

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu dapat memudahkan peneliti dalam menentukan langkah sistematis dalam menyusun sebuah penelitian. Penelitian terdahulu juga dijadikan sebagai acuan, referensi, dan tolok ukur yang dapat membantu jalannya penelitian ini. Dengan memahami studi terdahulu ini, peneliti dapat mengetahui apa dan dengan cara apa akan meneliti kasus ini berdasarkan pengalaman dari orang lain.

2.1.1 Buddhisme di Dalam Ruang Redaksi DAAI TV: Sebuah Studi Etnografi

Penelitian pertama milik Wirawan (2020) dari Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian tersebut berjenis kualitatif dan bersifat deskriptif. Wirawan memilih penelitian berjenis kualitatif karena menurutnya penelitian kualitatif lebih mampu menjelaskan makna dari perilaku individu atau kelompok. Tujuan penelitian kualitatif sejalan dengan sifat penelitian deskriptif lantaran penelitian bersifat deskriptif bertugas untuk mendeskripsikan dan merangkum berbagai fenomena, situasi di lapangan, kondisi, ciri khas sosial, yang kemudian hal-hal tersebut membentuk suatu karakteristik, model, pola, tanda, ciri, dan sifat dari suatu kebudayaan. Bukan hanya berfokus pada apa yang diucapkan narasumber

ketika wawancara, melainkan peneliti juga harus mengamati unsur lainnya seperti ekspresi wajah dan gerak tubuh. Dalam penelitiannya, Wirawan menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang bahwa dalam pola pikir dan tindakan manusia terdapat makna tersendiri yang dapat ditafsirkan melalui sebuah sistem makna.

Penelitian Wirawan dilatarbelakangi oleh asumsi bahwa nilai-nilai pribadi yang dipercaya oleh jurnalis berperan memengaruhi aktivitas jurnalis dan pada akhirnya akan memengaruhi hasil produk jurnalistik. Penelitian terdahulu yang Wirawan gunakan yaitu milik Susilo (2016) menunjukkan hasil bahwa media di Indonesia cenderung terpapar bias agama sehingga berita yang berhubungan dengan agama di Indonesia menjadi tidak objektif. Rujukan yang Wirawan gunakan juga menunjukkan hasil bahwa jurnalis beragama Buddha cenderung mengedepankan loyalitas sebagai umat beragama dibandingkan profesionalitas sebagai jurnalis. Padahal menurutnya praktik kerja jurnalistik merupakan aktivitas sekuler yang berarti terpisah dari nilai-nilai pribadi termasuk agama. Jurnalis harus berpegang teguh pada nilai kebenaran, objektivitas, kepentingan publik, independensi, verifikasi data, dan kontrol sosial.

Maka, penelitian Wirawan ingin melihat bagaimana praktik Buddhisme yang terjadi di *DAAI TV*. Wirawan merasa belum ada penelitian yang mengeksplorasi lebih dalam lagi terkait nilai-nilai dari kebudayaan Buddha di *DAAI TV*. Menurutnya, penelitian-penelitian sebelumnya terhadap *DAAI TV* hanya membahas konten beritanya saja, tetapi tidak

membahas dari sudut pandang budaya. Dari situlah Wirawan melihat celah untuk melakukan penelitian terkait budaya Buddhisme di *DAAI TV*. Media ini dipilih lantaran kedekatannya dengan institusi keagamaan di Indonesia.

Wirawan menggunakan metode etnografi dalam penelitiannya. Metode ini melihat penelitian dari sudut pandang kebudayaan. Etnografi percaya bahwa di dalam kebudayaan seseorang atau kelompok terdapat nilai-nilai yang dapat membentuk pola pikir dan cara bersikap. Teori yang Wirawan gunakan dalam penelitiannya adalah teori *Organizational Culture*. Teori ini menjelaskan bahwa kebudayaan seperti ras, suku, agama, pendidikan, dan latar belakang lainnya dapat membentuk cara hidup seseorang. Cara hidup atau pola pikir tersebut terbentuk dari simbol-simbol yang dikelompokkan menjadi simbol fisik (seni, desain, logo, bangunan, kitab kepercayaan, dan simbol agama), simbol perilaku (upacara, ritual, tradisi, adat, penghargaan, dan sanksi), dan simbol verbal (lelucon, jargon, nama, perumpamaan, cerita, mitos).

Penelitian Wirawan membuahkan hasil bahwa budaya Buddhisme terimplementasi dalam media *DAAI TV*. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya simbol-simbol yang telah dijelaskan di paragraf sebelumnya. Satu paparan budaya Buddhisme di *DAAI TV* yang menjadi sorotan Wirawan adalah ajaran Master Cheng Yen, yaitu ajaran untuk bervegetaris, pelestarian lingkungan, kesederhanaan, kebiasaan berdoa sebelum mulai bekerja, hingga melalui program celengan bambu. Penelitian milik

Wirawan memberikan pengetahuan kepada peneliti terkait implementasi salah satu aspek kebudayaan yakni agama di dalam lingkup kerja media.

