

## BAB II

### KERANGKA TEORI DAN KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum meyakinkan diri akan sebuah topik penelitian, peneliti perlu mencari penelitian terdahulu. Beberapa penelitian yang sekiranya dianggap penting dalam mengembangkan topik ini adalah yang memiliki salah satu variabel atau suatu pola yang sama dengan topik yang hendak diteliti. Penelitian terdahulu juga berguna untuk menajamkan arah topik penelitian nantinya, dengan adanya celah atau inkonsistensi penelitian terdahulu. Selain itu, penelitian terdahulu dapat menjadi panduan dalam membuat sebuah penelitian.

##### 2.1.1 Riset terkait Strategi Pemberitaan Media

Perusahaan media tersusun dalam suatu sistem tatanan hierarki. Maka dari itu, perlu ada penerapan manajemen yang ideal agar tujuan dari media dapat terlaksana tanpa intervensi kepentingan pribadi posisi di dalamnya. Perihal manajemen perusahaan media, tim redaksi yang memiliki posisi dalam menentukan strategi pemberitaan (Susilawati & Radjaguguk, 2020, p. 8035).

Penelitian pada *Detik.com* menunjukkan bahwa perusahaan media ini menggunakan penerapan manajemen dari teori *planning, organizing, actuating, and controlling* (POAC). Salah satu media arus utama dengan pembaca terbanyak di Indonesia ini diteliti dari bagaimana mereka mempersiapkan perencanaan, peliputan, penulisan, dan pengawasan terkait berita viral. Susilawati & Radjaguguk (2020, pp. 8035–8042) menjelaskan bahwa *Detik.com* dapat memproduksi hingga 500 berita dalam satu hari. Sering kali, dalam pencarian topik, mereka meluncur ke media sosial untuk mencari apa topik hangat yang bisa digarap menjadi berita. *Detik.com* juga

mengaku bahwa mereka memprioritaskan berita yang menarik, alih-alih penting.

Pembahasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada manajemen dari strategi pemberitaan secara teknis. Tanpa fokus kepada suatu isu yang spesifik, kecuali kiat-kiat membuat artikel yang viral sebagai bentuk prioritas utama media *Detik.com*. Penelitian studi kasus tersebut sejalan dengan penjelasan dari Yoedtadi & Pribadi (2020, p. 102) bahwa sebagian besar media arus utama menjalani model pasar yang mementingkan keuntungan perusahaan yang didapat, alih-alih memberikan ruang kepada publik untuk bersuara dan mengurangi kesenjangan antara kelompok mayoritas dan marjinal.

Selanjutnya adalah penelitian soal strategi pemberitaan yang dilakukan oleh Mutiara Hatika pada *Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara Biro Riau*. Hatika membagi strategi pemberitaan dari dua aspek, yaitu variasi berita dan kecepatan dan kedalaman berita *LKBN Antara Biro Riau*. Mereka menekankan pada pemberitaan yang santai agar menarik dan unik. *LKBN Antara Biro Riau* biasanya merilis 25–30 berita dalam satu hari, yang 30 persennya dikategorisasi sebagai berita ringan. Perusahaan media punya negara ini membagi pedoman penulisan dalam dua kategori, yaitu berita lempang (*hard news*) dan berita karangan Khas (*soft news*) secara umum. Keduanya sama-sama dilandaskan kepada kaidah jurnalistik dan pemenuhan konformitas bagaimana media daring sepantasnya menggunakan foto. Untuk bersaing di tengah perusahaan media lainnya, *LKBN Antara Biro Riau* menerapkan 3E+1N, yaitu *education, empowering, enlightening*, dan *nationalism*, sebagai nilai tambahan dalam melakukan pemberitaan (Hatika, 2018, pp. 7–11). Kedua penelitian di atas menunjukkan bahwa penelitian tentang proses dan teknis redaksi suatu media dilakukan dengan studi kasus.

Berbeda dengan itu, penelitian tentang pengemasan konten atau isu suatu media biasanya tidak dilakukan dengan studi kasus, tetapi analisis

wacana kritis. Strategi dianalisis lewat konsep buatan Theo Van Leeuwen dengan mempertimbangkan konteks dari isi berita, yaitu inklusi dan eksklusif. Salah satunya adalah penelitian terhadap lima media arus utama nasional terkait kasus e-KTP pada 2018. Penelitian itu menemukan bahwa *Detiknews.com*, *Vivanews.com*, dan *Sindonews.com* menggunakan strategi yang berbanding terbalik dengan *Kompas.com* dan *Metrotvnews.com* (Rilma et al., 2019, p. 92).

