

**GAGASAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN
DALAM EDITORIAL MAJALAH *GLAMOUR USA*
JANUARI - DESEMBER 2007**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains

**E.J. ARDANESHWARI
0706190976**

T
25443



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN WILAYAH AMERIKA
JAKARTA
DESEMBER 2008**



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : E.J. Ardaneshwari
NPM : 0706190976
Tanda tangan :
Tanggal :



HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : **E.J. ARDANESHWARI**
NPM : **0706190976**
Program Studi : **Kajian Wilayah Amerika UI**
Judul Tesis : **Gagasan Pemberdayaan Perempuan dalam Editorial
Majalah Glamour USA Januari-Desember 2007**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada Program Studi Kajian Wilayah Amerika Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

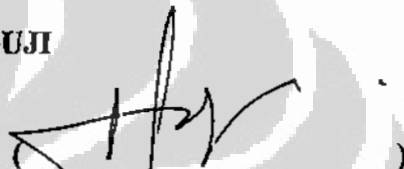

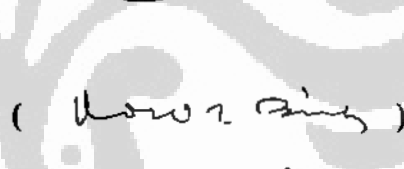
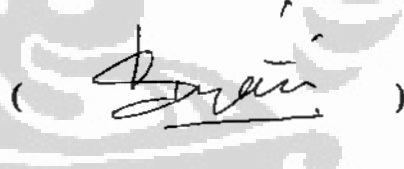
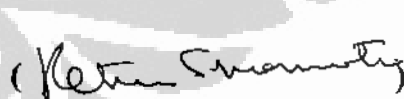
Pembimbing : **Muhammad Fuad, MA**

Pembaca : **Dr. Nana Nurliana S, MA**

Penguji : **Rony M. Bishry, Ph.D**

Penguji : **Prof. Dr. Soenarjati Djajanegara**

Penguji : **Retno S. Mamoto, Ph.D**

()
()
()
()
()

Ditetapkan di : **Jakarta**

Tanggal : **31 Desember 2008**

KATA PENGANTAR

*rahasia di sudut-sudut nafasnya
adalah kemesraan*

*pergilah!
sebelum senja mengetuk pintu
dan unggas terbang ke cakrawala*

*perempuan karya rita oetoro
V- 1969*

Bagi saya, mengkaji perempuan identik dengan belajar mengenal diri sendiri secara lebih arif. Jika seorang perempuan telah mengenal betul siapa dirinya, tentu ia akan lebih 'berdaya' untuk membantu orang lain. Sebagai praktisi sekaligus konsumen media, khususnya majalah perempuan, saya menyadari betapa besar potensi yang tersimpan di balik setiap halamannya. Alangkah positif jika gagasan-gagasan yang disampaikan melalui majalah tersebut mampu membuat setiap perempuan pembacanya menjadi lebih berdaya. Terkait topik tesis ini, saya meyakini bahwa perempuan yang telah berhasil memberdayakan dirinya, akan mampu memberikan kontribusi yang lebih banyak bagi dunia. Karena itu, semua gagasan tentang pemberdayaan perempuan teramat penting di mata saya dan layak dikaji lebih dalam.

Di balik setiap karya selalu ada sebuah proses. Sebuah proses sama pentingnya atau justru bisa jauh lebih penting dibandingkan karya itu sendiri. Selain itu, jika seseorang menepuk dada menyatakan sebuah karya sebagai hasil kerja kerasnya secara mutlak, mungkin ia sekadar angkuh atau patut diragukan kewarasannya, atau bahkan memenuhi kedua kriteria itu sekaligus. Semua karya, mulai dari puisi hingga disertasi, pada hakikatnya bersifat kolektif karena proses

pengerjaannya terkait dengan sejumlah elemen. Bukankah seorang penyair memerlukan bahasa sebagai perangkat ekspresi sebagaimana seorang ilmuwan tak terpisahkan dari aneka sumber referensi? Di balik bahasa dan referensi pun dapat dipastikan tercakup gagasan dan aspirasi sejumlah persona yang pada akhirnya menginspirasi orang lain untuk melahirkan gagasan serta aspirasi baru. Dan demikian seterusnya.

Tesis ini merupakan pembuktian retorika tersebut. Selama proses pembuatannya, ada begitu banyak tangan yang terulur maupun senantiasa sigap menopang meski ada pula tangan-tangan yang sekadar ‘terlipat di dada’ atau bahkan ‘membanting daun pintu’ tepat di depan hidung saya. Tangan-tangan kategori pertama saya syukuri sebagai perpanjangan tangan Tuhan, tentu saja. Di lain pihak, saya memilih untuk menganggap tangan-tangan kategori kedua sebagai tantangan untuk membuktikan “*my true color*” sekaligus sebagai cermin untuk memotivasi diri menjadi pribadi yang lebih bijak serta melakukan sebanyak mungkin kebajikan sejauh kemampuan. Saya ingin masuk ke dalam kategori tangan pertama yang senantiasa sigap menopang atau terulur membukakan pintu bagi sebanyak mungkin nama. Dan seperti yang ditulis oleh penyair Rita Oetoro nyaris empat dekade lalu, saya tengah berupaya mengepakkan sayap menjelajah cakrawala sebelum senja mengetuk pintu.

So help me, God.

Tangerang, Desember 2008

E.J. Ardaneshwari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : E.J. Ardaneshwari
NPM : 0706190976
Program Studi : Kajian Wilayah Amerika
Fakultas : Pascasarjana
Jenis karya : Tesis

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Gagasan Pemberdayaan Perempuan dalam Editorial Majalah *Glamour* USA Januari - Desember 2007 beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di:

Pada tanggal:

Yang menyatakan

(E.J. Ardaneshwari)

ABSTRAK

Nama : E.J. Ardaneshwari
Program studi : Kajian Wilayah Amerika
Judul : Gagasan Pemberdayaan Perempuan dalam Editorial Majalah *Glamour* USA Januari –Desember 2007

Sebagai salah satu rujukan penting untuk memahami pikiran sesama perempuan, majalah perempuan merupakan sarana potensial untuk memberdayakan perempuan. Tesis ini meneliti gagasan pemberdayaan perempuan dalam editorial rubrik *Glamour News* Majalah *Glamour* USA yang dimaksudkan Redaksi *Glamour* sebagai sarana untuk menyatakan keberpihakan *Glamour* terhadap isu-isu perempuan. Penelitian ini bertujuan menunjukkan bagaimana gagasan pemberdayaan perempuan direpresentasikan dalam editorial *Glamour* sepanjang tahun 2007 serta bagaimana editorial *Glamour* berperan sebagai diskursus tentang pemberdayaan perempuan. Penelitian bersifat kualitatif dan menggunakan metode analisis *framing*.

Hasil analisis memperlihatkan, *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika Serikat sebagai hak penuh untuk mengendalikan tubuhnya sendiri; rasa percaya diri dalam bekerja; kemampuan mengatasi diskriminasi di tempat kerja; kemampuan untuk memenuhi kriteria perempuan ideal versi *Glamour*; pengetahuan menyeluruh tentang masalah kesehatan perempuan; kemampuan melakukan tindakan kongkret untuk menolong sesama perempuan pada khususnya dan terhadap dunia pada umumnya. Hubungan antara *Glamour* dengan pembacanya merupakan hubungan hegemonik. Hal itu tercermin dari cara *Glamour* dengan memosisikan diri sebagai penentu makna sebagai pengetahuan yang harus diikuti oleh pembacanya. Secara umum, editorial *Glamour* mencerminkan nilai-nilai budaya Amerika seperti sikap pragmatis, orientasi pada keunggulan, dan *sense of mission* untuk “menyelamatkan dunia”, termasuk sifat paradoks budaya Amerika dengan memperlihatkan inkonsistensi dalam memaknai pemberdayaan perempuan Amerika Serikat.

Kata kunci: perempuan, pemberdayaan, media, majalah gaya hidup, *Glamour*

ABSTRACT

Name : E.J. Ardaneshwari
Study Program : Kajian Wilayah Amerika
Title : Woman Empowerment Ideas in Editorial Pages of
Glamour USA Magazine January – December 2007

As one of the important references for women to better understand each other, women's magazines are a potential means to empower women. This thesis analyzes the idea of women's empowerment in the editorials of *Glamour News* in *Glamour* magazine USA that are intended by the *Glamour* editorial team as a means to affirm *Glamour's* taking sides in female issues. This research aims to show how the idea of women's empowerment is represented in *Glamour* editorials throughout 2007 and how the *Glamour* editorials played a role as a place of discourse on the empowerment of women. This thesis is qualitative in character and uses the *framing* analysis method.

The results of this analysis show that *Glamour* gives meaning to women's empowerment in the United States of America: to own the full right to control one's own body; self-confidence in carrying out a profession; the ability to formulate what being a woman is; the ability to overcome discrimination in the work place; the ability to fulfill the criteria of *Glamour's* version of the ideal woman; broad knowledge of female health problems; and the ability to take tangible action to express empathy toward other women specifically and the world in general. The relationship between *Glamour* and its readers is a hegemonic relationship. This is reflected in the manner *Glamour* positions itself as the determiner of knowledge that should be followed by its readers. In general, *Glamour* editorials reflect the cultural values of America, such as pragmatism, orientation to win, and a sense of mission "to save the world", including the paradoxical character of American culture in its inconsistent way of giving meaning to American women's empowerment.

Key words: woman, women, empowerment, media, lifestyle magazine, *Glamour*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2. Masalah dan Cakupan Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Hipotesis Penelitian.....	8
1.5. Sumber Data dan Metodologi	8
1.6. Sistematika Penyajian	11
BAB 2 KERANGKA TEORI	12
2.1. Representasi	13
2.2. Media Perempuan.....	15
2.3. Pemberdayaan Perempuan.....	19
2.4. Metode & Hasil Penelitian.....	27
BAB 3 DARI DISKRIMINASI GAJI HINGGA PRO-KONTRA ABORSI	30
3.1. Analisis editorial <i>Pro-life? Pro-choice?</i>	30
3.2. Analisis editorial <i>Let's hear it for women's brainpower!</i>	35
3.3. Analisis editorial <i>Let's stop teaching preschoolers to be sexy</i>	39
3.4. Analisis editorial <i>Don't let a guy outearn you at work</i>	44
3.5. Analisis editorial <i>The 7 best (and worst) things you can say</i>	48
3.6. Kesimpulan Analisis Editorial Kategori Pengembangan Diri.	52
3.7. Tabel <i>Framing</i>	54
BAB 4 <i>IT TAKES TWO TO TANGO</i>	61
4.1. Analisis Editorial <i>Let's catch more rapist before they strike again..</i> 61	
4.2. Analisis Editorial <i>The women's health crises you haven't heard</i>	65
4.3. Analisis Editorial <i>Do something heroic (it's actually easy)</i>	69
4.4. Analisis Editorial <i>Women in danger: how you can help</i>	73
4.5. Analisis Editorial <i>Women who drive drunk: end this trend!</i>	79

4.6. Analisis Editorial <i>Student moms, pushed off campus</i>	83
4.7. Analisis Editorial <i>31 days of giving back</i>	86
4.8. Kesimpulan Analisis Editorial Kategori Hubungan dengan Masyarakat	90
4.9. Tabel <i>Framing</i>	92
BAB 5 KESIMPULAN.....	102
DAFTAR PUSTAKA	107



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Industri majalah di Amerika Serikat merupakan bisnis konglomerasi yang bernilai tinggi. Data *Audit Bureau Circulation* tahun 2007 dan *Publishers Information Bureau* 2006 menginformasikan, setidaknya ada lima majalah gaya hidup Amerika Serikat bersirkulasi antara 2,3 juta hingga 7,7 juta eksemplar per tahun. Sedangkan angka belanja iklan kelima majalah tersebut berkisar antara US\$ 287 juta dan US\$ 777 juta per tahun. Dari segi kuantitas, majalah di Amerika Serikat meningkat dari 6.960 judul di tahun 1970 menjadi 13.878 judul di tahun 2001 dan 90 judul di antaranya memiliki tiras lebih dari satu juta eksemplar (U.S. *Department of State's Bureau of International Information Programs*, 2003).

Sementara itu hasil sebuah penelitian tahun 2006 terhadap 100 majalah gaya hidup perempuan dari segi sirkulasi dan 50 majalah dari segi penjualan eceran (*single copy*) menunjukkan, *Glamour* menduduki peringkat 26 dengan jumlah total sirkulasi rata-rata 2,275,324 eksemplar per edisi. Sedangkan dari segi penjualan eceran per edisi, *Glamour* menduduki peringkat 9. Berikut data peringkat sirkulasi *Glamour* tersebut beserta lima majalah gaya hidup perempuan Amerika lainnya:

Tabel 1 Peringkat Sirkulasi dan Eceran 6 Majalah Gaya Hidup Perempuan AS

Majalah	Peringkat menurut sirkulasi per edisi (rata-rata)	Jumlah sirkulasi per edisi (rata-rata)	Peringkat penjualan eceran per edisi (rata-rata)	Jumlah penjualan eceran per edisi (rata-rata)
<i>Cosmopolitan</i>	#18	2,928,041	#1	1,937,685
<i>Redbook</i>	#25	2,389,456	#42	285,926
<i>Glamour</i>	#26	2,275,324	#9	837,725
<i>Vogue</i>	#70	1,287,887	#19	434,838
<i>Essence</i>	#85	1,090,238	#43	274,877
<i>Marie Claire</i>	#96	958,624	#24	404,378

Sumber: Gregory (2007)

Meski demikian, dari segi kinerja secara keseluruhan (sirkulasi, jumlah pelanggan, belanja iklan, dan angka penjualan), *Glamour USA* (selanjutnya disebut *Glamour*) menduduki peringkat pertama (Long, 2007: 28). Majalah bulanan yang diterbitkan *Condé Nast Publications* sejak tahun 1939 ini dibaca oleh 12 juta perempuan Amerika Serikat berusia 18-34 tahun. Hampir 67% pembacanya merupakan lulusan universitas atau pernah kuliah, sementara 17% di antaranya masih berstatus mahasiswa. Profil demografis pembaca *Glamour* dapat dilihat di situs *Condé Nast Publications* sebagaimana tampak di bawah ini:

Gambar 1 Sirkulasi dan Demografi *Glamour*

CIRCULATION/DEMOGRAPHICS		UPDATED 11.2008
Total Paid & Verified Subscription:	1,669,340	
Newsstand Sales:	685,633	
Total Paid & Verified Circulation:	2,354,973	
Ratebase:	2,250,000	
TOTAL ADULTS	Audience	
Total Women	12,251,000	
Total Men	11,299,000	
	951,000	
AGE		
18-24	2,714,000	
18-34	6,656,000	
18-49	10,263,000	
25-34	3,943,000	
35-44	2,453,000	
Median Age:	33	
INCOME		
HHI \$75,000+	5,246,000	
HHI \$100,000+	3,435,000	
Source: ABC Statement June 30, 2008; MRI Fall 2008 (Base: Adults)		

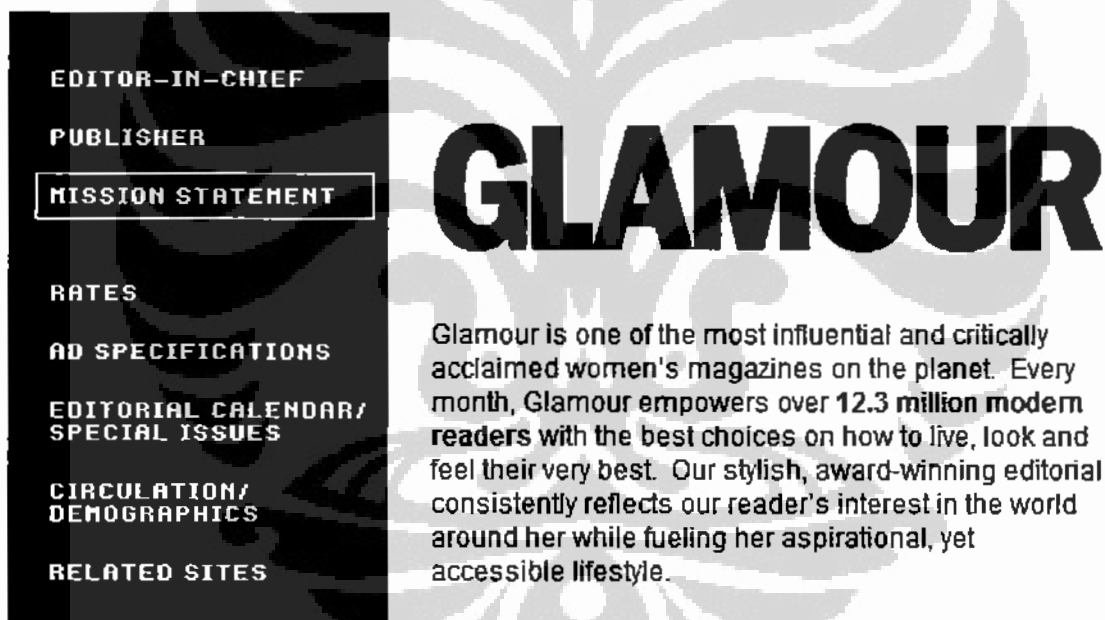
sumber: www.Glamour.com

Data di atas menggambarkan betapa besar pengaruh *Glamour* terhadap pembacanya dan secara umum menggambarkan betapa besar pengaruh majalah perempuan terhadap perempuan Amerika Serikat. Wolf (1991: 123) memang meyakini bahwa majalah perempuan memiliki peran yang lebih penting dibanding

media lainnya dalam memopulerkan gagasan-gagasan kesetaraan perempuan. Masih menurut Wolf, dengan caranya sendiri, majalah perempuan menjadi salah satu rujukan penting bagi perempuan untuk memahami pikiran sesama perempuan. Majalah perempuan juga berperan sebagai medium pembentuk komunitas perempuan sehingga memiliki peran penting dalam mencerminkan dan menciptakan budaya massa perempuan (*female mass culture*).

Dalam konteks pemikiran Wolf tersebut, *Glamour* memiliki peran penting dalam kehidupan perempuan Amerika Serikat. Hal ini dilakukan oleh *Glamour* melalui penyajian berbagai topik yang terfokus pada upaya pemberdayaan (*empowerment*). Hal ini merupakan visi dan misi (*mission statement*) *Glamour* sebagaimana dinyatakan dalam situs *Condé Nast Publications* berikut ini:

Gambar 2 Pernyataan Visi-Misi *Glamour*



The image shows a screenshot of the Glamour website. On the left is a dark navigation menu with white text listing: EDITOR-IN-CHIEF, PUBLISHER, MISSION STATEMENT (highlighted with a white border), RATES, AD SPECIFICATIONS, EDITORIAL CALENDAR/SPECIAL ISSUES, CIRCULATION/DEMOGRAPHICS, and RELATED SITES. To the right, the word 'GLAMOUR' is written in large, bold, black letters. Below the logo is a paragraph of text: 'Glamour is one of the most influential and critically acclaimed women's magazines on the planet. Every month, Glamour empowers over 12.3 million modern readers with the best choices on how to live, look and feel their very best. Our stylish, award-winning editorial consistently reflects our reader's interest in the world around her while fueling her aspirational, yet accessible lifestyle.'

sumber: www.Glamour.com

Dari pernyataan di atas, terlihat bahwa *Glamour* berupaya untuk memberdayakan pembacanya melalui penyajian berbagai artikel tentang cara-cara terbaik untuk menjalani hidup sebagai perempuan, baik secara jasmani maupun rohani. *Glamour* bertujuan secara konsisten memenuhi kebutuhan sekaligus mendukung gaya hidup yang diinginkan pembacanya tanpa melupakan realita.

Salah satu isi *Glamour* yang mencerminkan sikap dan cara pandang Redaksi *Glamour* dalam memaknai pemberdayaan perempuan Amerika Serikat adalah editorial, karena editorial merupakan pernyataan resmi sebuah penerbitan tentang suatu isu atau peristiwa. Dalam jurnalisme, editorial juga disebut sebagai “tajuk rencana”. Editorial yang dijadikan *corpus* penelitian dalam tesis ini adalah editorial yang merupakan bagian dari *Glamour News*, salah satu rubrik tetap dalam *Glamour*. Hal ini perlu diperjelas berhubung selain editorial dalam *Glamour News*, juga terdapat editorial lain dalam *Glamour* yang merupakan penjelasan serta pengantar dari pemimpin redaksi mengenai isi majalah. Editorial ini biasanya diletakkan sesudah daftar isi majalah, dan selalu ada dalam setiap edisi.

Saat pertama kali terbit pada tahun 1939, *Glamour* muncul dengan nama *Glamour Hollywood* karena memang masih memfokuskan pemberitaannya seputar selebritas Hollywood. Di tahun 1943, *Glamour* sempat tampil dengan *tagline* “for the girl with a job” namun *tagline* ini tidak bertahan lama. Isi editorial *Glamour* secara garis besar dapat dibagi menjadi delapan kategori, yaitu

1. *Glamour Beauty*
2. *Glamour Fashion*
3. *Men, Sex & Love*
4. *Your Health & Body*
5. *Life & Happiness*
6. *Glamour Buzz*
7. *Glamour News*
8. *Everything Else You Need*

Sebagai majalah yang dikategorikan sebagai “*fashion and beauty magazine*”, keberadaan rubrik *Glamour News* menjadi nilai tambah tersendiri karena rubrik ini terdiri atas sejumlah artikel tentang isu-isu, berita, dan profil perempuan, sesuai *tagline* yang selalu terpampang di bawah *inside cover Glamour*

News: “*What’s going on? Heroes, Causes and News of Your World*”. Dalam *Glamour News* selalu hadir satu halaman editorial yang membahas isu-isu seputar dunia perempuan seperti diskriminasi di tempat kerja, pro-kontra aborsi, kesehatan, dan tindak kekerasan. Berikut penjelasan lebih lanjut dari *News Director Glamour*, Ellen Kampinsky, mengenai editorial tersebut:

Since then it (Glamour) has mixed fashion and beauty with messages of empowerment and brought issues of importance to its readers. Women’s health and reproductive rights have been a major concern. In 1966, even before abortion was legalized, Glamour told readers “The Facts About Abortion.” In 1991, we ran “The True Story Behind Breast Implants.” In 2003, with heart disease the No. 1 killer of women, Glamour ran articles about the White House’s healthy hearts campaign.

Glamour takes great pride in our editorial page; we are the only U.S. women’s magazine that has one and it’s been a fixture of Glamour since its inception. The goal is the same as that of any other serious purveyor of journalism: to take a stand on a number of issues of importance to women, often about issues that aren’t covered or made much of elsewhere, topics like reproductive rights and pay inequalities. The editorial page is a way to expand the relationship with the readers—in a personal way—on issues that are important to them (wawancara melalui e-mail, 3 September 2007)

Dengan menengahkan isu pemberdayaan perempuan, *Glamour* dapat dikatakan terlibat dalam diskursus tentang feminisme. Hal ini sesuai dengan pernyataan Wolf terdahulu tentang majalah perempuan. Penelitian tentang majalah perempuan yang mengacu pada pemikiran Wolf, sudah banyak dilakukan, antara lain oleh Brown (2005) yang mengkaji bagaimana isu budaya tentang ras, kelas dan kecantikan bersinggungan dengan cara media massa menampilkan tubuh perempuan. Durham (1999) meneliti kaitan antara remaja perempuan dengan pilihan media dan seksualitas mereka. Sementara itu Kitch (1998) menggunakan pendekatan sejarah untuk menganalisis Majalah *Ladies’ Home Journal* edisi tahun 1897 yang menampilkan visualisasi sejarah perempuan Amerika. Rhode (1995) mengulas bagaimana media bukan saja mencerminkan, melainkan juga membentuk isu-isu feminisme.

1.2. Masalah dan Cakupan Penelitian

Sehubungan dengan penelitian-penelitian di atas, penelitian ini sendiri bermaksud menganalisis penyajian gagasan tentang pemberdayaan perempuan dalam *Glamour*. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan penyajian gagasan pemberdayaan perempuan sebagai bagian dari rekonstruksi makna yang dibangun oleh masyarakat Amerika. Secara lebih spesifik, penelitian ini akan memfokuskan perhatian pada editorial *Glamour News*. Hal ini didasari pertimbangan bahwa Redaksi *Glamour* bertujuan menjadikan editorial *Glamour News* sebagai sarana untuk menyatakan keberpihakan *Glamour* kepada isu-isu perempuan. Dengan meneliti penyajian gagasan dalam editorial tersebut, penelitian ini akan memaparkan dan membuktikan bagaimana sesungguhnya teks editorial *Glamour* merekonstruksi makna pemberdayaan perempuan. Artinya, rubrik ini bukan sekadar teks, melainkan juga merupakan representasi dari diskursus tentang pemberdayaan perempuan Amerika, sesuai pemaknaan yang dilakukan oleh Redaksi *Glamour*.

Berdasarkan uraian di atas, lingkup penelitian ini adalah teks editorial *Glamour* dalam rentang waktu tertentu. Untuk keperluan penelitian ini, teks yang akan diteliti dibatasi pada rubrik editorial yang terbit selama tahun 2007. Dasar pemikirannya adalah, bahwa dengan menganalisis editorial *Glamour* selama satu tahun, maka dengan sendirinya akan dapat dilihat sejauh mana konsistensi *Glamour* dalam menjalankan visi dan misinya. Isi redaksional (*editorial content*) sebuah majalah selalu disesuaikan dengan visi dan misi yang telah digariskan oleh manajemen dan dewan redaksinya. Faktor lain yang menjadi pertimbangan adalah bahwa dengan memilih jangka waktu penerbitan selama tahun 2007, tesis ini akan lebih berpeluang untuk meneliti isu-isu terkini tentang perempuan Amerika yang menurut Redaksi *Glamour* penting untuk diketengahkan. Langkah ini ditempuh mengingat bahwa upaya-upaya memperjuangkan kesetaraan gender tergolong sebagai proses yang lamban karena berkaitan langsung dengan salah satu sikap manusia yang telah sedemikian berurat-akar (*World Economic Forum:2004*). Karena *Glamour* merupakan majalah bulanan, maka akan ada 12

editorial *Glamour* yang akan dijadikan *corpus* penelitian. Fokus penelitian adalah teks. Dengan demikian penelitian ini tidak akan menjadikan penulis atau pembaca editorial *Glamour* sebagai objek penelitian.

Dengan demikian masalah utama penelitian ini adalah bagaimana sebuah rekonstruksi makna dibangun secara kolektif oleh berbagai pihak yang terlibat dalam diskursus tentang pemberdayaan perempuan. Atau bagaimana *Glamour* terlibat dalam diskursus tentang pemberdayaan perempuan Amerika melalui editorialnya. Sesuai dengan pendekatan penelitian yang dipilih, maka submasalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Glamour* menyajikan rekonstruksi makna tentang pemberdayaan perempuan Amerika dalam teks editorialnya?
2. Sejauh mana *Glamour* konsisten dalam visi dan misinya ikut membentuk makna tentang pemberdayaan perempuan Amerika?

Cakupan penelitian ini akan dibatasi pada pembahasan representasi editorial *Glamour* sebagai sarana penyampaian gagasan tentang pemberdayaan perempuan Amerika, melalui pendekatan analisis *framing*.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana gagasan pemberdayaan perempuan direpresentasikan oleh *Glamour* melalui editorialnya dalam periode Januari hingga Desember 2007.
2. Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana editorial *Glamour* berperan sebagai diskursus tentang pemberdayaan perempuan.

1.4. *Hipotesis Penelitian*

Editorial *Glamour* selalu membahas topik-topik yang dianggap oleh Redaksi *Glamour* merepresentasikan gagasan pemberdayaan perempuan. Pembahasan topik-topik tersebut akan membentuk makna pemberdayaan perempuan sebagaimana yang dipahami oleh Redaksi *Glamour*. Makna yang terbentuk inilah yang kemudian menjadi bagian dari diskursus masyarakat Amerika tentang pemberdayaan perempuan

1.5. *Sumber Data dan Metodologi*

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah analisis *framing*. Sobur (2004:161-162) menjelaskan, analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Dijelaskan lebih lanjut oleh Sobur bahwa dalam ranah studi ilmu komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat merekonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Sedangkan menurut Robert M. Entman (1993:51), *framing* adalah “a discursive strategy of communication in which some aspects of a perceived reality are selected and given more salience in communication in order to promote particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or suggested treatment.” Sementara itu, Gamson dan Modigliani (1989) berpendapat bahwa media memainkan peran yang kompleks, yakni di satu pihak sebagai bagian dari proses produksi isu di masyarakat dan di lain pihak juga menjadi *framing*. Media secara terus-menerus memproduksi “suggested meanings”

sehingga isinya dapat menjadi indikator dari isu yang berkembang di masyarakat.

Baik Entman maupun Gamson dan Modigliani menekankan peran media dalam 'mengemas' sebuah isu untuk memberi interpretasi dan memaknai isu tersebut. Dengan kata lain, mereka menggarisbawahi fakta bahwa media bersifat tidak netral.

Gamson dan Modigliani juga menggambarkan wacana media dalam bentuk tulisan di media cetak atau audiovisual di televisi sebagai "*media packages*", dan ini adalah serangkaian "*interpretive packages*" yang memberi makna kepada sebuah isu. Setiap "paket" mengandung bangunan atau struktur internal, dan di pusat struktur inilah terletak "*central organizing idea*" (ide dasar) atau disebut juga "*frame*" yang berupaya memaknai kejadian-kejadian yang dianggap relevan dengan sebuah isu budaya. *Frame* ini mengungkapkan berbagai posisi/pandangan, dan mengandung beberapa simbol yang meringkas ide dasar dan posisi-posisi itu. Keseluruhan "paket" ini ditampilkan dengan berbagai metafora, *catchphrase*, atau "alat-alat simbolik" (*symbolic devices*) lainnya. Disebutkan pula bahwa ada dua jenis "*symbolic devices*", yaitu:

1. Yang berkaitan dengan "*how to think about the issue*" (metafora, contoh/*exemplars*, *catchphrases*, penggambaran/*depictions*, dan *visual image/icons*)
2. Yang berkaitan dengan "*reasoning*" (*roots*/akar pemikiran, misalnya dalam bentuk analisis sebab-akibat, *consequences*/konsekuensi, misalnya dampak spesifik dari sebuah kejadian, dan *appeals*/imbauan, misalnya dalam bentuk *moral claims*)

Jadi, sebuah "*media package*" terdiri dari:

- Pernyataan *frame* (ide dasar) atau *organizing idea*.
- Serangkaian posisi/pandangan

- Delapan *devices* (metafora, contoh, *catchphrases*, *depictions*, *visual image*, *roots*, *consequences*, dan *appeals*)

Paket-paket media ini disajikan sepanjang waktu untuk membentuk makna yang konsisten dalam bentuk interpretasi terhadap kejadian yang berbeda-beda. Sepanjang waktu tertentu, maka wacana media adalah sebuah proses produksi makna yang ditentukan oleh tiga hal penting:

Cultural resonances (resonansi budaya) - ide dan bahasa yang punya resonansi budaya lebih luas, akan lebih diterima sebagai sesuatu yang alamiah. Dalam konteks *Glamour*, resonansi budaya ini akan berguna untuk memahami editorial *Glamour* dari segi ide dan bahasa yang digunakannya.

Sponsor activities - menurut Gamson dan Modigliani sebagian besar isu budaya berkaitan dengan sponsor (institusi bisnis maupun non-bisnis, pemerintah, akademisi) yang kemudian berusaha memengaruhi jurnalis lewat *public relations* maupun pernyataan mereka. Dalam konteks *Glamour*, *sponsor activities* ini adalah institusi yang didukung atau dikutip dalam editorial.

Media practices - Jurnalis juga bukan pihak yang pasif menerima masukan, melainkan memiliki norma dan cara kerja yang akan memengaruhi paket tulisan mereka. Dalam konteks *Glamour*, hal ini menyangkut kebijakan redaksi dan mekanisme pembuatan editorial.

Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan wartawan saat menyeleksi isu dan menulis berita. Gamson dan Modigliani (1987:143) menyebut perspektif itu sebagai "*the central organizing idea or story line that provides meaning to an unfolding strip of events and weaves a connection among them.*" Dari definisi tersebut, saya menyimpulkan bahwa *frame* menyangkut tiga elemen:

- *Organizing*
- *Provides meaning*
- *Weaves a connection of events*

Berdasarkan tiga elemen tersebut, saya akan melakukan analisis terhadap teks editorial *Glamour* berdasar langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyarikan teks editorial *Glamour* dengan bantuan metode *framing* sebagaimana diusulkan Sobur, Entman, Gamson, dan Modigliani
2. Mengategorisasi teks editorial *Glamour*
3. Melakukan interpretasi terhadap teks editorial *Glamour*
4. Mengaitkan interpretasi teks editorial *Glamour* dengan *cultural resonance*, *sponsor activities*, dan *media practices* sesuai penjelasan terdahulu.

Cara kerja metode analisis *framing* ini akan dipaparkan secara lebih komprehensif dalam Bab 2.

1.6. Sistematika Penyajian

Tesis ini terdiri atas lima bab. Bab 1 merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang, fokus permasalahan, serta metode yang digunakan penelitian ini. Dalam Bab 2 dipaparkan teori-teori yang menjadi kerangka penelitian serta cara kerja metode analisis *framing*. Bab 3 berisi analisis lima teks editorial *Glamour* yang termasuk kategori pemberdayaan perempuan bagi diri sendiri, sedangkan Bab 4 berisi analisis tujuh teks editorial *Glamour* yang termasuk kategori pemberdayaan perempuan dalam hubungannya dengan masyarakat. Terakhir, Bab 5 merupakan kesimpulan sekaligus penutup.

BAB 2

KERANGKA TEORI

Penelitian ini didasari oleh pemikiran tentang adanya gagasan pemberdayaan perempuan dalam teks editorial *Glamour*. Gagasan tersebut sebenarnya merupakan cara Redaksi *Glamour* dalam mererekonstruksi makna tentang pemberdayaan perempuan. Dengan kata lain, teks editorial *Glamour* merupakan sebuah diskursus tentang pemberdayaan perempuan.

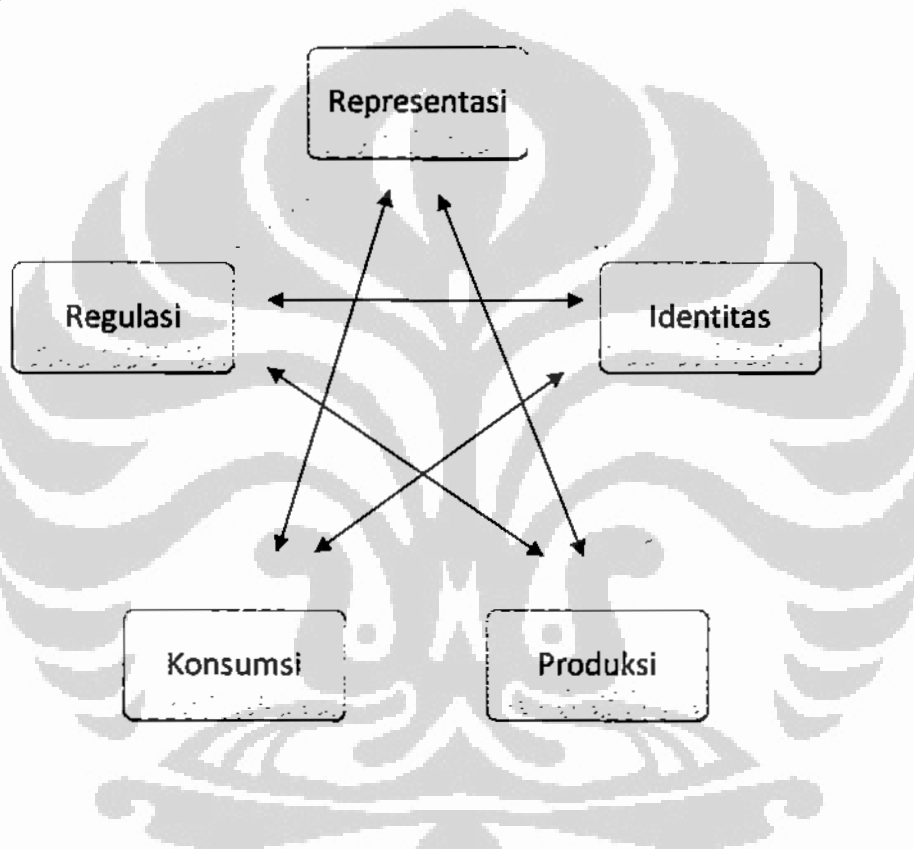
Rekonstruksi gagasan pemberdayaan perempuan di *Glamour* ini menjadi penting untuk dibahas mengingat diskriminasi terhadap perempuan masih terjadi secara global hingga kini. Di Amerika sendiri, sebagaimana ditampilkan di dalam editorial *Glamour*, terpapar fakta antara lain tentang masih lemahnya posisi perempuan sebagai korban perkosaan atau korban tindak kekerasan lain, masih belum meratanya pengetahuan tentang masalah kesehatan perempuan, dan masih terjadinya diskriminasi di tempat kerja.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa topik bahasan penelitian ini adalah cara pandang dan upaya *Glamour* sebagai sebuah media perempuan dalam menggagas sesuatu serta bagaimana *Glamour* tersebut melibatkan dirinya sebagai agen pembentuk makna bersama (*shared meanings*). Sebagai sebuah makna bersama, gagasan yang diangkat sebuah media akan bergantung kepada penggunaan bahasa yang memungkinkan kita mendapatkan sekaligus bertukar makna dengan orang lain. Dengan kata lain, bahasa adalah penghimpun nilai dan makna budaya. Inilah yang ditekankan oleh Hall (1997) dalam teorinya tentang representasi.

Dalam bab ini, saya akan menjelaskan lebih lanjut tentang penggunaan teori representasi sebagai landasan pikir penelitian. Selanjutnya, akan dijelaskan pula landasan pemikiran yang berkaitan, yaitu teori tentang media perempuan dan pemberdayaan perempuan.

2.1. Representasi

Agar bahasa dapat memainkan peran sebagai penghimpun nilai dan makna budaya, Hall mengusulkan agar bahasa dilihat sebagai sistem representasi dalam sebuah model yang disebutnya sebagai *Circuit of Culture*. Model ini (lihat gambar) terdiri atas lima komponen (identitas, representasi, regulasi, konsumsi, produksi).



Bagi Hall, kebudayaan adalah produksi dan pertukaran makna (*the giving and taking of meaning*) yang dilakukan terus-menerus oleh para anggota masyarakat atau kelompok. Dengan demikian, budaya bergantung kepada partisipasi aktif para anggotanya dalam melakukan interpretasi makna atas segala hal di sekitar mereka, dengan menekankan pada konsensus tentang makna bersama.

Hall percaya bahwa partisipasi orang banyak dalam proses pemaknaan sangat penting bagi sebuah kebudayaan sebab segala sesuatu tidak memiliki makna utuh/tunggal/tetap. Kelima komponen dalam *Circuit of Culture* memperlihatkan lokasi-lokasi pembentukan makna yang saling berkaitan. Untuk melakukan penelitian budaya, menurut Stuart Hall ada beberapa hal yang perlu dipahami terlebih dulu:

Kita harus memahami bahwa representasi adalah produksi makna dari konsep-konsep yang ada di dalam kepala kita, dengan menggunakan bahasa. Sebagai sebuah sistem, representasi mengandung dua proses:

1. proses menghubungkan representasi mental di kepala kita dengan segala objek/orang/kejadian di luar kita
2. proses penggunaan bahasa yang kita pakai untuk saling bertukar konsep tentang segala sesuatu

Untuk memahami kebudayaan sebagai “teori representasi”, menurut Hall ada 3 macam pendekatan, yaitu *reflective (mimetic) approach*, *intentional approach*, dan *constructionist approach*. Hall memfokuskan diri pada *constructionist approach* yang menghubungkan benda, konsep di kepala kita dan bahasa.

Kita harus memahami bahwa representasi bukan hanya mempersoalkan fungsi kata-kata sebagai tanda dalam sebuah sistem bahasa atau hanya mempersoalkan interpretasi makna, melainkan juga bagaimana keseluruhan proses representasi itu dipengaruhi oleh pembentukan dan penggunaan pengetahuan. Lebih jauh lagi, pembentukan dan penggunaan pengetahuan ini sangat bergantung kepada praktik-praktik sosial yang akhirnya melibatkan penggunaan kekuasaan (*power*). Untuk ini, Hall menganjurkan pandangan Foucault tentang hubungan makna dan kekuasaan. Menurut Foucault, kekuasaan tidak berdiri sendiri dan bukan sesuatu yang dapat dimiliki seseorang, melainkan tertanam di dalam hubungan antarmanusia yang menghasilkan realita, kebiasaan, dan subjektivitas. Menurut Hall, untuk memahami kaitan antara makna dan kekuasaan ini, kita harus mempelajari sistem representasi sebagai diskursus,

yang dalam hal ini adalah bahasa dan praktik-praktik penggunaan bahasa dalam produksi pengetahuan dan hubungan kekuasaan.

Kita harus menemukan “*subject/position*” dalam sebuah diskursus. Menurut Hall, Saussure menghilangkan subjek karena baginya yang penting adalah bahasa, bukan penggunaannya (*language speaks us*). Serupa dengan Saussure, Foucault mengatakan diskursus-lah yang menghasilkan pengetahuan, sehingga subjek tidak perlu dipersoalkan. Sedangkan Hall beranggapan bahwa justru ketika membicarakan diskursus pun sebenarnya kita menemukan subjek (orang-orang yang menjadi personifikasi dari topik diskursus) dan posisi subjek tersebut (misalnya pembaca/pemirsa diskursus).

Dalam konteks inilah hegemoni diartikan sebagai proses sosial di mana hubungan kekuasaan mengikuti kepemimpinan budaya kelompok yang dominan. Dalam sebuah diskursus, dapat dilihat dominasi kelompok (subjek) tertentu yang menentukan makna sebagai pengetahuan yang harus diikuti oleh kelompok (subjek) lain. Hubungan antar kelompok (subjek) inilah yang dimaksud dengan hubungan kekuasaan.

2.2. *Media Perempuan*

Dalam konteks penelitian budaya sebagaimana dimaksud Hall di atas, teks editorial *Glamour* adalah sebuah bentuk penggunaan bahasa yang bertujuan memproduksi makna sekaligus merupakan sebuah diskursus yang mengandung subjek (dalam hal ini “perempuan Amerika Serikat”) dan posisi subjek (topik pemberdayaan perempuan). Lebih jauh lagi, produksi makna dalam bentuk editorial tersebut merupakan bagian dari proses yang dipengaruhi oleh pembentukan dan penggunaan pengetahuan. Dengan kata lain, teks editorial *Glamour* adalah sebuah diskursus.

Dengan mengusung isu pemberdayaan perempuan, *Glamour* dapat dikatakan terlibat dalam diskursus tentang feminisme. Hal ini sesuai dengan pernyataan Wolf (1991) yang mengatakan bahwa majalah perempuan memiliki

peran lebih besar dibanding media lainnya, dalam memopulerkan gagasan-gagasan kesetaraan perempuan. Majalah perempuan menjadi salah satu rujukan penting bagi perempuan untuk memahami pikiran sesamanya. Lebih lanjut, majalah perempuan juga berperan sebagai alat pembentuk komunitas perempuan. Dalam konteks ini, majalah perempuan berperan penting dalam mencerminkan dan menciptakan budaya massa perempuan (*female mass culture*).

Penelitian tentang majalah perempuan yang mengacu pada pemikiran Wolf di atas sudah banyak dilakukan. Brown (2005) mengkaji bagaimana isu budaya tentang ras, kelas dan kecantikan bersinggungan dengan cara media massa menampilkan tubuh perempuan. Ia menggunakan teori Foucault tentang disiplin dalam kaitannya dengan penampilan tubuh di depan umum. Secara khusus, Brown mempelajari perubahan persepsi publik tentang Anna Nicole Smith yang semula dianggap representasi konsep kecantikan ideal menjadi stereotip perempuan kulit putih murahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor penambahan berat badan Smith, perilakunya yang berlebihan, dan kasus hukumnya yang berkaitan dengan kekayaan almarhum suaminya ditampilkan oleh media sebagai hal-hal yang tidak pantas dilakukan oleh seorang perempuan kulit putih yang dianggap ideal. Akibatnya, Smith direposisi sebagai perempuan kulit putih murahan. Inti dari reposisi tersebut adalah pengungkapan perilaku Smith secara terus-menerus oleh media sebagai seorang perempuan menjijikkan yang tak mampu mengendalikan diri. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa media berfungsi sebagai penentu standar kepantasan berperilaku bagi perempuan kelas menengah Amerika.

Durham (1999) meneliti kaitan antara remaja perempuan dengan pilihan media dan seksualitas mereka. Penelitiannya dilakukan dengan observasi lapangan selama lima bulan terhadap remaja perempuan sekolah menengah pertama yang datang dari latar belakang suku dan kelas sosial yang berbeda-beda. Setelah analisis dilakukan, terlihat bahwa pertemanan (*peer*) adalah salah satu konteks untuk konsolidasi identitas gender, yang diperantarai oleh media sebagai rujukan tentang keperempuanan dan seksualitas. Namun tentu saja, faktor suku

dan kelas sosial ikut menentukan bagaimana identitas gender tersebut terbentuk. Durham menyimpulkan bahwa pertemanan ikut memegang peran penting yang tidak sepenuhnya dapat dilakukan oleh media dalam masalah-masalah yang berhubungan dengan suku, kelas sosial, dan kebudayaan.

Kitch (1998) menggunakan pendekatan sejarah untuk menganalisis Majalah *Ladies' Home Journal* edisi tahun 1897 yang menampilkan visualisasi sejarah perempuan Amerika dalam bentuk ilustrasi enam halaman karya seniman ternama Amerika Alice Barber Stephens di bawah tajuk *The American Woman*. Ilustrasi berseri ini merupakan salah satu bahasan visual pertama di media massa nasional Amerika yang mengangkat tema gender. Ilustrasi tersebut menjadi kerangka diskusi tidak hanya tentang posisi perempuan Amerika dalam masyarakat, namun juga aspirasi sosial dan aspirasi ekonomi dari "kelas yang tengah bangkit" (*the rising classes*) di negara itu. Analisis retorik terhadap ilustrasi berseri dan konteks editorialnya ini menunjukkan bagaimana di era itu, isu gender dan kelas saling bersinggungan – dan sekaligus menggarisbawahi peran penting media massa dalam diskusi publik tentang isu feminisme yang waktu itu baru mulai muncul.

Rhode (1995) mengulas bagaimana media bukan saja mencerminkan melainkan juga membentuk isu-isu feminisme. Studi media mengkaji rekonstruksi sosial tentang feminisme sebagai gerakan politik. Hal ini menjadikan topik-topik penelitian tentang feminisme sesuatu yang inspiratif dan menawarkan gagasan-gagasan segar. Sebelumnya, jika kita memeriksa daftar topik di dalam *Readers' Guide to Periodical Literature*, bahkan belum ada laman khusus tentang feminisme. Di tahun 1950-an, hanya terdapat rujukan ke "*Women, social and moral questions*." dan rujukan tambahan ke kata "*alcoholism*." Dua dekade kemudian, rujukan ini berkembang menjadi "*Women, equal rights*." Namun baru pada awal 1980-an kata "feminisme" menjadi laman tersendiri.

Dengan mengutip teori Hall tentang representasi, Rhode menyatakan bahwa media massa semakin berperan dalam memasok informasi dan citra yang membantu kita memahami kehidupan kita. Dalam setiap gerakan sosial, termasuk

feminisme, media massa memainkan peranan penting dalam membentuk kesadaran publik dan kebijakan publik. Cara pandang para wartawan menjadi kerangka acuan (*framing devices*) dalam memilih, menyingkirkan, memberi tekanan, dan memberi nada yang mampu menentukan persepsi budaya masyarakat mengenai sesuatu.

Penelitian-penelitian di atas memperlihatkan bahwa media massa memiliki peran teramat penting dalam memosisikan perempuan dalam masyarakat Amerika. Secara lebih spesifik, media bahkan ikut menetapkan standar kepantasan perilaku, menjadi rujukan tentang keperempuanan dan seksualitas, meletakkan isu gender dan kelas dalam konteks yang lebih luas serta membentuk kesadaran publik dan kebijakan publik tentang perempuan. Semakin sering media menyajikan hal-hal yang sama berulang kali, pembaca akan semakin meyakini hal-hal tersebut sebagai suatu kebenaran, sebagaimana dikatakan oleh Faludi, "*the power of repetition (if) said enough times, anything can be made to seem true.*" (1992:104) Sebagai media komunikasi, majalah perempuan pun "*can have the effect of becoming devices of control, or means of instruction*" (Kress,1988:5). Lebih jauh lagi, bahkan dapat dilihat sebagai "*as a subtle form of indoctrination on gender ideology due to the privileging of some images over others*"(Ballaster, 1991:3). Sebagai sebuah bagian dari diskursus, media melakukan semua itu melalui representasi makna tentang perempuan dan posisinya dalam masyarakat.

Friedan (1974) menyatakan bahwa sesudah Perang Dunia II, majalah perempuan di Amerika Serikat mendukung citra perempuan sebagai pengurus rumah tangga dan ibu. Sedangkan menurut Carter sebagaimana dikutip oleh Gibbons (1988), majalah perempuan di Amerika terbagi dalam dua kategori. Kategori pertama mencakup majalah-majalah "generasi lama" yang target pembacanya terdiri dari perempuan bertipe tradisional yang sepenuhnya bekerja sebagai ibu rumah tangga. Kategori kedua terdiri atas majalah-majalah "generasi baru" yang diperuntukkan bagi perempuan modern yang bekerja di luar rumah. Kategorisasi tersebut merupakan konsekuensi dari gerakan perempuan Amerika di tahun 1960-an, yang membuat meningkatnya jumlah perempuan bekerja.

Perubahan peran ini secara alamiah juga turut mengubah nilai-nilai tentang rumahtangga dan keluarga. Generasi perempuan bekerja pun lalu merasakan adanya kebutuhan akan majalah yang mampu membantu mereka menghadapi perubahan-perubahan tersebut dan sekaligus bisa memberi mereka saran-saran tentang cara menikmati hidup sebagaimana yang kini dimungkinkan dengan situasi kemandirian mereka sebagai perempuan bekerja *Glamour* sendiri dikategorikan sebagai majalah generasi muda perempuan Amerika (Ibid). Ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sapiro (1999:257) bahwa di tahun 1970-an terdapat peralihan kebijakan editorial pada majalah perempuan, dari majalah yang melulu mengetengahkan isu-isu domestik dan mode ke isi redaksional yang juga diperkaya dengan artikel-artikel tentang aspek-aspek lain dalam kehidupan perempuan. Sapiro pun mencatat bahwa majalah perempuan seperti *Ladies' Home Journal* mulai meluaskan jangkauannya dengan bekerja sama dengan stasiun televisi CNN untuk menyelenggarakan siaran berita bulanan untuk perempuan. Lalu pada 1992, *Glamour* sendiri memenangi *National Magazine Award* untuk artikelnya mengenai kehamilan dan aborsi di usia remaja.

2.3. *Pemberdayaan Perempuan*

Jika kita bicara tentang pemberdayaan perempuan, kita tak mungkin lepas dari pembicaraan tentang konsep kesetaraan hak antara perempuan dan lelaki. Perjalanan perempuan Amerika Serikat mengupayakan kesetaraan hak dirintis sejak abad 18, yang antara lain tercatat dalam *Sentiments of an American Woman* di Philadelphia (1780), berikut ini:

Born for liberty, disdaining to bear the irons of a tyrannic Government... Our ambition is kindled by the frame of those heroines of antiquity, who have rendered their sex illustrious, and have proved to the universe, that, if the weakness of our Constitutions, if opinion and manners did not forbid us to march to glory by the same paths as the Men, we should at least equal, and sometimes surpass them in our love for the public good.

Dalam pernyataan di atas, tercetus pernyataan tekad perempuan Amerika untuk memiliki hak setara dengan kaum lelaki. Dalam Deklarasi Kemerdekaan Amerika tahun 1776 memang hanya disebut bahwa "*all men are created equal*". Karena itu, pada Juli 1848, perempuan Amerika Serikat mendeklarasikan kesetaraan hak mereka dengan kaum pria melalui *Declaration of Sentiments and Resolutions* di Seneca Falls. Dalam deklarasi ini, dinyatakan bahwa "*that all men and women are created equal*", termasuk bahwa perempuan Amerika memiliki hak yang setara dengan kaum lelaki Amerika dalam memperoleh pendidikan dan pekerjaan.

Lebih dari satu abad sejak deklarasi tersebut, terjadi peningkatan partisipasi perempuan Amerika dalam bidang pendidikan. Data tahun 1970 hingga 2001 misalnya, menunjukkan peningkatan jumlah perempuan Amerika yang berpendidikan universitas, dari 42% menjadi 56%. Ini mengubah posisi mereka dari kelompok minoritas menjadi kelompok mayoritas di bidang pendidikan tinggi. Bahkan diproyeksikan pada tahun 2013, jumlah mahasiswa perempuan akan mencapai 8,9 juta orang atau 57% dari jumlah mahasiswa di Amerika (Peter dan Horn, 2005). Dalam bidang pekerjaan pun terjadi peningkatan jumlah perempuan Amerika dalam angkatan kerja. Jika pada tahun 1970 hanya 43% perempuan yang bekerja, jumlah ini meningkat menjadi 60% pada tahun 1990. Selain meningkat dari aspek kuantitas, persentase perempuan yang memiliki jabatan tinggi juga semakin tinggi. Tercatat pada tahun 2004, sebanyak 50% dari seluruh jabatan manajer dan profesional di Amerika, dipegang oleh perempuan (*U.S. Department of Labor, 2005*). Di lain pihak, pendapatan rata-rata perempuan tercatat masih lebih rendah dibanding pendapatan lelaki meski sebanyak 17% pasangan suami-istri di Amerika mencatat sang istri memiliki pendapatan minimal US\$5,000 lebih besar dari suaminya (*US Department of State:2005*).

Kata "pemberdayaan" sendiri berasal dari kata Bahasa Inggris "*empowerment*" yang memiliki akar kata "*power*". Kata "*power*" didefinisikan sebagai "*a process of accruing and maintaining influence*" (Mondros, 1994:227). Sedangkan "*empowerment*" diartikan sebagai "*a psychological state, a sense of*

competence, control, and entitlement that allows people to pursue concrete activities aimed at becoming powerful" (Ibid:228). Jika pemberdayaan diartikan sebagai upaya pemberian sugesti atau keyakinan pada seseorang bahwa ia memiliki kemampuan, kendali serta hak untuk melaksanakan kemampuannya tersebut, dengan kata lain seseorang disebut berdaya jika ketiga hal berikut ini terpenuhi:

1. Ia memiliki keyakinan akan kemampuannya
2. Ia memiliki kendali atas kemampuannya
3. Ia mampu menggunakan haknya untuk melakukan sesuatu sesuai kemampuannya

Dengan demikian, pemberdayaan perempuan dapat diartikan sebagai upaya pemberian sugesti atau keyakinan kepada kaum perempuan bahwa mereka memiliki kemampuan, kendali serta hak untuk melaksanakan kemampuannya tersebut. Pertanyaannya kini, mengapa perempuan dipandang perlu untuk diberdayakan? Berdasar definisi pemberdayaan perempuan di atas, ada beberapa kemungkinan:

1. Perempuan belum yakin akan kemampuan yang dimilikinya
2. Perempuan tidak memiliki kendali untuk menjalankan kemampuannya, dalam hal ini mungkin ada pihak lain yang memegang kendali tersebut
3. Perempuan tidak memiliki atau kehilangan haknya untuk melakukan sesuatu sesuai kemampuannya

Ketiga kemungkinan tersebut terjadi dalam sebuah situasi ketika perempuan mengalami perlakuan diskriminatif hanya karena ia perempuan. Logikanya, jika tidak ada diskriminasi, maka perempuan akan berdaya karena ia akan merasa yakin akan kemampuannya, selain memiliki kendali dan hak untuk melaksanakan kemampuannya. Jadi, upaya pemberdayaan perempuan pada dasarnya sama dengan upaya menghapus diskriminasi terhadap perempuan. Upaya menghapus diskriminasi terhadap perempuan inilah yang dilakukan oleh kaum perempuan yang tergabung dalam gerakan feminis. Dari sinilah saya menyimpulkan bahwa

pemberdayaan perempuan, diskriminasi terhadap perempuan, serta gerakan feminisme pada dasarnya adalah tiga konsep yang merupakan satu kesatuan tak terpisahkan.

Menurut kamus Webster, feminisme didefinisikan sebagai “*the principle that woman should have political, economic, and social rights equal to those of men*” atau “*the movements to win such rights for women*”. Setidaknya ada sembilan aliran feminisme di Amerika Serikat (Peach,1998:411-413):

1. *Liberal feminism* - mendominasi “gerakan wanita gelombang kedua”: mencari kesetaraan berdasarkan persamaan hak dengan lelaki, cenderung berasumsi bahwa perempuan dan lelaki serupa khususnya dalam status hukum, dikritik sebagai pengokohan standar lelaki dalam hal partisipasi dan keberhasilan, dianggap elitis, serta kurang memperhatikan kaum pinggiran dan minoritas.

2. *Socialist/Marxist feminism* – berdasar prinsip bahwa institusi sosial-ekonomi harus diubah strukturnya secara fundamental untuk mengakhiri dominasi lelaki dan penindasan perempuan. Menempatkan kapitalisme dan pembagian kerja secara gender sebagai sumber penindasan umat manusia.

3. *Radical feminism* – berpendapat bahwa seks dan gender adalah sistem universal yang menyebabkan kaum lelaki mendominasi kaum perempuan dengan cara mengendalikan seksualitas dan kemampuan reproduksi, dianggap serupa dengan liberal feminism dalam hal menyederhanakan dan menggeneralisasi persoalan.

4. *Cultural feminism* – menganggap bahwa perbedaan lelaki dan perempuan bersifat budaya (sebagai hasil dari akulturasi), bukan disebabkan oleh perbedaan biologis. Ada teori politik feminis yang menganjurkan *communitarian feminism* berdasarkan prinsip kepedulian (*caring*) dan penghargaan pada hubungan antar manusia (*relationality*), mengusulkan penerapan prinsip-prinsip pribadi perempuan dalam hal sifat mengasuh dan sensibilitas moral di dunia politik sehari-hari, tanpa mengorbankan ruang keluarga kepada negara.

5. *Womanist feminism* – diajukan sebagai alternatif untuk feminisme yang dianggap sering gagal membela kebutuhan dan kepentingan perempuan minoritas khususnya kulit berwarna. Mengkritik *cultural feminism* yang dianggap gagal mengakui bahwa keistimewaan yang diterima perempuan kulit putih telah ikut memperumit penindasan terhadap kulit berwarna.

6. *Ecofeminism* – memusatkan analisisnya pada kaitan antara dominasi manusia atas alam dan penindasan terhadap perempuan atau kelompok minoritas. Mengusulkan kehidupan yang lebih harmonis dengan alam, dan menghindari cara pandang mendominasi alam.

7. *Lesbian feminism* – lahir dari disilusi kaum lesbian tentang gerakan perempuan di akhir 70-an dan 80-an, dan juga keterpinggiran mereka dari gerakan tersebut. Disebut juga dengan '*queer theory*'.

8. *Postcolonial/Third World feminism* – dikembangkan oleh kaum perempuan kulit berwarna yang menganggap bahwa feminisme *main stream* tidak memperjuangkan kepentingan mereka secara langsung. Berusaha menghimpun semua perempuan kulit-berwarna dan perempuan dunia ketiga untuk melakukan perubahan sosial secara radikal.

9. *Postmodern feminism* – dianggap sebagai aliran terbaru, berupaya menantang prinsip-prinsip, norma, asumsi, pemikiran yang selama ini secara meluas dipercaya oleh orang banyak, tentang dikotomi perempuan-lelaki beserta segala aturan tentang hirarki kekuasaan dan hak-hak istimewa yang menyertainya.

Sementara itu, Marquez (2007:21) merumuskan *women empowerment* dalam serangkaian saran yang ditujukannya kepada kaum perempuan. Rangkaian saran yang terdiri atas 16 butir ini disusun sedemikian rupa oleh Marquez sehingga semua huruf pertamanya membentuk frasa "*women empowerment*". Saran-saran yang diberikan pada dasarnya merupakan pemberian keyakinan pada

kaum perempuan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk berbuat sesuatu bagi diri sendiri maupun bagi lingkungannya:

Work hard to prove yourself – don't get discouraged by facts or figures

Obliterate all impulses of inferiority without becoming destructive or resentful

Move swiftly at work – don't let unimportant matters withhold you from performing

Earn your credits in an ethical and fair way

Negotiate everything with grace and respect for yourself, the other party, and the environment.

Embark on a journey that you will be proud of in the end.

Moralize for the rights of women whenever and wherever you can

Pay every blessing you received forward to a female member of the upcoming generation

Overtune any attempt to drag you into negative activities toward other human beings

Walk your talk: stand true for your word

Etude the tendency to exert over-aggression toward other women

Resonate your devotion toward making this world a better place for all

Make it happen – by conscientiously questioning the value of your actions

Emanate positive energy in every environment you move into

Navigate yourself through life with self-confidence, yet with empathy as well

Treat another women with respect and dignity, and support them where possible

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa “pemberdayaan perempuan” dikaitkan dengan setidaknya dua aspek, yaitu aspek pengembangan diri dan aspek hubungan dengan masyarakat. Persoalannya sekarang adalah

bagaimana kedua aspek tersebut dibahas dalam majalah perempuan: apakah dengan sudut pandang perempuan sebagai subjek (*spoken for*) atau objek (*spoken about*) atau bahkan sebagai keduanya. Menurut Gallagher, persoalan tentang perempuan sebagai objek atau subjek ini merupakan elemen penting dalam berbagai penelitian dan teori yang dapat disebut sebagai kritik feminis terhadap media (*feminist critique of media*).

Menurut Rhode (Ibid), meski selama lebih dari dua dekade terakhir, telah ada kemajuan dalam cara pers memberitakan feminisme, aktivis feminis, dan isu gender, hal itu seharusnya bisa lebih ditingkatkan karena – dengan mengutip Hall (1977: 340-342) – Rhode meyakini bahwa pers memiliki tanggung jawab untuk “*supplying the information and images through which we understand our lives.*”

Pemberdayaan perempuan telah menjadi isu global. *The United Nations Development Fund for Women* (UNIFEM) bahkan dibentuk sebagai bagian dari *The United Nations Development Program* (UNDP) pada tahun 1984, sebagai pengakuan akan pentingnya mengupayakan kesetaraan gender di seluruh dunia. Menurut UNIFEM, ada lima aspek utama yang dapat dijadikan ukuran dalam pemberdayaan perempuan:

1. Partisipasi ekonomi
2. Peluang ekonomi
3. Pemberdayaan politik
4. Pencapaian pendidikan
5. Kesehatan dan keafiatan

Sementara itu, Amerika ternyata ‘hanya’ menempati peringkat ke-17 dari 58 negara di dunia yang dinilai berhasil meminimalisasi kesenjangan gender berdasar *The World Economic Forum's Executive Opinion Survey* (2004). Sebagai warga negara yang mencapai jumlah populasi lebih dari 51 persen dari penduduk Amerika Serikat (Costello, 2003:185), kaum perempuan Amerika masih mengalami sejumlah diskriminasi seperti dalam hal gaji, tunjangan dan layanan kesehatan.

Glamour sebenarnya bukan satu-satunya pihak yang mengangkat isu pemberdayaan perempuan di Amerika Serikat. Isyu tersebut sebenarnya adalah bagian dari konteks sosial-budaya dan bahkan sosial-politik yang lebih luas. Pemerintahan Presiden George W. Bush bahkan menyatakan bahwa isyu-isyu perempuan Amerika dan perempuan di seluruh dunia pada umumnya merupakan elemen penting dalam kebijakan luar negerinya (*International Resource Center*: 2007). Lebih lanjut dinyatakan bahwa:

Global respect for women is a Bush Administration foreign policy priority. The United States is in the forefront of advancing women's causes around the world, helping them become full participants in their societies through various initiatives and programs that help increase women's political participation and economic opportunities and support women and girls' access to education and health care. The Office of the Senior Coordinator for International Women's Issues serves as the Department's coordinating body for all foreign policy issues related to the political, economic, and social advancement of women in democracy worldwide. Recognizing that the full and equal participation of women in the political, economic, and social spheres of society is a key ingredient for democratic development, the mandate of this Office is to mobilize concrete support for greater women's empowerment, promote greater awareness of gender-based violence and discrimination, and to ensure that women's human rights are considered along with, not segregated from, other human rights in the development of U.S. foreign policy.