2.1.2 Pengaruh Budaya Patriarki Terhadap Pemahaman Agama dan Pembentukan Budaya

Penelitian terdahulu berikutnya adalah artikel penelitian milik Nina Nurmila (2015) dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Artikel penelitian milik Nurmila berjenis kualitatif dan menjadikan metodologi feminisme sebagai *tool of analysis* untuk menganalisis substansi atau konteks dari sebuah teks yang dinilai bersifat patriarkis. Metodologi feminisme mengkritik ketidakterlihatan perempuan (*invisibility of women*), baik sebagai objek ataupun ahli ilmu sosial (*social scientist*). Adapun metode feminisme didasarkan pada teori kritis yang berasumsi bahwa ilmu pengetahuan tidak bisa dinilai seara bebas, melainkan dipengaruhi oleh kepentingan penulisnya.

Artikel penelitian milik Nurmila dilatar belakangi oleh kebudayaan Indonesia yang lekat akan budaya patriarki. Budaya patriarki sendiri berarti menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan utama, tunggal, dan satu-satunya, sedangkan perempuan ditempatkan sebagai *secondary sex* atau ditempatkan di posisi kedua. Adanya ketimpangan tersebut menyebabkan perbedaan hak, kewajiban, kesempatan, posisi, dan peranan antara laki-laki dengan perempuan, yang mana dapat menjuru pada

diskriminasi gender, sehingga pada hal ini perempuan menjadi pihak yang dirugikan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mendeskripsikan bagaimana pengaruh budaya patriarki terhadap agama dan pembentukan budaya. Dalam penelitiannya, Nurmaila menjelaskan bahwa nilai-nilai dan pemahaman agama mendapatkan pengaruh budaya patriarki. Masuknya budaya patriarki ini tidak hanya pada nilai-nilai dan ritual agama, melainkan melalui sejarah agama tersebut. Contohnya, dalam sejarah Islam hampir semuanya ditulis oleh laki-laki tentang laki-laki, sehingga dalam bahasa Inggris pun sejarah disebut *history* (berasal dari *his story*), bukan *herstory*. Hanya sedikit saja nama perempuan yang muncul dalam sejarah. Kemudian dalam kebanyakan agama diceritakan bahwa pemimpin utamanya merupakan laki-laki, bukan perempuan.

Kemudian di dalam nilai keagamaan, peranan dan penggambaran laki-laki dan perempuan sangat berbeda. Laki-laki digambarkan sebagai sosok pemimpin dengan kewajiban bekerja, mencari nafkah, dan melindungi keluarga, sedangkan perempuan ditugaskan untuk mengurus keluarga termasuk anak dan urusan rumah tangga lainnya. Kemudian dalam beberapa agama, perempuan lekat dengan nilai penghormatan terhadap suami. Hampir semua agama mengajarkan perempuan untuk menuruti perintah, tidak melawan, taat, dan benar-benar memperlakukan suami sebagai seorang pemimpin. Sedangkan laki-laki lekat dengan nilai tanggung jawab,

keberanian, dan nilai-nilai lainnya yang menggambarkan sosok kepemimpinan.

Artikel penelitian milik Nurmila bisa menjadi salah satu referensi peneliti dalam melihat bagaimana pengaruh budaya patriarki terhadap nilai-nilai keagamaan dan kebudayaan yang kemudian memengaruhi cara berpikir dan bertindak seseorang terhadap perempuan, mengingat penelitian peneliti juga akan menyinggung perihal budaya patriarki yang terimplementasi dalam kebudayaan individu. Selain itu, penelitian milik Nurmila juga berjenis kualitatif, sama seperti penelitian milik peneliti.

2.1.3 Sensitivitas Gender Media *Online Detik.com*

Penelitian terdahulu ketiga yang peneliti gunakan sebagai rujukan dalam penulisan penelitian adalah artikel penelitian milik Bakhtiar, Sjafirah, dan Herawati (2019) dari Universitas Padjadjaran Bandung. Artikel penelitian tersebut berjenis kualitatif dan menggunakan metode studi kasus. Adapun ketiga peneliti terdahulu tersebut menggunakan metode studi kasus untuk lebih bisa memahami secara lebih baik dan mendalam tentang sensitivitas gender di tingkat redaksional *Detik.com*.

Artikel penelitian ini dilatar belakangi oleh keberadaan berita di *Detik.com* yang bersifat bias gender, terutama dalam memberitakan perempuan. Bias gender terlihat dalam pemberitaan kasus yang menyangkut perempuan, yakni pada pemberitaan korban kekerasan seksual, atau dalam kasus kejahatan yang menyangkut perempuan seperti korupsi. Pemilihan

kosa kata, bahasa, serta adanya opini wartawan dalam berita yang merugikan perempuan. Misalnya pada kasus pemerkosaan, pemberitaan oleh *Detik.com* lebih merugikan perempuan sebagai korban. Adanya bias gender tersebut terindikasi dari pemilihan kata. Dalam beritanya, *Detik.com* kerap kali menggambarkan korban pemerkosaan dan pelecehan seksual dengan menggunakan kata cantik, tubuh yang molek, atau menekankan pekerjaan korban yang mendapat pandangan negatif oleh masyarakat, seperti pemandu karaoke, seorang janda, ataupun korban menggunakan pakaian mini atau rok mini. Sementara itu, ketika memberitakan pelaku pemerkosaan dan pelecehan seksual, *Detik.com* menggambarkan pelaku di bawah pengaruh alkohol, dalam keadaan khilaf atau tidak sadar, masalah keluarga, memiliki beban pikiran, ditinggal istri yang menjadi seorang TKW, dan penggambaran lainnya yang menempatkan pelaku sebagai sosok yang tidak sengaja melakukan kejahatan tersebut.