Lebih jauh, peneliti menemukan berbagai penelitian terkait strategi pemberitaan tidak hanya pada media arus utama dalam rentang 2018–2022, tetapi juga media alternatif. Media tersebut adalah *Literasi.co*, *Mojok.co*, *Konde.co*, dan *Magdalene.co*. Semua penelitian tersebut sama-sama menggunakan jenis penelitian studi kasus, yaitu dengan wawancara mendalam sebagai sumber data utama, analisis dokumen sebagai sumber data sekunder, dan observasi.

Penelitian pertama membahas soal strategi penulisan *Mojok.co* yang memiliki gaya satir sehingga menarik publik untuk membacanya (Utomo, 2015). Lima tahun setelahnya, terdapat penelitian terkait strategi pemberitaan dari aspek sosioekonomi yang mengungkapkan perubahan mekanisme kontrol, perubahan kebijakan redaksi, dan praktik produksi yang dialami *Mojok.co* setelah menerima investasi dari *Tirto.co* (Endah Sokowati & Junaedi, 2020, p. 181). Lainnya, ada juga penelitian yang menemukan konteks terbentuknya *Literasi.co* dan upayanya membuka ruang publik (Maryani & Adiprasetyo, 2018, pp. 264–265).

Terakhir, peneliti juga menemukan penelitian yang menganalisis strategi pemberitaan kekerasan terhadap perempuan oleh *Magdalene.co* dengan studi kasus. Namun, terdapat celah penelitian dari penelitian tersebut. Yang pertama, pembahasan strategi tidak merinci kepada kekerasan terhadap perempuan, tetapi hanya menjabarkan teknis dalam redaksi *Magdalene.co* secara umum saja. Strategi tersebut termasuk rutin memproduksi konten yang beragam, mengembangkan situs web, dan

menyesuaikan gaya penulisan yang sesuai dengan minat target pembaca (Resita & Junaidi, 2019, pp. 273–274). Yang kedua, pembahasan strategi belum mengeksplor strategi pembangunan kapasitas jurnalis dan penyusunan pemberitaan yang berperspektif gender. Selain itu, peneliti tidak dapat menemukan penelitian terkait strategi pemberitaan berperspektif gender dalam 5 tahun terakhir.

### **2.1.2 Riset terkait Berita Kekerasan Seksual Berperspektif Gender**

Peneliti menemukan bahwa berbagai analisis isi pada media arus utama menemukan bahwa pesan dalam berita kekerasan seksual masih bias gender. Media arus utama tersebut adalah situs web *Tribunnews.com*, *Kompas.com*, dan *Okezone.com*. Suatu penelitian analisis isi mengungkapkan bahwa 76% berita kekerasan seksual pada *Tribunnews.com* selama Desember 2018 mengungkap identitas korban. Ini menjadi tidak etis untuk dilakukan karena melihat dari konteks situasi sosial yang ada di sistem sosial patriarki, korban kekerasan seksual sering kali harus direviktisasi atau “kembali menjadi korban” karena publik yang tidak jarang masih menyalahkan korban atas kejadian yang menimpanya. Penelitian itu juga menemukan bahwa 64% kosa kata yang digunakan tidak memenuhi kriteria berita berperspektif gender (Hartari et al., 2019).

Tan (2020) menemukan bahwa berita kekerasan seksual kerap dibuat sensasional oleh media arus utama. Sensasionalitas dibentuk dari pemilihan diksi pada judul yang seksis dan sudut pandang pemberitaan yang fokus pada kronologi kejadian, alih-alih mencoba menjelaskan bahwa kekerasan seksual adalah masalah struktural.

Yang ketiga, terdapat penelitian tentang berita kekerasan seksual pada situs web *Kompas.com* dan *Okezone.com*. Aristi et al. (2021) menemukan bahwa keduanya masih belum memenuhi kriteria pemberitaan yang berperspektif gender karena adanya pembungkaman episodik dan penyorotan identitas korban. Selain itu, *Okezone.com* juga masih kerap membuat berita

dari sudut pandang yang menyalahkan korban dan menjustifikasi perbuatan pelaku. Berbeda dengan *Okezone.com*, *Kompas.com* disebutkan mempunyai intensi untuk meliput dari dua sisi.