Sebagaimana telah dikatakan Wolf, media berperan penting sebagai diskursus pembentukan makna tentang pemberdayaan perempuan. Namun sebagaimana dipaparkan Hall, dalam sebuah diskursus dapat pula dilihat dominasi kelompok (subjek) tertentu yang menentukan makna sebagai pengetahuan yang harus diikuti oleh kelompok (subjek) lain. Hubungan antar kelompok (subjek) inilah yang dimaksud dengan hubungan kekuasaan. Dalam konteks penelitian ini, dapat dikatakan bahwa *Glamour* mewakili kelompok yang berupaya menentukan makna untuk diikuti oleh kelompok lain, khususnya para pembaca *Glamour*. Hal inilah yang akan dianalisis lebih lanjut dalam Bab 3 dan Bab 4.

2.4. Metode & Hasil Penelitian

Seperti sudah disebut di atas, *Glamour* adalah salah satu dari sejumlah wacana tentang pemberdayaan perempuan. Sebagai sebuah wacana, *Glamour* dapat dikaji melalui metode analisis *framing*. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat merekonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Media dianggap memainkan peran yang kompleks, yakni di satu pihak sebagai bagian dari proses produksi isu di masyarakat dan di lain pihak juga menjadi *framing*. Media secara terus-menerus memproduksi "*suggested meanings*" sehingga isinya dapat menjadi indikator dari isu yang berkembang di masyarakat. Dengan 'mengemas' sebuah isu, media memberi interpretasi dan memaknai isu tersebut.

Secara spesifik penelitian ini mengikuti anjuran Gamson dan Modigliani yang menggambarkan wacana media sebagai "*media packages*" dan serangkaian "*interpretive packages*" yang memberi makna kepada sebuah isu. Setiap "paket" mengandung bangunan atau struktur internal, dan di pusat struktur inilah terletak "*central organizing idea*" (ide dasar) atau disebut juga "*frame*" yang berupaya memaknai kejadian-kejadian yang dianggap relevan dengan sebuah isu budaya. *Frame* ini mengungkapkan berbagai posisi/pandangan, dan mengandung beberapa simbol yang meringkas ide dasar dan posisi-posisi itu. Keseluruhan "paket" ini ditampilkan dengan berbagai metafora, *catchphrase*, atau "alat-alat simbolik" (*symbolic devices*) lainnya. Disebutkan pula bahwa ada dua jenis "*symbolic devices*", yaitu:

- Yang berkaitan dengan "*how to think about the issue*" (metafora, contoh/*exemplars*, *catchphrases*, penggambaran/*depictions*, dan *visual image/icons*)

- Yang berkaitan dengan “*reasoning*” (*roots/akar* pemikiran, misalnya dalam bentuk analisis sebab-akibat, *consequences/*konsekuensi, misalnya dampak spesifik dari sebuah kejadian, dan *appeals/imbauan*, misalnya dalam bentuk *moral claims*)

Dengan demikian, sebuah “*media package*” terdiri atas:

1. Pernyataan *frame* (ide dasar) atau *organizing idea*

Pernyataan ide dasar merupakan inti yang mengungkapkan upaya-upaya media menjelaskan berbagai peristiwa yang dianggap penting oleh media tersebut. Pernyataan ide dasar tersebut membantu baik pihak media maupun pihak pembaca untuk memfokuskan perhatian terhadap suatu isu.

2. Serangkaian posisi/pandangan

Setiap ide dasar seringkali mengandung serangkaian posisi sehingga ada ruang bagi kontroversi di antara berbagai pihak yang memiliki kesamaan perhatian pada ide dasar tersebut.

3. Delapan perangkat

Menurut Gamson dan Modigliani, dalam *media package* terdapat dua perangkat, yakni:

- Yang berkaitan dengan “*how to think about the issue*” (metafora, contoh/*exemplars*, *catchphrases*, penggambaran/*depictions*, dan *visual image/icons*), disebut *framing devices* (perangkat *framing*)
- Yang berkaitan dengan “*reasoning*” (*roots/akar* pemikiran, misalnya dalam bentuk analisis sebab-akibat, *consequences/*konsekuensi, misalnya dampak spesifik dari sebuah kejadian, dan *appeals/imbauan*, misalnya dalam bentuk *moral claims*), disebut *reasoning devices* (perangkat penjelasan)

Paket-paket media ini disajikan sepanjang waktu untuk membentuk makna yang konsisten dalam bentuk interpretasi terhadap kejadian yang berbeda-beda.

Maka dalam kurun waktu tertentu, wacana media adalah sebuah proses produksi makna yang ditentukan oleh tiga hal penting:

- *Cultural resonances* (resonansi budaya) - ide dan bahasa yang punya resonansi budaya lebih luas. akan lebih diterima sebagai sesuatu yang alamiah. Dalam konteks *Glamour*, resonansi budaya ini akan berguna untuk memahami editorial *Glamour* dari segi ide dan bahasa yang digunakannya.
- *Sponsor activities* - menurut Gamson dan Modigliani sebagian besar isu budaya berkaitan dengan sponsor (institusi bisnis maupun non-bisnis, pemerintah, akademisi) yang kemudian berusaha memengaruhi jurnalis lewat *public relations* maupun pernyataan mereka. Dalam konteks *Glamour*, *sponsor activities* ini adalah institusi atau individu yang didukung atau dikutip dalam editorial.
- *Media practices* - jurnalis juga bukan pihak yang pasif menerima masukan, melainkan memiliki norma dan cara kerja yang akan memengaruhi paket tulisan mereka. Dalam konteks *Glamour*, hal ini menyangkut kebijakan redaksi dan mekanisme pembuatan editorial.

Proses produksi makna yang ditentukan oleh ketiga hal di atas akan diulas sebagai analisis pada bab berikut.

Berdasar kerangka teori dan metode penelitian di atas, tesis ini akan menganalisis 12 editorial yang akan dibagi menjadi dua kategori berdasarkan aspek pemberdayaan perempuan yang diulas, yakni pengembangan diri (*self-improvement*) dan hubungan dengan masyarakat. Masing-masing kategori tersebut akan dianalisis dalam dua bab terpisah. Bab 3 akan berisi analisis lima editorial kategori pengembangan diri yang terdiri atas editorial *Glamour* edisi Februari, Maret, Mei, Juli, dan November 2007. Sedangkan Bab 4 akan berisi tujuh analisis editorial *Glamour* kategori hubungan dengan masyarakat, yang terdiri atas edisi Januari, April, Juni, Agustus, September, Oktober, dan Desember 2007.

BAB 3

DARI DISKRIMINASI GAJI HINGGA PRO-KONTRA ABORSI

Pada bagian ini akan dilakukan pembahasan tentang diskursus pemberdayaan perempuan dari aspek pengembangan diri (*self-improvement*), yang akan diwakili lima editorial. Sebelum melakukan analisis, setiap editorial disarikan sesuai metode analisis *framing*. Tujuan penyarian ini adalah untuk mengidentifikasi pernyataan *frame* (ide dasar), serangkaian posisi/pandangan, dan delapan perangkat. Hasil penyarian tersebut secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran di halaman 55-60.

Kelima editorial tersebut adalah:

Februari	<i>Pro-life? Pro-choice? Here's something we should all fight for</i>
Maret	<i>Let's hear it for women's brainpower!</i>
Mei	<i>Let's stop teaching preschoolers to be sexy</i>
Juli	<i>Don't let a guy outearn you at work</i>
November	<i>The 7 best (and worst) things you can say to a girl</i>

Berikut ini hasil analisis tentang isu-isu yang terkandung dalam masing-masing editorial di atas.

3.1. Analisis editorial *Pro-life? Pro-choice? Here's something we should all fight for*

Ide dasar editorial *Glamour* edisi Februari 2007 ini adalah bahwa perempuan Amerika seyogianya menegaskan sikap serta berpartisipasi dengan menyosialisasikan penggunaan kontrasepsi dan pendidikan seks di sekolah dalam menanggapi tingginya angka kehamilan yang tak dikehendaki, terutama di kalangan menengah ke bawah.

Hal pertama yang menarik untuk digarisbawahi adalah bahwa Redaksi *Glamour* menyadari bahwa isu aborsi sudah sejak lama menjadi bagian dari upaya perempuan untuk menentukan sikap atau keputusan terhadap tubuh mereka sendiri, khususnya dalam hal mengendalikan kehamilan. Hal ini terungkap dalam kalimat “*Our mothers and grandmothers fought hard for women’s rights to control their own fertility—why is it still out of reach for so many?*”

Pada kenyataannya, aborsi memang memiliki sejarah panjang di Amerika Serikat. Sebagaimana diuraikan oleh Tabarrok (McElroy, 2002:152-177), aborsi pada dasarnya dilegalkan hingga tahun 1820-an, ketika beberapa negara bagian mulai melarang tindak aborsi setelah masa kehamilan empat bulan. Namun aborsi masih sering dilakukan dan dianggap sebagai urusan pribadi perempuan. Pasca Perang Saudara, barulah aborsi secara resmi dilarang oleh negara kecuali “jika kehamilan tersebut membahayakan nyawa seorang perempuan.” Tahun 1873, Kongres mengeluarkan *Comstock Act* yang pada intinya melarang semua jenis publikasi, distribusi, kepemilikan informasi, sarana atau obat-obatan untuk tindak aborsi atau kontrasepsi. Di akhir abad 19, aborsi secara resmi dilarang di Amerika Serikat dan isu pengendalian kelahiran terus bergulir hingga abad 20. Tercatat Presiden Theodore Roosevelt pun mengutuk segala bentuk praktik pengendalian kelahiran, termasuk para aktivis pengendalian kelahiran yang berjuang di tingkat negara bagian untuk melegalisasi tindak pengendalian kelahiran. Pada tahun 1914, aktivis *The Birth Control Federation* yang kemudian berganti nama menjadi *The Planned Parenthood Federation of America*, Margaret Sanger, sempat ditahan karena dianggap melanggar *Comstock Act*. Sanger aktif menyosialisasikan pemakaian alat kontrasepsi di kalangan perempuan imigran dan perempuan kelas pekerja.

Antara tahun 1941 dan 1959, setidaknya ada 17 RUU tindak pengendalian kelahiran yang kandas saat diajukan ke *House of Representative* dengan dalih kekhawatiran akan dampaknya terhadap moralitas masyarakat. Di tahun 1965, Mahkamah Agung memutuskan bahwa hukum negara bagian Connecticut yang melarang tindak pengendalian kelahiran, sebagai hukum yang tidak konstitusional

melalui kasus *Griswald v. Connecticut*. Dalam kasus tersebut, tindak pengendalian kelahiran dianggap sebagai urusan pribadi orang yang sudah menikah (*marital privacy*). Pertimbangan yang sama juga digunakan oleh Mahkamah Agung dalam kasus *Roe v. Wade* di tahun 1973, yang menyatakan bahwa keputusan aborsi merupakan urusan pribadi antara seorang perempuan dan dokternya.

Dari kronologi di atas, terlihat campur tangan negara khususnya dalam isu aborsi dan isu hak-hak perempuan atas tubuhnya secara umum. Pada tahun 1982, misalnya, tercatat Pemerintahan Ronald Reagan pernah berupaya membatalkan peraturan bahwa setiap klinik yang memberikan resep alat kontrasepsi kepada remaja, diwajibkan memberitahu orangtua si remaja. Faktanya, sebagaimana yang diangkat *Glamour* dalam editorial ini, bahkan di tahun 2007 pun, negara masih tidak menunjukkan dukungannya terhadap upaya perempuan untuk menentukan keputusan dalam hal aborsi dan kontrasepsi secara mandiri. Hal ini terlihat dari penghentian program bantuan keluarga berencana di 22 negara bagian dan bagaimana pemerintahan Bush mengangkat seseorang yang anti-kontrasepsi sebagai pejabat urusan keluarga berencana:

Sad but true: The world's lone superpower can't get grip on family planning.....Well, first off, there's the gutting of family planning programs. Half of all women seeking birth control need publicly funded services, but 22 states have cut such programs in recent years. Nurse-practitioner Cathy Hansell of the Castleton, Indiana, Planned Parenthood clinic says, "It's sad, but many patients come in for pregnancy test after they ran out of birth control and couldn't afford more." Compounding the problem, at press time Bush administration had appointed a new chief of family planning services with an anti-contraception track record.

Secara hukum, Amerika sebetulnya sudah memiliki perangkat yang menjamin hak perempuan untuk mengendalikan kehamilan. Misalnya, selain undang-undang yang mengizinkan aborsi, bahkan ada undang-undang yang menjamin kebebasan melakukan tindak aborsi, yakni *Freedom to Access to Clinic Entrances (FACE) Act* yang melindungi pihak klinik atau pegawai klinik dari kekerasan dari pihak anti-aborsi (*Pro-Life*) yang diberlakukan sejak 26 Mei 1994. Dalam lingkup yang lebih luas, *FACE Act* tersebut juga melindungi semua

kalangan yang mengakomodasi kaum perempuan pelaku aborsi, seperti kalangan gereja dan lembaga swadaya masyarakat. Namun pada tingkat praktik, ada sejumlah negara bagian yang kurang menyediakan fasilitas pendukung program keluarga berencana. Hal ini mengakibatkan peningkatan kehamilan yang tidak dikehendaki, terutama di kalangan perempuan menengah ke bawah.

Editorial ini sebenarnya bermaksud mengalihkan perhatian dari perdebatan yang berusia teramat panjang tentang hak aborsi sebagai wujud dari kebebasan perempuan, ke masalah yang lebih pragmatis, yaitu kurangnya fasilitas kontrasepsi bagi kalangan perempuan menengah ke bawah, yang mengakibatkan peningkatan kehamilan yang tidak dikehendaki. Dengan kata lain, *Glamour* ingin menegaskan bahwa ada aspek pragmatis di balik isu aborsi, yang lebih penting untuk ditindaklanjuti.

Untuk mendukung posisinya, *Glamour* mengutip pernyataan aktivis *pro-life*, aktivis *pro-choice*, aktivis golongan netral, dan praktisi kesehatan. Selain itu *Glamour* juga mengemukakan fakta bahwa kalangan pemerintahan (senat/kongres) – baik dari kalangan pro aborsi maupun kontra aborsi – juga menyatakan dukungan mereka melalui pengajuan rancangan undang-undang yang menjamin dana penyediaan alat kontrasepsi dan penyelenggaraan pendidikan seks di sekolah-sekolah. Dengan kata lain, *Glamour* ingin meyakinkan pembacanya bahwa opininya tersebut didukung oleh semua kalangan yang terlibat dalam isu aborsi, bahkan dari kubu-kubu yang saling bertentangan. Editorial ini tampaknya menawarkan “jalan tengah” yang lebih pragmatis. Sikap pragmatis ini di samping merupakan pencerminan nilai budaya Amerika, juga merupakan solusi yang ditawarkan *Glamour* bagi pembacanya untuk memberdayakan diri mereka dalam menyikapi posisinya sebagai perempuan yang memiliki hak atas tubuhnya sendiri. Dalam hal ini, *Glamour* tampak jelas mengambil sikap bahwa pemberdayaan perempuan identik dengan kemampuan mengendalikan kehamilan dan negara harus berpartisipasi dalam menyediakan fasilitas kontrasepsi dan penyelenggaraan pendidikan seks.

Dari segi penyajian, sikap di atas disampaikan *Glamour* melalui penggunaan perangkat *framing* seperti metafora “*lone superpower*” dan *catchphrase* “*the silence was deafening*”. Metafora “*lone superpower*” di sini ditujukan kepada Amerika Serikat yang dianggap *Glamour* sebagai negara yang tidak mendukung program keluarga berencana. Sementara itu, *catchphrase* “*the silence is deafening*” dikutip dari pernyataan seorang aktivis *pro-choice* yang ditujukan kepada kelompok anti-aborsi yang dinilai tidak kooperatif dalam menanggapi kampanye penggunaan kontrasepsi. Dalam hal ini, jelas bahwa tujuan *Glamour* adalah meyakinkan pembaca bahwa mereka tidak bisa tinggal diam menghadapi peningkatan kehamilan yang tidak dikehendaki.

Selain itu, *Glamour* menggunakan penggambaran (*depictions*) yang diawali dengan pernyataan tegas bahwa aborsi dapat dicegah dengan menekan jumlah kehamilan yang tidak dikehendaki. Alih-alih membenamkan diri dalam perdebatan berkepanjangan tentang boleh-tidaknya aborsi, perempuan Amerika sebenarnya dapat mencari titik temu dalam bentuk tindak pencegahan kehamilan lewat pemakaian kontrasepsi. Lalu dipaparkan data bahwa ternyata setiap tahun ada 49 persen (3,1 juta) kehamilan yang tidak dikehendaki dan nyaris setengahnya berakhir dengan aborsi. Hal ini terutama terjadi di kalangan menengah ke bawah. Setelah itu, *Glamour* mengutip pernyataan dari berbagai pihak yang mendukung upaya pencegahan kehamilan. *Glamour* juga memastikan bahwa pihak-pihak tersebut mewakili semua ‘kubu’. Editorial ditutup dengan sebuah kesimpulan bahwa diperlukan solusi segera untuk menekan tingkat kehamilan yang tidak dikehendaki. Urut-urutan penggambaran ini diperkuat dengan *visual image* berupa foto plakat demonstrasi kelompok pro & kontra aborsi dan keterangan foto yang berbunyi: “*Same old, same old: a 1989 abortion rally*”. Foto tersebut menguatkan fakta bahwa pro-kontra aborsi merupakan masalah “baru tapi lama”.

Secara keseluruhan, Redaksi *Glamour* menunjukkan akar persoalan dengan memaparkan persentase kehamilan yang tak dikehendaki dan mengimbau pencegahan kehamilan dan pendidikan seks di sekolah, dengan menampilkan

sebuah boks saran untuk melakukan tindakan kongkret untuk berpartisipasi dalam pengesahan undang-undang pencegahan kehamilan.

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa editorial *Pro-life? Pro-choice? Here's something we should all fight for* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika sebagai kemampuan mengendalikan kehamilan. *Glamour* menganggap bahwa perempuan dapat dikatakan 'berdaya' jika sebagai pribadi, ia memiliki hak penuh dalam mengendalikan kehamilan dan jika sebagai warga negara, ia didukung untuk mewujudkan haknya tersebut.

3.2. Analisis editorial *Let's hear it for women's brainpower!*

Ide dasar editorial *Glamour* edisi Maret 2007 ini adalah bahwa perempuan Amerika seyogianya meyakini kemampuan mereka untuk berprestasi dalam bidang ilmu pengetahuan berdasar fakta bahwa sejumlah ilmuwan perempuan Amerika telah menghasilkan aneka temuan baru dalam bidang ilmu pengetahuan. Hal itu membuktikan bahwa perempuan memiliki kemampuan di bidang ilmu pengetahuan yang sama baiknya dengan lelaki. Di lain pihak, mereka masih mengalami diskriminasi dalam hal memperoleh kesempatan kerja, gaji yang layak, dan peluang karier.

Editorial ini dibuka dengan komentar bernada geram terhadap seorang tokoh lelaki yang menyatakan bahwa perempuan tidak mampu menyamai lelaki dalam bidang ilmu pengetahuan. Berikut isi alinea pertama tersebut selengkapnya:

The next time you read about some, pardon us, idiot claiming that women can't keep up with men in the sciences, know that his comments are not only wrong and unfair, but also one key reason we're missing out on hundreds of discoveries that could make life healthier; safer; easier.

Tampaknya *Glamour* berusaha mengingatkan pembaca akan pernyataan kontroversial Rektor Universitas Harvard, Lawrence Summers, pada Januari 2005 tentang rendahnya tingkat partisipasi perempuan dalam bidang ilmu pengetahuan yang menurutnya disebabkan oleh perbedaan biologis bawaan antara lelaki dan

perempuan. Sebagai seorang rektor sebuah universitas ternama, Summers dinilai tidak layak mengeluarkan komentar seperti itu. Kontroversi yang timbul akibat pernyataannya itu akhirnya mendorong Summers mengundurkan diri. Pernyataan Summers tersebut dapat dikatakan sebagai bukti tentang adanya pandangan determinisme biologis (*biological determinism*) yang selalu mengaitkan perbedaan antara lelaki dan perempuan dengan perbedaan biologis. Sebagaimana dikatakan oleh Ortner (Peach, 1998:23-45), subordinasi perempuan secara universal selalu dikaitkan dengan perbedaan biologis dan kepercayaan bahwa kaum lelaki terlahir lebih unggul dibanding kaum perempuan. Setidaknya perempuan dianggap hanya cocok untuk melakukan aktivitas yang lebih 'lunak' atau 'halus' dibanding lelaki yang memang 'ditakdirkan' untuk menangani pekerjaan yang lebih menantang dan memerlukan kemampuan fisik dan akal yang lebih besar. Sekitar dua abad lalu, di tahun 1780-an, tokoh perempuan Amerika Judith S. Murray telah mendesak agar perempuan diberi hak yang sama untuk memperoleh pendidikan tinggi untuk membantah klaim kaum lelaki yang menganggap tingkat kepandaian perempuan lebih rendah dibanding lelaki. Ironisnya, sekitar dua abad kemudian, di tahun 1970-an, kembali Rektor dari Universitas Harvard saat itu, Nathan Pusey, mengomentari bahwa gagasan Murray tersebut bisa-bisa akan membuat sivitas akademik Harvard hanya akan terdiri atas "*the 'blind, the lame, and the women'*" (Langley, 1994:xxv).

Dalam editorial ini, *Glamour* tampak ingin membantah pandangan determinisme biologis tersebut dengan mengatakan bahwa sudah banyak ilmuwan perempuan yang menghasilkan penemuan ilmiah. Selain itu, *Glamour* juga berusaha membuktikan bahwa ilmuwan perempuan yang berprestasi ternyata datang dari berbagai bidang ilmu, seperti ilmu kedokteran genetik (kanker payudara), bahasa pemrograman komputer (COBOL), virologi (pencegahan penularan HIV), rekayasa otomotif (*windshield wiper*), rekayasa kimia (rompi anti-peluru), dan mikrobiologi (pemetaan *DNA*). Keragaman yang diperlihatkan *Glamour* sekaligus membantah anggapan bahwa jenis kelamin berkaitan dengan preferensi keahlian.

Sementara itu, data tahun 2004 yang bersumber dari *National Research Council* memperlihatkan fakta bahwa memang ada kategorisasi bidang sains menurut jenis kelamin, misalnya kaum perempuan lebih banyak bekerja di bidang pendidikan dan kaum lelaki lebih banyak bekerja sebagai ilmuwan dan insinyur di bidang bisnis dan industri. Jika gelar doktor bisa dijadikan ukuran puncak karier di bidang sains, maka dari sumber data yang sama terlihat bahwa hanya 26 persen doktor perempuan yang bekerja di bidang sains. Dengan kata lain, di jajaran puncak bidang sains, kaum perempuan Amerika masih menduduki posisi minoritas.

Fakta historis menunjukkan, perempuan Amerika sebenarnya memiliki akses untuk mengenyam pendidikan tinggi sejak akhir abad 19, di saat institusi pendidikan tinggi khusus perempuan seperti Vassar College dan Smith didirikan sebagai upaya mengatasi sikap diskriminatif Universitas Yale, Universitas Harvard, dan Universitas Princeton yang menolak menerima perempuan sebagai mahasiswa (Banner, 1984:33). Pada tahun 1889, akhirnya Universitas Columbia mendirikan Barnard College setelah 15 tahun lamanya menghadapi protes kalangan aktivis perempuan. Demikian pula Universitas Harvard yang kemudian mendirikan Radcliffe College. Sejak saat itu, kesempatan mendapatkan pendidikan tinggi makin terbuka lebar bagi perempuan Amerika. Data *National Center for Education Statistics* tahun 1997/1998 menginformasikan, persentase perempuan Amerika yang memiliki gelar akademis meningkat rata-rata 10 persen dibandingkan 20 tahun lalu. Sebagai rincian, per tahun 1997/1998, terdapat 56,1 persen sarjana strata 1; 57,1 persen sarjana strata 2; dan 42 persen sarjana strata 3 dari 12 disiplin ilmu. Di tahun 2009, persentase ini diproyeksikan akan meningkat rata-rata sebanyak 2 persen untuk setiap kategori (Costello, 2003:219).

Nyatanya, *Glamour* mengemukakan bahwa diskriminasi terhadap ilmuwan perempuan masih terjadi. Hal itu ditegaskan melalui pernyataan ketua *Association for Women in Sciences*, Phoebe Leboy, Ph.D: "*Sexism and discrimination are pervasive in science.*" Sejumlah fakta pendukung berupa data statistik juga dipaparkan, antara lain mengenai jumlah ilmuwan perempuan yang hanya

mencapai seperempat jumlah ilmuwan di Amerika. *National Academy of Sciences* juga menyatakan bahwa peluang karier ilmuwan perempuan lebih rendah dibandingkan dengan peluang karier kolega lelaki mereka, demikian pula jumlah gaji yang mereka terima. Kenyataan-kenyataan tersebut mendorong sejumlah ilmuwan perempuan untuk mengundurkan diri dari bidang pengembangan ilmu pengetahuan, padahal potensi mereka sebenarnya sangat besar, seperti yang terlihat dari sejumlah penemuan yang dikompilasi oleh *Glamour*.

Menarik untuk disimak bahwa satu-satunya solusi yang ditawarkan *Glamour* untuk mengatasi diskriminasi tersebut adalah agar ilmuwan perempuan memupuk rasa percaya diri mereka. Solusi itu dilontarkan sebagai ide dasar dengan mengutip pernyataan aktivis sekaligus ilmuwan, selain dukungan data tentang diskriminasi di kalangan ilmuwan serta data tentang sejumlah penemuan penting di bidang ilmu pengetahuan yang menjadi bukti prestasi perempuan ilmuwan. Tampaknya menurut *Glamour*, pemberdayaan perempuan dimaknai sebagai sikap yakin terhadap kemampuan diri sendiri.

Editorial ini disajikan dengan menggunakan metafora "*brainpower*" pada judul. Dalam hal ini, otak dianggap sebagai sebuah mesin berkekuatan tertentu yang bersifat netral tanpa jenis kelamin tertentu, misalnya jika dibandingkan dengan kata "*manpower*" atau "*history*". Penggambaran (*depiction*) diawali dengan pernyataan bahwa sikap diskriminatif terhadap perempuan di bidang iptek merupakan penyangkalan terhadap kemampuan ilmuwan perempuan dan sekaligus merupakan kerugian besar bagi masyarakat Amerika. Kutipan pendapat dan data statistik disusulkan untuk memperkuat pernyataan tersebut. Kemudian *Glamour* memaparkan sejumlah penemuan ilmiah hasil karya ilmuwan perempuan Amerika. Tiga dari enam uraian tentang penemuan ilmiah tersebut didukung oleh penjelasan narasumber yang merupakan akademisi, pakar atau petinggi organisasi. Editorial ditutup dengan pernyataan *Glamour* bahwa sudah saatnya menghapus keraguan terhadap kemampuan ilmuwan perempuan dan diskriminasi terhadap mereka.

Visual image dalam editorial ini berupa foto mikroskop sebagai simbol bidang ilmu pengetahuan. Yang menarik, mikroskop tersebut ditampilkan dalam warna merah jambu, warna yang sering diidentikkan dengan keperempuanan. Di sini tampak sikap *Glamour* yang terkesan kurang konsisten dalam menampilkan citra perempuan. Di satu sisi, *Glamour* menggugat diskriminasi terhadap ilmuwan perempuan namun di lain pihak, ia melakukan labelisasi dengan mengasosiasikan ilmuwan perempuan dengan warna merah jambu yang dianggap “berjenis kelamin” perempuan.

Secara keseluruhan, *Glamour* menunjukkan akar persoalan dengan memaparkan rincian tentang bentuk diskriminasi yang dihadapi oleh ilmuwan perempuan. Selain itu *Glamour* mengimbau dukungan bagi para ilmuwan perempuan dengan menggalang dana bagi ilmuwan perempuan yang ditampilkan dalam sebuah boks yang berisi tiga alamat situs asosiasi ilmuwan perempuan.

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa editorial *Let's hear it for women's brainpower!* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika sebagai keyakinan akan kemampuan diri sendiri untuk berprestasi dalam bidang penelitian ilmiah. *Glamour* menganggap bahwa perempuan dapat dikatakan berhasil memberdayakan diri jika sebagai ilmuwan, ia memiliki rasa percaya diri dalam menjalani profesinya dan menghasilkan penemuan ilmiah yang berguna bagi kepentingan kemanusiaan. Rasa percaya diri dalam hal ini dipandang sebagai kunci untuk berprestasi dan membuktikan kemampuan perempuan dalam bidang ilmu pengetahuan.

3.3. Analisis editorial *Let's stop teaching preschoolers to be sexy*

Editorial ini melontarkan ide dasar bahwa perempuan Amerika seyogianya mencegah pembentukan persepsi keliru anak-anak perempuan Amerika tentang cara berpakaian dan berperilaku akibat pengaruh mainan. Menurut *Glamour*, sejak 2001, di pasaran Amerika Serikat beredar boneka-boneka berkostum seksi:

Cleavage bursting out of sparkly bras, micro miniskirt, super-high heels, pouty red lips. A scene from a soft-porn flick? Nope. Just the dolls at your friendly neighborhood toy store.

For years, the makers of Barbie caught flack for her sexed-up shape; in real life, her measurement would be about 38-19-33. But now My Scene Barbies and Brats—more bustalicious and hoochie than those old school dolls—are being marketed to six-year-olds (since their 2001 debut, 125 million Bratz have been sold)

Glamour mengkhawatirkan boneka berkostum seksi tersebut akan berdampak negatif bagi perkembangan fisik, mental, dan kehidupan seksual anak-anak perempuan yang memainkannya, karena dianggap akan membentuk pendapat mereka tentang bagaimana sebaiknya seorang perempuan berpakaian dan berperilaku, yakni bahwa mereka perlu berpakaian secara seksi dan provokatif agar dinilai menarik. Bentuk tubuh boneka yang super langsing dan di luar jangkauan normal ukuran ideal tubuh perempuan, dikhawatirkan juga akan membuat anak-anak ingin memiliki bentuk tubuh seperti itu dan karenanya akan cenderung mengakibatkan kelainan pola makan. Selain 'mengajari' anak-anak untuk berpakaian seksi, boneka tersebut juga mendorong mereka melakukan permainan atau simulasi aktivitas seputar hubungan lelaki-perempuan dewasa seperti berkencan, berdansa di klab atau bersaing antar-teman untuk mendapatkan teman kencan.

Isyu yang diangkat editorial ini menjadi menarik mengingat *Glamour* sendiri sebenarnya juga termasuk majalah yang sering membahas seksualitas secara terbuka, dalam artian *Glamour* pun sering menampilkan artikel seputar seks maupun foto-foto yang menampilkan tubuh perempuan secara sensual. Hal ini diakui sekaligus diklarifikasi dalam alinea berikut ini: *"True, sex is everywhere nowadays: Uninhibited sexuality and a good sex life are things Glamour celebrates regularly in these very pages. But this is a magazine for adults, not children."*

Di balik kepedulian terhadap mainan yang tidak layak bagi anak-anak, *Glamour* secara umum mempersoalkan ukuran kepantasan berpakaian bagi

perempuan Amerika. Namun secara lebih khusus, sebenarnya melalui editorial ini *Glamour* telah melibatkan diri dalam wacana tentang tolok ukur kepantasan. Majalah di Amerika memang memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan tolok ukur segala aspek kehidupan bagi pembacanya, sebagaimana dipaparkan oleh Douglas (1994:9):

American women today are a bundle of contradictions because much of the media imagery we grew up with was itself filled with mixed messages about what women should and should not do, what women could and could not be. This was true in the 1960's, and it is true today. The media, of course, urged us to be pliant, cute, sexually available, thin, blond, poreless, wrinkle-free, and deferential to men. But it is easy to forget that the media also suggested we could be rebellious, tough, enterprising, and shrewd.

Dari kutipan di atas, terlihat bahwa di mata pembaca, industri media sebenarnya merupakan ajang pembentukan citra sekaligus ajang ‘pertarungan’ berbagai gagasan yang seringkali saling bertentangan dan – karenanya – membingungkan bagi pembaca.