Dalam artikelnya, Bakhtiar, Sjafirah, dan Herawati menjelaskan ada beberapa faktor penyebab terjadinya bias gender dalam media massa. Pertama karena ideologi besar yang bersumber dari budaya patriarki tentang kesetaraan yang masih memasung sikap dan pemikiran para pekerja pers, yang kebanyakan masih didominasi laki-laki. Kedua, adanya kemungkinan belum dipahaminya konsep dan isu gender oleh para pekerja pers. Ini menyangkut pemaknaan dari wartawan atau editor media. *Detik.com* sendiri masih didominasi oleh pekerja laki-laki dibandingkan perempuan. Dari total

175 orang, perbandingan perempuan adalah 55 orang (31,34%) dan laki-laki adalah 120 orang (68,57%).

Hasil artikel penelitian ini menjelaskan bahwa proses kerja redaksi berikut hasil produk jurnalistiknya masih terpapar oleh budaya patriarki, sehingga praktik-praktik bias gender dalam berita pun kerap terjadi. Secara umum, rekrutmen, pembagian dan pemberian fasilitas kerja dilakukan berdasarkan profesionalitas dan rasionalitas. Kemudian, para penentu kebijakan masih kurang menerapkan sensitif gender dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistiknya. Meskipun disebutkan sudah ada aturan tidak tertulis terkait pemberitaan sensitif gender, masih ada berita yang bias gender karena menggunakan diksi yang tidak sensitif gender.

Relevansi penelitian milik Bakhtiar, Sjafirah, dan Herawati dengan penelitian milik peneliti adalah sama-sama berjenis kualitatif dan menggunakan metode studi kasus. Kemudian, media yang diteliti oleh Bakhtiar, Sjafirah, dan Herawati merupakan *Detik.com*, yang mana dalam penelitian ini juga peneliti jadikan sebagai contoh media yang memberitakan perempuan secara bias. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi rujukan latar belakang peneliti untuk menjelaskan bahwa bias gender masih terjadi di media massa.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

| Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Relevansi |
|--|---|--|
| Buddhisme di Dalam Ruang Redaksi <i>DAAI TV</i> : Sebuah Studi Etnografi (Wirawan) | Implementasi budaya Buddhisme <i>DAAI TV</i> terbukti dari penggunaan simbol fisik, perilaku, dan verbal, dan dari ajaran Master Cheng Yen, yaitu ajaran untuk bervegetaris, pelestarian lingkungan, kesederhanaan, kebiasaan berdoa sebelum mulai bekerja, hingga melalui program celengan bambu. | <ul style="list-style-type: none"> - Wirawan dan peneliti memiliki jenis dan sifat penelitian yang sama - Memberikan pengetahuan kepada peneliti terkait implementasi salah satu aspek kebudayaan yakni agama di dalam lingkup kerja media |
| Pengaruh Budaya Patriarki Terhadap Pemahaman Agama dan Pembentukan Budaya (Nina Nurmila) | Budaya patriarki memengaruhi nilai-nilai keagamaan dan kebudayaan. Masuknya budaya patriarki tersebut diperlihatkan dari penggambaran sejarah suatu agama yang kebanyakan diawali, diprakarsai, atau dipimpin oleh sosok laki-laki. Lalu, nilai-nilai patriarkis juga terimplementasi dari perbedaan peran laki-laki dan perempuan dalam nilai agama. | <ul style="list-style-type: none"> - Menjadi referensi dalam melihat bagaimana pengaruh budaya patriarki terhadap nilai-nilai keagamaan dan kebudayaan yang kemudian memengaruhi cara berpikir dan bertindak seseorang terhadap perempuan - Jenis penelitian yang sama yakni kualitatif |
| Sensitivitas Gender Media Online <i>Detik.com</i> (Bakhtiar, Sjafirah, dan Herawati) | Proses kerja redaksi berikut hasil produk jurnalistiknya masih terpapar oleh budaya patriarki. Secara umum, rekrutmen, pembagian dan pemberian fasilitas kerja dilakukan berdasarkan profesionalitas dan rasionalitas. Kemudian, para penentu kebijakan masih kurang menerapkan sensitif gender dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistiknya. | <ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian yang sama yakni kualitatif - Media yang diteliti oleh Bakhtiar, Sjafirah, dan Herawati merupakan <i>Detik.com</i>, yang mana dalam penelitian ini juga peneliti jadikan sebagai contoh media yang memberitakan perempuan secara bias. - Menjadi rujukan latar belakang peneliti untuk |

| | | |
|--|---|---|
| | Meskipun disebutkan sudah ada aturan tidak tertulis terkait pemberitaan sensitif gender, masih ada berita yang bias gender karena menggunakan diksi yang tidak sensitif gender. | menjelaskan bahwa bias gender masih terjadi di media massa. |
|--|---|---|