Dari ketiga penelitian tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Tribunnews.com*, *Kompas.com*, dan *Okezone.com* masih melanggengkan pemberitaan yang bias gender selama tiga tahun terakhir. Padahal, situs tersebut adalah tiga media daring lokal dengan pembaca terbanyak. Selain itu, ketiga penelitian juga sama-sama menggunakan jenis analisis isi sehingga penelitian hanya fokus pada satu aspek komunikasi, yaitu pesan. Maka dari itu, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat suatu celah penelitian yaitu belum adanya penelitian yang membahas strategi mengurangi pemberitaan yang bias gender.

Di lain sisi, terdapat dua penelitian terkait pemberitaan media alternatif yang berperspektif gender. Yoedtadi dan Pribadi (2020) menjelaskan bagaimana *Konde.co* dan *Magdalene.co* sama-sama memiliki peran dalam mendukung kesetaraan pada perempuan dan/atau kelompok marjinal lainnya. Mereka sama-sama memiliki narasi yang mengkritik media arus utama yang mana sering kali menggambarkan posisi perempuan yang tidak setara dengan laki-laki. Ini tergambar dari riset yang dilakukan oleh *Konde.co* dan berbagai tulisan muatan *Magdalene.co* yang kerap merevisi judul berita media arus utama yang bias gender. Mereka berusaha merepresentasikan feminisme di dalam pemberitaannya (Yoedtadi & Pribadi, 2020, pp. 103–105). Namun, tidak ada kajian lain yang meneliti media alternatif lokal berperspektif gender selain pada *Magdalene.co* dan *Konde.co* sehingga penelitian ini berangkat dari celah penelitian tersebut.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 2.2 Konsep

### 2.2.1 Media dan Gender

Gill (2007) mengatakan bahwa terjadi perubahan konsep tentang berita kini. Berita menjadi suatu produk kultural yang hanya mencerminkan asumsi mayoritas tentang apa yang layak untuk ditampilkan di dalam media. Oleh karena itu, tidak bisa dielak bahwa kebanyakan berita didesain dari, oleh, dan untuk laki-laki.

Padahal, perempuan adalah konsumen media tertinggi (Beard et al., 2020), tetapi representasinya tidak setinggi laki-laki. Representasi yang dimaksud bukan masalah proporsi atau kuantitasnya, melainkan kesetaraan hak, kesempatan, dan tugas antara perempuan dan laki-laki. Hasil Survei Upah Layak yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) pada 2021 menemukan bahwa ada ketimpangan upah antara jurnalis perempuan dan laki-laki yang memiliki jabatan dan beban kerja yang sama (Azizah, 2022).

Di perusahaan media yang masih didominasi laki-laki, jurnalis perempuan masih sering menjadi korban ketidakadilan gender. Beberapa akibat dari ketidakadilan gender tersebut adalah rasa takut untuk dilecehkan (Luviana, 2021, l. 23–25), terbentuknya aturan yang bias gender (l. 24), beban ganda yang dialami jurnalis perempuan (l. 25), dan terjadinya aturan *glass cliff*. *Glass cliff* adalah kondisi saat perempuan dipromosikan jabatannya ke lebih tinggi, tetapi ditempatkan pada posisi yang sedang mengalami krisis atau sewaktu resesi sehingga memungkinkan ia untuk gagal (Gracia, 2022). Perempuan kerap dijadikan kambing hitam perusahaannya sendiri. Kurangnya perempuan menduduki posisi tinggi perusahaan juga mengakibatkan kurangnya pemberitaan dengan narasi yang mempresentasikan perempuan.

Salah satu contoh konkretnya adalah beberapa media masih membatasi pembahasan isu seputar perempuan dari sudut pandang yang ringan, seperti

soal gaya hidup atau fesyen belaka. Ditambah lagi, media arus utama sering kali menggunakan perspektif laki-laki dengan mengobjektifikasi dan mengomodifikasi tubuh perempuan karena dianggap memiliki “harga jual” tinggi di tengah pasar.