Pada dasarnya *Glamour* berpendapat bahwa pengenalan tentang seksualitas terlampau dini kepada anak-anak akan berdampak negatif terhadap perkembangan jiwanya. *Glamour* juga mendukung pandangan bahwa keperempuanan dan perilaku yang pantas sebaiknya dibentuk setelah seorang anak mampu membedakan antara khayalan dan realita. Jika seorang anak berusia di bawah lima tahun bermain dengan boneka berpakaian seksi, maka ia akan tumbuh besar dengan anggapan bahwa begitulah seharusnya seorang perempuan berpakaian. Selain itu, *Glamour* pun mendukung pendapat pakar pendidikan yang menyatakan bahwa boneka tersebut berpotensi membentuk persepsi keliru di benak anak tentang “aturan main” dalam hubungan lelaki-perempuan, dalam hal ini bahwa seorang perempuan harus berpakaian secara provokatif agar tampil menarik di mata lelaki: “*Girls may start thinking they need to dress provocatively to be attractive.*” Terakhir, *Glamour* mengemukakan sebuah aksi kepedulian para ayah yang tergabung dalam kelompok *Dads & Daughters*. Kelompok yang

memfokuskan kegiatan mereka pada upaya-upaya menciptakan lingkungan yang lebih aman untuk para anak perempuan ini, mengajukan petisi kepada presiden direktur Hasbro, perusahaan mainan yang berencana memproduksi Pussycat Dolls. Pussycat adalah kelompok musik dari Amerika Serikat, para personelnya terdiri dari perempuan-perempuan yang selalu berpakaian seksi dan minim saat tampil di pentas. *"We encouraged fathers to write to Hasbro's CEO, asking him to think about his seven-year-old granddaughter."....."Would he want her showing off her body that way?"* Petisi ini berhasil membuat Hasbro membatalkan rencananya memproduksi Pussycat Dolls.

Dengan mengangkat isu-isu di atas, dapat disimpulkan bahwa *Glamour* mengaitkan keperempuan dengan empat hal:

1. Perkembangan fisik, mental, dan seksualitas
2. Perilaku yang pantas
3. Daya tarik dalam hubungan lelaki-perempuan
4. 'Keselamatan' perempuan (dengan tidak mengumbar tubuh secara sembarangan)

Agar anak-anak perempuan Amerika terjaga pertumbuhan fisik, mental, dan seksualitasnya sehingga memiliki perilaku yang pantas dan memiliki persepsi yang benar tentang daya tarik, cara berpakaian, dan hubungan lelaki-perempuan, pada bagian penutup, *Glamour* menawarkan saran kepada pembaca untuk menjadikan diri masing-masing sebagai teladan dan tidak memberikan komentar yang menyesatkan: *"Well, we can start by being good role models—and stop telling kids it's cute when they act sexy."* Selain itu, *Glamour* juga menyarankan pembaca untuk memilihkan mainan yang mendidik bagi anak-anak perempuan.

Di sisi lain, dengan memakai kata *"we"* dalam kalimat *"Well, we can start by being good role models—and stop telling kids it's cute when they act sexy."*, *Glamour* sebenarnya ingin meneguhkan legitimasinya sebagai pihak yang merasa berhak ikut menentukan tolok ukur bagi pembacanya, termasuk menentukan tolok ukur kepantasan berpakaian dan berperilaku. Dalam pada itu, tetap ada persoalan tentang apa yang ditawarkan majalah perempuan kepada pembacanya.

Sebagaimana disimpulkan oleh Douglas (1994:271), media perempuan terkadang terkesan ambigu. Selengkapnya Douglas mengatakan:

One of the major traits that defines womanhood in the 1990's is our daily war with all those media which we love and hate and which, after all these years, don't know what to do about us or for us. (...) We get the bends as we escape into the schizophrenic landscape of Glamour or Vogue, in which editorials, advice columns, and articles urge us to be assertive, strong, no-nonsense feminists while the fashion and beauty layouts insist that we be passive, anorexic spectacles whose only function is to attract men and who should spend our leisure time mastering the art of the pedicure.

Pendapat Douglas mencerminkan sifat standar ganda yang diterapkan media, khususnya majalah gaya hidup perempuan. Standar ganda ini pun tampak dalam *Glamour*. Di satu sisi, melalui editorialnya, *Glamour* ingin menjadi penentu sekaligus partisipan dalam upaya perempuan Amerika Serikat membentuk keperempuanannya secara mandiri. Di sisi lain, sebagai majalah mode dan kecantikan, *Glamour* sebenarnya juga 'mengekalikan' mitos kecantikan yang dibangun oleh dunia industri dan bisnis tanpa melibatkan perempuan. Hal ini sesuai dengan sinyalemen Wolf (1991:13) bahwa "*The beauty myth is not about women at all. It is about men's institution and institutional power.*"

Editorial ini disampaikan melalui penggambaran (*depiction*) bahwa boneka yang sepintas sekadar mainan ternyata bisa merusak pertumbuhan jiwa, fisik serta seksualitas anak-anak. Argumentasi tersebut didukung pernyataan tiga orang pakar, masing-masing pakar pendidikan, pakar psikologi, dan penulis buku psikologi populer. Kepedulian masyarakat awam terhadap boneka berkostum seksi ini diwakili oleh informasi tentang pengajuan petisi kelompok *Dads & Daughters* kepada produsen boneka Hasbro. Setidaknya ada dua interpretasi yang dapat ditarik dari fakta tersebut: mengapa justru kaum ayah yang menunjukkan kepedulian secara kongkret? Pertama, bahwa hal itu merupakan ekspresi kepedulian dari kaum ayah terhadap anak perempuan mereka. Kedua, bahwa hal itu sekali lagi membuktikan kebenaran argumentasi Wolf yang telah dikemukakan

terdahulu, yakni bahwa semua tolok ukur dan keputusan tentang perempuan justru dilakukan oleh pihak-pihak lain selain perempuan itu sendiri. .

Sebagai penutup, dilontarkan imbauan kepada pembaca agar berpartisipasi untuk “*make sure the little girls in our lives grow up to be tomorrow's happy, confident women*”. *Visual image* yang mendukung teks editorial ini berupa dua boneka berkostum seksi dengan keterangan foto yang berbunyi “*When I grow up, I wanna be...Paris?!*” Keterangan foto tersebut menarik untuk disimak karena *Glamour* secara terbuka memberi label pada selebritas Paris Hilton sebagai perempuan yang ‘gagal’ memenuhi empat hal berkaitan dengan kriteria perempuan versi *Glamour*, dengan kata lain dianggap sering berpakaian seksi dan provokatif, berperilaku kurang pantas, terlibat dalam hubungan dengan pria-pria yang memiliki reputasi buruk, serta cenderung mengumbar tubuhnya secara sembarangan.

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa editorial *Let's stop teaching preschoolers to be sexy* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika sebagai kemampuan merumuskan keperempuanan secara ‘benar’ dan kemampuan menjadikan diri sebagai teladan dalam berpakaian dan berperilaku ‘pantas’ di tengah situasi di mana berbagai pihak ingin ikut membentuk citra perempuan sesuai kepentingan mereka masing-masing (kalangan bisnis dan pemilik aneka produk yang menjadikan perempuan sebagai sasaran).

3.4. Analisis editorial *Don't let a guy outearn you at work*

Ide dasar editorial ini adalah mendorong perempuan Amerika melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi terjadinya diskriminasi di tempat kerja dengan memberikan empat saran: mengadakan survei gaji; menyusun strategi mempromosikan diri saat menegosiasikan gaji; memilih tempat kerja yang tidak diskriminatif terhadap karyawan perempuan, serta turut mendesak wakil rakyat di Kongres untuk segera mengesahkan *Paycheck Fairness Act* dan *Fair Pay Act* yang akan menjamin kesetaraan pendapatan antara karyawan perempuan dan

karyawan lelaki. Ide dasar didukung oleh data dan pernyataan pihak asosiasi alumni perempuan, presiden direktur biro rekrutmen tenaga kerja, penulis buku kiat manajemen untuk perempuan, direktur lembaga swadaya masyarakat, dan ahli sosiologi yang memiliki data tentang diskriminasi terhadap karyawan perempuan.

Dalam editorial ini ada tiga metafora verbal yang digunakan, yaitu “*hit the jackpot*”; “*lowball*”; dan “*women at the top*”. Metafora “*hit the jackpot*” dipakai untuk menggambarkan bagaimana seorang karyawan perempuan semula mengira ia sedemikian beruntung karena mendapat pekerjaan di sebuah kantor pemerintah. Sementara itu metafora “*lowball*” digunakan untuk menyampaikan strategi bernegosiasi soal gaji dan metafora “*women at the top*” diterapkan untuk menyebut perempuan yang menjabat sebagai eksekutif perusahaan.

Sedangkan *visual image* yang digunakan berupa foto seorang perempuan dan seorang lelaki dalam pakaian kerja yang sedang mengambil posisi siap berlomba lari. Foto ini sendiri merupakan sebuah metafora yang asosiatif dengan topik diskriminasi terhadap perempuan di tempat kerja. *Glamour* ingin menggambarkan bahwa karyawan perempuan diposisikan sebagai saingan karyawan lelaki lewat visualisasi lomba lari. Menurut saya, dalam hal ini *Glamour* berupaya menyampaikan pesan bahwa ada pemberlakuan “aturan main” di tempat kerja yang tidak disesuaikan dengan kemampuan perempuan. Padahal, kita tahu bahwa dalam bidang olahraga, perempuan dan lelaki diperlombakan secara terpisah berhubung kemampuan fisik mereka memang berbeda. Dengan demikian, *Glamour* ingin menggarisbawahi situasi diskriminatif yang dihadapi pada seorang karyawan perempuan karena ia sedari awal memang diposisikan untuk ‘kalah’ atau ‘gagal’ (*condemned to failure*) dalam soal gaji dan peluang karier jika dibandingkan dengan karyawan lelaki.

Editorial ini menunjukkan akar persoalan dengan mengemukakan fakta bahwa masih ada diskriminasi terhadap perempuan di tempat kerja dan mengimbau bahwa perempuan harus tegas menyatakan sikap dan melakukan sesuatu yang kongkret untuk mengatasi diskriminasi tersebut, bukan hanya untuk mencapai kesetaraan hak bagi dirinya sendiri namun juga lebih sebagai

perwujudan rasa tanggung jawab bagi generasi perempuan Amerika berikutnya. *Glamour* tampaknya memilih untuk bersikap pragmatis dalam menyikapi diskriminasi di tempat kerja. Hal ini tampak dari gaya penulisan editorial yang difokuskan pada penyampaian saran-saran praktis bagi pembaca untuk menghadapi situasi dunia kerja yang diskriminatif. Dengan memberikan saran-saran yang praktis-pragmatis tersebut, *Glamour* secara tidak langsung mengakui bahwa masalah diskriminasi di tempat kerja terhadap perempuan Amerika merupakan masalah yang telah berurat-akar dalam masyarakat Amerika. Juga menarik untuk menyimak bahwa tiga dari empat saran yang ditawarkan oleh *Glamour*, merupakan saran untuk “berbenah diri” yang lebih bersifat “ke dalam”. Saran pertama adalah melakukan survei gaji melalui internet untuk mengecek dan memperoleh informasi tentang gaji rata-rata di bursa kerja. Saran kedua berupa strategi dalam bernegosiasi soal gaji dengan pihak perusahaan. *Glamour* menggunakan metafor berupa istilah dalam olahraga *baseball* dalam hal ini, yaitu “*lowball*”. Istilah ini menarik digarisbawahi karena *baseball* identik dengan cabang olahraga yang maskulin. Tersirat dalam pemilihan kata tersebut bahwa *Glamour* menyarankan perempuan untuk memakai strategi komunikasi yang biasa diterapkan oleh lelaki. Sedangkan saran ketiga adalah agar pembaca *Glamour* memilih perusahaan berdasar jenis kelamin para eksekutifnya. Saran ketiga ini terkesan *sexist* di satu pihak, sekaligus menyiratkan ajakan untuk melakukan konfrontasi frontal dengan perusahaan-perusahaan yang diantisipasi akan bersikap diskriminatif. Di atas semua itu, saran ketiga ini menyiratkan keputusan *Glamour* dalam menghadapi diskriminasi di tempat kerja. Saran keempat atau yang terakhir merupakan satu-satunya saran yang bersifat “ke luar”, yaitu mengirim surat elektronik berisi imbauan kepada para wakil rakyat untuk segera mengesahkan rancangan undang-undang kesetaraan pendapatan.

Wacana tentang perempuan bekerja telah mengemuka sejak lama di Amerika Serikat. Ada kecenderungan dalam masyarakat untuk mempertentangkan posisi perempuan dengan dunia kerja. Kecenderungan ini didasari kekhawatiran tidak beralasan bahwa dengan bekerja di luar rumah, keluarga dan juga keperempuanan perempuan itu sendiri, akan terganggu (Sapiro,1994:485).

Kekhawatiran tersebut berakar pada cara pandang bahwa perempuan merupakan satu-satunya pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan rumahtangga dan keluarga. Suatu kekhawatiran yang sebenarnya tidak perlu terjadi jika pengelolaan rumahtangga dan keluarga diyakini sebagai tugas dan kewajiban pasangan suami-istri sebagai sebuah tim yang saling mendukung. Dengan kata lain, jika pengelolaan rumahtangga dipandang sebagai sebuah tugas kemitraan, maka tugas untuk menyeimbangkan antara pekerjaan serta tugas domestik sebagai pasangan (suami/istri) dan orangtua (ayah/ibu) akan diemban bersama oleh lelaki dan perempuan. Jadi perempuan tidak lagi harus menanggung beban seorang diri menghadapi tuntutan menjadi “perempuan super” yang harus mampu menjalani berbagai macam peran dan kewajiban.

Menurut sejarawan Alice Kessler-Harris sebagaimana yang dikutip Sapiro (1999:480), akar permasalahan diskriminasi gaji terletak pada nilai budaya yang mempengaruhi sistem gender selama abad 20. Para pemilik perusahaan terbiasa berpikir bahwa karyawan lelaki merupakan tulang punggung keluarga dan pencari nafkah utama, sementara karyawan perempuan dianggap sekadar menyumbang pemasukan ekstra bagi kas keuangan keluarga. Di samping itu, karena kaum perempuan dianggap berkewajiban mengurus keluarga dan rumahtangga, mereka pun melakukan sejumlah kompromi dalam bekerja, misalnya dengan memilih pekerjaan paruh-waktu. Konsekuensi dari pilihan itu adalah mereka menerima gaji yang lebih rendah serta tidak memperoleh tunjangan kesehatan dan asuransi.

Sebenarnya pada tahun 1963, Kongres Amerika Serikat telah mengesahkan *The Equal Pay Act*, undang-undang pertama dalam sejarah Amerika yang melarang diskriminasi gaji berdasar jenis kelamin karyawan (Langley, 1994:279). Undang-undang ini merupakan hasil kerja *Commission on the Status of Women (CSW)*, sebuah komisi nasional yang dibentuk oleh Presiden J.F. Kennedy. CSW dibentuk dengan tujuan “*combatting ‘the prejudices and outmoded customs’ that serve as ‘barriers to the realization of women’s basic rights’*”. Selain itu, CSW juga dibentuk untuk:

...giving greater satisfaction to women, an important political constituency which had received no executive post apart from the Labor Department's Women's Bureau. Equally important, the Kennedy administration hoped that the commission would help it deal tactfully with the politically controversial issue of the proposed Equal Rights Amendment to the Constitution.

Sesuai harapan Pemerintahan Kennedy, komisi ini kemudian memang menolak gagasan untuk memasukkan *Equal Rights Amendment* ke dalam Konstitusi Amerika Serikat dengan argumentasi bahwa hak-hak perempuan sudah tercakup dalam Amandemen V dan Amandemen XIV. Sementara itu, meski *Equal Pay Act* yang disahkan tahun 1963 telah menjamin kesetaraan gaji antara karyawan lelaki dan karyawan perempuan, pada kenyataannya masih terjadi diskriminasi terhadap karyawan perempuan, bahkan hingga tahun 2007, sebagaimana diungkapkan dalam editorial *Glamour*.

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa editorial *Don't let a guy outearn you at work* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika sebagai kemampuan mengambil sikap dan melakukan hal-hal kongkret untuk mengatasi diskriminasi di tempat kerja. Kemampuan mengambil sikap dan melakukan hal-hal kongkret tersebut dipandang *Glamour* sebagai perwujudan tanggung jawab perempuan Amerika terhadap diri sendiri dan sesama perempuan.

3.5. Analisis editorial *The 7 best (and worst) things you can say to a girl*

Editorial ini menyampaikan ide dasar bahwa perempuan Amerika seyogianya menyeleksi sikap dan perkataan mereka karena hal itu berpengaruh besar terhadap pembentukan citra diri generasi perempuan di bawahnya. Ide dasar dilontarkan dengan mengkontraskan 14 pernyataan yang terbagi menjadi dua kategori. Kategori pertama terdiri atas tujuh pernyataan positif dan kategori kedua terdiri atas tujuh pernyataan negatif. Sejumlah pernyataan dari sejumlah pakar seperti penulis buku psikologi anak perempuan, ahli psikologi, dan ahli sejarah, dikutip untuk mendukung ide dasar tersebut.

Dalam editorial ini terdapat metafora “*Teach her to enjoy her food, not battle it*”, yang bermaksud menekankan adalah keliru jika makanan dicitrakan sebagai ‘musuh’ dan bukannya dinikmati. Di samping itu terdapat *catchphrase* “*us-versus-them mentality*” yang digunakan untuk menyebut sikap konfrontatif terhadap kaum lelaki. Penggambaran (*depiction*) dilakukan melalui pengontraskan antara kategori pernyataan positif dan pernyataan negatif. Sedangkan *visual image* yang digunakan adalah berupa foto seorang gadis cilik yang sedang berdandan dan tertawa lebar, dengan keterangan foto “*Help her love what she sees in the mirror*”. Pesan yang tertangkap dari foto dan keterangan foto tersebut adalah bahwa sejak usia muda, seorang perempuan harus dibiasakan untuk memiliki citra diri yang positif, merasa nyaman dengan tubuhnya dan menikmati hidup seoptimal mungkin. Akar persoalan yang diangkat adalah bahwa perkataan bernada negatif yang diucapkan kepada sesama perempuan (yang berusia lebih muda) dapat berdampak negatif baginya, karena itu perempuan diimbau agar menyeleksi perkataannya dan mengucapkan hal-hal bernada positif yang dapat membantu pembentukan citra diri dan cara pandang yang positif pada sesama perempuan.

Kedua kelompok pernyataan yang dikontraskan dalam editorial ini secara umum berkaitan dengan cara pandang atau perspektif. *Glamour* meyakini bahwa pernyataan positif yang disampaikan kepada anak akan membuat anak memiliki cara pandang positif terhadap diri sendiri. Di lain pihak, menyampaikan pernyataan negatif kepada anak akan membuat anak memiliki cara pandang yang negatif terhadap diri sendiri. Yang dikategorikan *Glamour* sebagai pernyataan positif adalah pernyataan-pernyataan yang bersifat mendukung seorang anak untuk menjadi dirinya sendiri, menikmati hidup, menjalani pola hidup sehat, memiliki prinsip dan berani mempertahankannya, peduli terhadap orang lain, mampu menakar kemampuannya sendiri, serta bersikap fleksibel dalam hidup. Sedangkan pernyataan negatif meliputi pernyataan-pernyataan tentang bentuk tubuh, lari dari masalah, menyalahkan lawan jenis, merendahkan sesama perempuan, mengubah diri untuk menarik perhatian lelaki, dan membohongi diri sendiri. Yang menarik, dalam salah satu pernyataan kategori negatif, untuk kedua

kalinya Paris Hilton disebut sebagai figur perempuan yang bercitra negatif: “*Paris is such a slut.*” Ada dua hal menarik untuk dicatat dalam keterangan tentang pernyataan tersebut. Pertama, terdapat frasa sebagai berikut: “*Whatever you think of Ms. Hilton, trashing women teaches girls to be mean....*”. Namun dalam kalimat berikutnya, citra Hilton dikontraskan dengan citra *Ketua House of Representative* Nancy Pelosi. Pelosi disebut sebagai tokoh perempuan yang memberikan citra positif sebagai figur pemimpin, sedangkan selain Hilton disebut sebagai “*slut*” alias pelacur, ia dianggap mewakili perempuan yang layak dikontraskan dengan figur terhormat seperti Nancy Pelosi. Di sini tercermin paradoksalitas dan sikap inkonsisten *Glamour* dalam memaknai pemberdayaan perempuan karena di satu sisi Hilton disebut sebagai “*Ms. Hilton*” – sebuah cara untuk menyebut seorang perempuan terhormat – sedangkan dalam kalimat berikutnya, ia dianggap berbanding terbalik dengan Nancy Pelosi yang ditempatkan sebagai sebagai figur perempuan terhormat. Jika penyebutan Paris Hilton sebagai “*Ms. Hilton*” memang dilakukan dengan intensi sarkastik, maka dapat disimpulkan bahwa memang terdapat inkonsistensi antara apa yang disarankan *Glamour* kepada pembacanya dan sikap *Glamour* terhadap Hilton.

Melalui kedua kelompok pernyataan tersebut, *Glamour* sebenarnya ingin menjabarkan definisi perempuan ideal yang harus diyakini oleh para pembacanya, untuk selanjutnya ditanamkan pada perempuan yang lebih muda. Dari rangkuman keempat belas pernyataan tersebut, kriteria perempuan ideal adalah perempuan yang mengenal, menghargai, dan mencintai dirinya sendiri, merasa nyaman dengan tubuhnya, menikmati hidup dengan makan enak dan menjalani pola hidup sehat, teguh mempertahankan prinsip sekaligus bersifat fleksibel, serta memiliki kepedulian terhadap orang lain. Selain itu, seorang perempuan ideal juga selalu berani menghadapi dan mengatasi masalahnya, menghargai orang lain, jujur pada diri sendiri serta memiliki pandangan positif tentang hubungan lelaki-perempuan.

Kriteria perempuan Amerika yang ideal berubah-ubah mengikuti perubahan zaman. Dalam masyarakat koloni di Amerika Utara pada abad 17, perempuan dianggap ideal jika ia patuh menjalani perannya sebagai subordinat

lelaki dan mengurus keluarganya: *"Even Protestants, in revolt against a male Catholic hierarchy and convinced of the equality of souls before God, nevertheless insisted on women's proper subordination within the family"*. Dalam tulisannya *Paradise Lost*, John Milton bahkan memparalelkan relasi perempuan dan lelaki dengan relasi seorang lelaki dengan Tuhan: *"he for God only, she for God in him"* (Evans, 1989:22) Dalam konteks itu, tokoh perempuan masyarakat Puritan, Anne Hutchinson, dianggap sebagai ancaman bagi otoritas pemerintahan dan gereja Puritan karena menentang ajaran para rohaniwan Puritan. Di abad 18, perempuan ideal adalah perempuan yang pasif dan mencerminkan nilai-nilai Kristiani melalui perilakunya. Perempuan ideal versi abad 19 adalah 'makhluk' domestik yang berorientasi pada rumahtangga serta patuh pada orangtua, bahkan bersedia dijodohkan dan menikah tanpa dasar cinta. Upaya memperluas akses perempuan ke bidang pendidikan pun diletakkan dalam konteks domestik, yakni agar *"salvation of the nation in a time of social disruption rested with educated women's influence as mothers and teachers."* (Ibid:71). Sedangkan di awal abad 20, perempuan dianggap ideal jika ia mampu mengurus rumahtangga dan anak-anaknya secara mandiri. Selain itu, ia juga harus bisa merawat diri agar tetap menarik di mata suami (Ibid:181).

Sementara itu, tak dapat dipungkiri bahwa media memiliki pengaruh yang besar sebagai penentu tolok ukur dan pembentuk opini publik: *"The media representation of feminism reinforced the division between the acceptable and the deviant, between the refined and the grotesque, between deserving ladies and disorderly dogs."* (Douglas, 1994:190). Penelitian yang dilakukan Brown (2005) mengkaji perubahan persepsi publik tentang Anna Nicole Smith yang semula dianggap representasi konsep kecantikan ideal menjadi stereotip perempuan kulit putih murahan. Faktor pertambahan berat badan Smith, perilakunya yang berlebihan, dan kasus hukumnya yang berkaitan dengan harta almarhum suaminya ditampilkan oleh media sebagai hal-hal yang tidak sesuai dengan kriteria ideal perempuan kulit putih. Akibatnya, Smith direposisi oleh media sebagai perempuan kulit putih murahan dengan menampilkannya secara intensif sebagai perempuan menjijikkan yang tak mampu mengendalikan diri. Penelitian ini

membuktikan bahwa media memiliki peran penting sebagai penentu standar kepantasan berperilaku bagi perempuan kelas menengah Amerika.

Glamour mengambil peran sebagai penentu standar kepantasan berperilaku bagi pembacanya dengan mengelompokkan 14 pernyataan tersebut ke dalam dua kategori yang berbeda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa editorial ini sebenarnya berisi kriteria tentang perempuan ideal versi abad 21, dengan kata lain memaknai pemberdayaan perempuan sebagai kemampuan untuk memenuhi kriteria perempuan ideal versi *Glamour* dan kemampuan untuk mentransfer nilai-nilai yang terkandung dalam kriteria tersebut kepada generasi berikutnya.

3.6. Kesimpulan analisis editorial kategori pengembangan diri

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita lihat bahwa pada dasarnya *Glamour* menyuarakan gagasan-gagasan tentang pemberdayaan perempuan dari aspek pengembangan diri dengan mengangkat isu aborsi, diskriminasi di bidang ilmu pengetahuan dan tempat kerja, serta pencitraan perempuan dari caranya berpakaian, berperilaku, dan berbicara. Dari pemilihan isu-isu tersebut, tampak bahwa bagi *Glamour*, pemberdayaan perempuan dimaknai sebagai keberanian menyatakan sikap, pendapat, dan kemampuan melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi masalah mereka.

Dilihat dari aspek resonansi budaya, isu-isu yang diangkat *Glamour* mencerminkan bahwa masalah-masalah yang dihadapi perempuan Amerika sejak abad 19 hingga abad 21 sebenarnya masalah-masalah lama yang “itu-itulah saja.” Pro-kontra aborsi, diskriminasi, pendidikan serta citra diri adalah isu-isu yang diangkat dan diperjuangkan perempuan Amerika melalui sejumlah organisasi dan gerakan perempuan sejak dulu. Sejak akhir abad 19, perempuan Amerika sudah mengupayakan agar “*men and women shall have equal rights throughout the United States and every place subject to its jurisdiction.*” (Evans, 1989:187) Tercatat pada Maret 1972, Kongres akhirnya menerima pengajuan rancangan

Equal Rights Amendment (ERA) yang sebenarnya telah diajukan oleh the *National Woman Party (NWP)* ke Kongres pada tahun 1923, nyaris setengah abad sebelumnya. Pada akhir tahun 1972, baru 22 negara bagian (dari jumlah minimum 38 negara bagian) yang menyetujui amandemen tersebut. Karena itu Kongres menetapkan tenggat waktu tujuh tahun untuk proses ratifikasi. Pada tahun 1979, Kongres memperpanjang tenggat waktu tersebut hingga tiga tahun lagi, namun *ERA* akhirnya gagal disahkan karena hanya disetujui oleh 35 negara bagian (Langley, 1994:291). Kalangan perempuan sendiri secara ironis terbagi menjadi dua kubu dalam menyikapi *ERA*. Kalangan anti-*ERA* berargumen bahwa undang-undang tersebut hanya akan menjadi senjata makan tuan bagi perempuan.

Selain *ERA*, terdapat *Equal Pay Act* (1963) yang mengatur kesetaraan pendapatan; *The Civil Rights Act, Title VII* (1964) beserta pelengkapya, *The Civil Rights Act* yang disahkan tahun 1991, dan *Title IX of the Higher Education Act* (1972) yang menjamin bahwa perempuan Amerika memiliki hak yang sama untuk mendapat pendidikan tinggi. Kenyataannya, setidaknya setelah hampir empat dekade berlalu, isu-isu yang sama tetap mengemuka dalam teks editorial *Glamour* dan menginformasikan kepada dunia bahwa perempuan Amerika Serikat masih menghadapi sejumlah masalah yang berkaitan dengan hak-hak mereka sebagai perempuan. Dengan kata lain, diskriminasi gender masih terjadi di Amerika Serikat. Kenyataan tersebut didukung oleh data *The World Economic Forum's Executive Opinion Survey* (2004) yang menunjukkan bahwa Amerika 'hanya' menempati peringkat ke-17 dari 58 negara di dunia yang dinilai berhasil meminimalisasi kesenjangan gender, berdasar kriteria keikutsertaan perempuan dalam bidang ekonomi, peluang perempuan dalam bidang ekonomi, pemberdayaan perempuan dalam bidang politik, pencapaian pendidikan perempuan, serta kesehatan-keafiatan perempuan.

Sponsor atau institusi yang didukung atau dikutip dalam editorial *Glamour* mencerminkan preferensi redaksi terhadap keamanan. Hal ini tampak dari pemilihan narasumber yang dikutip. Narasumber ini pada umumnya berkisar antara para pakar dalam bidangnya masing-masing, akademisi dari insititusi

pendidikan terkemuka, para petinggi organisasi/lembaga kemasyarakatan nasional/internasional terkemuka, atau kalangan pemerintah (senator, anggota Kongres) dari berbagai distrik. “Kalangan awam” yang ditampilkan biasanya mewakili “para korban” isyu terkait yang dibicarakan, seperti misalnya Anne, sang karyawan yang terkena diskriminasi di tempat kerja¹. Anne adalah satu-satunya narasumber dari “kalangan awam” yang ditampilkan dalam kelima editorial dalam kategori pengembangan diri. Dari preferensi tersebut, tampak intensi *Glamour* untuk menjadi referensi terpercaya bagi para pembacanya. Dari aspek jurnalistik, intensi tersebut sah-sah saja karena setiap media, termasuk majalah perempuan, tentu bertujuan menyajikan informasi yang terpercaya bagi pembacanya. Apalagi Redaksi *Glamour* menyatakan bahwa hampir 67 persen pembacanya adalah lulusan perguruan tinggi atau setidaknya pernah kuliah dan 17 persen lainnya adalah mahasiswa.² Di sisi lain, dengan menampilkan narasumber para pakar, pejabat pemerintah serta akademisi dan menggunakan data dari institusi-institusi terkemuka, tampak bahwa *Glamour* berusaha melegitimasi diri sebagai pihak yang lebih tahu dan memiliki lebih banyak informasi tentang isyu-isyu perempuan serta lebih kompeten daripada pembacanya. Dalam keterlibatannya dalam diskursus tentang pemberdayaan perempuan, *Glamour* memosisikan diri sebagai penentu makna dan menjadikan teks editorial sebagai pengetahuan yang harus diikuti pembacanya. Dengan kata lain, di antara *Glamour* dan pembacanya terdapat hubungan yang bersifat hegemonik.

Dari kelima editorial *Glamour* kategori pemberdayaan perempuan dari aspek pengembangan diri, terlihat bahwa *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika Serikat sebagai hak penuh dalam mengendalikan tubuhnya sendiri; rasa percaya diri dalam menjalani profesi, kemampuan merumuskan keperempuanan secara ‘benar’; kemampuan mengatasi diskriminasi di tempat kerja serta kemampuan untuk memenuhi kriteria perempuan ideal versi *Glamour*. Pemilahan elemen-elemen *framing* dalam editorial yang mendasari semua analisa terlampir dalam Tabel *Framing* berikut ini.

¹ Loc.cit, editorial Juli 2007.

² Wawancara per e-mail dengan News Director *Glamour*, Ellen Kampinsky, 3 September 2007.

3.7. Tabel Framing

Seluruh analisis dan kesimpulan di atas didasarkan pada pemilahan yang sesuai dengan anjuran metode analisis *framing* Gamson dan Mogdiliani. Berikut ini terlampir tiga tabel berisi hasil pemilahan atas kelima editorial berdasar panduan metode analisis tersebut.