Sumber: Kajian Peneliti (2020)

2.2 TEORI DAN KONSEP

Dalam sebuah penelitian ilmiah diperlukan landasan dan kerangka berpikir untuk dapat melihat suatu permasalahan dan memecahkannya. Oleh karena itu, diperlukan susunan kerangka teori dan konsep yang memuat pokok pikiran dari sebuah penelitian. Kerangka teori ini berfungsi untuk memberi gambaran, memprediksi, mnejelaskan, dan menemukan korelasi antara fakta-fakta dalam penelitian secara sistematis (Effendy, 2004, p. 224).

2.2.1 Teori Literasi Media

Teori literasi media menjelaskan bahwa tiap-tiap individu memiliki daya kritis dan skeptis yang berbeda, serta memiliki cara masing-masing dalam menerima suatu informasi (Silverblatt, 1995, p.2-3). Daya kritis dan skeptis yang berbeda-beda tersebut terbentuk atas tingkat pendidikan, pengalaman, budaya, dan nilai-nilai yang berbeda antar khalayak (Zamroni, 2011, p.89). Di sisi lain, peran media tidak hanya memberi hiburan semata, tetapi juga berpotensi mengubah perilaku khalayak. Melalui pesan yang unik dan menarik, informasi tersebut akhirnya membuat masyarakat penasaran dan menarik khalayak untuk

mengonsumsi berita tersebut. Pembingkaiian informasi ke dalam bentuk teks, gambar, video, dan grafik merupakan cara media untuk memengaruhi khalayak dari sisi pikiran dan perasaan (Adiarsi, 2015, p. 473).

Hubungan antara media dengan khalayak dibangun melalui informasi yang diberikan oleh media tersebut. Sebagai langkah awal untuk memahami hubungan media dengan khalayak dapat dijelaskan secara lebih mendalam melalui beberapa Prinsip Dasar *National Association for Media Literacy* 2007 (Hobbs, 1996, p.8-9), yaitu:

- a. Semua pesan media dibangun
- b. Setiap media memiliki bahasa, karakteristik, dan keunikan yang berbeda-beda
- c. Media selalu memiliki pesan dibalik konten yang diproduksi
- d. Semua media memberitakan nilai dan tujuan yang ingin dicapai sejak awal
- e. Manusia dipengaruhi kemampuan, pengalaman, dan keyakinannya dalam memaknai pesan yang diterima
- f. Media dan pesan dapat memengaruhi khalayak dalam memaknai suatu informasi.

Meskipun media memiliki tujuan tertentu dalam berita atau informasi yang disajikan ke masyarakat. Namun, teori literasi media memandang masyarakat sebagai pihak cerdas yang sudah bisa memaknai informasi tersebut secara berbeda-beda, sehingga maksud dan tujuan

media dalam memberitakan informasi tersebut belum tentu tercapai. Jika dikorelasikan dengan penelitian ini, maka informan dalam penelitian ini dinilai memiliki daya kritis dan skeptis yang berbeda-beda. Daya kritis dan skeptis serta cara pandang informan tersebut dipengaruhi oleh faktor latar belakang kebudayaan. Maka, pemaknaan berita bias gender pun akan berbeda-beda antarinforman.

2.2.2 Bias Gender dalam Jurnalistik Olahraga

Menurut Kinnick (1998, p.220) terjadinya bias gender terjadi karena beberapa faktor. Faktor pertama adalah pandangan umum masyarakat terhadap perempuan, yang mana hal tersebut dapat direlevansikan dengan masyarakat Indonesia yang menganut budaya patriarki memandang derajat perempuan lebih rendah daripada laki-laki. Yang kedua adalah budaya patriarki pada olahraga di Indonesia. Seperti yang diketahui olahraga di Indonesia hampir didominasi laki-laki di semua cabangnya. Yang ketiga adalah keharusan media mengais penonton laki-laki sebanyak-banyaknya sehingga media mencari cara untuk membuat angle berita yang menarik bagi laki-laki agar peminatnya semakin bertambah.

Cara-cara tersebut antara lain dengan pengiklanan produk olahraga laki-laki yang jumlahnya jauh lebih banyak daripada perempuan, membuat berita tentang atlet laki-laki yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan berita tentang atlet perempuan, serta membuat

berita tentang atlet perempuan dengan mengambil sudut pandang subjektif dan menyinggung privasi, misalnya dengan cara mengambil *angle* yang menyinggung hal-hal bersifat sensual dan feminim seperti bentuk badan, pakaian yang terbuka, atau menyentuh privasi seperti memberitakan kisah percintaan atlet, dan *angle* lainnya yang tidak berhubungan dengan kariernya sebagai seorang atlet.