### **2.2.1.1 Peran Media Terkait Kesetaraan Gender**

Gelombang baru media muncul saat berbagai pelajar dan aktivis feminis melakukan studi pada bagaimana representasi perempuan di media, termasuk koran. Perhatian mereka terpusat pada pesan-pesan spesifik yang dapat memengaruhi orang, terlebih anak-anak, soal stereotip peran gender yang “normal” dan “sesuai kodratnya” (Carter & Steiner, 2004) sehingga konstruksi dan representasi sosial harus dipertimbangkan sebelum tayang.

Lebih lanjut, Carter & Steiner (2004) menjelaskan bahwa media bukan semata cerminan dari realitas, melainkan konstruksi definisi hegemoni tentang apa yang normal dan pantas. Media menjadi perantara untuk proses meraih persetujuan publik. Mengakarnya patriarki yang tercermin dalam pemberitaan media menyebabkan internalisasi budaya sehingga mayoritas publik “melihat” bahwa sistem sosial ini nonideologis, netral, dan objektif (p. 2). Maka dari itu, media memiliki peran dalam membentuk norma, nilai, dan kepercayaan untuk mengurangi ketidakadilan gender yang terjadi (p. 5).

Media dapat mewujudkan kesetaraan gender dengan memberlakukan model ruang publik. Habermas (1964, p. 55) menjelaskan bahwa model tersebut memberikan akses yang setara kepada publik sehingga mereka dapat mendobrak segala kontrol dan limitasi kuasa lewat diskusi, kritik, kontrol, dan eleksi.

Salah satunya adalah lewat pemberitaan yang menempatkan ketidakadilan gender sebagai salah adanya. Contohnya adalah

pemberitaan Barat terkait pemerintahan Taliban yang kasar dan seksis yang dijelaskan oleh Carter & Steiner (2004, p. 5). Konsumen media tersebut berduyun-duyun melakukan berbagai kampanye untuk meningkatkan kesadaran publik, menekan pemerintahan Taliban, dan membuat jaringan yang membela kelompok perempuan Afganistan.

### **2.2.2 Strategi Pemberitaan Berperspektif Gender**

Strategi pemberitaan berperspektif gender adalah upaya menampilkan berita dengan tujuan membebaskan perempuan dari “pembasmian simbolik” yang selama ini menyebabkan pembungkaman, ketidaksetaraan, dan represi perempuan di ruang publik (International Association for Media and Communication Researchers [IAMCR], 2014, p. 79). Pemahaman soal perspektif gender muncul karena adanya hegemoni maskulinitas di tengah pembingkai berita yang selama ini ada. Hegemoni maskulinitas adalah salah satu hasil sistem sosial patriarki, yang mana muncul sebuah konstruksi bahwa laki-laki yang “jantan” menduduki posisi terunggul, di atas laki-laki yang digambarkan masyarakat “kurang jantan”, perempuan, dan identitas seksual lainnya (p. 30).

Dalam melawan hegemoni maskulinitas, IAMCR (2014, p. 33) menjelaskan bahwa ada berbagai strategi, salah satunya adalah mengajak organisasi media untuk membangun sensitivitas dalam setiap jurnalis yang berperan dalam pemberitaan. Pembangunan sensitivitas ini termasuk penggunaan kata, simbol, atau representasi yang tidak melanggar hegemoni maskulinitas.

Selain itu, masalah yang selama ini dihadapi juga termasuk dominasi laki-laki “maskulin” di dalam redaksi. Akibatnya, penilaian dan penghakiman laki-laki yang tergambar dalam pemberitaan; membentuk suatu bias gender (IAMCR, 2014, p. 52). Ruang perspektif lain terhambat karena struktur dalam media yang tidak seimbang.

Dalam buku *Panduan Meliput Kekerasan Seksual bagi Persma dan Jurnalis*, definisi pemberitaan kekerasan seksual berperspektif gender dibuat dalam konteks berperspektif korban. Adinda et al. (2022, p. 30) menjelaskan bahwa pemberitaan yang berperspektif korban adalah upaya untuk memproduksi berita yang fokus pada kepentingan korban kekerasan seksual, dari segi hak, kebutuhan, keinginan, dan keamanannya. Usaha ini dimaksudkan sebagai bentuk tim redaksi yang inklusif untuk memperlakukan mereka secara martabat dan hormat. Selain menjadi ruang publik, pemberitaan yang berperspektif korban juga dapat menjadi pendukung atas proses pemulihan korban dari kejadian yang dialaminya.