Pernyataan *frame* (ide dasar) atau *organizing idea*

Ide dasar merupakan inti yang mengungkapkan upaya-upaya media menjelaskan berbagai peristiwa yang dianggap penting oleh media tersebut. Pernyataan ide dasar tersebut membantu baik pihak media maupun pihak pembaca untuk memfokuskan perhatian kepada suatu isu. Berdasar telaah tentang kelima editorial *Glamour*, didapat sejumlah ide dasar sebagai berikut:

EDISI 2007	JUDUL EDITORIAL	IDE DASAR
Februari	<i>Pro-life? Pro-choice? Here's something we should all fight for</i>	Perempuan Amerika seyogianya menegaskan sikap serta berpartisipasi menyosialisasikan penggunaan kontrasepsi. menanggapi tingginya angka kehamilan yang tak dikehendaki, terutama di kalangan menengah ke bawah.
Maret	<i>Let's hear it for women's brainpower!</i>	Perempuan Amerika seyogianya meyakini kemampuan mereka untuk berprestasi dalam bidang ilmu berdasar fakta bahwa sejumlah ilmuwan perempuan Amerika telah menghasilkan aneka temuan baru dalam bidang ilmu pengetahuan meski mereka masih mengalami diskriminasi. Hal itu membuktikan bahwa kemampuan perempuan berprestasi di bidang ilmu pengetahuan sama baiknya dengan lelaki.
Mei	<i>Let's stop teaching preschoolers to be sexy</i>	Perempuan Amerika seyogianya meluruskan persepsi keliru anak-anak perempuan Amerika tentang cara berpakaian dan berperilaku akibat boneka

		berkostum seksi.
Juli	<i>Don't let a guy outearn you at work</i>	Perempuan Amerika seyogianya melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi diskriminasi di tempat kerja.
November	<i>The 7 best (and worst) things you can say to a girl</i>	Perempuan Amerika seyogianya menyeleksi sikap dan perkataan mereka karena hal itu berpengaruh besar terhadap pembentukan citra diri generasi di bawahnya.

Serangkaian posisi/pandangan

Setiap ide dasar seringkali mengandung serangkaian posisi sehingga ada ruang bagi kontroversi di antara berbagai pihak yang memiliki kesamaan perhatian pada ide dasar tersebut.

EDISI 2007	IDE DASAR	POSISI/PANDANGAN
Februari	Percmpuan Amerika seyogianya merespon tingginya angka kehamilan yang tak dikehendaki, terutama di kalangan menengah ke bawah, dengan menegaskan sikap serta menyosialisasikan penggunaan kontrasepsi.	Ide dasar dilontarkan dengan mengutip pernyataan aktivis <i>pro-life</i> , aktivis <i>pro-choice</i> , aktivis golongan netral, dan praktisi kesehatan. Selain itu dikemukakan fakta bahwa kalangan pemerintahan (senat, kongres) juga menyatakan dukungan mereka terhadap pemakaian kontrasepsi melalui pengajuan undang-undang pengendalian kelahiran.
Maret	Perempuan Amerika seyogianya meyakini kemampuan mereka untuk berprestasi dalam bidang ilmu berdasar fakta bahwa sejumlah ilmuwan perempuan Amerika telah menghasilkan aneka temuan baru dalam bidang ilmu pengetahuan meski masih mengalami diskriminasi. Hal itu	Ide dasar dilontarkan dengan mengutip pernyataan aktivis sekaligus ilmuwan, selain dukungan data tentang diskriminasi di kalangan ilmuwan serta data tentang sejumlah penemuan penting di bidang ilmu pengetahuan yang menjadi bukti prestasi

	membuktikan bahwa kemampuan perempuan berprestasi di bidang ilmu pengetahuan sama baiknya dengan lelaki.	perempuan ilmuwan.
Mei	Perempuan Amerika seyogianya meluruskan persepsi keliru anak-anak perempuan Amerika tentang keperempuanan dan perilaku akrobat boneka berkostum seksi.	Ide dasar dilontarkan dengan mengutip pernyataan pengurus asosiasi psikolog Amerika, penulis buku teks psikologi remaja putri, akademisi bidang pendidikan, dan aktivis lembaga swadaya masyarakat.
Juli	Perempuan Amerika seyogianya melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi diskriminasi di tempat kerja.	Ide dasar didukung oleh data dan pernyataan pihak asosiasi alumni perempuan, presiden direktur biro rekrutmen tenaga kerja penulis buku kiat manajemen untuk perempuan, ahli sosiologi yang memiliki data tentang diskriminasi terhadap karyawan perempuan. Selain itu memuat imbauan direktur lembaga swadaya masyarakat yang mengupayakan kesetaraan hak karyawan perempuan untuk mendesak Kongres agar meloloskan undang-undang kesetaraan pendapatan antara karyawan perempuan dan karyawan lelaki.
November	Perempuan Amerika seyogianya menyeleksi sikap dan perkataan mereka karena hal itu berpengaruh besar terhadap pembentukan citra diri generasi di bawahnya..	Ide dasar dilontarkan dengan mengkontraskan dua kategori berlawanan, yang di satu pihak terdiri atas sejumlah pernyataan positif dan sejumlah pernyataan negatif di lain pihak. Selain itu, didukung dengan pernyataan penulis buku psikologi anak perempuan, ahli psikologi, dan ahli sejarah.

Delapan Perangkat

Menurut Gamson dan Modigliani, dalam *media package* terdapat dua perangkat, yakni:

- Yang berkaitan dengan “*how to think about the issue*” (metafora, contoh/*exemplars*, *catchphrases*, penggambaran/*depictions*, dan *visual image/icons*), disebut *framing devices* (perangkat *framing*)
- Yang berkaitan dengan “*reasoning*” (*roots*/akar pemikiran, misalnya dalam bentuk analisis sebab-akibat; *consequences*/konsekuensi, misalnya dampak spesifik dari sebuah kejadian, dan *appeals*/imbauan, misalnya dalam bentuk *moral claims*), disebut *reasoning devices* (perangkat penjelasan)

EDISI 2007	JUDUL EDITORIAL	PERANGKAT FRAMING	PERANGKAT PENJELASAN
Februari	<i>Pro-life? Pro-choice? Here's something we should all fight for</i>	Menggunakan metafora → “ <i>lone superpower</i> ”, catchphrase → “ <i>the silence was deafening</i> ”, depictions → diperlukan solusi segera untuk menekan tingkat kehamilan yang tidak dikehendaki, visual image → foto ‘bersandingnya’ plakat demonstrasi kelompok pro & kontra aborsi dan keterangan foto yang berbunyi: “ <i>Same old, same old: a 1989 abortion rally</i> ” → menguatkan fakta bahwa pro-kontra aborsi merupakan masalah “baru tapi lama”.	Menunjukkan akar persoalan dengan menggunakan persentase kehamilan yang tak dikehendaki dan mengimbau pencegahan kehamilan terlepas dari pro-kontra aborsi, dengan menampilkan sebuah boks saran untuk melakukan tindakan kongkret untuk berpartisipasi dalam pengesahan undang-undang pencegahan kehamilan.

Maret	<i>Let's hear it for women's brainpower!</i>	Menggunakan metafora → “ <i>brainpower</i> ”, depiction → diskriminasi terhadap perempuan di bidang iptek merupakan kerugian besar bagi masyarakat Amerika, visual image → foto mikroskop sebagai simbol bidang riset/dunia iptek.	Menunjukkan akar persoalan dengan mengutip pernyataan seorang lelaki bahwa perempuan tidak mampu bersaing dengan lelaki di bidang iptek serta adanya diskriminasi terhadap ilmuwan perempuan. Selain itu mengimbau untuk memberikan donasi kepada tiga institusi/asosiasi ilmuwan perempuan
Mei	<i>Let's stop teaching preschoolers to be sexy</i>	Menggunakan depiction → bahaya yang mengancam pembentukan citra diri dan cara pandang generasi muda perempuan Amerika lewat boneka mainan, visual image → dua boneka Barbie dan Bratz, dengan keterangan foto “ <i>When I grow up, I wanna be...Paris?!</i> ”	Menunjukkan akar persoalan dengan mengemukakan fakta bahwa kostum boneka Barbie dan Bratz yang minim dan bergaya seksi berpotensi membuat gadis-gadis cilik pemilik boneka tersebut menjadikan cara berpakaian tersebut sebagai acuan pembentukan citra diri dan cara pandang mereka. Selain itu, juga mengimbau agar perempuan Amerika menjadikan diri mereka sebagai contoh cara berpakaian dan berperilaku bagi gadis-gadis cilik Amerika.
Juli	<i>Don't let a guy outearn you at work</i>	Menggunakan metafora → “ <i>Anne thought she'd hit the jackpot...</i> ” dan “ <i>women at the top</i> ”, depiction → diskriminasi terhadap perempuan di tempat	Menunjukkan akar persoalan dengan mengemukakan fakta bahwa masih ada diskriminasi terhadap perempuan di tempat kerja dan mengimbau bahwa perempuan harus

		kerja masih terjadi, <i>visual image</i> → seorang perempuan dan seorang lelaki dalam pakaian kerja mengambil posisi start lomba lari.	tegas menyatakan sikap dan melakukan sesuatu yang kongkret untuk mengatasi diskriminasi tersebut, bukan hanya untuk mencapai kesetaraan hak bagi dirinya sendiri namun juga bagi perempuan Amerika pada umumnya.
November	<i>The 7 best (and worst) things you can say to a girl</i>	Menggunakan metafora→ “ <i>Teach her to enjoy her food, not battle it</i> ”, <i>catchphrase</i> → us-versus-them mentality, <i>depiction</i> → pastikan setiap perempuan mengeluarkan pernyataan bernada positif karena pengaruhnya sangat besar bagi pembentukan citra diri dan cara pandang sesama perempuan, <i>visual image</i> → seorang gadis cilik yang sedang bermain merias diri, dengan keterangan foto “ <i>Help her love what she sees in the mirror</i> ”.	Menunjukkan akar persoalan bahwa seringkali perempuan mengucapkan perkataan yang bernada negatif serta <i>mengimbau</i> agar sebaiknya perempuan mengucapkan hal-hal yang bernada positif agar membantu pembentukan citra diri dan cara pandang yang positif pula pada diri sesama pembentukan citra diri dan cara pandang yang positif pula pada diri sesama perempuan.

BAB 4

IT TAKES TWO TO TANGO

Pada bagian ini akan dilakukan pembahasan tentang diskursus pemberdayaan perempuan dari aspek hubungan dengan masyarakat, yang akan diwakili tujuh editorial. Sebelum melakukan analisis, setiap editorial disarikan sesuai metode analisis *framing*. Tujuan penyarian ini adalah untuk mengidentifikasi pernyataan *frame* (ide dasar), serangkaian posisi/pandangan, dan delapan perangkat. Hasil penyarian tersebut secara lengkap dapat dilihat di bagian akhir Bab ini, pada Lampiran hal. 93-101.

Ketujuh editorial tersebut adalah:

EDISI 2007	JUDUL EDITORIAL
Januari	<i>Let's catch more rapist before they strike again</i>
April	<i>The women's health crises you haven't heard about</i>
Juni	<i>Do something heroic (it's actually easy)</i>
Agustus	<i>Women in danger: how you can help</i>
September	<i>Women who drive drunk: end this trend!</i>
Oktober	<i>Student moms, pushed off campus</i>
Desember	<i>31 days of giving back</i>

Berikut ini hasil analisis isu-isu yang terkandung dalam masing-masing editorial di atas.

4.1. Analisis editorial *Let's catch more rapist before they strike again*

Ide dasar editorial ini adalah bahwa perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kesadaran akan pentingnya identifikasi *deoxyribonucleic acid*

(DNA) sebagai barang bukti untuk menangkap pelaku perkosaan. Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan fakta tertangkapnya seorang pelaku perkosaan berdasar identifikasi DNA-nya. didukung oleh pandangan praktisi hukum/mantan direktur eksekutif komisi nasional yang mengkategorisasikan DNA sebagai barang bukti; dukungan pakar forensik; data statistik tentang rendahnya tingkat keberhasilan menangkap pelaku kejahatan berdasar DNA di Amerika dibanding dengan Inggris dan kesaksian orangtua seorang korban perkosaan/pembunuhan yang pelakunya lolos akibat DNA-nya gagal teridentifikasi.

Akar persoalan editorial ini adalah bahwa pelaku perkosaan seringkali lolos dari hukum karena ketiadaan barang bukti. DNA dinilai sebagai barang bukti yang ampuh untuk menangkap pelaku perkosaan dan karena itu *Glamour* mengusulkan agar dilakukan sosialisasi tentang pentingnya mengumpulkan contoh DNA. Selain itu, pihak kepolisian juga sebaiknya melakukan pengumpulan data DNA para pelaku kejahatan (*DNA database*) agar memudahkan identifikasi seandainya mereka melakukan tindak kejahatan lain di kemudian hari. Pesan ini disampaikan dengan mengontraskan dua kasus perkosaan, di mana pelaku kasus satu berhasil tertangkap berkat DNA-nya berhasil diidentifikasi sementara pelaku kasus lainnya gagal ditangkap karena DNA-nya gagal teridentifikasi. *Glamour* mengimbau kepedulian pembaca akan pentingnya identifikasi DNA dalam kasus perkosaan dengan cara mengecek kebijakan negara bagian masing-masing tentang DNA serta mendesak para wakil rakyat untuk segera menasionalisasikan undang-undang tentang DNA. Penggambaran (*depictions*) dilakukan dengan menyampaikan urgensi tentang tindak sosialisasi tentang pentingnya identifikasi DNA sebagai barang bukti kasus perkosaan. *Visual image* yang ditampilkan berupa foto formulir barang bukti tindak kriminal perkosaan dari divisi forensik kepolisian Amerika.

Ada nada ketidakpuasan, kekecewaan bahkan kemarahan yang tersirat dari pihak *Glamour* terhadap pihak pemerintah dalam editorial ini. Pemerintah Amerika dianggap lamban dan kurang mampu menangani kasus perkosaan jika dibandingkan dengan negara Inggris yang mampu menangkap pelaku perkosaan

dalam jumlah yang jauh lebih besar. Pemerintah Amerika dianggap tidak mampu melindungi dan menumbuhkan rasa aman bagi perempuan Amerika Serikat: “*In England, DNA evidence has helped officials to successfully identify perpetrators 660,000 times; here in the United States, that number is 39,000. Feeling safe? Didn't think so.*” *Glamour* juga ‘mengultimatum’ pemerintah Amerika segera menindaklanjuti pengumpulan data *DNA* untuk menuntaskan kasus perkosaan yang belum terungkap:

Thankfully our government is waking up to the potential of DNA collection. In the past year, 12 states and the federal government have passed laws that will increase the number of DNA profiles in their databases, with six more bill pending at press time. Authorities expect this should help chip away at our shameful backlog of rape cases; 169,000 remain unsolved today, according to federal government statistics.

Pemerintah Amerika juga diingatkan bahwa untuk proses pengumpulan data *DNA* diperlukan dana tambahan dari pihak negara bagian dan *Glamour* juga menggarisbawahi bahwa “*preventing rapes and saving lives should be a national priority—and beefed-up DNA database is our best hope.*”

Dengan memberikan ‘ultimatum’ kepada pemerintah Amerika, *Glamour* dapat dikatakan telah menjalankan peran sebagai *ombudsman*. Konsep yang berasal dari Skandinavia ini semula merupakan julukan bagi pegawai pemerintah yang bertugas membantu para warga masyarakat yang ingin mengajukan komplain terhadap pemerintah. Di kalangan pemerintahan Amerika, fungsi *ombudsman* kurang-lebih sama dengan fungsi yang dijalankan oleh *congressional case workers*. Pada dasarnya, *ombudsman* merupakan sumber informasi yang independen dan memiliki akses untuk mendapatkan informasi tentang masalah-masalah yang harus diatasi sekaligus memiliki legitimasi untuk mengimbau tindak lanjut dari pihak berwenang. Konsep ini kemudian diadopsi oleh pers Amerika untuk menyuarakan kepentingan publik dengan tujuan mendapatkan perhatian pemerintah secara lebih cepat (Meyer, 1987:165-166). Potensi pers sebagai mediator antara pemerintah dan masyarakat memang sangat besar. Di satu sisi, pers dapat memosisikan diri sebagai “penyambung lidah rakyat” sekaligus

sebagai “corong pemerintah” di sisi lain. Atau dalam istilah Gamson dan Modigliani (1989), bahwa media memainkan peran yang kompleks, yakni di satu pihak sebagai bagian dari proses produksi isu di masyarakat dan di lain pihak juga menjadi *framing*. Media secara terus-menerus memproduksi “*suggested meanings*” sehingga isinya dapat menjadi indikator dari isu yang berkembang di masyarakat.

Menarik untuk dicermati bahwa *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan yang berkaitan dengan tindak kekerasan terhadap perempuan sebagai kesadaran terhadap pentingnya *DNA* sebagai barang bukti untuk menindak pelaku perkosaan. Perempuan Amerika dianggap berdaya jika mereka tanggap dan partisipatif terhadap upaya pembuatan bank data *DNA* karena hal itu merupakan salah satu tindak preventif untuk menanggulangi tindak perkosaan. Sama sekali tidak ada pembahasan mengenai upaya penanggulangan pasca trauma perkosaan bagi para korban ataupun berupaya memaknai pemberdayaan perempuan sebagai kemampuan perempuan mengatasi trauma perkosaan dan melanjutkan hidupnya kembali. Padahal, dalam kutipan dari editorial *The women’s health crises you haven’t heard about* berikut ini, *Glamour* mengutip konfirmasi seorang pakar bahwa perempuan dua kali lebih potensial untuk mengalami trauma pasca perkosaan (*post-traumatic stress disorder*):

Women are nearly twice as likely as men to develop post-traumatic stress disorder (PTSD), severe anxiety sparked by the memory of a distressing event. That could be due largely to the high rate of sexual violence women suffer worldwide. “This is more likely to cause PTSD than other horrific experiences,” says Elana Newman, president of the International Society for Traumatic Stress Studies. In Darfur, experts say, some women are so mentally scarred from sexual violence, they can barely speak.

Ada dua kemungkinan yang bisa diuraikan sebagai penjelasan atas sikap *Glamour*. Pertama, *Glamour* memang menunjukan editorial ini sebagai seruan terhadap pemerintah Amerika. Dengan kata lain, *Glamour* secara sadar memfokuskan diri pada perannya sebagai *ombudsman*. Ada pemilahan masalah di sini: masalah identifikasi *DNA* adalah masalah “luar negeri” yang harus mendapat

perhatian dari pihak berwenang, sedang masalah trauma pasca perkosaan adalah masalah “dalam negeri” yang dapat ditanggulangi secara “internal.” Itu sebabnya isu PTSD mengemuka saat *Glamour* membahas masalah kesehatan perempuan secara global dalam editorial *The women’s health crises you haven’t heard about*. Kedua, *Glamour* terkesan bersikap menafikan PTSD karena memilih untuk bersikap “*take it for granted*” dengan menganggap perempuan Amerika sebagai pribadi-pribadi yang tangguh dan mandiri yang *pasti akan mampu* mengatasi trauma pasca perkosaan.

4.2. Analisis editorial *The women’s health crises you haven’t heard about*

Editorial ini menyampaikan ide dasar bahwa perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kepedulian dan pengetahuan mereka tentang masalah-masalah kesehatan yang dihadapi perempuan di seluruh dunia dan melakukan partisipasi kongkret secara mudah dan praktis dengan memberikan donasi melalui situs-situs terkait. Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan data tentang sejumlah masalah kesehatan perempuan di berbagai wilayah dunia serta pernyataan dari dua praktisi medis di dua negara Afrika dan dua ketua organisasi kesehatan internasional. Dari enam masalah kesehatan perempuan, tercatat hanya satu masalah kesehatan yang melibatkan perempuan Amerika secara langsung, yaitu perempuan menikah yang tertular virus HIV. Kelima masalah lainnya adalah masalah-masalah yang dihadapi oleh perempuan di Uganda, Nigeria, dan Irak. Pembahasan masalah trauma pasca perkosaan yang sebenarnya bersifat universal pun, ternyata terutama khusus ditujukan kepada perempuan Irak.

Akar persoalannya adalah bahwa secara universal, perempuan masih menghadapi setidaknya enam masalah kesehatan dan pembaca diimbau untuk berpartisipasi mengatasi hal itu dengan memberi donasi secara *online*. Penggambaran (*depiction*) dilakukan dengan memaparkan satu per satu masalah kesehatan perempuan, yang disertai informasi tentang situs organisasi atau lembaga swadaya masyarakat yang bisa dihubungi untuk pemberian donasi.

Editorial ditutup dengan kalimat: “*See? The recipe for change can be as simple as you, a computer, a credit card and some hope. And it works.*” Dalam kalimat ini tersirat sejumlah hal menarik untuk dicatat. Pertama, adanya sikap pragmatis bahwa berbuat baik itu bisa menjadi sesuatu yang sangat mudah dan praktis untuk dilakukan. Kedua, bentuk kongkret dari perbuatan baik yang disarankan adalah donasi. Dengan kata lain, dalam hal ini uang dilihat sebagai sebuah solusi dan *Glamour* mengimbau pembacanya untuk memberikan ikan, bukan kail. Ketiga, terkesan adanya *sense of mission* orang Amerika untuk “menyelamatkan dunia”. Apalagi editorial ini ditunjang oleh *visual image* berupa foto sebuah tangan yang menjunjung bola dunia dengan keterangan “*Like the song goes, it’s in your hand.*”

Konsep “*sense of mission*” merupakan elemen penting dalam budaya Amerika. Konsep ini berasal dari ayat Injil Mateus 5:14 yang intinya berisi perintah Nabi Isa kepada kaum Kristiani untuk menjadikan diri mereka sebagai contoh/teladan bagi seluruh dunia: “*Ye are the light of the world. A city that is set on a hill cannot be hid. Neither do men light a candle, and put it under a bushel, but on a candlestick; and it giveth light unto all that are in the house.*” Gubernur Massachusetts pertama, John Winthrop, menyitir ayat tersebut dalam tulisannya “*A Model of Christian Charity*” yang ia khotbahkan kepada para kaum Puritan di atas Kapal *Arabella*, dalam perjalanan emigrasi mereka ke Massachusetts Bay tahun 1630. Winthrop menganalogikan New England sebagai “*a city upon a hill*” yang menurutnya harus menjadi contoh bagi para kaum koloni dan kaum Puritan lainnya. Keyakinan ini kemudian berkembang menjadi misi politik-nasionalistis yang menjadi dasar karakter orang Amerika (Lemay, 1998:13)

Jadi di balik kepedulian *Glamour* terhadap kaum perempuan non-Amerika yang menghadapi masalah kesehatan dan mengalami tindak kekerasan, sekaligus juga terkandung semangat untuk menjadi “penyelamat kehidupan” dan “penumpas kezaliman”. Namun kepedulian *Glamour* terhadap masalah kesehatan perempuan secara global sebenarnya menggelitik karena perempuan Amerika sendiri sebenarnya masih menghadapi sejumlah masalah kesehatan (Costello,

2003:105). Masalah kesehatan tersebut antara lain meningkatnya angka obesitas, depresi pasca melahirkan, pola hidup yang kurang sehat, *anxiety*, *eating disorder*, AIDS, dan infertilitas. Di samping masih adanya unsur diskriminasi ras dalam layanan dan tunjangan kesehatan. Perempuan muda Amerika juga belum memperoleh informasi memadai tentang masalah kesehatan seperti bahaya pemakaian alkohol dan obat bius, pentingnya menginformasikan riwayat kehidupan seksual, dan cara melindungi diri dari penyakit menular seksual dan virus HIV. yang seharusnya mereka ketahui dari tenaga medis (Ibid:95).

Terdapat paradoks menarik dalam cara pandang perempuan Amerika terhadap seksualitas, karena disebut bahwa "*Social taboos still prevent women and their health care providers from having critical dialogues about sexual practices, drug and alcohol use, and violence. We may feel liberated, but today's population of women is still constrained by long-standing social inhibition.*" (Ibid:125) Padahal jika dibandingkan dengan generasi ibu mereka, di satu pihak perempuan muda Amerika saat ini disinyalir cenderung menunda rencana berkeluarga namun di lain pihak aktivitas kehidupan seksual mereka dimulai dari usia lebih dini. Mereka pun memiliki lebih banyak mitra seksual. Akses mereka untuk memperoleh alat kontrasepsi yang lebih efektif dan lebih beragam serta layanan aborsi yang aman dan legal, juga sudah lebih banyak. Masyarakat Amerika juga sudah relatif lebih toleran menerima perempuan yang memilih untuk memiliki anak di luar nikah atau bahkan memutuskan untuk tidak memiliki anak. Namun perubahan cara pandang tersebut juga menimbulkan konsekuensi seperti kemungkinan tertular virus HIV dan penyakit menular seksual, sementara terdapat penurunan pada jumlah klinik layanan aborsi. Khususnya bagi remaja dan perempuan golongan ekonomi lemah, akses memperoleh layanan aborsi di banyak negara bagian ternyata juga semakin sulit didapatkan.

Jaminan kesehatan masih merupakan hak yang belum sepenuhnya bisa dinikmati oleh perempuan Amerika, khususnya dari kalangan minoritas dan golongan ekonomi lemah. Selain itu, mereka belum sepenuhnya memiliki akses untuk memperoleh layanan kesehatan atas dasar sejumlah alasan yang berbeda.

Misalnya tidak berhasil mendapat perawatan dari dokter spesialis, tidak cukup tersedianya tenaga dokter atau klinik di sekitar tempat tinggal atau dokter menolak menerima pasien baru, dan tidak menebus resep dokter karena alasan biaya. Alasan biaya memang menempati urutan pertama dari enam alasan tertundanya layanan kesehatan, selain alasan bahwa tidak memiliki asuransi, kesulitan mendapat tempat penitipan anak, masalah transportasi, kesulitan mencari waktu atau meminta izin dari tempat kerja, dan gagal memperoleh kesempatan berkonsultasi dengan dokter yang diinginkan (Ibid:122). Jadi meskipun kondisi kesehatan perempuan Amerika telah meningkat dibandingkan kondisi kesehatan mereka 25 tahun yang lalu, mereka dinilai masih menghadapi berbagai kendala yang cukup serius. Selain itu, ada kesan bahwa dengan memfokuskan pembahasan pada aspek diskriminasi layanan kesehatan terhadap perempuan, *Glamour* 'menghindari' isu tentang apakah secara universal – termasuk di Amerika Serikat – perempuan adalah makhluk *expendable*³ yang kurang berharga dibandingkan dengan lelaki. Dengan kata lain, ada kemungkinan bahwa diskriminasi layanan kesehatan yang dihadapi perempuan di Afrika, Irak, dan di Amerika Serikat sebenarnya berakar pada satu alasan yang sama.

Meminjam metafora “kuman di seberang lautan tampak, gajah di pelupuk mata tak tampak”, kecenderungan untuk memfokuskan perhatian pada “kuman di seberang lautan” secara global memang sangat kuat dalam budaya Amerika karena secara historis mereka memang merasa ‘dibebani tanggung jawab luhur’ untuk menjadi contoh bagi dunia. Kemungkinan besar itulah yang menyebabkan *Glamour* tidak “melihat gajah di pelupuk mata”, yaitu mengangkat isu-isu kesehatan perempuan yang ada di Amerika dan lebih sempit ruang lingkungannya. Di samping itu, ada kecenderungan untuk mengabaikan masalah kesehatan yang dihadapi perempuan Amerika dari golongan ekonomi lemah. Mereka hanya sebatas dijadikan objek kedermawanan ala Amerika (*American charity*). Hal ini

³ *ex-pend-able* (ek spen'də bəl, ik-) *adj.* 1. that can be expended 2 *Mil.a*) designating supplies or equipment expected to be used up or destroyed in service and therefore not entered on a certificate of expenditure b) designating equipment or men considered replaceable and therefore worth sacrificing to gain an objective – *n.* a person or thing considered expendable (Webster's New World Dictionary, 1994:478)

mengundang pertanyaan yang sayangnya belum terjawab secara tuntas: apakah hal itu disebabkan karena *Glamour* merupakan majalah perempuan kelas menengah atas? Sejauh ini baru editorial *Pro-life? Pro-choice? Here's something we should all fight for* yang tercatat merupakan masalah utama bagi perempuan Amerika golongan menengah ke bawah.

Dari analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa melalui editorial ini, *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan sebagai kemampuan memperbaiki kondisi kesehatan perempuan di seluruh dunia dengan memberikan donasi secara *online* kepada organisasi-organisasi non-profit.

4.3. Analisis editorial *Do something heroic (it's actually easy)*

Ide dasar, akar persoalan, penggambaran, dan *visual image* editorial ini kurang-lebih sama dengan editorial *The women's health crises you haven't heard about*. Jika ide dasar editorial *The women's health crises you haven't heard about* adalah bahwa perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kepedulian dan pengetahuan mereka tentang masalah-masalah kesehatan yang dihadapi perempuan di seluruh dunia dengan cara memberikan donasi melalui situs-situs terkait, maka ide dasar editorial *Do something heroic (it's actually easy)* adalah mengajak perempuan Amerika mulai melakukan hal-hal kongkret yang berguna bagi sesama karena hal itu merupakan esensi kepahlawanan. Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan delapan hal yang dapat secara mudah dan praktis dengan melakukan donasi secara *online* atau per pos, serta pernyataan dari ibu seorang serdadu Amerika di Irak dan seorang mahasiswa pendiri organisasi pemberdayaan perempuan di negara non-Amerika. Akar persoalan dikemukakan melalui pemaparan fakta bahwa sesama perempuan di aneka penjuru dunia menghadapi aneka masalah, mulai dari kesehatan hingga kemiskinan. Pembaca diyakinkan bahwa berbuat sesuatu yang berguna bagi sesama perempuan sebenarnya teramat mudah dan praktis. Karena itu, ada imbauan untuk memberi donasi secara *online*.

Penggambaran (*depiction*) dilakukan dengan mengajukan retorika tentang betapa memuaskannya bisa menandai hal-hal yang telah kita lakukan dalam *to-do-good list*, terlebih jika hal-hal tersebut bisa memperbaiki atau bahkan menyelamatkan nyawa sesama manusia. *Visual image* yang ditampilkan berupa foto seorang perempuan sedang memegang bola dunia di depan dadanya. Sedangkan *visual image* itu terkesan menyampaikan pesan bahwa perempuan pun memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu yang berguna bagi dunia. Di bawah foto tersebut, ada kutipan ucapan penulis Prancis Romain Rolland yang berbunyi “*A hero is one who does what he can*”. Kutipan itu menyuratkan sugesti bahwa siapa pun bisa menjadi pahlawan karena pada dasarnya seorang pahlawan adalah orang yang sekadar melakukan hal-hal sebatas kemampuannya.

Dalam editorial ini ada beberapa hal menarik yang tersirat untuk dikaji. Pertama, ajakan *Glamour* kepada pembacanya untuk melakukan sesuatu yang heroik sebenarnya juga mencerminkan keinginan dan ajakan untuk menyetarakan posisi dan kemampuan dengan kaum lelaki, bahwa perempuan pun mampu menjadi pahlawan dengan menolong sesamanya. Kedua, ajakan *Glamour* untuk melakukan tindakan kepahlawanan dapat dikatakan juga merupakan manifestasi *sense of mission* orang Amerika. *Sense of mission* ini berkembang menjadi semangat kedermawanan (*philanthropic spirit*). Sebanyak empat dari tujuh gagasan yang disodorkan dalam editorial ini ditujukan bagi “kepentingan lokal”: mengirim *Silly String* (alat sederhana untuk mendeteksi bom) bagi serdadu Amerika di Irak; menyumbangkan baju pesta untuk para remaja miskin yang tidak mampu membeli baju untuk pesta perpisahan sekolah (*prom night*); menyumbangkan pakaian dan peralatan mandi bagi perempuan korban KDRT; menyumbangkan telepon selular bekas pakai; dan beramal lewat internet. Ketiga, hingga kata penutup selesai dibaca, tampaknya editorial ini belum berhasil menetapkan kriteria tentang *heroine*. Keperempuanan seperti apa yang layak dikategorikan sebagai kepahlawanan? Bukankah jika kita mengenal kata “*hero*” untuk menyebut pahlawan berjenis kelamin lelaki, otomatis ada pula kata “*heroine*” untuk menyebut pahlawan perempuan? Dan jika seperti kata *Glamour*, bahwa untuk menjadi seorang *heroine* itu mudah, mengapa figur pahlawan dalam sejarah

Amerika umumnya – atau bahkan semua – adalah lelaki? Misalnya, Amerika mengenal julukan *The Founding Fathers* yang antara lain mengacu pada George Washington, Thomas Jefferson, Benjamin Franklin, dan Alexander Hamilton. Julukan itu sendiri tentu saja muncul karena mereka semua berjenis kelamin lelaki.