Hal tersebut semakin diperkuat oleh penelitian tedahulu yang menjelaskan bahwa media merupakan salah satu penyebab terbesar terjadinya bias gender kaum perempuan, tak terkecuali berita olahraga. Kinnick (1998, p.220-222) meneliti 5 media cetak terkemuka di Amerika Serikat yakni *USA Today*, *The New York Times*, *The Los Angeles Times*, *The Washington Post*, dan *The Atlanta Constitution*. Penelitian tersebut terkait Olimpiade Musim Panas 1996. Dalam penelitian tersebut, Kinnick membandingkan beberapa indikator yang menjadi pembanding antara atlet laki-laki dan perempuan.

Hasil penelitian Kinnick menunjukkan bahwa terdapat bias gender dalam beberapa indikator tersebut. Misalnya, memberitakan atlet perempuan pada cabang olahraga yang dikategorikan feminis (mempertontonkan keanggunan, kemewahan, keindahan, dan mempertontonkan bentuk tubuh atlet perempuan), yakni olahraga renang (15,6%) dan gymnastic (10,4%). Sedangkan untuk atlet laki-laki, berita yang dominan ditulis adalah cabang olahraga maskulin seperti tinju (17,2%) dan gulat (8,6%).

Berdasarkan data tersebut, Kinnick (1998, p. 233) menjelaskan bahwa terdapat beberapa perbedaan pemberitaan antara jurnalis terkait atlet perempuan. Sehingga, meskipun terdapat atlet perempuan yang memiliki prestasi sebagai atlet terbaik di dunia, tetap saja pemberitaannya akan memberikan kesan bahwa atlet tersebut hanya cocok untuk cabang olahraga feminim saja. Kemudian, ketika atlet perempuan mencetak prestasi, tetap saja akan ada banyak media yang lebih tertarik membuat angle tentang hubungan asmara, perasaan emosional, pakaian, atau bentuk tubuh atlet tersebut dibandingkan fokus pada prestasi atlet tersebut.

Kinnick juga membuktikan bahwa sebagian besar media dalam memberitakan atlet perempuan cenderung memhas kondisi fisik atlet tersebut. Misalnya dengan banyaknya penggunaan kata cantik, imut, good looking. Hasil penelitian Kinnick menunjukkan sebesar 9,1% media masih membingkai perempuan secara subjektif dalam beritanya, berbanding terbalik dengan atlet laki-laki yang hanya memiliki persentase 2,2%. Hal tersebut seharusnya tidak dilakukan oleh media sebagai pihak yang berkewajiban membuat berita objektif. Sebagaimana dinyatakan oleh Kusuma dan Kusumaningrat (2009, p.40) bahwa beberapa syarat sebuah berita dikatakan layak diunggah yakni informasi bersifat akurat, berita harus berimbang, berita harus objektif, informasi disusun secara ringkas dan jelas, berita harus “hangat” dalam artian informasi yang disajikan selalu *up to date*.

Clark (dikutip dari Kinnick, 1998, p.214-219) ada dua penyebab informasi dalam berita mengandung bias gender, hal ini berujung pada terjadinya bentuk-bentuk diskriminasi terhadap suatu kelompok marjinal, dalam penelitian ini adalah perempuan. Adapun kriteria tersebut yang pertama adalah penggambaran atau representasi perempuan dalam berita tersebut. Penggambaran atau representasi ini terbagi atas dua hal, sebagai berikut.

1. Perbedaan porsi pemberitaan antara atlet laki-laki dengan atlet perempuan. Dalam hal ini porsi pemberitaan atlet perempuan lebih sedikit jumlahnya dibandingkan laki-laki.
2. Perbedaan cara pembedaan atlet laki-laki dengan atlet perempuan dalam berita tersebut. Dalam kasus ini, atlet perempuan diberitakan secara feminim dan subjektif (menunjukkan bentuk tubuh, privasi, kehidupan pribadi, keanggunan, kecantikan, dan hal subjektif lainnya yang tidak berhubungan dengan profesinya sebagai seorang atlet).

Kriteria yang kedua yakni penghormatan (*respect*). Kriteria ini mengarah sikap penghormatan terhadap perempuan serta pemahaman akan konsep kesetaraan gender itu sendiri. Kriteria penghormatan ini kemudian dikembangkan lagi menjadi tiga poin pendukung yakni tentang penampilan fisik atlet perempuan (*focus on appearance*).

Berdasarkan hasil penelitian Kinnick (1998, p.215), menjelaskan bahwa sejumlah pakar media dan olahraga menemukan fakta media cenderung memberitakan dan membingkai perempuan menurut sisi feminis atau menurut gambaran lainnya yang diinginkan oleh laki-laki, dibandingkan memberitakan prestasi atlet perempuan tersebut. Sehingga berita tentang perempuan atau khususnya atlet perempuan seringkali bersifat subjektif.

