Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Perempuan dalam berita kampanye Pemilu 2004 di media cetak nasional

Peranginangin, Loina Lalolo K., author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=83239&lokasi=lokal

---

Abstrak

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana isi pemberitaan tentang perempuan, khususnya dalam berita Kampanye Pemilu 2004 di media massa cetak nasional, ditinjau dari aspek karakteristik berita maupun kualitas berita. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana representasi perempuan dalam berita kampanye Pemilu 2004 dengan rnenggunakan beberapa indikator seperti kecenderungan media cetak tersebut untuk menempatkan perempuan melalui tata letak berita maupun pemilihan perempuan sebagai narasumber berita, serta isu-isu apa saja tentang perempuan yang berkembang selama beriangsungnya kampanye.

Permasalahan dibatasi pada berita langsung tentang peristiwa kampanye Pemilu Legislatif yang diadakan selama 22 hari, yaitu mulai dari tanggal 11 Maret 2004 sampai dengan tanggal 1 April 2004. Selain itu, berita yang diambil juga hanyalah berita yang memuat perempuan sebagai titik utama pemberitaan atau sebagai narasumber dalam menyikapi suatu peristiwa tertentu selama kampanye berlangsung.

Teknik analisis isi diambil dengan pertimbangan bahwa yang menjadi obyek penelitian adalah isi pesan yang disampaikan oieh media komunikasi. Media yang diteliti adalah Suara Pembaharuan, Republika dan Kompas, dengan mempertimbangkan visi dan misi organisasi yang berbeda, sehingga corak dan orientasi pemberitaan pun dianggap berbeda secara signifikan. Data dikumpulkan melalui kliping berita dan wawancara dengan redaksi media, sedangkan untuk data sekunder berupa transkrip wawancara dari beberapa penelitian serupa terdahulu, dan studi pustaka. Analisis dilakukan secara multi-level dan multi-stage dalam tiga tataran atau aras, yaitu tekstual, wacana dan sosiokultural. Untuk analisis teks, data tekstual didapat dengan memperbandingkan sejumlah karakteristik produk berita, seperti sebaran, jenis berita, panjang kolom, jenis kelamin narasumber, status narasumber dan posisi narasumber perempuan dalam berita, serta kualitas berita, dengan indikator faktualitas serta imparsialitas. Sedangkan analisis wacana dilakukan terhadap sejumlah data sekunder tentang kebijakan redaksional media yang bersangkutan, hubungan pemilik dan pengelola media serta pasar pembaca. Untuk praktek sosiokultural, analisis terutama difokuskan pada bagaimana perempuan dalam dunia domestik dan dunia publik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan kurang mendapat akses ke dunia publik, karena representasi perempuan di media lebih kecil, hampir setengahnya, daripada representasi laki-laki yang dijadikan sebagai narasumber oleh media cetak nasional. Dilihat dari komposisi perbandingan status perempuan dan laki-laki yang menjadi narasumber, masih ada kecenderungan media untuk belum memberikan akses yang sama dan berimbang bagi semua profesi yang ada, khususnya perempuan, untuk menjadi narasumber utama. Perempuan masih lebih banyak diletakkan sebagai sumber pengamatan saja. Walaupun sebagian besar berita sudah obyektif, tetapi ternyata isu perempuan belum menjadi isu penting

bagi media massa. Walaupun isu keterwakilan 30 % perempuan dalam lembaga legislatif telah menjadi sebuah peraturan hukum, ternyata isu itu hanya muncul dua kali dalam keseluruhan berita Kampanye Pemilu 2004. Isu-isu tentang perempuan lainnya yang juga dimuat hanya sebatas segelintir isu saja.

Dukungan terhadap peran dan akses perempuan yang lebih luas ke dunia politik, atau dunia publik, ternyata sangat kecil. Terbukti hanya sedikit sekali berita yang mengindikasikan dukungan terhadap gerakan wanita. Dari praktek wacana pun ternyata masih banyak kata-kata yang digunakan oleh media cetak justru menghubungkan perempuan dengan dunia domestik, dengan suami atau keluarga besarnya. Perempuan di dunia publik belum dihargai sebagai dirinya sendiri, tetapi selalu dikaitkan dengan nama besar pihak domestik.

Hasil penelitian memberikan implikasi perlunya upaya lebih keras bagi, baik dari kaum perempuan maupun kaum laki-laki yang mendukung gerakan pemberdayaan perempuan untuk memberikan ruang publik yang lebih luas bagi perempuan. Bagi kaum perempuan, kesempatan yang ada untuk masuk ke dunia publik sebaiknya digunakan dengan baik. Bagi kalangan media massa sendiri, walaupun sudah seringkali dibicarakan, tetapi ternyata masih kurang akses yang disediakan oleh media massa bagi kaum perempuan. Karena itu diperlukan pemahaman dan pengamatan akan perspektif gender yang lebih mendalam di kalangan redaksi media massa.

Dari hasil penelitian ini direkomendasikan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam tentang manajemen redaksional di berbagai surat kabar lainnya serta penelitian lanjutan tentang manajemen media. Selain itu, diperlukan langkah aksi yang lebih konkrit untuk menekan pihak media massa agar membuka ruangnya lebih luas lagi bagi kepentingan suara kaum perempuan.