Majalah *Time* edisi tahun 1970-an pernah menampilkan aktivis gerakan perempuan dan penulis *The Dialectic of Sex*, Shulamith Firestone sebagai sampul depan (*cover*). Pada sampul depan tersebut, Firestone tampak sebagai seorang perempuan dengan rambut panjang yang kurang tertata rapi. Yang menarik, *Time* mengomentari penampilan Firestone dengan menyebutnya sebagai perempuan yang tampaknya harus lebih sering mencuci rambutnya, sebuah hal yang tidak akan terjadi jika Firestone seorang lelaki.

Penampilan seorang lelaki tidak pernah dipersoalkan karena masyarakat memfokuskan perhatian mereka kepada kapasitas, kompetensi, pemikiran, karya atau kontribusinya. Ini senada dengan pernyataan Berger (Peach, 1998:97) yang menyebut bahwa penampilan seorang lelaki bergantung kepada potensi kekuasaan yang dimilikinya. Bukankah tidak pernah ada komentar tentang, misalnya, penampilan fisik para Bapak Bangsa Amerika? Bukankah yang menjadi bahan telaah para sejarawan adalah perbedaan pemikiran tentang konsep pemerintahan antara Thomas Jefferson dan Alexander Hamilton, bukannya perbandingan tentang selera berpakaian mereka? Satu-satunya komentar tentang penampilan fisik tokoh lelaki Amerika yang pernah terpublikasikan adalah komentar seorang gadis kecil tentang Presiden Abraham Lincoln, yang dianggap berwajah terlalu tirus karena berbadan kurus. Gadis tersebut lalu menyarankan agar Lincoln memelihara janggut untuk menyamarkan ketirusan wajahnya. Saran itu diterima Lincoln dan hingga kini citra Lincoln yang tertanam dalam benak kita adalah seorang lelaki berjanggut. Banyak figur pria dalam sejarah, termasuk sejarah Amerika Serikat, yang memiliki keterbatasan fisik. Bahkan Presiden Franklin Delano Roosevelt menjalankan tugasnya dari atas kursi roda. Para lelaki yang namanya tercantum dalam buku-buku sejarah tidak pernah dibahas dari segi

penampilan fisik mereka: apakah tampan atau jelek, tinggi atau pendek, gemuk atau langsing, botak atau gondrong, berkumis atau klimis, dan seterusnya. Seorang lelaki mencapai predikat *hero* tanpa dibebani kriteria fisik, hal itu membuktikan bahwa penampilan fisik dinilai tidak penting bagi lelaki.

Sementara itu, masih menurut Berger (Ibid:97), seorang perempuan cenderung dinilai berdasar penampilannya:

By contrast, a woman's presence expresses her own attitude to herself, and defines what can and cannot be done to her. Her presence is manifest in her gestures, voice, opinions, expressions, clothes, chosen surroundings, taste – indeed, there is nothing she can do which does not contribute to her presence. Presence for a woman is so intrinsic to her person that men tend to think of it as an almost physical emanation, a kind of heat or smell or aura.

Lebih lanjut, seorang perempuan dikondisikan untuk selalu memperhatikan penampilan dan perilakunya, karena hal itu diberlakukan oleh lingkungannya sebagai ukuran keberhasilannya serta penghargaan orang lain terhadap dirinya:

She has to survey everything she is and everything she does because how she appears to others, and ultimately how she appears to men, is of crucial importance for what is normally thought as the success of her life. Her own sense of being in herself is supplanted by a sense of being appreciated as herself by another." (Ibid)

Dalam kaitannya dengan hal itu, tampaknya *Glamour* ingin mengalihkan fokus masyarakat, termasuk pihak perempuan sendiri, dari isu tentang kriteria penampilan fisik perempuan. Kemudian, dengan membuat sebuah editorial yang pada intinya mengajak perempuan untuk melakukan hal-hal bersifat fisik yang mudah (dan karenanya cenderung dianggap 'sepele'), apakah itu berarti *Glamour* ingin menyampaikan bahwa kriteria bagi seorang *heroine* relatif lebih 'mudah' dan 'dangkal', sementara kriteria bagi seorang *hero* jauh lebih sulit karena *hero* biasanya melakukan hal-hal yang 'tinggi' dan 'agung'?

Dengan demikian, untuk sementara saya memilih untuk menyimpulkan bahwa editorial ini merupakan ajakan tersirat kepada pembaca *Glamour* untuk menyusun kriteria baru tentang seorang *heroine* meski secara tersurat memaknai pemberdayaan perempuan sebagai kepedulian dan keluasan wawasan tentang masalah-masalah kesehatan perempuan serta memberikan bantuan finansial secara *online* kepada organisasi atau badan yang terkait.

4.4. Analisis editorial *Women in danger: how you can help*

Editorial ini menyampaikan ide dasar bahwa perempuan Amerika seyogianya menyatakan sikap dan melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi tindak kekerasan terhadap perempuan di seluruh dunia dengan memberikan donasi kepada organisasi lokal perempuan Irak dan amnesti internasional serta menandatangani petisi untuk menghukum pelaku tindak kekerasan di Irak. Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan kejadian pembunuhan seorang perempuan muda di Afghanistan atas nama kehormatan keluarga, dengan dukungan data PBB tentang pembunuhan serupa yang terjadi di Timur Tengah dan di komunitas Timur Tengah di seluruh dunia. Selain itu, ada sejumlah pernyataan dari beberapa pihak tentang perlunya tindakan segera untuk menghentikan budaya kekerasan tersebut, yang terdiri atas jurnalis, ketua organisasi perempuan internasional, dan anggota senat Amerika .

Akar persoalan ditunjukkan melalui pemaparan fakta bahwa di kawasan Timur Tengah masih terjadi tindak kekerasan terhadap perempuan yang mengatasnamakan kehormatan keluarga (*honor killing*). Selain itu, *Glamour* mengimbau agar perempuan Amerika tegas menyatakan sikap dan melakukan sesuatu yang kongkret untuk berpartisipasi mengatasi tindak kekerasan tersebut dengan memberikan donasi atau mengajukan petisi secara *online* dengan menggunakan *catchphrase* “*Her alleged crime was love. Our real crime would be silence*”

Penggambaran (*depiction*) diawali dengan penuturan peristiwa *honor killing* yang menimpa Du'a Khalil Aswad, seorang perempuan Irak dari suku Kurdis. Kemudian disusul oleh penjelasan tentang *honor killing* dan kebangkitan gerakan perempuan Timur Tengah untuk memprotes budaya tersebut. Terakhir pengajuan ajakan untuk turut memprotes tindak kekerasan terhadap perempuan. *Visual image* yang ditampilkan terdiri dari dua foto. Foto pertama yang merupakan *visual image* pertama adalah rekaman video peristiwa *honor killing* Du'a Khalil Aswad yang diambil dengan telepon selular dan disebarkan melalui internet. Foto kedua yang berukuran lebih kecil, menggambarkan aktivitas unjuk rasa sekelompok perempuan di Irak memprotes *honor killing*.

Menarik untuk menelaah bahwa *Glamour* memosisikan *honor killing* sebagai budaya bangsa Timur Tengah: "*These executions, often by stoning or gunshot, aren't unique to Iraq. The United Nations estimates that 5,000 honor killings occur each year, in countries across the Persian Gulf and Mediterranean, as well as in immigrant communities in the United Kingdom and elsewhere.*" Dalam hal ini, sebenarnya tengah terjadi proses representasi orang-orang Timur Tengah sebagai *the 'other'* di mata orang Amerika. (Hall, 1997:223-279). Mereka direpresentasikan sebagai *the 'other'* karena dianggap memiliki budaya yang berbeda dengan orang Amerika. Di balik pembelaan *Glamour* terhadap korban *honor killing* di Irak tersebut, tersirat pandangan negatif terhadap budaya *honor killing*. Budaya *honor killing* yang dialami perempuan Timur Tengah menjadi fokus kepedulian *Glamour* karena diyakini sebagai suatu budaya yang negatif dan harus dihilangkan karena dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya Amerika. Dalam hal ini tersirat pula cara pandang *Glamour* sebagai sebuah media Amerika yang menganggap budaya Amerika lebih unggul dibandingkan dengan budaya "non-Amerika", dalam hal ini budaya Timur Tengah atau dengan kata lain menganggap orang Amerika lebih berbudaya daripada orang Timur Tengah. Hal ini sesuai dengan konsep "*heroes*" dan "*villains*" yang dipaparkan Hall (Ibid:226). Hall mengemukakan ilustrasi tentang insiden yang terjadi dalam Olimpiade 1998 di mana atlet kulit hitam Amerika Ben Johnson didiskualifikasi akibat pemakaian obat bius. Peristiwa tersebut dijadikan topik utama dalam Majalah *The Sunday*

Times edisi 9 Oktober 1998. Pada sampul depan majalah, ditampilkan foto para atlet cabang atletik yang tengah berlomba menuju garis akhir, dengan judul “*Heroes and Villains*”. Pesan yang tersirat dalam judul tersebut adalah bahwa semua atlet memiliki potensi menjadi “*heroes*” atau “*villains*” dan khusus Ben Johnson, dianggap mewakili keduanya. Lebih lanjut, Hall (Ibid:229) mengemukakan:

This having-it-both-ways is important because, as I hope to show you, people who are in any way significantly different from the majority – ‘them’ rather than ‘us’ – are frequently exposed to this binary form of representation, They seem to be represented through sharply opposed, polarized, binary extremes – good/bad, civilized/primitive, ugly/excessively attractive, repelling-because-different/compelling-because-strange-and-exotic. And they are often required to be both things at the same time!

Sebagaimana disimpulkan dalam kutipan di atas, *honor killing* dianggap sebagai suatu budaya yang negatif dan primitif. Di lain pihak, Du’a Khalil Aswad sang korban, dianggap sebagai pihak yang pantas dibela dan diperjuangkan. Jadi dalam hal ini, ada polarisasi antara budaya unggul (Amerika) dan budaya primitif (Irak) serta pihak korban (Du’a Khalil Aswad) dan pihak pembela hak perempuan (*Glamour*). Rasa superioritas *Glamour* terhadap budaya Timur Tengah (baca: Irak) sebenarnya merupakan ‘perpanjangan’ dari rasa superioritas Pemerintah Amerika terhadap kawasan Timur Tengah. Pemerintahan Bush menyerbu Irak atas dalih mencegah Pemerintahan Saddam Hussein menggunakan senjata pemusnah massa. Amerika menganggap dirinya sebagai representasi nilai-nilai demokrasi yang merasa berkewajiban menumpas Pemerintahan Saddam Hussein yang otoriter. Tampak di sini bahwa dua prinsip pemerintahan yang berbeda: demokrasi dan otoritarian, kembali dikonfrontasikan.

Dalam hal pemberdayaan perempuan pun, sebenarnya *Glamour* merupakan ‘perpanjangan tangan’ Pemerintahan Bush. *Glamour* memiliki acara tahunan bernama *Glamour Women of the Year* yang memberikan penghargaan kepada figur-figur perempuan yang dianggap berprestasi. Salah satu figur penerima penghargaan *Glamour* tahun ini adalah Menteri Luar Negeri Amerika

Serikat Condoleezza Rice, berkat upayanya memperjuangkan hak-hak dan kesehatan perempuan di seluruh dunia. *Glamour* juga mencatat bahwa Rice berhasil mendesak badan keamanan PBB untuk secara resmi menyatakan tindak perkosaan sebagai senjata dalam peperangan. Selain itu, Rice berhasil mengalokasikan anggaran US\$50 juta untuk mengatasi perbudakan seks dan buruh perempuan di seluruh dunia serta meluncurkan kampanye kesehatan perempuan untuk pertama kalinya di Timur Tengah. Tahun 2008 ini, Rice kembali mengalokasikan anggaran US\$ 100 juta untuk mengadakan latihan kepemimpinan bagi perempuan Muslim. Disebutkan pula bahwa Rice merencanakan pengajuan anggaran US\$15 juta untuk mendirikan pusat rehabilitasi perkosaan dan program-program lain bagi perempuan di Irak.

Sejalan dengan acara tahunan *Glamour* tersebut, pada 10 Maret 2008, Condoleezza Rice mengadakan upacara penganugerahan *International Women of Courage Award*. Penghargaan ini diberikan kepada delapan perempuan dari Afghanistan, Pakistan, Palestina, Paraguay, Kosovo, Fiji, dan Afrika. Mereka dinilai telah memberikan kontribusi nyata untuk memberdayakan masyarakat di negaranya masing-masing. Kedelapan penerima penghargaan tersebut dipilih dari 95 kandidat yang diajukan oleh kedutaan besar Amerika Serikat di seluruh penjuru dunia. Dalam pidatonya, Rice antara lain menyatakan:

The United States remains deeply committed to helping women of courage everywhere to peacefully remove the barriers to political, economic, and social empowerment for themselves and for others. This is a calling that requires dedication, commitment and passion. And to our honorees here today and to women around the world who are watching today's events, I say this to each and every one of you: in your quest for justice and dignity, know that you will always have a friend and a partner in the United States of America. The United States looks forward to working with all of you, our world's true women of courage. Congratulations on your accomplishment.

Pada hari yang sama, Presiden George Bush menyatakan bulan Maret sebagai "*Women's History Month*". Dalam pidatonya, Bush antara lain mengajak seluruh rakyat Amerika untuk mengadakan acara-acara, upacara-upacara serta

kegiatan-kegiatan untuk menghormati dan mengenang jasa para perempuan Amerika yang berprestasi dan berjasa bagi negara:

America has been transformed by strong women whose contributions shaped the history of our country. Amelia Earhart became the first woman to fly solo across the Atlantic, and she inspired generations of women to follow their dreams. Physicist Chien-Shiung Wu helped advance our knowledge and understanding of the world through her achievements in atomic research. Harriet Tubman fought racial injustice and opened doors for more Americans to participate fully in our society.

Today, women are continuing this legacy of leadership as entrepreneurs, doctors, teachers, scientists, lawyers, artists, and public officials. They are also providing guidance and care to their loved ones and strengthening America's families and communities. We also remember the women of the United States Armed Forces who are serving our country with honor and distinction across the world. (U.S. Department of State, 30 Juli 2008)

Apa yang dicanangkan oleh Pemerintahan Bush membuktikan adanya *sense of mission* orang Amerika dalam upaya pemberdayaan perempuan. Pemberdayaan perempuan dianggap sebagai suatu program global yang harus diupayakan dengan catatan Amerika-lah yang menjadi 'pimpinan proyek'-nya. Dalam hal ini, baik Pemerintahan Bush maupun *Glamour* memosisikan diri sebagai penentu makna dan dengan kata lain, terdapat hubungan hegemonik antara Amerika dan para perempuan penerima *International Women of Courage Award* serta antara *Glamour* dan para perempuan penerima *Glamour Women of the Year Award*.

Dari komposisi penerima *International Women of Courage Award*, juga tampak bagaimana Pemerintah Amerika memaksudkan penghargaan tersebut sebagai salah satu upaya diplomasi sekaligus pengekal *sense of mission* Amerika. Semua perempuan penerima penghargaan tersebut berasal dari negara-negara non-Amerika. Hal ini sekali lagi juga membuktikan sifat paradoks bangsa Amerika: mengapa tak ada satu pun perempuan Amerika yang dinilai layak menerima penghargaan? Padahal di hari yang sama, Presiden Bush mengingatkan rakyat Amerika pada prestasi para perempuan Amerika dan menyatakan penghargaan Pemerintah Amerika kepada mereka.

Dalam alinea terakhir editorial ini kembali tercermin *sense of mission* orang Amerika: “*If women in Pakistan, Iraq and other countries can raise their voices, so can we.*” Kemudian diinformasikan bahwa para wakil rakyat tengah berupaya agar hukuman bagi para pelaku *honor killing* diperberat. Selain itu, senator negara bagian New York Carolyn Maloney disebut akan segera menyosialisasikan kembali *International Women's Freedom Act*. Menariknya, Senator Joseph (Joe) Biden yang kini wakil presiden terpilih juga dikabarkan akan membantu menyusun rancangan *International Violence Against Women Act* (dengan naiknya Biden menjadi wakil presiden di tahun 2009, kita lihat saja bagaimana tindak lanjut rancangan undang-undang tersebut). Dalam alinea ini, tampak sangat jelas *sense of mission Glamour* pada khususnya dan *sense of mission* pemerintah Amerika pada umumnya untuk menghentikan budaya *honor killing*. Hal itu dipertegas dengan kalimat penutup yang berbunyi: “*Our real crime would be silence.*”

Tindak kekerasan terhadap perempuan bersifat universal, mulai dari yang bersifat domestik seperti kekerasan dalam rumahtangga (KDRT) sampai yang bersifat ekstrem seperti *honor killing*. Di Amerika Serikat, misalnya, data statistik dari *Bureau of Justice Statistics* tahun 1998 juga menunjukkan bahwa tindak kekerasan terhadap perempuan justru lebih banyak dilakukan orang-orang terdekat, sebagaimana yang dialami oleh Du'a Khalil Aswad. Dalam salah satu butir saran editorial *Do something heroic (it's actually easy)* (Juni), *Glamour* menyarankan agar pembaca menghubungi *National Domestic Violence Hotline* untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai alamat *shelter National Domestic Violence* terdekat jika hendak menyumbang pakaian dan peralatan mandi bagi korban KDRT. Itu berarti, sampai dengan tahun 2007, masih ada perempuan Amerika yang menjadi korban kekerasan domestik. Apa pun tingkatannya, mulai dari KDRT hingga *honor killing*, tindak kekerasan terhadap perempuan membuktikan bahwa para pelakunya menganggap perempuan sebagai bagian dari properti yang bisa diperlakukan menurut kemauan sang pemilik properti.

Dalam editorial ini, *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan sebagai keberanian menyatakan sikap untuk menghentikan segala bentuk tindak kekerasan bagi sesama perempuan dan keberanian untuk menuntut keadilan bagi diri sendiri.

4.5. Analisis editorial *Women who drive drunk: end this trend!*

Ide dasar editorial ini adalah ajakan untuk menunjukkan tanggung jawab sebagai warga negara dengan tidak mengemudi sehabis mengonsumsi minuman beralkohol atau mencegah orang mengemudi sehabis mengonsumsi minuman beralkohol. Ide dasar dilontarkan melalui deskripsi penahanan selebriti Hollywood, Paris Hilton, akibat tindakannya mengemudi dalam kondisi mabuk, pernyataan dari direktur institusi media, data statistik *Federal Bureau of Investigation* (FBI) tentang peningkatan jumlah perempuan Amerika yang mengemudi dalam kondisi mabuk, akademisi yang meneliti pola konsumsi minuman beralkohol dan kesaksian dari seorang perempuan yang ditahan akibat mengemudi dalam kondisi mabuk. Akar persoalan dikemukakan dengan pemaparan fakta tentang peningkatan jumlah perempuan Amerika yang mengemudi dalam kondisi mabuk dan peningkatan kebiasaan mengonsumsi minuman beralkohol. Masalah ini harus segera diatasi dengan mengimbau agar perempuan Amerika melakukan tiga hal untuk mengatasinya, yakni dengan tidak mengonsumsi minuman beralkohol saat harus mengemudi, mencegah orang yang berniat mengemudi dalam keadaan mabuk dan mengambil sikap dengan mendesak wakil rakyat untuk menetapkan kriteria yang lebih tegas dalam menindak pengemudi mabuk melalui situs terkait.

Editorial ini menggunakan metafor "*paparazzi skittering like cockroaches*", untuk menggambarkan kehebohan suasana persidangan kasus Hilton yang diajukan ke pengadilan karena mengemudi dalam keadaan mabuk. Paparazzi adalah fotografer yang mengambil objek foto secara diam-diam dan biasanya memburu para selebritas dan kalangan atas tanpa mengindahkan hak

privasi dan etika. Karena itu profesi ini berkonotasi negatif dan bisa dimengerti mengapa *Glamour* mengaitkannya dengan kecoak, binatang bercitra kotor dan menjijikkan. *Catchphrase* “*the world’s still recovering from Paris’s drunk-driving jailapalooza*” terkesan mendiskreditkan Hilton sebagai figur selebritas yang suka membuat sensasi dan kehebohan. Kata “*jailapalooza*” berasal dari kata “*jail*” yang bermakna penjara. Tidak dijumpai referensi tentang makna atau asal kata “*palooza*”. Satu-satunya kata yang paling mendekati dari segi bunyi dan makna adalah kata “*palooka*”, sebuah istilah lama Amerika yang dipopulerkan oleh pemain *baseball* dan penulis artikel olahraga Jack Conway. Kata ini bermakna “*a clumsy or oafish fellow, esp. an inept athlete.*” (Webster, 1986:974). Penggambaran (*depiction*) dilakukan dengan memaparkan suasana persidangan Hilton secara dramatis pada bagian awal, kemudian pemaparan data statistik dan pernyataan pakar tentang peningkatan jumlah perempuan yang mengemudi sambil mabuk, serta kesaksian seorang perempuan yang pernah ditahan akibat mengemudi dalam keadaan mabuk. *Glamour* juga menyebut beberapa pihak yang dianggap bertanggung jawab dalam masalah ini, yaitu pihak industri bisnis minuman, masyarakat, dan pihak kepolisian. Editorial ditutup dengan penegasan bahwa masing-masing individu merupakan pihak yang paling bertanggung jawab dalam masalah ini, di samping kaum perempuan secara kolektif, dan untuk tidak mengemudi sehabis mengonsumsi minuman keras.

Visual image yang digunakan dalam editorial ini terdiri atas dua foto Hilton. Foto pertama menggambarkan Hilton sedang minum dari botol dan foto kedua adalah foto yang diambil di kantor polisi saat ia ditangkap karena mengemudi dalam kondisi mabuk, disertai keterangan kutipan “*I’ll never drink and drive again. It was, you know, one drink, but no one should do it.*” dengan imbuhan komentar Redaksi *Glamour*: “*For once, we agree with Paris!*”. Komentar ini tercatat sebagai komentar negatif Redaksi *Glamour* untuk ketiga kali tentang Hilton. Sebelumnya, nama Hilton muncul dalam editorial kategori pengembangan diri, masing-masing “*Let’s stop teaching preschoolers to be sexy*” (Mei 2007) dan “*The 7 best (and worst things you can say to a girl)*” (November 2007). Dalam editorial Mei, Hilton disebut dalam keterangan foto berbunyi

"*When I grow up, I wanna be...Paris?!*" yang diletakkan di bawah foto sepasang boneka berpakaian seksi. Sedangkan dalam editorial November, Hilton disebut dalam pernyataan kategori negatif yang berbunyi "*Paris is such a slut.*" Keterangan foto editorial September pun tak kalah menarik untuk digarisbawahi karena terdapat frasa "*for once*" di dalamnya: "*For once, we agree with Paris!*" Pertanyaan lain adalah, mengapa hanya Hilton yang dipilih sebagai titik tolak pembahasan kasus *DUI*? Padahal dalam editorial disebut dua selebritas lain yang mengalami kasus serupa, yaitu Lindsay Lohan dan Nicole Ritchie. Mengapa Paris Hilton dijadikan "bulan-bulanan"? Apa sebenarnya 'dosa' Hilton kepada *Glamour*? Sebagai majalah bulanan yang menerbitkan 12 edisi dalam setahun, dengan menyebut seseorang dalam tiga edisi dengan nada yang kurang-lebih sama negatifnya, *Glamour* dapat dikatakan telah melakukan stigmatisasi terhadap Hilton.

Jawabannya dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu aspek ilmu komunikasi dan aspek kajian perempuan. Dari aspek komunikasi, sebagai sebuah media, *Glamour* telah melakukan "pembunuhan karakter". Hilton mengalami apa yang disebut sebagai "*trial by the press*". Ia diberi 'label' sebagai perempuan yang tidak bertanggung jawab karena mengemudi di bawah pengaruh alkohol. Dengan kata lain, selama ini *Glamour* menganggap Hilton tidak "sehaluan" dengan nilai-nilai yang dianut *Glamour* dan karena itu menempatkan Hilton sebagai perempuan yang tidak memenuhi kriteria ideal *Glamour* tentang perempuan Amerika, sebagaimana telah dipaparkan dalam pembahasan mengenai editorial November pada Bab 3 (lihat hal. 46-49). Dalam hal ini tersirat adanya sentimen antar-perempuan, sesuatu hal yang – ironisnya – eksis sejak dulu. Sentimen antar-perempuan ini dikekalkan melalui (atau terinspirasi oleh)⁴ berbagai format budaya populer seperti cerita rakyat, karya sastra, lagu, dan tak ketinggalan media

⁴ Hal itu ditentukan oleh cara pandang yang kita pilih. Jika kita meyakini bahwa "*art imitates life*", maka dapat dikatakan bahwa sentimen antar-perempuan dikekalkan oleh budaya populer. Namun saya melihat kemungkinan kedua, yaitu bahwa karya seni pun bisa menjadi ilham bagi manusia (*life imitates art*), misalnya dalam pemakaian istilah *Cinderella Complex* dalam ilmu psikologi yang meyakini bahwa cita-cita perempuan sebatas menunggu datangnya "sang penyelamat" dalam sosok *The Prince Charming*. Dalam hal itu, dapat dikatakan bahwa sentimen antar-perempuan terinspirasi oleh budaya populer.

perempuan. Kita pasti akrab dengan dongeng Cinderella yang hidup di bawah ‘penindasan’ ibu tiri dan dua kakak perempuan tirinya. Dalam karyanya *The Wings of the Dove*, Henry James mengisahkan dua orang perempuan yang memperebutkan seorang lelaki. Tragisnya, bahkan hingga salah satu dari kedua perempuan tersebut akhirnya meninggal, tokoh perempuan yang menjadi ‘pemenang’ masih dibayangi kekhawatiran bahwa saingannya masih ‘hidup’ dalam hati dan pikiran kekasihnya. Syair salah satu lagu populer Amerika yang berjudul *Tennessee Waltz* mengisahkan bagaimana seorang perempuan mengkhianati sahabatnya sendiri dengan merebut kekasih sang sahabat saat mengajaknya berdansa dalam irama wals, dan demikian seterusnya. Sentimen antar-perempuan ini sebenarnya bisa dikatakan bersifat sebagai “senjata makan tuan” bagi pihak perempuan sendiri karena akan menghambat akses informasi antar-mereka dan membatasi perolehan peluang yang mungkin didapat oleh pihak perempuan jika mereka memiliki kesadaran bahwa “kita berada dalam perahu yang sama”.

Analisis di atas mencuatkan satu paradoks lain yang diperlihatkan *Glamour*, yaitu bahwa meski di satu pihak *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan sebagai pemberdayaan yang bersifat antar-perempuan (*sisterhood*), di lain pihak *Glamour* juga merefleksikan sentimen antar-perempuan dengan menjadikan Hilton sebagai ‘bulan-bulanan’. Pertanyaan selanjutnya, mengapa *Glamour* hanya menyoroti kasus *DUI* yang melibatkan perempuan? Saya duga hal itu disebabkan karena *Glamour* memang majalah perempuan. Namun kemungkinan lainnya adalah upaya *Glamour* memosisikan diri sebagai penentu makna. Meski tidak mengatakannya secara tersurat, bisa jadi *Glamour* hanya memfokuskan pembahasan pada perempuan, karena kebiasaan mengosumsi minuman beralkohol dinilai tidak pantas dimiliki oleh perempuan. Dalam editorial ini terkandung kritik tentang gaya hidup perempuan muda Amerika yang gemar mengonsumsi minuman beralkohol. *Glamour* memaparkan data statistik *FBI* tentang jumlah lelaki dan perempuan Amerika yang ditahan akibat mengemudi dalam kondisi mabuk. Meski diakui bahwa data tersebut menunjukkan bahwa jumlah perempuan yang ditahan masih jauh lebih rendah dibanding jumlah pria,

Glamour menyatakan kekhawatirannya karena terjadi peningkatan jumlah perempuan mabuk mengemudi sebanyak 11 persen dalam kurun waktu empat tahun.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan sebagai sikap bertanggung jawab, dalam hal ini dengan memilih untuk tidak mengemudi sehabis mengonsumsi minuman beralkohol atau mencegah orang lain untuk mengemudi sehabis mengonsumsi minuman beralkohol.

4.6. Analisis editorial *Student moms, pushed off campus*

Ide dasar editorial ini adalah anjuran bagi perempuan Amerika agar menumbuhkan kepedulian dengan berpartisipasi dalam pengadaan tempat tinggal bagi mahasiswa yang memiliki anak dengan cara memberi donasi kepada organisasi yang mengupayakan dana bagi mahasiswa yang memerlukan tempat tinggal. Ide dasar dilontarkan melalui deskripsi seorang mahasiswa penerima beasiswa yang kesulitan mencari tempat tinggal di lingkungan kampusnya karena ia memiliki anak; pernyataan direktur program institusi penelitian kebijakan untuk perempuan, direktur eksekutif sebuah lembaga swadaya masyarakat, pendiri situs layanan bagi mahasiswa yang memiliki anak.

Glamour mengemukakan akar persoalan bahwa masih kurang tersedianya tempat tinggal bagi para mahasiswa kalangan bawah penerima beasiswa yang memiliki anak dan bahwa hal itu bisa menghambat kelangsungan pendidikan mereka, padahal pendidikan merupakan solusi untuk memperbaiki taraf hidup mereka. Editorial ini mengimbau agar institusi pendidikan tinggi mengupayakan sarana tempat tinggal bagi mahasiswa yang memiliki anak (*student moms*) dan juga mengimbau pembaca untuk memberikan donasi kepada lembaga swadaya masyarakat yang menghimpun dana tempat tinggal bagi *student moms*. Penggambaran (*depiction*) disampaikan melalui uraian tentang tak tersedianya tempat tinggal bagi *student moms*, kesulitan yang dihadapi akibat hal tersebut dan

bagaimana mereka berinisiatif membangun situs sebagai wadah pemberdayaan bagi sesama *student moms*. *Visual image* yang ditampilkan berupa tas berisi buku-buku, alat tulis, botol susu, dot bayi, dan boneka mainan, simbol dari status ganda *student moms*.

Glamour memang tidak merinci apakah status orangtua tunggal yang disandang para mahasiswa dalam editorial ini merupakan konsekuensi dari kehamilan di luar nikah ataukah sebagai akibat perceraian. Saya menduga bahwa mereka memang mengandung di luar nikah dan memutuskan untuk melahirkan bayinya. Dalam konteks isu pro-kontra aborsi, topik yang diangkat oleh editorial ini menjadi menarik. Dengan memutuskan untuk meneruskan kehamilannya tanpa ikatan resmi, jelas bahwa para mahasiswa tersebut termasuk golongan *pro-life*. Bagaimana dengan pihak universitas? Termasuk golongan manakah mereka dalam menyikapi isu aborsi? Kalau pun mereka termasuk golongan *pro-life* yang notabene beraliran konservatif, bagaimana kira-kira pandangan mereka terhadap perempuan yang memiliki anak di luar ikatan resmi? Editorial ini bertumpu pada pengalaman pahit Elizabeth Audley, mahasiswa Wellesley College, yang berlokasi dekat kota Boston. Wellesley College tidak menyediakan perumahan bagi mahasiswa yang memiliki anak sehingga Audley harus bekerja sambil kuliah untuk membayar sewa apartemen. Bahkan ia dan anaknya sempat tidak memiliki tempat tinggal selama tiga bulan karena tidak memiliki uang. Sedangkan universitas lain seperti *Kentucky 's Berea College* ternyata menyediakan fasilitas perumahan bagi *student moms*, lengkap dengan tempat penitipan anak. Dengan demikian, mungkin ada masalah yang lebih mendasar daripada sekadar masalah ketidakpekaan pihak kampus terhadap kebutuhan *student moms*, seperti perbedaan nilai dalam memandang perempuan yang memiliki anak di luar pernikahan.