Poin pendukung yang kedua adalah kelemahan (*weakness*). Penelitian Kinnick menunjukkan hasil bahwa media cenderung memberitakan atlet perempuan secara feminim, misalnya dari sisi emosional, fisik, dan mental, dan tidak berfokus pada prestasi dan kariernya sebagai atlet. Di sisi lain media menggambarkan atlet laki-laki secara gagah, tangguh, maskulin, dan berfokus pada prestasi atlet laki-laki tersebut.

Poin pendukung ketiga adalah penggunaan bahasa seksisme oleh media dalam memberitakan atlet perempuan (*linguistic sexism*). Penggunaan bahasa seksisme ini berpengaruh pada semakin jauhnya pola pikir masyarakat tentang kesetaraan gender dan dapat mengakibatkan meningkatnya tindak diskriminasi terhadap perempuan. Renzetti dan Curran (dalam Kinnick, 1998, p.218) penggunaan bahasa seksisme merupakan cara jurnalis merendahkan atau mendiskriminasi jenis kelamin lain dalam penggunaan bahasanya.

Menurut Duccan, Halbert, & Latimer, Hall, Messner, dan Nelson (dalam Kinnick, 1998, p.218), bahas seksisme yang digunakan jurnalis

dalam pemberitaannya dibuktikan dengan adanya labelisasi atau penandaan pada gender tertentu. Misalnya, kegiatan olahraga perempuan dilabelisasi sebagai “acara perempuan”, sedangkan olahraga laki-laki dilabelisasi sebagai “kegiatan atletik”. Contohnya adalah pada pemberitaan pertandingan olahraga di televisi. Media memberitakan pertandingan olahraga laki-laki dengan judul “Kerjuaraan Nasional”, sedangkan pertandingan olahraga perempuan diberi judul “Kejuaraan Basket Perempuan”. Hal tersebut akan membentuk pembingkai bahwa laki-laki adalah pihak yang dapat diterima secara umum dan superior, sedangkan perempuan ditempatkan sebagai pihak inferior atau marginal.

Konsep bias gender berkaitan dengan berita olahraga di *Detik.com* yang mengandung bias gender. Dalam berita olahraga tentang atlet perempuan, terdapat berita yang menggunakan kata bersifat opini dan tidak objektif. Misalnya penggunaan kata cantik, seksi, pengambilan topik yang bersifat privasi, dan membingkai atlet perempuan sebagai objek sensual.

Kedua kriteria utama (penggambaran dan penghargaan) tersebut pada akhirnya kembali dibedah oleh Kinnick untuk mengetahui indikator-indikatornya, serta untuk mengetahui seberapa besar bias gender yang dilakukan oleh media, atau dalam penelitian ini adalah *Detik.com*.

1. Penggambaran (*representation*)

- a. Jumlah berita olahraga atlet perempuan dengan atlet laki-laki

- b. Pembingkaiian atlet perempuan bersifat feminim (menunjukkan bentuk tubuh, privasi, kehidupan pribadi, keanggunan, kecantikan, dan hal subjektif lainnya yang tidak berhubungan dengan profesinya sebagai seorang atlet).

2. Penghargaan (*respect*)

- a. Berita lebih mengutamakan penampilan fisik atlet perempuan
- b. Berita atlet perempuan dihubungkan dengan kerabat, kekasih, tau orang terdekatnya
- c. Memberitakan luapan emosi atlet
- d. Berita atlet laki-laki dibuat lebih superior daripada perempuan (pembingkaiian atlet laki-laki sebagai sosok gagah, tangguh, dan berprestasi. Sedangkan perempuan dilihat dari sisi feminim dan hal lain yang tidak berhubungan dengan prestasinya sebagai atlet).

2.2.3 Media Massa

Istilah media massa muncul dari kata ‘komunikasi massa’ pada awal abad ke-20 yakni untuk menjelaskan dan menggambarkan fenomena sosial dan aspek-aspek baru yang muncul pada jaman industrialisme dan demokrasi populer (McQuail, 2011, p.4). Istilah ini kemudian diterapkan pada pengertian media massa dimana media massa menjadi gerbang penyebaran informasi bagi masyarakat.

Media massa sendiri terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menyebarkan informasi melalui media atau alat (surat kabar, radio, televisi, gawai) berisikan konten yang kemudian disebarkan kepada masyarakat heterogen dan luas (Hadi, 2020, p.4)

Denis McQuail (2011, p.160-161) mengidentifikasi karakteristik media massa sebagai berikut.

1. Media massa pada umumnya merupakan sebuah organisasi formal yang sangat kompleks.
2. Media massa diarahkan atau ditujukan kepada khalayak yang luas.
3. Media massa bersifat umum dan isi media massa terbuka bagi siapa pun.
4. Khalayak bersifat heterogen.
5. Media massa membangun kontak secara simultan dengan sejumlah besar orang yang hidup dalam jarak satu sama lain.
6. Hubungan antara kepribadian media dan anggota khalayak adalah tidak langsung atau bermedia.
7. Khalayak merupakan bagian dari budaya massa

Sementara itu, menurut Brian Dutton, Tim O'Sullivan, dan Phillip Rayne (1998, p.20) menyatakan bahwa secara tradisional, media massa dibedakan dari berbagai jenis komunikasi lainnya dengan memiliki 4 karakteristik berikut.

