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Cerita yang disampaikan termasuk masalah yang dialami perempuan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
<p>Persentase kisah yang menyoroti aspek kesetaraan atau ketimpangan gender atas berbagai peristiwa dan masalah (politik dan pemerintahan, ekonomi dan bisnis, perang dan konflik, kejahatan, kekerasan, kemiskinan, sains dan teknologi, olahraga, dan sebagainya).</p>	<p>Konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak politik dan pemerintahan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak ekonomi dan bisnis (termasuk berkarier)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak sains dan teknologi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak kesehatan (kesehatan mental, reproduksi, dan olahraga)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
<p>Persentase ruang atau waktu dan nilai penting pemberitaan dalam hal alokasi waktu saat <i>primetime</i> atau waktu puncak, halaman depan atau tulisan <i>feature</i>.</p>	<p>Konten dipublikasikan pada hari kerja (Senin-Jumat)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Konten dipublikasikan pada akhir pekan (Sabtu dan Minggu)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Jumlah penayangan kurang dari 10.000 kali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	<p>Jumlah penayangan antara 10.000-50.000 kali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak

		<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Jumlah penayangan lebih dari 50.000 kali	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
Media menjadi alat untuk memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender	Konten berisi ajakan untuk melawan stigma yang sering disematkan pada perempuan	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Konten berisi ajakan kepada perempuan untuk berani memberi pengaruh positif kepada orang-orang di sekitarnya	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Konten berisi ajakan kepada perempuan untuk berani menentukan pilihan hidupnya	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Konten berisi ajakan untuk melawan kekerasan berbasis gender	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
Tujuan penulisan beritanya adalah untuk pemihakan dan pemberdayaan kepada kelompok perempuan	Narasumber dalam kontennya adalah perempuan	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Tidak ada narasumber dalam kontennya	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Konten berita menciptakan ruang aman bagi perempuan sehingga narasumber dapat membagikan cerita	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya
	Konten berupa <i>talkshow</i> yang memungkinkan adanya percakapan antar narasumber	<ul style="list-style-type: none"> • Diberi nilai 0 jika jawaban tidak • Diberi nilai 1 jika jawaban ya

G. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini adalah *post positivisme*. Malik dan Nugroho (2016, h. 67) menyatakan bahwa paradigma *post positivisme* merupakan kritik atas paradigma positivisme yang meyakini bahwa realitas sosial ada dan sesuai dengan hukum alam sehingga penelitian berusaha mengungkap realitas tersebut. Paradigma *post positivisme* mengkritik paradigma tersebut dan memperbolehkan penggunaan metode kualitatif pada penelitiannya.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian campuran antara kualitatif dan kuantitatif. Saebani dan Sutisna (2018, h. 257) mendefinisikan metode penelitian campuran (*mixed methods*) sebagai metode yang mengombinasikan antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Hal tersebut dilakukan dengan alasan untuk menguji hasil penelitian di tahap awal dan menjelaskan secara lebih terperinci.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan *sequential exploratory*. Saebani dan Sutisna (2018, h. 263) menyebutkan bahwa *sequential exploratory* dilakukan dengan metode kualitatif di awal yang kemudian dilanjutkan dengan metode kuantitatif.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Narasi.tv yang berlokasi di Intiland Tower Jalan Jenderal Sudirman No. Kav 23, RT 03/RW 02, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

5. Waktu Penelitian

Penelitian akan berlangsung mulai bulan Juli 2022.