Fenomena ibu tunggal sebenarnya merupakan dampak perubahan cara pandang perempuan Amerika terhadap seksualitas, sebagaimana telah disinggung dalam analisis sebelumnya tentang editorial *The women's health crises you haven't heard about*. Dibandingkan generasi ibu mereka, aktivitas kehidupan seksual perempuan muda Amerika sudah dimulai dari usia lebih dini. Mereka pun

memiliki lebih banyak mitra seksual dan akses yang lebih leluasa untuk memperoleh alat kontrasepsi serta layanan aborsi yang aman dan legal. Pergeseran cara pandang tersebut menimbulkan konsekuensi seperti kemungkinan tertular virus HIV dan penyakit menular seksual dan dalam kasus ini, meningkatnya jumlah ibu tunggal (*single mom*). Dikatakan pula bahwa masyarakat Amerika juga sudah relatif lebih toleran menerima perempuan yang memilih untuk memiliki anak di luar nikah atau bahkan memutuskan untuk tidak memiliki anak. Namun saya menduga adanya kemungkinan bahwa ketaktersediaan fasilitas untuk *single mom* di kampus berakar pada tingkat toleransi yang masih rendah terhadap mereka. Sebagian masyarakat Amerika mungkin berpandangan bahwa perempuan memang sudah berhak memperoleh pendidikan tinggi dan memiliki anak di luar nikah, namun baru sebatas itulah toleransi mereka. *Don't ask more than that*, begitu kira-kira. Memang ada kemungkinan bahwa faktor anggaran menjadi kendala bagi pihak universitas dalam pengadaan fasilitas perumahan bagi *single mom*. Namun, bukankah pada dasarnya sesuatu yang dianggap penting biasanya akan diprioritaskan? Jika fasilitas untuk *single mom* tersebut belum menjadi sebuah prioritas pihak perguruan tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa hal itu belum dianggap sebagai sesuatu yang penting. Apakah ini juga membuktikan pandangan sebagian masyarakat Amerika yang masih menginginkan perempuan tetap menjadi 'makhluk' domestik meskipun mereka sudah 'toleran' terhadap *single mom*? Dalam konteks tersebut, gagasan *Glamour* untuk melakukan rerekonstruksi makna tentang pemberdayaan perempuan dengan mengangkat isu *student mom* dari perspektif *student mom*, menjadi relevan karena dalam editorial ini dipaparkan bagaimana *student moms* berinisiatif membentuk komunitas dunia maya untuk memberdayakan sesama *student moms*. Hal ini untuk kesekian kalinya membuktikan tesis bahwa dengan memberdayakan orang lain, seorang perempuan juga sekaligus memberdayakan dirinya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan sebagai kemampuan untuk hidup mandiri. Dalam konteks budaya Amerika, kemandirian (*self-reliance*) merupakan nilai budaya yang penting. Orang harus berani memperjuangkan kebenaran, tidak takut untuk

menjadi berbeda dengan orang lain, dan meyakini kemampuan diri sendiri. Konsep *self-reliance* berasal dari pemikiran Ralph Waldo Emerson (1803-1882), tokoh transendentalis Amerika. Emerson berpendapat bahwa orang Amerika harus meyakini kemampuannya sendiri dan tidak bergantung kepada orang lain. Pemikirannya tersebut dituangkannya dalam sebuah esai bertajuk sama (Inge, 1987:104-108). Kemandirian dalam editorial ini diartikan sebagai kemandirian secara finansial, kemampuan untuk menuntut ilmu sambil bekerja dan mengurus anak serta kemampuan berinisiatif membangun komunitas dunia maya sebagai sarana pemberdayaan bagi sesama *student moms*.

4.7. Analisis editorial *31 days of giving back*

Ide dasar editorial ini adalah seyogianya di akhir tahun, khususnya dalam suasana perayaan Natal, perempuan Amerika mulai berbuat sesuatu yang kongkret bagi sesama dan kreatif dalam memilih cara untuk berbagi dan mengekspresikan kepedulian tersebut: "*At this time of year, we all want to be generous—but often it's hard to know where to start. So here are 31 goodwill ideas, one for each day of December. Choose one (choose five!) and feel the good vibes start.*" Ide dasar dilontarkan melalui penyampaian gagasan tentang 31 hal yang bisa dilakukan untuk sesama. Gagasan tersebut terdiri atas dua kategori. Kategori pertama berupa menawarkan bantuan bagi orang lanjut usia dan prajurit Amerika di Irak, sementara kategori kedua berupa memberi, hadiah Natal, pelatihan/bimbingan, tiket pesawat gratis, atau menyumbang darah dengan mengakses situs internet. *Glamour* menunjukkan akar persoalan bahwa semangat memberi tidak akan berguna sampai hal itu dilaksanakan secara kongkret, dan mengimbau agar pembaca melaksanakan setidaknya satu (atau disarankan lebih baik lagi bukan hanya satu, tetapi lima) di antara 31 jenis gagasan yang bisa dilakukan untuk merealisasikan niat baik tersebut.

Sebagaimana editorial *The women's health crises you haven't heard about* dan editorial *Do something heroic (it's actually easy)*, editorial ini pun memiliki

nafas “*sense of mission*” yang sangat kuat. Menarik untuk dicatat bahwa yang dijadikan fokus utama misi editorial ini adalah “orang dalam” alias masyarakat Amerika sendiri. Dari 31 gagasan yang dilontarkan, hanya ada lima di antaranya yang ditujukan secara global ke seluruh dunia, yaitu gagasan nomor 11, nomor 12, nomor 17, nomor 26, dan nomor 30. Kuat dugaan saya bahwa hal itu berkaitan dengan suasana Natal dan akhir tahun, sebuah momen yang identik dengan kebersamaan keluarga. Bagi orang Amerika, Natal dan akhir tahun selalu diasosiasikan dengan berkumpul bersama keluarga, paralel dengan budaya mudik saat Idul Fitri. Natal bukan sekadar merupakan perayaan keagamaan namun justru lebih berfungsi sebagai momen sosial. Dari situlah timbul semangat berbagi yang sering disebut sebagai semangat Natal (*the Christmas spirit*). Pada pagi hari di Natal hari pertama tanggal 25 Desember, biasanya orang Amerika melakukan tukar-menukar hadiah. Kebiasaan ini merupakan wujud semangat berbagi atau ekspresi dari semangat Natal yang telah disebut di atas.. Dalam konteks tersebut, dapat dipahami mengapa editorial ini menjadikan masyarakat Amerika sebagai fokus utama tindakan amal di bulan Desember. Masyarakat Amerika dalam hal ini dianggap sebagai sebuah keluarga besar yang layak diajak berbagi, sesuai ungkapan orang Amerika yang berbunyi “*charity begins at home*”, amal kebaikan seyogianya diprioritaskan kepada keluarga sendiri.

Selain itu jika ditelaah lebih lanjut, ada ciri keperempuan yang sangat menonjol dari gagasan-gagasan yang disodorkan. Ketiga puluh satu gagasan tersebut dapat dimasukkan ke dalam tiga kategori, yaitu beramal dengan berbelanja atau melakukan pemberian donasi; beramal dengan melakukan aktivitas bersifat *mothering-nurturing-mentoring*; dan beramal dengan memberikan bantuan bersifat fisik. Berdasar tiga kategori tadi, gagasan beramal dengan berbelanja atau melakukan pemberian donasi mencapai persentase tertinggi, yakni 55 persen. Menyusul gagasan beramal dengan melakukan kegiatan bersifat merawat, mengurus, dan mendidik (*mothering-nurturing-mentoring*) sebanyak 29 persen, serta gagasan beramal dengan memberikan bantuan fisik sebanyak 16 persen. Komposisi karakteristik gagasan beramal yang disampaikan *Glamour* ini menimbulkan pertanyaan: apakah *Glamour* sedang

berusaha membentuk atau mengesahkan makna bahwa keperempuanan identik dengan kegiatan berbelanja dan merawat-mengurus-mendidik orang lain ketimbang melakukan kegiatan yang melibatkan kemampuan fisik atau kemampuan intelektual/budaya?

Sejarah mencatat partisipasi perempuan Amerika dalam Perang Dunia I dan Perang Dunia II. Partisipasi perempuan Amerika sebagai tenaga operator telepon dalam Perang Dunia I tervisualisasikan dalam sebuah poster atau pamflet bertuliskan “*Back our girls over there – United War Work Campaign*” (Lane, 99:161). Referensi tentang partisipasi perempuan Amerika sebagai tenaga kerja dalam Perang Dunia I relatif terbatas berhubung keterlibatan Amerika hanya berlangsung selama 18 bulan (Ibid:121). Sedangkan sumber referensi yang mengulas partisipasi perempuan Amerika dalam Perang Dunia II (1939-1945) jauh lebih banyak, bahkan periode tersebut dianggap sebagai awal terjunnya perempuan Amerika ke dalam dunia kerja dan merupakan salah satu tonggak penentu (*milestone*) dalam sejarah perempuan Amerika Serikat. Keterlibatan Amerika Serikat dalam Perang Dunia II sejak 1941 membuat sektor industri pertahanan membutuhkan banyak tenaga kerja untuk menyuplai persenjataan. Awalnya kaum perempuan Amerika bekerja sebagai tenaga sukarela di Palang Merah namun tersedotnya kaum pria ke dalam wajib militer membuat kaum perempuan akhirnya menggantikan posisi mereka sebagai tenaga kerja di pabrik-pabrik, sekaligus sebagai kepala rumah tangga. Yang layak dicatat sehubungan dengan konteks editorial ini adalah bahwa saat itu kaum perempuan Amerika lebih banyak dipekerjakan di sektor industri ringan dan diberi posisi karyawan pemula yang pekerjaannya hanya memerlukan tingkat keterampilan rendah karena pihak perusahaan enggan mengadakan pelatihan keterampilan kerja bagi karyawan perempuan. Diskriminasi terhadap perempuan Amerika dalam sektor kerja kasar tetap berlangsung meski negara tersebut tengah kekurangan tenaga kerja akibat perang (Evans, 1989:223).

Data sejarah di atas memperlihatkan bagaimana perempuan Amerika secara historis diberi peran pelengkap (*supporting role*). Bahkan dalam dunia

militer, perempuan tidak diperbolehkan ikut bertempur. Mereka biasanya ditempatkan pada divisi medis, logistik, dan intelijen. Ini mengakibatkan terhambatnya jenjang karier mereka karena hanya prajurit yang pernah bertempur yang dapat dipromosikan menjadi perwira berbintang. Baru pada November 2008, Ann E. Dunwoody dilantik menjadi jenderal bintang empat setelah 33 tahun berkari di Angkatan Darat Amerika Serikat. Itupun 'hanya' sebagai Kepala Komando Material Angkatan Darat yang bertugas mengatur senjata, peralatan, dan seragam (Gero, 2008:16). Sementara itu, menurut Ortner (Peach, 1998:23-45), kaum perempuan secara universal memang diposisikan sebagai subordinat kaum lelaki karena kaum perempuan diidentikkan dengan alam, sedangkan kaum lelaki diidentikkan dengan kebudayaan. Secara biologis, perempuan memproduksi air susu sehabis melahirkan dan proses menyusui tersebut membentuk ikatan antara ia dan sang anak. Ketergantungan anak kepada sang ibu pada akhirnya mengondisikan perempuan dalam keluarga sebagai unit domestik. Bayi dan anak-anak dianggap sebagai bagian dari alam dan relasi erat antara ibu dan anak membuat sang perempuan sendiri juga lebih dekat dengan alam. Unit domestik dianggap merupakan bagian dari unit yang lebih besar bernama masyarakat. Asosiasi antara perempuan dengan unit domestik menyebabkan ia ditempatkan sebagai warga kelas bawah dalam struktur masyarakat sebagai suatu organisasi sosial/budaya. Sebaliknya berhubung kaum lelaki dianggap 'secara alamiah' tidak mampu menangani urusan perawatan dan pengasuhan anak serta rumahtangga, maka lingkup kegiatan mereka didefinisikan secara lebih luas. Karena itulah berdasar pembenaran secara kultural, kaum lelaki dianggap sebagai penguasa 'alamiah' sejumlah bidang seperti agama, hukum, politik, seni, dan diidentifikasi dengan kebudayaan. Pertanyaannya, apakah dengan menyarankan gagasan yang bersifat "sangat feminin" dalam editorial ini, *Glamour* tengah berupaya untuk 'merekatkan' peran pelengkap bagi perempuan tersebut?

Editorial ini disampaikan melalui penggambaran (*depiction*) yang berangkat dari asumsi bahwa semua orang ingin berbuat kebaikan terhadap sesama, terutama saat menjelang Natal namun seringkali bingung bagaimana

harus memulainya. Untuk itu disajikan 31 gagasan tentang hal-hal yang bisa dilakukan untuk menunjukkan kepedulian terhadap sesama. Sedangkan *visual image*-nya berupa foto Oprah Winfrey dan Bono sedang melakukan kegiatan sosial, dengan keterangan foto "*Bono and Oprah, in the spirit*". Sosok Oprah Winfrey ditampilkan mungkin berdasar pertimbangan bahwa ia merupakan seorang filantropis yang memiliki jaringan aktivitas amal global. Kegiatan beramal memang identik dengan filantropi dan kaum filantropis mayoritas adalah kaum lelaki. Yang ingin saya sampaikan adalah bahwa memilih figur Oprah sebagai perangkat *visual image* merupakan cara *Glamour* untuk menyatakan bahwa perempuan pun mampu menjadi seorang filantropis. Di atas semua itu, Oprah mewakili figur perempuan Amerika – yang *notabene* berasal dari golongan minoritas – yang berhasil memberdayakan dirinya.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan dalam editorial ini sebagai kemauan dan kemampuan berbagi untuk sesama, sebagai manifestasi dari semangat Natal dan "*sense of mission*" yang melandasinya.

4.8. Kesimpulan analisis editorial kategori hubungan dengan masyarakat

Dari pemaparan tujuh editorial bertemakan pemberdayaan perempuan dari aspek kepedulian terhadap sesama perempuan tersebut, tampak bahwa *Glamour* menggarisbawahi isu tindak kekerasan terhadap perempuan, isu kesehatan, isu ekonomi, isu tanggung jawab sosial, dan diskriminasi bagi orangtua tunggal. Editorial kategori kedua ini juga mengandung *sense of mission* yang memiliki cakupan yang lebih luas, dalam artian bahwa kepedulian yang tercakup di dalamnya tidak hanya ditujukan kepada perempuan Amerika namun juga ditujukan kepada perempuan non-Amerika. Yang menarik, secara spesifik mereka adalah perempuan Timur Tengah seperti Irak serta negara-negara Afrika seperti Uganda dan Nigeria. Secara visual, *sense of mission* bahwa perempuan Amerika memiliki kewajiban untuk berbuat sesuatu bagi perempuan di seluruh dunia,

tercermin secara sangat jelas dalam editorial April dan Juni dengan menampilkan sebuah tangan yang menyangga bola dunia (April) dan seorang perempuan yang memegang bola dunia di depan dadanya (Juni)..

Dilihat dari komposisi ketujuh editorial tersebut, ada sejumlah isu yang secara spesifik ditujukan kepada perempuan Amerika, seperti identifikasi *DNA* untuk menjerat pelaku perkosaan (edisi Januari), isu *DUI (Driving Under Intoxification)* yang dimuat dalam edisi September, isu diskriminasi yang dialami mahasiswa yang juga orangtua tunggal (edisi Oktober), serta gagasan untuk beramal menjelang Natal (edisi Desember). Di lain pihak, edisi April memuat isu masalah kesehatan perempuan secara global. Cakupan global ini juga tampak dalam editorial edisi Juni yang mengedepankan pentingnya mengekspresikan kepedulian terhadap perempuan. Dan terakhir, editorial edisi Agustus bahkan secara spesifik membahas budaya *honor killing* di Timur Tengah.

Ada kecenderungan *Glamour* untuk memosisikan hal-hal atau figur yang dianggapnya tidak sesuai dengan standar nilai yang dianut sebagai “*the other*”, seperti terlihat saat *Glamour* membahas budaya *honor killing* dalam editorial Agustus. *Honor killing* diposisikan sebagai suatu budaya yang rendah, biadab, dan tidak sesuai dengan nilai budaya Amerika. Dalam editorial *Glamour* edisi Agustus yang berjudul “*Women in danger: how you can help*”, juga terjadi proses representasi perempuan Timur Tengah sebagai “*the other*”. Dengan demikian, kedua editorial tersebut mengandung paradoks. Di satu sisi, perempuan Timur Tengah ditampilkan sebagai pihak yang perlu ditolong namun di sisi lain mereka pun ditampilkan sebagai “*the other*”. Di sini juga tersirat cara pandang *Glamour* sebagai sebuah media Amerika yang merasa superior terhadap budaya “non-Amerika” atau “Timur Tengah” atau “muslim”. Menariknya, bukan hanya perempuan non-Amerika yang diposisikan sebagai “*the other*” oleh *Glamour*. Hal itu tampak dari *visual image* editorial September berupa foto Paris Hilton sedang menenggak minuman dari botol, yang jelas terkesan memosisikan Hilton dalam posisi “*the other*”. Hilton dikategorikan sebagai orang yang memiliki nilai-

nilai berbeda dengan *Glamour* dan ditampilkan sebagai pihak yang tidak layak dicontoh.

Terdapat persamaan dari segi tema, cara penyampaian, dan perspektif yang digunakan dalam tiga editorial kategori kedua ini, masing-masing editorial *The Women's Health Crises You Haven't Heard About* (April), editorial *Do Something Heroic (It's Actually Easy)* (Juni), dan editorial *31 Days of Giving Back* (Desember). Ketiganya memfokuskan perhatian pada isu-isu global perempuan dan memaknai pemberdayaan perempuan sebagai partisipasi kongkret untuk menyatakan kepedulian terhadap isu-isu tersebut, dengan semangat filantropi sebagai landasannya.

Sementara itu, terdapat persamaan dalam hal komposisi narasumber yang tampil sebagai “*sponsor activities*” antara editorial kategori kedua ini dan editorial kategori pertama, yaitu bahwa mereka terdiri dari kalangan profesional, akademisi, petinggi organisasi lokal/internasional, petinggi pemerintahan (anggota Senat dan anggota Kongres). Tampaknya hal ini memang ciri atau pola kebijakan redaksional *Glamour* yang sejalan dengan visi-misinya menjadi referensi bagi pembacanya, selain sebagai upaya memosisikan diri sebagai pihak yang memiliki legitimasi dalam menentukan makna. Yang tak kalah penting untuk dicatat, gagasan-gagasan *Glamour* mengandung unsur pragmatisme, salah satu nilai budaya Amerika. Hal itu tampak dari pemberian saran-saran yang bersifat praktis dan mudah dilakukan berkat pemanfaatan teknologi komputer dan jaringan internet secara efisien.

Dalam editorial kategori kedua ini, pemberdayaan perempuan dimaknai sebagai kepedulian terhadap sesama yang diwujudkan melalui pemberian bantuan berupa uang maupun tenaga dan perhatian. Benang merah yang tersirat dari ketujuh editorial tersebut adalah bahwa kepedulian terhadap sesama perempuan secara khusus dan kepedulian terhadap sesama secara umum merupakan kunci pemberdayaan perempuan. Kesimpulannya, dengan memberdayakan orang lain seorang perempuan juga otomatis sekaligus memberdayakan dirinya sendiri. Atau secara lebih tajam dapat disimpulkan bahwa perempuan akan sekaligus mampu

memberdayakan dirinya jika ia memberdayakan orang lain. Tak ada ungkapan yang lebih tepat untuk menyampaikan kesimpulan itu selain “*it takes two to tango*”. *Yes, it takes two to tango, indeed.*

4.9. Tabel Framing

Seluruh analisis dan kesimpulan di atas didasarkan pada pemilahan yang sesuai dengan anjuran metode analisis *framing* Gamson dan Mogdiliansi. Berikut ini adalah matriks ketujuh editorial kategori kedua berdasar panduan metode analisis. Berikut ini ditampilkan tiga tabel berisi hasil pemilahan tersebut.

Pernyataan *frame* (ide dasar) atau *organizing idea*

Pernyataan ide dasar merupakan inti yang mengungkapkan upaya-upaya media menjelaskan berbagai peristiwa yang dianggap penting oleh media tersebut. Pernyataan ide dasar tersebut membantu baik pihak media maupun pihak pembaca untuk memfokuskan perhatian kepada suatu isu. Berdasar telaah tentang ketujuh editorial *Glamour*, didapat sejumlah pernyataan ide dasar sebagai berikut:

EDISI 2007	JUDUL EDITORIAL	IDE DASAR
Januari	<i>Let's catch more rapist before they strike again</i>	Perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kesadaran akan pentingnya identifikasi <i>DNA</i> sebagai barang bukti untuk menangkap pelaku perkosaan..
April	<i>The women's health crises you haven't heard about</i>	Perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kepedulian dan pengetahuan mereka tentang masalah-masalah kesehatan yang dihadapi perempuan di seluruh dunia dan melakukan partisipasi kongkret secara mudah dan praktis dengan memberikan donasi melalui situs-situs terkait.
Juni	<i>Do something heroic (it's actually easy)</i>	Perempuan Amerika seyogianya mulai melakukan hal-hal kongkret yang berguna

		bagi sesama karena hal itu adalah esensi dari kepahlawanan.
Agustus	<i>Women in danger: how you can help</i>	Perempuan Amerika seyogianya menyatakan sikap dan melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi tindak kekerasan terhadap perempuan di seluruh dunia dengan memberikan donasi kepada organisasi lokal perempuan Irak dan amnesti internasional serta menandatangani petisi untuk menghukum pelaku tindak kekerasan di Irak.
September	<i>Women who drive drunk: End this trend!</i>	Perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kesadaran akan bahaya mengemudi dalam keadaan mabuk
Oktober	<i>Student moms, pushed off campus</i>	Perempuan Amerika seyogianya berpartisipasi dalam pengadaan tempat tinggal bagi mahasiswa yang memiliki anak dengan cara memberi donasi kepada organisasi yang mengupayakan dana bagi mahasiswa yang memerlukan tempat tinggal.
Desember	<i>31 days of giving back</i>	Perempuan Amerika seyogianya mulai berbuat sesuatu yang kongkret bagi sesama dan kreatif dalam memilih cara untuk berbagi dan mengekspresikan kepedulian tersebut.

Serangkaian posisi/pandangan

Setiap ide dasar seringkali mengandung serangkaian posisi sehingga ada ruang bagi kontroversi di antara berbagai pihak yang memiliki kesamaan perhatian pada ide dasar tersebut. Berikut penerapan analisisnya terhadap ketujuh editorial *Glamour*:

EDISI 2007	IDE DASAR	POSISI/PANDANGAN
Januari	Perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kesadaran akan	Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan fakta tentang

	pentingnya identifikasi <i>DNA</i> sebagai barang bukti untuk menangkap pelaku perkosaan.	tertangkapnya seorang pelaku perkosaan berdasar identifikasi <i>DNA</i> -nya, didukung oleh pandangan praktisi hukum/mantan direktur eksekutif komisi nasional yang mengkategorisasi <i>DNA</i> sebagai barang bukti; dukungan pakar forensik; data statistik tentang rendahnya tingkat keberhasilan menangkap pelaku kejahatan berdasar <i>DNA</i> di Amerika dibanding dengan Inggris dan kesaksian orangtua seorang korban pemerkosaan/pembunuhan yang pelakunya lolos karena <i>DNA</i> -nya gagal teridentifikasi.
April	Perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kepedulian dan pengetahuan mereka tentang masalah-masalah kesehatan yang dihadapi perempuan di seluruh dunia dan melakukan partisipasi kongkret secara mudah dan praktis dengan memberikan donasi melalui situs-situs terkait.	Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan data tentang sejumlah masalah kesehatan perempuan di berbagai wilayah dunia serta pernyataan dari dua praktisi medis di dua negara Afrika dan dua ketua organisasi kesehatan internasional.
Juni	Perempuan Amerika seyogianya mulai melakukan hal-hal kongkret yang berguna bagi sesama karena hal itu adalah esensi dari tindakan kepahlawanan.	Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan delapan hal yang dapat secara mudah dan praktis dengan melakukan donasi secara <i>online</i> atau pos, serta pernyataan dari ibu seorang serdadu Amerika di Irak dan seorang mahasiswa pendiri organisasi pemberdayaan perempuan di negara non-Amerika.
Agustus	Perempuan Amerika seyogianya menyatakan sikap dan melakukan tindakan kongkret untuk mengatasi tindak kekerasan terhadap perempuan di seluruh dunia dengan memberikan donasi kepada organisasi lokal perempuan Irak	Ide dasar dilontarkan dengan mengemukakan kejadian pembunuhan seorang perempuan muda di Afghanistan atas nama kehormatan keluarga, didukung data PBB tentang pembunuhan

	dan amnesti internasional serta menandatangani petisi untuk menghukum pelaku tindak kekerasan di Irak.	serupa yang terjadi di Timur Tengah dan di komunitas Timur Tengah di seluruh dunia. Selain itu, ada sejumlah pernyataan dari beberapa pihak tentang perlunya tindakan segera untuk menghentikan budaya kekerasan tersebut, yang terdiri atas jurnalis, ketua organisasi perempuan internasional, dan anggota senat Amerika .
September	Perempuan Amerika seyogianya meningkatkan kesadaran akan bahaya mengemudi dalam keadaan mabuk	Ide dasar dilontarkan melalui deskripsi penahanan selebriti Hollywood, Paris Hilton, karena tindakannya mengemudi dalam kondisi mabuk, pernyataan dari direktur institusi media, data statistik FBI tentang peningkatan jumlah perempuan Amerika yang mengemudi dalam kondisi mabuk, akademisi yang meneliti pola konsumsi minuman keras dan kesaksian dari seorang perempuan yang ditahan karena mengemudi dalam kondisi mabuk.
Oktober	Perempuan Amerika seyogianya berpartisipasi dalam pengadaan tempat tinggal bagi mahasiswa yang memiliki anak dengan cara memberi donasi kepada organisasi yang mengupayakan dana bagi mahasiswa yang memerlukan tempat tinggal.	Ide dasar dilontarkan melalui deskripsi seorang mahasiswa penerima beasiswa yang kesulitan mencari tempat tinggal di lingkungan kampusnya karena ia memiliki anak; pernyataan direktur program institusi penelitian kebijakan untuk perempuan, direktur eksekutif sebuah lembaga swadaya masyarakat, pendiri situs layanan bagi mahasiswa yang memiliki anak.
Desember	Perempuan Amerika seyogianya mulai berbuat sesuatu yang kongkret bagi sesama dan kreatif	Ide dasar dilontarkan melalui pemaparan gagasan berupa 31 hal yang bisa dilakukan untuk

	dalam memilih cara untuk berbagi dan mengekspresikan kepedulian tersebut.	sesama.
--	---	---------

Delapan Perangkat

Menurut Gamson dan Modigliani, dalam *media package* terdapat dua perangkat:

- Perangkat yang berkaitan dengan “*how to think about the issue*” (metafora, contoh/*exemplars*, *catchphrases*, penggambaran/*depictions*, dan *visual image/icons*), disebut *framing devices* (perangkat *framing*)
- Perangkat yang berkaitan dengan “*reasoning*” (*roots*/akar pemikiran, misalnya dalam bentuk analisis sebab-akibat; *consequences*/konsekuensi, misalnya dampak spesifik dari sebuah kejadian, dan *appeals*/imbau, misalnya dalam bentuk *moral claims*), disebut *reasoning devices* (perangkat penjelasan).

Berikut adalah penerapannya pada ketujuh editorial *Glamour*:

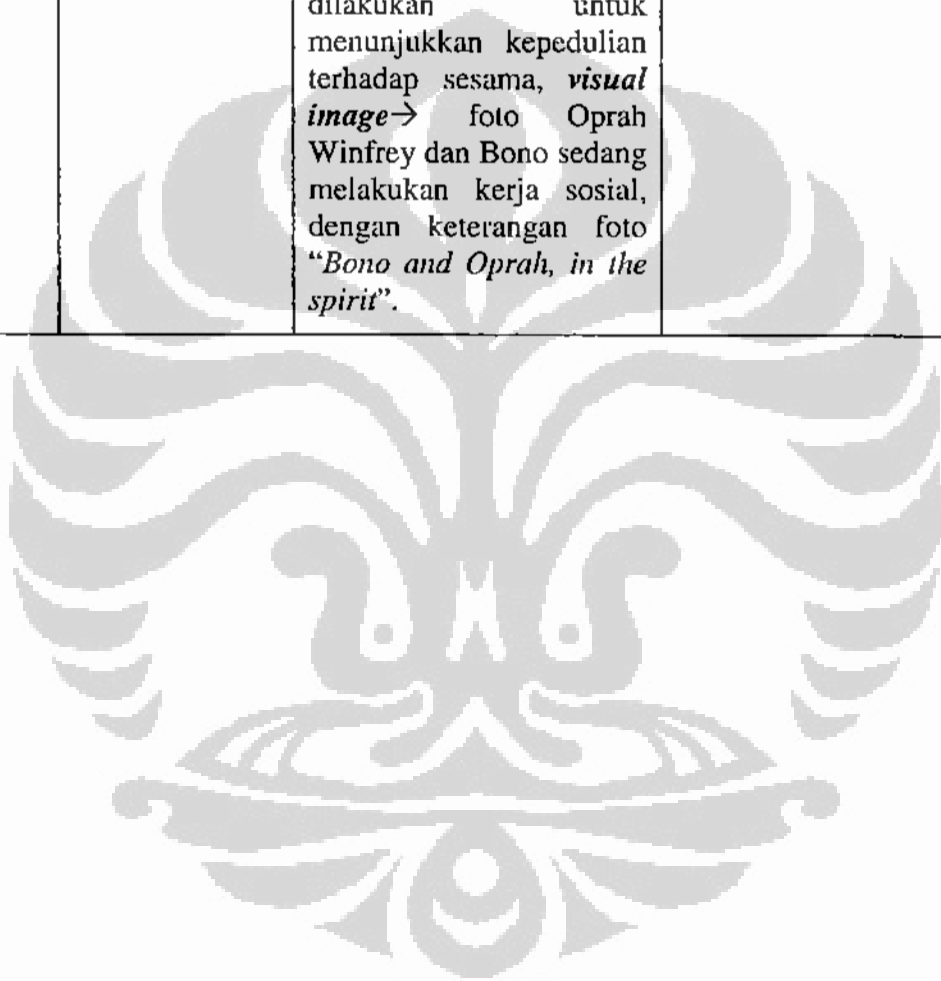
EDISI 2007	JUDUL EDITORIAL	PERANGKAT FRAMING	PERANGKAT PENJELASAN
Januari	<i>Let's catch more rapist before they strike again</i>	Menggunakan <i>depictions</i> → diperlukan sosialisasi tentang pentingnya identifikasi <i>DNA</i> sebagai barang bukti menangkap pelaku perkosaan, <i>visual image</i> → foto formulir barang bukti tindak kriminal perkosaan dari divisi forensik kepolisian Amerika.	Menunjukkan akar persoalan yakni bahwa <i>DNA</i> merupakan barang bukti yang ampuh untuk menangkap pelaku perkosaan dengan mengontraskan dua kasus perkosaan, di mana pelaku kasus satu berhasil tertangkap berkat <i>DNA</i> -nya teridentifikasi sementara pelaku kasus lainnya gagal ditangkap karena

			DNA-nya tidak teridentifikasi dan mengimbau kepedulian terhadap identifikasi DNA dengan cara mengecek kebijakan negara bagian masing-masing tentang DNA serta mendesak wakil rakyat untuk menasionalisasikan undang-undang tentang DNA..
April	<i>The women's health crises you haven't heard about!</i>	Menggunakan depiction → setidaknya ada enam masalah global dalam bidang kesehatan perempuan yang bisa diatasi secara kolektif dengan cara yang praktis → dari, oleh dan untuk perempuan, visual image → sebuah foto tangan yang menjunjung bola dunia dengan keterangan "Like the song goes, it's in your hand".	Menunjukkan akar persoalan dengan memaparkan enam masalah kesehatan perempuan di seluruh dunia dan mengimbau untuk berpartisipasi mengatasinya secara praktis dengan memberi donasi secara <i>online</i> .
Juni	<i>Do something heroic (it's actually easy)</i>	Menggunakan depiction → betapa memuaskannya menandai daftar hal-hal yang harus dikerjakan, terlebih jika hal-hal tersebut berguna bagi sesama perempuan, visual image → foto seorang perempuan sedang memegang bola dunia di depan dadanya dengan kutipan ucapan penulis Prancis Romain Rolland "A hero is one who does what he can".	Menunjukkan akar persoalan dengan mengemukakan fakta bahwa sesama perempuan di aneka penjuru dunia menghadapi aneka masalah mulai dari kesehatan hingga kemiskinan dan penulis editorial berusaha meyakinkan bahwa berbuat sesuatu yang berguna bagi sesama perempuan sebenarnya teramat mudah dan praktis. Karena itu, juga

			ada imbauan untuk memberi donasi secara <i>online</i> .
Agustus	<i>Women in danger: how you can help</i>	Menggunakan catchphrase → “ <i>Her alleged crime was love. Our real crime would be silence</i> ”, depiction → kekerasan terhadap perempuan masih terjadi, visual image → rangkaian foto tindak kekerasan terhadap seorang perempuan dan foto unjuk rasa sekelompok perempuan Irak memprotes <i>honor killing</i> .	Menunjukkan akar persoalan dengan mengemukakan fakta bahwa di kawasan Timur Tengah masih ada tindak kekerasan terhadap perempuan yang mengatasnamakan kehormatan keluarga (<i>honor killing</i>). Selain itu mengimbau agar perempuan Amerika tegas menyatakan sikap dan melakukan sesuatu yang kongkret untuk berpartisipasi mengatasi tindak kekerasan tersebut dengan memberikan donasi atau menandatangani petisi secara <i>online</i> .
September	<i>Women who drive drunk: End this trend!</i>	Menggunakan metafor → “ <i>paparazzi skittering like cockroaches</i> ”, catchphrase → “ <i>the world's still recovering from Paris's drunk-driving jailapalooza</i> ”. depiction → meningkatnya jumlah perempuan yang mengemudi sambil mabuk tidak bisa diremehkan dan merupakan tugas kolektif perempuan untuk mengatasinya dengan tidak mengemudi sehabis mengonsumsi minuman keras visual image → Dua foto	Menunjukkan akar persoalan bahwa peningkatan jumlah perempuan Amerika yang mengemudi dalam kondisi mabuk harus segera diatasi dan mengimbau agar perempuan Amerika melakukan tiga hal untuk mengatasinya, yakni dengan tidak mengonsumsi minuman keras saat harus mengemudi, mencegah orang yang berniat mengemudi dalam keadaan mabuk dan mengambil sikap dengan mendesak wakil rakyat untuk menetapkan

		Paris Hilton, yang satu menggambarkan dia sedang minum dari botol dan yang lainnya adalah foto yang diambil di kantor polisi saat ia ditangkap karena mengemudi dalam kondisi mabuk. disertai keterangan kutipan " <i>I'll never drink and drive again. It was, you know, one drink, but no one should do it.</i> " dengan imbuhan komentar Redaksi <i>Glamour</i> : " <i>For once, we agree with Paris!</i> ".	kriteria yang lebih tegas dalam menindak pengemudi mabuk melalui situs terkait.
Oktober	<i>Student moms, pushed off campus</i>	Menggunakan depiction → adanya diskriminasi terhadap para mahasiswa yang memiliki anak karena tidak/kurang tersedianya tempat tinggal yang layak bagi mereka, visual image → tas berisi buku-buku, alat tulis, botol susu, dot bayi, dan boneka mainan.	Menunjukkan akar persoalan bahwa masih kurangnya masalah tempat tinggal bagi mahasiswa yang memiliki anak bisa menghambat kelangsungan pendidikan mereka, padahal pendidikan merupakan solusi untuk memperbaiki taraf hidup. Juga mengimbau agar institusi pendidikan tinggi mengupayakan sarana tempat tinggal tersebut dan mengimbau perempuan Amerika untuk memberikan donasi kepada lembaga swadaya masyarakat yang menghimpun dana tempat tinggal bagi mahasiswa yang membutuhkannya.
Desember	<i>31 days of</i>	Menggunakan	Menunjukkan akar

	<p><i>giving back</i></p>	<p>depiction → berangkat dari asumsi bahwa semua orang ingin berbuat kebaikan terhadap sesama, terutama saat menjelang Natal namun seringkali bingung bagaimana harus memulainya, disajikan sebanyak 31 gagasan tentang hal-hal yang bisa dilakukan untuk menunjukkan kepedulian terhadap sesama, visual image → foto Oprah Winfrey dan Bono sedang melakukan kerja sosial, dengan keterangan foto “<i>Bono and Oprah, in the spirit</i>”.</p>	<p>persoalan bahwa meski semangat memberi tidak akan berguna sampai hal itu dilaksanakan secara kongkret dan mengimbau bahwa ada 31 hal yang bisa dilakukan untuk merealisasikan niat baik tersebut.</p>
--	---------------------------	--	--



BAB 5

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, ada 12 editorial dalam rubrik *Glamour News* dalam Majalah *Glamour* yang terbit sepanjang tahun 2007. Kedua belas editorial tersebut berisi rekonstruksi makna pemberdayaan perempuan Amerika. *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika sesuai isu-isu dalam masing-masing editorial yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu kategori pengembangan diri dan kategori hubungan dengan masyarakat. Ada lima editorial yang masuk dalam kategori pengembangan diri dan ada tujuh editorial yang masuk dalam kategori hubungan dengan masyarakat.