1. Jarak – komunikasi antara pengirim pesan dan penerima pesan bersifat impersonal, satu arah, dan tidak memiliki kedekatan.
2. Teknologi – komunikasi massa memerlukan alat yang memungkinkan pesan dapat dikirimkan dan diterima.
3. Skala – satu fitur media massa adalah melibatkan komunikasi yang simultan dengan banyak orang.
4. Komoditas – fitur komunikasi massa lain yang menarik adalah berbayar.

McQuail kemudian berusaha menjelaskan lebih jauh rinci dan mendalam mengenai media massa itu sendiri. McQuail mengidentifikasi masalah-masalah yang seringkali bersinggungan atau kontra dengan media massa :

1. Hubungan dengan politik, negara, dan sistem kenegaraan.
Sistem kenegaraan kerap kali mempropaganda dan membungkam kebebasan pers sebagai pemberita kebenaran. Hal tersebut bisa membuat media massa terancam kebebasan persnya dan dianggap melawan pemerintahan. Isu kebudayaan seperti globalisasi dan westernisasi bisa berdampak pada identitas masyarakat dan berdampak pada terbunuhnya identitas asli bangsa secara perlahan karena termakan oleh globalisasi dan westernisasi.

2. Permasalahan sosial seperti kondisi ekonomi, kesenjangan sosial, tingkat pendidikan, terjadinya marginalisasi di masyarakat membentuk ketidaksetaraan sosial.
3. Ketidaksetaraan sosial akibat diskriminasi gender, suku, etnis, agama, ekonomi, dll. Menciptakan kesenjangan dalam masyarakat dan terbentuk ketidaksetaraan sosial budaya.
4. Persoalan ekonomi seperti adanya pengelompokan masyarakat berdasarkan kondisi ekonomi menyebabkan menurunnya kesejahteraan sosial bagi masyarakat dengan ekonomi rendah.

2.2.4 Kesetaraan Gender

Menurut *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO), kesetaraan gender merupakan hak laki-laki dan perempuan untuk mendapatkan sesuatu, berpartisipasi, dan berkontribusi di lingkungan sosial dengan porsi yang sama atau setara. Kesetaraan gender sendiri juga mengacu pada persamaan hak, kewajiban, dan peluang atau kesempatan yang sama porsinya antara laki-laki dan perempuan.

Penjelasan tersebut menegaskan bahwa kepentingan tersebut telah dipertimbangkan bersama dan kesetaraan tersebut telah disetujui oleh kedua pihak baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini juga berarti laki-laki dan perempuan dalam praktik kesetaraan gender mengakui dan menghargai adanya

keberagaman dan perbedaan tanpa mengesampingkan nilai kesatuan dan keadilan di balik keberagaman tersebut. Kesetaraan gender merupakan prinsip hak asasi manusia, prasyarat untuk melakukan pembangunan berkelanjutan, dan pengembangan diri seseorang (UNESCO, 2012, p.4).

Pada tahun 1979, PBB secara resmi melegalkan sebuah aturan hukum yang secara spesifik membahas tentang hak asasi perempuan yaitu Konvensi Segala Bentuk Kekerasan terhadap Wanita *Convention of Elimination of All Forms of Discrimination Against Women* (CEDAW). Adapun kemudian aturan tersebut diratifikasi oleh Indonesia menjadi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor tahun 1984 tentang Pengesahan Konvensi Mengenai Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Wanita. Konvensi tersebut secara spesifik memaparkan bentuk diskriminasi menjadi beberapa poin sebagai berikut.

1. Secara sengaja maupun tidak sengaja merugikan perempuan
2. Mencegah masyarakat mengakui hak perempuan baik di ranah privat maupun publik
3. Mencegah perempuan mendapatkan hak asasi manusia dan kebebasan fundamental yang menjadi haknya.

Kemudian, Undang-Undang Nomor 39/1999 tentang Hak Asasi Manusia secara spesifik membahas mengenai hak perempuan pada Pasal 9 ayat 1-3, yaitu:

1. Perempuan berhak untuk memilih, dipilih, diangkat dalam pekerjaan, jabatan, dan profesi yang sesuai dengan persyaratan dan peraturan perundang-undangan.

2. Perempuan berhak mendapatkan perlindungan khusus dalam pelaksanaan pekerjaan atau dalam menjalankan profesinya yang berdekatan dengan hal-hal yang dapat mengancam keselamatan dan atau pekerjaannya berkenaan dengan fungsi reproduksi perempuan.
3. Hak khusus yang melekat pada perempuan dikarenakan fungsi reproduksinya. Hal tersebut dijamin dan mendapat perlindungan hukum.

2.2.5 *Male Gaze*

Konsep *Male gaze* yang dicetuskan oleh Mulvey (dalam Mubarak & Santoso, 2017, p.4) menyatakan bahwa laki-laki adalah subjek yang melihat dan perempuan adalah objek yang dilihat. *Male gaze* tersebut pada tingkat ekstremnya dapat menjadi scophophilia di mana laki-laki heteroseksual menjadikan perempuan sebagai sumber kepuasan seksual.