6. Subjek Penelitian

Penentuan subjek penelitian ini menggunakan teknik *purposeful sampling* yang berarti subjek dipilih berdasar tujuan penelitian tanpa memperhatikan kemampuan generalisasi. Dalam hal ini, subjek yang dipilih berarti jajaran redaksi WMN *By Narasi*. Subjek tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Adeste Adipriyanti sebagai Penanggung Jawab Program WMN *By Narasi*. Alasan pemilihan narasumber adalah karena seorang penanggung jawab program yang menjadi *gatekeeper* dalam media WMN *By Narasi* sehingga dapat digunakan untuk mencari data terkait pentingnya perspektif gender dalam penyajian berita WMN *By Narasi*, serta pertimbangan redaksi untuk mengangkat topik bertema perempuan dan kesetaraan gender.
- b. Dewi Ananda sebagai Produser. Alasan pemilihan narasumber adalah karena produser yang menjadi pemimpin produksi berita, sehingga dapat digunakan untuk mencari data terkait waktu pengunggahan konten, penyajian jenis konten (*talkshow* atau berita), serta bagaimana penanaman perspektif gender melalui konten WMN *By Narasi*.
- c. Anka Yolanda sebagai Produser *Medium Form* WMN *By Narasi*. Alasan pemilihan narasumber adalah karena produser pada *medium form* ini merangkap menjadi pemimpin produksi berita, tim riset, dan tim kreatif dalam memproduksi konten Youtube WMN.

- d. Putri Syifa sebagai Tim Kreatif. Alasan pemilihan narasumber adalah karena tim kreatif bertugas membangun cerita dan mencari ide-ide untuk menyajikan konten, sehingga dapat digunakan untuk mencari data terkait bagaimana WMN *By* Narasi membangun kisah atau peristiwa yang berperspektif gender.

7. Populasi dan Sampel

Menurut Saebani dan Sutisna (2018, h. 287), populasi adalah keseluruhan sampel. Sampel merupakan bagian kecil dari populasi. Dalam penelitian ini, populasi adalah jumlah video yang dipublikasikan pada Youtube WMN *By* Narasi yaitu 78 video. Untuk sampelnya sendiri adalah 10% dari 78 video yaitu 7 video.

8. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Proses wawancara ini dilakukan secara interaktif sehingga memungkinkan adanya interaksi antara *interviewer* dan *interviewee*. Dari berbagai jenis wawancara, peneliti akan menggunakan teknik wawancara dengan petunjuk umum yang mengharuskan pewawancara untuk menyusun kerangka pembicaraan dalam petunjuk wawancara. Proses wawancaranya pun terstruktur sesuai dengan pertanyaan yang akan diajukan kepada *interviewee*.

b. Analisis Isi Kuantitatif

Holsti (Arafat, 2018, h. 33) mendefinisikan analisis isi sebagai teknik mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik

khusus dalam suatu pesan secara sistematis dan obyektif. Teknik ini akan dilakukan dengan membuat skala, item, atau indikator untuk mengumpulkan data. Selanjutnya data tersebut akan diinterpretasikan berdasar teori dan hipotesis pemikiran.

9. Metode Analisis Data

Model analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sekuensial atau bertahap (*sequential mixed methods*). Model ini dilakukan dengan cara wawancara kualitatif terlebih dulu, kemudian dilanjutkan dengan survei kuantitatif untuk memperoleh hasil umum dari populasi.

Saebani dan Sutisna (2018, h. 271) menjelaskan urutan analisis data metode campuran sebagai berikut:

- a. Transformasi data
- b. Eksplorasi *outlier*
- c. Membuat instrumen
- d. Menguji pada level ganda
- e. Membuat matriks atau tabel

10. Uji Reliabilitas Data

Untuk menguji reliabilitas data, peneliti menggunakan rumus Holsti. Rumus Holsti memiliki ukuran angka 0 sampai angka 1 dengan rincian 0 untuk tidak reliabel sama sekali dan 1 untuk reliabel sempurna. Rumus Holsti adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

- M : jumlah *coding* yang sama
- N1 : jumlah *coding* yang dibuat *coder* 1
- N2 : jumlah *coding* yang dibuat *coder* 2

Rumus Holsti menoleransi 70% reliabilitas minimum, atau 0,7 dalam indikator. Jika perhitungannya kurang dari 70%, maka tidak reliabel. Tapi jika perhitungannya lebih dari 70% berarti reliabel. Dengan demikian, dibutuhkan 10% sampel dari populasi yang ada. Dari 78 video yang ada, maka peneliti mengambil 10% dari 78 populasi untuk menjadi sampel yaitu 7 video.