Adinda et al. (2022, p. 31) menyebutkan empat poin penting dalam melakukan pemberitaan yang berperspektif korban, yaitu memperlakukan korban dengan hormat dan bermartabat, tidak diskriminatif, mendukung dan memfasilitasi korban untuk membuat keputusan sendiri, serta menjaga privasi dan kerahasiaan profil korban. Strategi pemberitaan kekerasan seksual dimulai dari pemahaman soal KEJ, diversifikasi sudut pandang dan sumber penulisan berita, etika berkomunikasi dan persiapan mewawancarai korban, pemetaan dan asesmen risiko keamanan, perlakuan media terhadap korban pascawawancara, dan pemilihan visual yang berperspektif korban. (p. 32–56)

### **2.2.3 Kekerasan Seksual**

Macionis (2018, p. 360) menjelaskan bahwa kekerasan seksual, baik dalam bentuk fisik maupun verbal, merujuk kepada sebuah kodrat seksual yang dilakukan dengan sengaja, berulang, dan tidak dikehendaki oleh pasangannya. U.S. Equal Employment Opportunity Commission (EEOC) dalam DeVito (2016) mendefinisikan kekerasan seksual sebagai sebuah tindakan seksual yang tidak dikehendaki dan terkadang memengaruhi relasi kuasa, biasanya di tempat kerja.

Kekerasan seksual biasanya terjadi kepada perempuan karena dorongan suatu budaya agar laki-laki lebih “asertif” dan melihat perempuan dari segi seksual. Budaya inilah yang juga kerap dilanggengkan dan berada dalam sebuah sistem sosial patriarki, dan Indonesia adalah salah satu negara yang menganutnya. (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak [KemenPPA], 2021, ll. 2–3; Nagara, 2020, l. 12)

Komnas Perempuan (2013) menemukan 15 tipe kekerasan seksual, yaitu perkosaan, intimidasi seksual (termasuk ancaman atau percobaan pemerkosaan), pelecehan seksual, eksploitasi seksual, perdagangan perempuan untuk tujuan seksual, prostitusi paksa, perbudakan seksual, pemaksaan perkawinan (termasuk cerai gantung), pemaksaan kehamilan, pemaksaan aborsi, pemaksaan kontrasepsi dan sterilisasi, penyiksaan seksual, penghukuman tidak manusiawi dan bernuansa seksual, praktik tradisi bernuansa seksual yang membahayakan atau mendiskriminasi perempuan, serta kontrol seksual (termasuk lewat aturan diskriminatif beralasan moralitas dan agama). Berikut penjabaran berdasarkan definisi yang dipaparkan oleh Komnas Perempuan

### **1) Perkosaan**

Perkosaan adalah serangan fisik secara paksa dengan memakai alat genital, bagian tubuh lain, atau benda yang diarahkan ke alat genital atau mulut seseorang. Di Indonesia, perkosaan juga sering disebut dengan istilah pencabulan. Namun, istilah ini khusus untuk serangan yang tidak mengarah ke penetrasi.

### **2) Intimidasi seksual (termasuk ancaman atau percobaan pemerkosaan)**

Intimidasi seksual adalah serangan langsung ataupun tidak langsung yang menimbulkan rasa takut, tidak nyaman, tersinggung, direndahkan, hingga penderitaan psikis. Serangan dilakukan secara verbal atau

nonverbal (sentuhan fisik), baik langsung maupun tidak langsung (digital).

### **3) Pelecehan seksual**

Pelecehan seksual adalah serangan langsung ataupun tidak langsung yang menysar seksualitas seseorang. Seperti intimidasi seksual, pelecehan seksual juga menimbulkan rasa takut, tidak nyaman, tersinggung, direndahkan, hingga penderitaan psikis. Serangan dapat dilakukan lewat ucapan, visual, sentuhan, ataupun gerakan yang bernuansa seksual.