Pada konsep ini dijelaskan bahwa media khususnya pada desk olahraga seringkali menyorot perempuan sebagai objek untuk kepuasan visual bagi laki-laki. Contohnya, pada saat pertandingan Moto GP, media seringkali menyorot *umberella girl* yakni panggilan untuk perempuan yang mendampingi dan membawakan payung bagi pembalap Moto GP. Alih-alih menyorot atlet, campers malah menyoroti *umberella girl* untuk memberi kepuasan visual bagi para penontonnya yang didominasi laki-laki. Media lebih menyoroti fisik dan cara berpakaian perempuan dalam sebuah pertandingan olahraga.

Tak hanya staf dalam lapangan, tapi juga atlet perempuan itu sendiri. Media terkadang membuat berita atlet perempuan namun berfokus pada fisik, visual, cara berpakaian, psikologis, dan figurnya sebagai perempuan. Misalnya, alih-alih memberitakan kemenangan atau prestasi atlet perempuan, media malah membuat berita dengan angle figur atlet tersebut sebagai seorang ibu atau istri.

2.2.6 Makna

Pengertian makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sendiri berarti arti atau maksud pembicara atau penulis. Makna merupakan suatu penerjemahan maksud atau arti dari suatu pesan yang diterima seseorang. Istilah makna pada dasarnya memiliki banyak arti dan penafsiran, dikarenakan makna bersifat sangat subjektif. Namun, terdapat tiga poin utama yang dijelaskan oleh para filsuf dan linguist mengenai konsep makna. Pertama terkait menjelaskan makna secara alamiah, kedua terkait mendeskripsikan kalimat secara alamiah, dan ketiga terkait penjelasan konsep makna dalam proses komunikasi (Sobur, 2015, p.23).

Sebagaimana dikatakan oleh Brodbeck (dalam Sobur, 2015, p.26), konsep makna memiliki beberapa tipe sebagai berikut.

1. Makna referensial: dasar pikiran, ide, atau penafsiran terhadap suatu objek.
2. Makna yang merupakan arti sesungguhnya dari istilah tersebut. Suatu istilah dapat saja memiliki arti referensi dalam pengertian yang pertama,

yakni mempunyai referen, tetapi karena ia tidak dihubungkan dengan berbagai konsep yang lain, ia tidak mempunyai arti.

3. Makna intensional atau makna yang dimaksudkan. Dalam arti bahwa arti suatu istilah atau lambang bergantung pada apa yang dimaksudkan pemakai dengan arti lambang itu.

Makna sendiri terbagi atas tiga tingkatan. Tingkat pertama adalah makna sebagai isi abstraksi dalam kegiatan bernalar secara logis sehingga membuahkan suatu pengertian yang dapat dibahasakan. Tingkat kedua adalah makna menjadi isi dari suatu bentuk kebahasaan, dan tahap ketiga adalah makna menjadi isi komunikasi yang mampu memberikan informasi tertentu. Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana pemanaan individu sebagai agen dari suatu kelompok budaya dalam memaknai berita yang berifat bias gender.

2.3 ALUR PENELITIAN

Secara garis besar, penelitian ini ingin melihat bagaimana faktor kebudayaan membentuk pemaknaan berita bias gender oleh laki-laki. Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang bahwa kebudayaan Indonesia lekat akan budaya patriarki sehingga diasumsikan bahwa pola pikir dan cara berperilaku individu juga terpapar budaya patriarki. Kemudian peneliti ingin melihat faktor-faktor kebudayaan apa saja yang membentuk pemaknaan berita bias gender oleh laki-laki dan bagaimana pembuktian pemaknaan tersebut dilihat dari cara berpikir dan perilaku individu dalam kehidupan nyata.

Untuk meneliti hal tersebut, peneliti mempersempit lingkup penelitian yakni dengan mengambil salah satu contoh berita bias gender yakni berita olahraga tentang atlet perempuan. Peneliti memilih media *Detik.com* berdasarkan data “Top Sites Indonesia” versi badan riset Alexa. Dalam situsnya, *Detik.com* merupakan media online yang paling banyak dikunjungi dengan jam terbang tertinggi. Dalam artian, masyarakat cenderung menghabiskan waktu yang lama untuk membaca berita di *Detik.com*. Hasil riset tersebut dapat diartikan bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia mengonsumsi berita dari *Detik.com*.

Maka, dengan mengaitkan antara kebudayaan individu yang lekat dengan budaya patriarki dengan keberadaan berita bias gender, peneliti akan melihat bagaimana faktor-faktor kebudayaan tersebut membentuk pemaknaan berita bias gender oleh laki-laki. Adapun peneliti akan membedah faktor-faktor kebudayaan tersebut menjadi 3 faktor yakni suku, pendidikan, dan agama. Ketiga faktor yang mewakili kebudayaan tersebut berperan membentuk cara berpikir dan bertindak individu sehingga dapat menjadi faktor pembentuk pemaknaan berita bias gender oleh laki-laki.