Peneliti menggunakan dua *coder* yaitu peneliti sendiri sebagai *coder* pertama dan I Gusti Ayu Dhea Gayatri Putri Swastika, alumni FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai *coder* kedua.

a. Perhitungan Reliabilitas Indikator 1

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 1 tentang konten yang menyinggung ketidaksetaraan hak perempuan dalam memilih jalan hidupnya:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	0	0
Video 3	1	0
Video 4	1	0
Video 5	1	1
Video 6	1	0
Video 7	1	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 1 ini adalah 3 konten yang memiliki kesamaan antara *coder* 1 dan *coder* 2. Jika dimasukkan dalam

rumus Holsti, maka reliabilitas antar *coder* adalah: $(2 \times 3) / (7+7) = 0,4$.

Jadi, hasil reliabilitas indikator 1 adalah 0,4.

b. Penghitungan Reliabilitas Indikator 2

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 2 tentang cerita yang disampaikan termasuk masalah yang dialami perempuan:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	1
Video 3	1	1
Video 4	1	1
Video 5	1	1
Video 6	1	1
Video 7	1	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 2 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder* 1 dan *coder* 2. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 2 adalah 0,8.

c. Penghitungan Reliabilitas Indikator 3

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 3 tentang konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak politik dan pemerintahan:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	0	0
Video 3	0	0
Video 4	0	0
Video 5	0	0
Video 6	0	0
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 3 ini adalah 7 konten yang berarti *coder 1* dan *coder 2* memiliki kesamaan. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 7) / (7 + 7) = 1$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 3 adalah 1.

d. Penghitungan Reliabilitas Indikator 4

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 4 tentang konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak ekonomi dan bisnis (termasuk berkarier):

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	0	0
Video 3	0	0
Video 4	1	1
Video 5	1	0
Video 6	1	1
Video 7	0	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 4 ini adalah 5 konten yang sama antara *coder 1* dan *coder 2*. Jika dimasukkan dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 5) / (7 + 7) = 0,7$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 4 adalah 0,7.

e. Penghitungan Reliabilitas Indikator 5

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 5 tentang konten yang disampaikan emmuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak sains dan teknologi:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	0	0
Video 3	0	0
Video 4	0	0
Video 5	0	0

Video 6	1	0
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 5 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 5 adalah 0,8.

f. Penghitungan Reliabilitas Indikator 6

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 6 berarti konten yang disampaikan memuat masalah perempuan terkait pemenuhan hak kesehatan (kesehatan mental, reproduksi, dan olahraga):

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	1
Video 2	0	0
Video 3	0	1
Video 4	1	0
Video 5	1	1
Video 6	1	1
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 6 ini adalah 4 konten yang sama antara *coder 1* dan *coder 2*. Jika dimasukkan dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 4) / (7+7) = 0,5$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 6 adalah 0,5.

g. Penghitungan Reliabilitas Indikator 7

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 7 tentang konten yang dipublikasikan pada hari kerja:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	0	0
Video 3	1	0

Video 4	1	1
Video 5	0	0
Video 6	1	1
Video 7	1	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 7 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 7 adalah 0,8.

h. Penghitungan Reliabilitas Indikator 8

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 8 tentang konten yang dipublikasikan pada akhir pekan:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	1	1
Video 3	0	1
Video 4	0	0
Video 5	1	1
Video 6	0	0
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 8 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 8 adalah 0,8.

i. Penghitungan Reliabilitas Indikator 9

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 9 tentang jumlah penayangan kurang dari 10.000 kali:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0

Video 2	1	1
Video 3	1	1
Video 4	1	0
Video 5	0	0
Video 6	0	0
Video 7	1	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 9 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 9 adalah 0,8.

j. Penghitungan Reliabilitas Indikator 10

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 10 tentang jumlah penayangan antara 10.000-50.000 kali:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	0	0
Video 3	0	0
Video 4	0	1
Video 5	1	1
Video 6	0	0
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 10 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 10 adalah 0,8.