### **4) Eksploitasi seksual**

Eksploitasi seksual adalah tindakan terkait kuasa, baik penyalahgunaan kepercayaan maupun jabatan, untuk memperoleh kepuasan seksual. Tindakan ini terjadi karena terdapat ketimpangan kelas antara pelaku dan korban, entah dari segi ekonomi, sosial, ataupun politik sehingga terdapat kondisi tidak berdaya atau terpaksa. Praktik ini biasa diisi dengan imingan dan cenderung terkait dengan pengingkaran janji oleh pelaku yang memiliki relasi kuasa.

### **5) Perdagangan perempuan untuk tujuan seksual**

Perdagangan perempuan untuk tujuan seksual adalah “tindakan merekrut, mengangkut, menampung, mengirim, memindahkan, atau menerima seseorang” secara paksa untuk suatu kepentingan ekonomi dan seksual.

### **6) Prostitusi paksa**

Prostitusi paksa adalah tindakan menipu daya, mengancam, atau memaksa seseorang untuk menjadi pekerja seks. Prostitusi paksa biasanya terkait dengan perdagangan dan eksploitasi seksual.

### **7) Perbudakan seksual**

Perbudakan seksual adalah tindakan mengambil alih hak ketubuhan seseorang dalam konteks memenuhi kepuasan seksual pengekapnya. Kekerasan seksual ini juga kerap berkaitan dengan prostitusi paksa dan pemaksaan perkawinan.

#### **8) Pemaksaan perkawinan (termasuk cerai gantung)**

Pemaksaan perkawinan adalah perkawinan yang tidak berdasarkan keinginan salah satu atau kedua pihak yang melakukan. Ada beberapa kondisi yang membuat pemaksaan perkawinan masih terjadi. Yang pertama, korban tidak memiliki pilihan atas tubuhnya sendiri karena dipaksa orang lain (kawin paksa). Yang kedua, korban terpaksa menikah karena kondisi ia diperkosa pelaku sebelumnya. Yang ketiga, korban terpaksa berada di ikatan perkawinan, tetapi gugatan cerainya ditolak (cerai gantung). Yang keempat, praktik menikah satu malam agar bisa rujuk dengan mantan suaminya setelah talak tiga.

#### **9) Pemaksaan kehamilan**

Pemaksaan kehamilan adalah kondisi saat perempuan dipaksa, secara verbal ataupun nonverbal, untuk melanjutkan kehamilan yang tidak diinginkannya. Kondisi ini biasa terjadi pada perempuan korban pemerkosaan atau perempuan yang dilarang menggunakan kontrasepsi oleh pasangannya.

#### **10) Pemaksaan aborsi**

Pemaksaan aborsi adalah kondisi saat perempuan dipaksa, secara verbal ataupun nonverbal, untuk tidak melanjutkan kehamilan yang diinginkannya. Kondisi ini biasa terjadi pada perempuan yang pasangannya tidak mau melanjutkan hubungan ke ikatan perkawinan atau orang terdekatnya melarang kelanjutan hubungan.

#### **11) Pemaksaan kontrasepsi dan sterilisasi**

Pemaksaan kontrasepsi dan sterilisasi adalah kondisi saat pemasangan kontrasepsi atau pelaksanaan sterilisasi dilakukan tanpa persetujuan salah satu pihak. Tindakan ini bisa terjadi saat salah satu pihak tidak diberitahu secara utuh atau tidak mampu membuat keputusan atas tubuhnya sendiri.

#### **12) Penyiksaan seksual**

Penyiksaan seksual adalah tindakan yang dilakukan secara sengaja yang menyebabkan rasa sakit, baik jasmani, rohani, maupun seksual. Kekerasan seksual ini terjadi karena adanya ketidakberdayaan korban atas tubuhnya karena situasi seperti penghukuman atau pemaksaan berbicara.

#### **13) Penghukuman tidak manusiawi dan bernuansa seksual**

Cara menghukum orang yang menyebabkan rasa sakit, takut, atau malu. Penghukuman tidak manusiawi dan bernuansa seksual biasanya berkaitan dengan penyiksaan seksual, tetapi khusus terjadi kepada orang yang tertuduh melanggar norma kesusilaan.

#### **14) Praktik tradisi bernuansa seksual yang membahayakan atau mendiskriminasi perempuan**

Kebiasaan yang terbentuk dari tradisi budaya yang dapat menimbulkan cedera fisik, psikologis, ataupun seksual pada perempuan secara spesifik. Praktik ini dilakukan untuk mengontrol seksualitas perempuan. Salah satunya adalah sunat perempuan.

