

Representasi perempuan sebagai tokoh sentral dalam "Gambar hidup" di Televisi (Kasus program FTV di SCTV)

Ade Astuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285904&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini adalah sebuah analisis diskursus kritis yang dilakukan dengan menggambarkan bagaimana kapitalisme media membentuk representasi perempuan dalam "gambar hidup" di televisi dari segi karakter dan peran. Kasus yang diambil dalam penelitian ini adalah FTV (Film Televisi), sebuah program yang ditayangkan oleh S01V sejak 4 Oktober 2000A sew memaksudRan program ini sebagai tontonan alternatif di tengah sinetron yang menyesaki daftar acara televisi-televisi swasta di Indonesia. Sinetron sendiri sering dikeluhkan karena dianggap melanggengkan nilai-nilai patriarkis di masyarakat.

Representasi perempuan dalam "gambar hidup" selama ini tidak pernah jauh keluar dari nilai-nilai yang terkandung dalam ideologi gender, yang selama ini membatasi gerak perempuan dalam bentuk pembingkaiannya yang berlembang sebagai hasil dari stereotipe. Pembingkaiannya terhadap perempuan tersebut dapat dilihat dari enam sisi, yaitu bingkai fisik, pikiran, domestik, sosial, pekerjaan dan politik. Sebagai benang merah dari keenam bingkai tersebut adalah bahwa bias gender tersebut merupakan produk kapitalisme yang patriarkis. Kapitalisme inilah yang mula-mula menyebabkan munculnya pembagian kerja secara seksual, di mana perempuan ditempatkan di ruang privat untuk menaungi laki-laki yang ditempatkan di ruang publik. Akibatnya, laki-laki diidentikkan dengan "produksi" sementara perempuan identik dengan "konsumsi". Marjinalisasi perempuan dan bidang produksi dan dominasi sebagai objek tontonan sering menjadi ideologi utama media massa. ..

Dalam memahami representasi perempuan di media massa, ada dua sudut pandang, yaitu media sebagai cermin dan keadaan masyarakat dan media tidak hanya sebagai cermin, tapi juga membentuk realitas sosial itu sendiri (Debra Yatim, 1992). Dalam sudut pandang ini, lewat proses seleksi, media melakukan interpretasi dan bahkan membentuk realitas sendiri. Hasilnya, adalah representasi perempuan sebagai subject position yang memiliki makna tersendiri dalam diskursus. Untuk lebih jelasnya, digunakan Frame of Reference for Studying Mediation milik Dennis McQuail yang mengemukakan bahwa hubungan media dengan institusi lain mempengaruhi institusi media dan institusi media tersebut mempengaruhi isi. Institusi lain yang dimaksud di sini, dengan mengambil Marxist Critical Theory adalah institusi ekonomi. Marx berpendapat media massa adalah alat untuk mengekalkan kapitalisme karena dasar dari masyarakat adalah sistem ekonomi. Teori Marx ini berhubungan erat dengan teori ideologi Althusser dan teori hegemoni Gramsci. Televisi sebagai media massa menjadi penting karena karakteristiknya audiovisualnya dan ditonton banyak orang. Oleh karena itu, televisi mempunyai kekuatan untuk menentukan budaya apa yang menjadi mainstream.

Masalah mengenai media yang seksis ini telah lama menjadi perhatian para feminis, yang menganggap media massa sebagai salah satu batu sandungan bagi gerakan mereka. Feminisme di

dunia dikenal terbagi dalam tiga gelombang. Terakhir, Naomi Wolf, feminis asal AS, memproklamasikan suatu mazhab baru yang mendefinisikan gerakan feminisme selama ini menjadi satu aliran Feminisme Kekuasaan.

Analisis diskursus kritis ini lalu dilakukan dengan melibatkan dua dimensi kembar. Dimensi yang pertama, yaitu communicative events terbagi dalam tiga tingkatan, yaitu teks, discourse practice dan sociocultural practice. Dimensi ini memandang masing-masing tingkatan tersebut secara umum, sedangkan dimensi yang kedua, yaitu order of discourse memandang keterkaitan antara ketiga tingkatan tersebut dalam konteks yang general.

Berdasarkan hasil analisis teks dan interteks yang dilakukan dengan teknik framing terdapat dua episode FTV diperoleh dua macam frame yang sama-sama merombak keenam bingkai perempuan baik dari sudut fisik, pikiran, sosial, domestik, pekerjaan dan politik, serta keluar dari dikotomi maupun kategorisasi perempuan di media massa, karena menjadi subject position yang memiliki makna sendiri. Dengan demikian, maka representasi perempuan dalam FTV ini, dari sudut karakter maupun peran, telah meninggalkan sudut pandang pertama yang menghadirkan sosok perempuan dalam stereotipnya dan menempatkan dirinya dalam sudut pandang kedua, yang kental dengan nilai-nilai ideologi feminisme.

Berdasarkan analisis discourse practice, di mana terdapat keterkaitan antara SCTV dan Prima sebagai gatekeeper dalam jaringan gatekeeper groups, terjadi yang dinamakan dengan technologization of discourse, yaitu proses intervensi dalam ruang lingkup discourse practice untuk membentuk hegemoni baru dalam institusi atau organisasi yang bersangkutan, sebagai bagian dari usaha secara umum untuk melakukan restrukturisasi hegemoni dalam praktik institusional dan budaya.

Sementara itu, analisis pada tingkatan sociocultural practice menunjukkan bahwa dalam program FTV ini juga terdapat tarik ulur antara kepentingan komersial dengan kepentingan idealis. Sebagai institusi bisnis, stasiun televisi tidak dapat melepaskan diri dari prinsip-prinsip kapitalisme, namun berdasarkan analisis terakhir terdapat order of discourse yang melihat pertautan antara ketiga tingkatan tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa kapitalisme memang menentukan isi tapi bukan satu-satunya faktor, karena masih ada faktor idealisme yang mengimbangi kapitalisme. Faktor idealisme ini dapat menghasilkan terobosan baru. Terobosan baru tersebut terwujud dalam technologization of discourse. Walaupun hakikat dari technologization of discourse ini adalah sebagai hegemoni, namun dapat pula sekaligus dimanfaatkan untuk kepentingan idealisme tadi.

Dalam kasus ini, technologization of discourse menghasilkan FTV sebagai discourse type baru. Sebagai hasil dari discourse type baru tersebut, dalam teks, terbentuk representasi perempuan, baik dari karakter maupun peran, yang merupakan dekonstruksi dari representasi yang umum.

Dengan demikian maka terlihat bahwa antara kepentingan komersial dengan kepentingan idealis dapat saling mendukung dan bahwa televisi selaku media yang ditonton banyak orang tidak hanya dapat menentukan budaya yang menjadi mainstream, namun juga dapat menciptakan budaya tandingan. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka kapitalisme yang patriarkhis tadi ternyata dapat pula dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai baru, dalam hal ini adalah nilai-nilai feminisme guna terciptanya representasi perempuan yang manusiawi dalam media massa.