k. Penghitungan Reliabilitas Indikator 11

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 11 tentang jumlah penayangan lebih dari 50.000 kali:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	0	0
Video 4	0	0
Video 5	0	0
Video 6	1	1
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 11 ini adalah 7 konten yang berarti *coder 1* dan *coder 2* memiliki kesamaan. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 7) / (7+7) = 1$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 11 adalah 1.

l. Penghitungan Reliabilitas Indikator 12

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 12 tentang konten berisi ajakan melawan stigma yang sering disematkan pada perempuan:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	0	0
Video 4	1	0
Video 5	1	1
Video 6	1	1
Video 7	0	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 12 ini adalah 5 konten yang sama antara *coder 1* dan *coder 2*. Jika dimasukkan dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 5) / (7+7) = 0,7$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 12 adalah 0,7.

m. Penghitungan Reliabilitas Indikator 13

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 13 tentang konten berisi ajakan kepada perempuan untuk berani memberi pengaruh positif kepada orang-orang di sekitarnya:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	0	1
Video 4	0	0
Video 5	0	1
Video 6	1	1
Video 7	1	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 13 ini adalah 5 konten yang sama antara *coder 1* dan *coder 2*. Jika dimasukkan dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 5) / (7 + 7) = 0,7$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 13 adalah 0,7.

n. Penghitungan Reliabilitas Indikator 14

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 14 tentang berisi ajakan kepada perempuan untuk berani menentukan pilihan hidupnya:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	1	1
Video 4	1	0
Video 5	1	1
Video 6	1	1
Video 7	1	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 14 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam

rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7 + 7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 14 adalah 0,8.

o. Penghitungan Reliabilitas Indikator 15

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 15 tentang konten berisi ajakan untuk melawan kekerasan berbasis gender:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	1	1
Video 3	0	0
Video 4	0	0
Video 5	0	0
Video 6	1	1
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 15 ini adalah 7 konten yang berarti *coder 1* dan *coder 2* memiliki kesamaan. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 7) / (7 + 7) = 1$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 15 adalah 1.

p. Penghitungan Reliabilitas Indikator 16

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 16 tentang narasumber dalam kontennya adalah perempuan:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	1	1
Video 4	0	0
Video 5	0	0
Video 6	1	1
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 16 ini adalah 7 konten yang berarti *coder 1* dan *coder 2* memiliki kesamaan. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 7) / (7 + 7) = 1$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 16 adalah 1.

q. Penghitungan Reliabilitas Indikator 17

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 17 tentang tidak ada narasumber dalam kontennya:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	0	0
Video 2	1	1
Video 3	0	0
Video 4	1	0
Video 5	1	0
Video 6	0	0
Video 7	1	1

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 17 ini adalah 5 konten yang sama antara *coder 1* dan *coder 2*. Jika dimasukkan dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 5) / (7 + 7) = 0,7$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 17 adalah 0,7.

r. Penghitungan Reliabilitas Indikator 18

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 18 tentang konten berita menciptakan ruang aman bagi perempuan sehingga narasumber dapat membagikan cerita:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	1	1
Video 4	0	0
Video 5	0	0

Video 6	1	1
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 18 ini adalah 7 konten yang berarti *coder 1* dan *coder 2* memiliki kesamaan. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 7) / (7+7) = 1$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 18 adalah 1.

s. Penghitungan Reliabilitas Indikator 19

Berikut hasil uji reliabilitas pada indikator 19 tentang konten berupa *talkshow* yang memungkinkan adanya percakapan antar narasumber:

Video	Coder 1	Coder 2
Video 1	1	1
Video 2	0	0
Video 3	1	0
Video 4	0	0
Video 5	0	0
Video 6	1	1
Video 7	0	0

Kesamaan hasil uji reliabilitas pada indikator 19 ini adalah 6 konten yang memiliki kesamaan antara *coder 1* dan *coder 2*. Maka, dalam rumus Holsti adalah: $(2 \times 6) / (7+7) = 0,8$. Jadi, hasil reliabilitas indikator 19 adalah 0,8.