#### **15) Kontrol seksual**

Kontrol seksual adalah cara pikir suatu kelompok masyarakat yang mengambil kontrol atas moral perempuan dengan mengategorisasikan apa yang pantas dan tidak pantas untuk dilakukan oleh perempuan. Aturan-aturan diskriminatif terkait gender dan seksualitas terbentuk dalam kontrol seksual tersebut. Perempuan yang melanggar

pemberlakuan moral ini dapat menerima hukuman berupa sanksi moral hingga hukum.

#### **2.2.4 Media Alternatif**

Di sisi lain, pemberitaan yang tidak berperspektif perempuan juga dipengaruhi oleh motif kepentingan ekonomi perusahaan media tersebut. Croteau dan Hoynes (2019, p. 466) menyebutkan bahwa ada dua model perusahaan media, yaitu pasar dan ruang publik. Model pasar memiliki ideologi kapitalisme yang tolok ukur kesuksesannya adalah dari bagaimana media memperoleh keuntungan di tengah publik. Model ini paling banyak digunakan dalam perusahaan media arus utama sekarang. Berbeda dari pasar, model ruang publik yang diterapkan perusahaan media bergantung pada prioritasnya menyediakan wadah berkomunikasi berbagai komunitas yang aman dan nyaman.

Yoedtadi & Pribadi (2020) lebih lanjut menjelaskan bahwa tidak ada yang salah dari model pasar, tetapi yang menjadi masalah adalah jika kualitas produk menjadi terabaikan demi menguntungkan perusahaan. Jika media memaksakan produksi konten dari segi kuantitas demi mengeruk keuntungan—melupakan fungsi dari media itu sendiri, perusahaan media tersebut bisa saja jadi mengabaikan dan menjauhi isu-isu yang tidak disenangi publik, padahal penting adanya.

Berangkat dari kenyataan tersebut, berbagai media alternatif bermunculan, mendukung adanya perubahan di tengah masyarakat lewat evaluasi kritis tentang apa yang terjadi di tengah masyarakat. Bailey et al. (2008, pp. 7–30) membagi definisi media alternatif dalam empat pendekatan. Yang pertama, media alternatif sebagai media yang mengedepankan partisipasi member komunitasnya dalam produksi konten. Kedua, media alternatif sebagai media penyaji konten “alternatif” dari apa yang selama ini disajikan oleh media arus utama. Ketiga, media alternatif

sebagai media kontrahegemoni yang membentuk suara ketiga di tengah media negeri dan media swasta. Terakhir, media alternatif adalah media yang lahir menyatukan berbagai kelompok minoritas, menghubungkan kelompok lokal dengan global, dan memiliki hubungan yang berbeda dengan pasar dan/atau negara dari media lainnya.

Fuchs (2010, pp. 178–179) menyatakan bahwa media alternatif lahir untuk menantang kapitalisme yang mendominasi. Media ini biasanya lahir dari akar rumput, bawah tanah, gerakan politik subbudaya, atau kelompok identitas untuk memberikan suara orang-orang yang selama ini tidak berkesempatan untuk didengar. Media alternatif memiliki karakteristik sebagai berikut.

1. Kepemilikan bersifat kolektif.
2. Pemilihan keputusan dilakukan oleh seluruh anggota dalam redaksi.
3. Tidak ada hierarki dan penguasa.
4. Distribusi kuasa dilakukan secara simetris.
5. Tidak ada kepemilikan pribadi eksternal.
6. Manajemen ekonomi dilakukan secara mandiri.

Atton (2006, p. 4) mendefinisikan media alternatif dari bagaimana kapasitasnya membuat metode penciptaan, produksi, dan distribusi yang gigih dan tidak sesuai standar. Dari segi isi konten, media dapat dikatakan menerbitkan konten alternatif jika memenuhi salah satu dari tiga karakteristik berikut (Atton, 2006, p. 13).

1. Penerbitnya nonkomersial.
2. Motivasi penerbitan dilakukan karena kepeduliannya terhadap isunya, bukan pada keuntungannya.
3. Isi dari konten yang dipublikasi fokus pada perannya bertanggung jawab pada masyarakat dan/atau memberikan ruang untuk public berekspresi secara kreatif.

### 2.3 Alur Penelitian