Selain menganalisis isu-isu yang tersurat, sesuai anjuran para peneliti yang menggunakan analisis *framing*, maka saya juga berupaya menemukan dan memahami hal-hal yang tersirat. Demikian pula saat menelaah hal-hal yang ditonjolkan dalam kedua belas editorial *Glamour*, saya juga membandingkannya dengan hal-hal yang 'disembunyikan' atau terkesan diabaikan. Pemahaman tentang hal-hal yang disembunyikan tersebut membantu saya untuk memahami hal-hal yang ditonjolkan *Glamour* secara lebih komprehensif.

Dari kelima editorial *Glamour* kategori pemberdayaan perempuan dari aspek pengembangan diri, terlihat bahwa *Glamour* memaknai pemberdayaan perempuan Amerika Serikat sebagai hak penuh dalam mengendalikan tubuhnya sendiri; rasa percaya diri dalam menjalani profesi, kemampuan merumuskan keperempuanan secara 'benar'; kemampuan mengatasi diskriminasi di tempat kerja serta kemampuan untuk memenuhi kriteria perempuan ideal versi *Glamour*. Dalam kelima editorial kategori pertama ini, secara tersirat *Glamour* terlihat sebagai 'pengikut' aliran *liberal feminism* dan *radical feminism* (Peach, 1994:411-412). Cara pandang serta solusi yang diajukan *Glamour* mencerminkan prinsip-prinsip dasar kedua aliran tersebut, yakni cenderung menyederhanakan persoalan, praktis-pragmatis, naif serta berorientasi kepada kalangan perempuan menengah atas Amerika.

Sedangkan dalam editorial kategori kedua, pemberdayaan perempuan dimaknai sebagai kepedulian terhadap sesama yang diwujudkan melalui pemberian bantuan berupa uang maupun tenaga dan perhatian. Benang merah yang tersirat dari ketujuh editorial tersebut adalah bahwa kepedulian terhadap sesama perempuan secara khusus dan kepedulian terhadap sesama secara umum merupakan kunci pemberdayaan perempuan. Kesimpulannya, dengan memberdayakan orang lain seorang perempuan juga otomatis sekaligus memberdayakan dirinya sendiri. Atau secara lebih tajam, dapat dikatakan bahwa perempuan akan sekaligus mampu memberdayakan dirinya jika ia memberdayakan orang lain. Menariknya, dalam ketujuh editorial kedua ini, *Glamour* terlihat sebagai 'pengikut' *cultural feminism* yang menonjolkan aspek kepedulian dan hubungan antar-manusia dengan mengemukakan gagasan-gagasan yang mendorong perempuan Amerika untuk menunjukkan kepedulian dan penghargaan pada sesama manusia (Ibid:412).

Dengan menampilkan narasumber para pakar, pejabat pemerintah serta akademisi dan menggunakan data dari institusi-institusi terkemuka, juga tampak bahwa *Glamour* berusaha melegitimasi diri sebagai pihak yang lebih tahu dan memiliki lebih banyak informasi tentang isu-isu perempuan serta lebih kompeten daripada pembacanya. Dalam keterlibatannya dalam diskursus tentang pemberdayaan perempuan, *Glamour* memosisikan diri menjadi penentu makna sebagai pengetahuan yang harus diikuti pembacanya. Dengan kata lain, di antara *Glamour* dan pembacanya terdapat hubungan hegemonik.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa *Glamour* cukup konsisten dalam visi-misinya membentuk makna tentang pemberdayaan perempuan. Dikatakan secara umum karena *Glamour* tidak sepenuhnya bersikap konsisten. Hal itu tercermin dari inkonsistensi atau paradoksalitas yang tercermin dalam teks maupun visualisasi tentang figur selebritas Paris Hilton dalam editorial edisi November, pembahasan mengenai budaya *honor killing* dalam editorial edisi Agustus, serta pembahasan mengenai kriteria ideal keperempuanan dalam editorial edisi November. Di sisi lain, paradoksalitas memang merupakan ciri budaya Amerika. Paradoks lainnya adalah bahwa masyarakat Amerika lebih

menghargai “(man of) action” ketimbang “(man of) reflection” (Annals of America:11). Padahal sebuah masyarakat demokratis seperti masyarakat Amerika Serikat seyogianya juga menghargai para filsuf atau pemikir, tidak hanya mengandalkan para cendekiawan dan para genius penemu (Crabb, 1989:103). Penekanan pada unsur “action” tersebut tampak jelas dalam setiap editorialnya yang sekaligus merupakan manifestasi *sense of mission* orang Amerika. Berikut rangkuman *sense of mission* yang terkandung dalam 12 editorial *Glamour* :

EDISI	MISI
Januari	<i>...we have the power to bring about changes that could save other women's lives."</i>
Februari	<i>Women out there need help now—let's give it to them.</i>
Maret	<i>...it's time to stop debating female scientists' abilities and just get out of their way.</i>
April	<i>See? The recipe for change can be as simple as you, a computer, a credit card and some hope. And it works.</i>
Mei	<i>Well, we can start by being good role models—and stop telling kids it's cute when they act sexy.</i>
Juni	<i>It's amazingly simple to be a hero; some of these ideas don't even involve leaving your desk chair.</i>
Juli	<i>"Otherwise, you'll not only suffer from a low standard of living, you'll pass down the problem to your daughters and granddaughters."</i>
Agustus	<i>Our real crime would be silence.</i>
September	<i>"But you have to be responsible every single time."</i>
Oktober	<i>Moms shouldn't have to make this effort alone; even small donations to students group can make an impact.</i>
November	<i>What you say does make an impression. Make sure it's a good one.</i>
Desember	<i>...we all want to be generous—but often it's hard to know where to start. So here are 31 goodwill ideas...choose one (choose five!) and feel the good vibes start.</i>

Sense of mission sendiri merupakan sebuah konsep “*city upon a hill*” yang secara historis telah menjadi bagian dari budaya Amerika. Pencerminan nilai budaya Amerika *sense of mission* menjawab pertanyaan mengapa azas *proximity* (kedekatan)⁵ tidak sepenuhnya berlaku dalam pemilihan isu yang diangkat dalam editorial. Hal ini disebabkan karena pemberdayaan perempuan Amerika juga dimaknai sebagai upaya pemberdayaan perempuan secara global, khususnya perempuan di Afrika dan Timur Tengah. Dalam hal ini, *Glamour* memproduksi *suggested meaning* tentang pemberdayaan perempuan secara global. Namun paradoksalitasnya terletak pada fakta bahwa masih ada diskriminasi dan pengabaian terhadap hak-hak perempuan di Amerika Serikat, khususnya sebagaimana terlihat dalam editorial Januari, Maret, Juli, dan Oktober 2007.

Nilai budaya lain yang tercermin dalam editorial *Glamour* adalah sikap praktis-pragmatis. Pragmatisme Amerika merupakan filsafat bertindak yang mengutamakan manfaat (Minderop:2006). Hal ini membuat seorang pragmatis selalu kontroversial karena selalu berorientasi terhadap manfaat dan kepentingan pribadi. Pragmatisme mendorong manusia menjadi unggul karena filsafat bertindak ini selalu mengondisikan manusia agar menjadi makhluk bermanfaat. Tujuan akhir pragmatisme adalah kebahagiaan dan kesejahteraan dan hal ini akan tercapai jika manusia berhasil unggul dalam bidang yang dicita-citakannya. Konsep “*city upon a hill*” adalah konsep yang mencerminkan cita-cita bangsa Amerika untuk unggul, sedangkan pragmatisme merupakan sarana untuk mewujudkan cita-cita tersebut. Secara langsung maupun tidak, keunggulan industri majalah gaya hidup perempuan Amerika bukan saja dipicu oleh pragmatisme, namun juga dilandasi oleh paham tersebut dan bahkan merupakan manifestasi pragmatisme itu sendiri. Ironisnya, justru pragmatisme inilah yang membuat upaya pemberdayaan perempuan Amerika Serikat tersendat-sendat. Hal ini disebabkan karena tidak ada yang final dalam pragmatisme, karena pragmatisme itu sendiri bersifat dinamis (Ibid). Beragamnya aliran feminisme di

⁵ *Proximity* adalah azas dalam ilmu jurnalistik yang mengaitkan unsur kedekatan secara geografis antara sumber berita dan audiens dengan daya tarik dan nilai sebuah berita. Sebagai contoh, berita tentang bencana tsunami Aceh akan jauh menarik dan penting bagi orang Indonesia dibandingkan misalnya dengan berita tentang bencana tsunami di Jepang.

Amerika Serikat (Peach,1998:411-413) mencerminkan belum adanya konsolidasi di antara kaum feminis Amerika Serikat. Belum lagi masih terbukanya peluang bagi munculnya aliran feminisme baru, yang akan semakin mempersulit proses konsolidasi kaum feminis Amerika Serikat. Konsekuensinya, hal itu akan menghambat upaya pemberdayaan perempuan Amerika Serikat.

Pencerminan nilai-nilai budaya Amerika dalam editorial *Glamour* merupakan suatu hal yang wajar mengingat sebuah media memang memainkan peran yang kompleks sekaligus strategis dalam sebuah masyarakat, sebagaimana dikatakan oleh Dennis (1989:41):

The media not only reiterate and reinforce American values, but they also teach morals as they preside over a communication system that binds out society together. This does not mean the media would win a plebiscite on any particular social or political issue. But cumulatively, they lead, reflect, and reinforce American values more often than they depart from them.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, ukuran keberhasilan proses komunikasi ditentukan oleh seberapa jauh pesan yang disampaikan oleh pihak penyampai pesan (komunikator) diterima, dipahami, dan dilaksanakan oleh pihak penerima pesan (komunikan) sesuai motivasi pihak komunikator. Bagaimana gagasan pemberdayaan perempuan sebagaimana yang dimaknai *Glamour* dimaknai oleh pembacanya; seberapa efektif penyampaian gagasan pemberdayaan perempuan dalam editorial *Glamour*; seberapa jauh peran *Glamour* sebagai penentu kebijakan publik yang menyangkut pemberdayaan perempuan Amerika Serikat; seberapa jauh konsistensi *Glamour* secara lebih menyeluruh dalam melaksanakan visi-misinya, merupakan serangkaian pertanyaan untuk dijawab dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ballaster, Ros, et all. *Women's World. Ideology, Femininity and the Woman Magazine* London, Macmillan, 1991.
- Brown, J. "Class and Feminine Excess: The Strange Case of Anna Nicole Smith" dalam *Feminist Review* no. 81, hal. 76 – 94, 2005.
- Costello, C.B., Vanessa R. Wright dan Anne J. Stone. *The American Woman 2003-2004: Daughters of a Revolution-Young Women Today*. New York: Macmillan, 2003.
- Crabb, Cecil, V Jr. *American Diplomacy and the Pragmatic Tradition*, London: Louisiana State University Press, 1989.
- Dennis, E.E.. *Reshaping the Media: Mass Communication in an Information Age*. California: Sage Publications, Inc, 1987.
- Douglas, S.J.. *Where the Girls Are: Growing up Female with the Mass Media*. New York: Penguin Books, 1994.
- Durham, M.G." Girls, Media and the Negotiation of Sexuality: A Study of Race, Class, and Sexuality" dalam *Journalism and Mass Communication Quarterly*; vol 76 no. 2, 1999.
- Faludi, Susan. *Backlash. The Undeclared War Against Women*. London: Chatto and Windus, c1992.
- Ferguson, Marjorie. *Forever Feminine. Women's Magazines and the Cult of Femininity*. London: Heineman Educational Books, 1983.
- Friedan, Betty. *The Feminine Mystique*. New York, N.Y.,: Dell [1984], c 1983
- Gallagher, M. "Feminist Media Perspectives." dalam *A Companion to Media Studies* Valdivia, Angharad N. Blackwell Publishing, 2005.
- Geertz, C. *Interpretation of Cultures*, Basic Books, Inc, 1973.
- Gero, P.G.. "Perempuan Bintang Empat." *Kompas* 20 November 2008, hal. 16.
- Gibbons, Sheila J.. *Women's Magazines* dalam Ray Eldon Hiebert dan Carol Reuss *Impact of Mass Media: Current Issues*/New York/London: Longman, 1989.
- Gregory, Lauren. *Judging a Magazine by Its Cover: How Women Are Defined*. MediAcrit (situs Internet), 14 November 2007. <http://mediacrit.wetpaint.com/page/Judging+a+Magazine+by+its+Cover:+How+Women+are+Defined?t=anon>
- Hall, S. *Representation, Cultural Representation, and Signifying Practices*, London: Sage Publications, 1997.
- Inge, M.T., *A Nineteenth-Century American Reader*. Washington, D.C.: United States Information Agency, 1987.
- Kitch, C. "The American Women Series: Gender and Class in *The Ladies' Home Journal*, 1897" dalam *Journalism and Mass Communication Quarterly*. vol 75, no. 2 hal. 243, 1998.
- Kress, Gunther. *Communication and Culture: an Introduction*. Kensington, NSW: New South Wales University Press, 1988.

- Lane, J. dan Maurice O'Sullivan. *A Twentieth Century American Reader* Vol. 1. Washington, D.C.: United States Information Agency, 1999.
- Long., Danielle. *Women's Lifestyle*. Campaign. Teddington: hal 28, Feb 23, 2007.
- Marquez, J.F. "Call to Women." dalam *Global Watch* Vol. 2 No. 1 hal 21-27, 2007.
- McRobbie, *Feminism and Youth Culture*. Basingstoke: Macmillan, 2000.
- Meyer, Philip. *Ethical Journalism*. New York: Longman, Inc., 1987.
- Minderop, Albertine. *Pragmatisme Sikap Hidup dan Prinsip Politik Luar Negeri Amerika*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- Mondros, J.B. dan Scott M. Wilson. *Organizing for Power and Empowerment*. New York: Columbia University Press, 1994.
- Peach, L.J., ed. *Women in Culture : A Women's Studies Anthology*. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc, 1998.
- Peter, K., dan Horn, L. Gender Differences in Participation and Completion of Undergraduate Education and How They Have Changed Over Time (NCES 2005-169). *U.S. Department of Education, National Center for Education Statistics*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 2005.
- Rhode, D.L. "Media Images, Feminist Issues" dalam *Signs*, vol. 20 no. 3 hal. 685 - 710, 1995.
- Sapiro, Virginia. *Women in American Society, Introduction to Women Studies*. California, Mayfield Publishing Company, 1999.
- Sobur, A. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- The World Economic Forum. *The World Economic Forum's Executive Opinion Survey*, 2004.
- Turner, Graeme. *British Cultural Studies: an Introduction*. New York: Routledge, 1996.
- United States of America. Department of Labor. *Women in the Labor Force: a Data Book*. Report 985, 2005
- United States of America. Department of State's Bureau of International Information Programs. Portrait of the USA. Chapter Twelve. *The Media and Their Messages*. Website. <http://usinfo.state.gov/products/pubs>. 2003.
- Webster's New World Dictionary third college edition, New York, Macmillan Company/Prentice Hall, 1986.
- Wolf, N. *Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*. New York: W. Morrow, 1991.

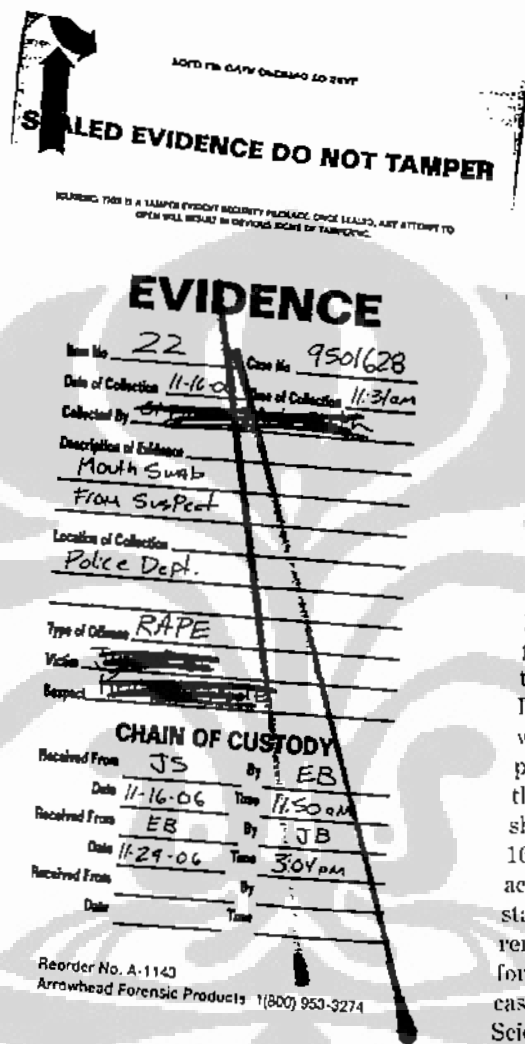
Let's catch more rapists before they strike again

One night in October 2005, a 28-year-old woman left a friend's party at an ocean-side restaurant in Daytona Beach, Florida, and walked to her car in a parking garage. There, a man forced her into the car, raped her, then escaped.

But police got a huge break in the case: Because the man had been convicted of sexual battery years earlier as a juvenile, his DNA profile was stored in a government database. When officers entered DNA info taken from semen collected at the crime scene into the computer, they found a perfect match. Seven months later, a jury sentenced Kenneth William Stuckey, 22, to life in prison because of his prior record.

DNA identification is the single most powerful crime-fighting tool out there. As *CSI* as it sounds, the genetic data contained in just one strand of hair, drop of saliva or sweat stain can clinch the conviction of a violent criminal. It's especially helpful in cases of rape, because while fingerprints can't be taken off a woman's body, fluids and other biological remnants can. But experts say we're underutilizing this breakthrough technology, leaving rapists on the street, free to attack again.

Currently most states get DNA samples only from convicted felons; victims' advocates and law enforcement officials also want to collect them from people guilty of misdemeanors, like minor assaults or burglary, and those arrested for crimes, even without a conviction. "We fingerprint people when we take them into custody—why not get DNA then too, like so many other countries do?" notes attorney Christopher Asplen, former executive director of the National Commission on the Future of DNA Evidence. It's absolutely necessary, experts say, given that criminals often progress from less serious crimes to more violent ones. "The point of a DNA database is to get them in



the system earlier in their careers," Asplen says.

Collecting a DNA sample is simple—you just run a swab inside someone's cheek. European countries that mandate this three-second process have achieved astounding results. In England, DNA evidence has helped officials to successfully identify perpetrators 660,000 times; here in the United States, that number is 39,000. Feeling safe? Didn't think so.

Thankfully, our government is waking up to the potential of DNA collection. In the past year, 12 states and the federal government have passed laws that will increase the number of DNA profiles in their databases, with six more bills pending at press time. Authorities expect this should help chip away at our shameful backlog of rape cases; 169,000 remain unsolved today, according to federal government statistics. Notes Henry Lee, a forensic scientist who trains law enforcement officials to solve cold cases at his Institute for Forensic Science in New Haven, Connecticut, "The additional DNA profiles mean tens of thousands of old rape cases could be solved." More jailed rapists would mean closure and justice for victims and their families—and peace of mind for the rest of us.

What you can do

Check dnaresource.com to see what your state's DNA collection laws are, then urge your legislators (for contact info go to firstgov.gov) to broaden those laws and push for more funding.

Additional federal funding will be needed to process an influx of DNA samples. But preventing rapes and saving lives should be a national priority—and a beefed-up DNA database is our best hope. Jayann Sepich has fought hard for it; after her 22-year-old daughter, Katie, a New Mexico State University student, was raped and murdered in 2003, she lobbied to expand DNA collection in the state. Katie's Law takes effect this month. "If my daughter's attacker had a DNA record on file, he might have been caught after he got to her,"

Sepich says. "He's *still* out there. There's nothing I can do for Katie now, but we have the power to bring about changes that could save other women's lives." ©

CHRIS GENTILE

Pro-life? Pro-choice? Here's something we should *all* fight for

a *bstion is a fundamental right. Abortion is morally wrong. Abortion is....* We interrupt the decades-long battle over reproductive rights with this news flash: Abortion *is* preventable. Reduce the sky-high number of unplanned pregnancies in the United States, and abortions will decrease too. Isn't it time?

"People aren't going to change their opinions about abortion, but most agree that women shouldn't have to make that decision in the first place," says Sarah Brown, director of the nonpartisan National Campaign to Prevent Teen Pregnancy. Adds pro-life Representative Tim Ryan (D-Ohio). "We need to transcend this bitter debate and reduce the need for abortion." It may sound like a Nobel Prize-winning feat, but it is double—and it needs to happen.

A whopping 49 percent of all pregnancies in the United States are unintended—that's 3.1 million a year, topping most industrialized nations. Almost half of those accidental pregnancies end in abortion. Among our poorest women, unplanned pregnancies have risen almost 30 percent in the past decade, and abortions are up for them too.

Sad but true: The world's lone superpower can't get a grip on family planning. Our mothers and grandmothers fought hard for women's right to control their own fertility—why is it still out of reach for so many? Well, first off, there's the gutting of family planning programs. Half of all women seeking birth control need publicly funded services, but 22 states have cut such programs in recent years. Nurse-practitioner Cathy Hansell of the Castleton, Indiana, Planned Parenthood clinic says, "It's sad, but many patients come in for pregnancy tests after they ran out of birth control and couldn't afford more." Compounding the problem, at press time the Bush administration had appointed a new chief of family planning services with an anti-contraception track record.

Most Americans do agree—as polls show—that contraception should be readily available and that sex education in schools should be frank and clear. Two proposals in Congress



WHAT YOU CAN DO:

Check out your congressperson's record on both abortion and family planning at ontheissues.org.

Demand that your representative and senators support H.R. 6067 and S. 2916 (find contact info at congress.org).

could make that happen. Pro-life Rep. Ryan joined pro-choice Representative Rosa DeLauro (D-Conn.) to create a bill that would require birth control coverage for women who can't afford it and establish grants for comprehensive sex ed. In the Senate, a similar bill from pro-choice Senator Hillary Rodham Clinton (D-N.Y.) and pro-life Senator Harry Reid (D-Nev.) could prevent an estimated 500,000 unplanned pregnancies and nearly 200,000 abortions per year.

Hopefully these measures will get bipartisan support. Pro-choice Senator Olympia Snowe (R-Me.), for one, plans to work with her colleagues on this issue. "In order to reduce unwanted pregnancies, we must teach abstinence, responsible behavior and the use of contraception," she tells *Glamour*. "It just makes sense."

Not to everyone, though: When NARAL Pro-Choice America ran ads last year in conservative publications inviting abortion rights opponents to collaborate on a program to reduce unplanned pregnancies, "the silence was deafening," says NARAL president Nancy Keenan.

That's good reason for you to speak up and let your elected officials know that you're behind the cause. The longer we let this dire situation go on, the more women will have to make painful decisions about abortions. Women out there need help now—let's give it to them. ©

SUSAN STERN/ONYX

Let's hear it for women's brainpower!

The next time you read about some, pardon us, *idiot* claiming that women can't keep up with men in the sciences, know that his comments are not only wrong and unfair, but also one key reason we're missing out on hundreds of discoveries that could make life healthier, safer, *easier*.

"Sexism and discrimination are pervasive in science," says Phoebe Loboy, Ph.D., president-elect of the Association for Women in Science. "Scientific progress is crippled by the waste of innovation, creativity and talent. We're losing a whole different perspective on problem-solving."

Some infuriating stats: Although women account for more than half of the United States workforce, they constitute a mere one fourth of the nation's scientific and technical workers. Women who do become scientists are promoted less quickly than their male colleagues and score lower leadership positions, according to a new report from the National Academy of Sciences. These women also bring home paychecks that are about 20 percent smaller than men's. No wonder many women get discouraged and leave the field without ever realizing their potential. Just how great is that potential? Consider this sampling of what women have managed to accomplish in the sciences thus far, against all odds.

IF IT WEREN'T FOR WOMEN IN SCIENCE...

...we wouldn't know that breast cancer can be inherited. In 1990, Mary-Claire King, Ph.D., professor of medical genetics at the University of Washington School of Medicine in Seattle, proved the existence of the breast-cancer gene, BRCA1. Curing cancer has been a lifelong pursuit for King, who at 15 lost her best friend to the disease. "Her research helps us identify high-risk women and ultimately save countless lives," says Gary Hankins, M.D., interim chair of obstetrics and gynecology at the University of Texas Medical Branch at Galveston.



...computers would be for geeks only. Have you ever seen a printout in computer gibberish? Your beloved desktop might still be spewing that stuff if, back in the fifties, Grace Murray Hopper hadn't spearheaded the development of COBOL, the language that allows computers to understand words rather than numbers or code.

...moms would still be transmitting HIV to their babies. Crucial research in the eighties by Ruth M. Ruprecht, M.D., Ph.D., professor of medicine at Harvard Medical School, led to the discovery that pregnant women infected with HIV could safely take antiretroviral drugs to protect their babies. "This has virtually eliminated transmission of HIV to infants in the U.S.," says Rowena Johnston, Ph.D., a vice president at the American Foundation for AIDS Research.

...driving could be deadlier. Before inventor Mary Anderson devised the windshield wiper after a scary trip in a snowstorm in 1903, drivers had to stick their heads out car windows to navigate wet streets.

...more heroes would die in the line of duty. We have Stephanie Louise Kwolek to thank for the bulletproof vest. A research chemist at DuPont during the sixties, she developed a fiber five times stronger than steel—and powerful enough to deflect bullets.

...we'd be clueless about the building blocks of all life. "Physicist Rosalind Franklin did the key work in the fifties that enabled other scientists—including three men who were ultimately awarded the Nobel Prize—to deduce the structure of DNA," says Jo Handelsman, Ph.D., microbiologist at the University of Wisconsin-Madison. Today, scientists rely on DNA for everything from studying cures for obesity to nabbing rapists.

Inspired? Us, too. But there's so much more women could be doing if the deck weren't so stacked against them. Thankfully, at government agencies, on college campuses and in scientific organizations, there's a lot of buzz about how to tackle the boys' club problem, and get more young women science scholarships. That's a welcome development: it's time to stop debating female scientists' abilities and just get out of their way. ©

WHAT YOU CAN DO

- Give to these supportive groups:
 Association for Women in Science Educational Foundation (awis.org/about/edfound.html)
 L'Oréal-UNESCO for Women in Science (loreal.com)
 The National Girls Collaborative Project (pugetsoundcenter.org/ngcpi)

The women's health crises you *haven't* heard about

What could possibly be the bright side of the following: Magazines and televisions are flooded with images of women suffering in Darfur. And news sites regularly cover issues like breast cancer or women with AIDS.

Answer: Although these are dire problems, at least they're finally getting the attention—and action—they deserve. "Awareness about women's health is growing, in both the developed *and* the developing world," says Elizabeth Jennings, consultant for the Global Business Coalition on HIV/AIDS, Tuberculosis and Malaria. Next, though, we must tackle the many problems that *don't* get as much press. International Women's Day on March 8 is dedicated to recognizing such issues, but if we don't keep thinking about them, year-round, millions more women will die. Read on for the staggering details and what *you* can do.

Childbirth horror: Over the next decade, an estimated 100 million girls will wed before they're 18, some as young as 10. Such marriages are thriving, a recent report shows, despite international agreements to end them. Too often girls are bearing children before their bodies are mature, which raises their risk of dying during childbirth or developing severe health problems. *How to help:* Donate to popaction.org to support emergency services for girls.

Lethal bug bites: "I met a woman who was six months pregnant and quite ill with malaria, but when we went to the hospital, there was no medicine to treat it. Two days later she died. It's a common story," says Jessie Stone, M.D., who runs a clinic in Uganda. Indeed, mosquito bites lead to more than a million deaths a year; pregnant women are especially at risk. Malaria can typically be prevented with insecticide-treated bed nets, but many people can't afford them. *How to*



Like the song goes, it's in your hands.

sexual violence, they can barely speak. *How to help:* Give to their.org, which counsels women in Darfur and beyond.

Death from indoor air pollution: We take our microwaves for granted, but more than half the people in the world heat their homes and cook with open fires or stoves that lack vents. Smoke gets into lungs and kills 1.6 million people a year; many are women, who tend to do the cooking. *How to help:* Donate to practicalaction.org, which installs vents in homes.

Mangled abortions: About 19 million unsafe abortions occur each year, mostly in developing countries where women don't have access to reliable, legal ones. Countless women lose their lives as a result. "My cousin died from an illegal abortion—she was 19," says Ejike Oji, M.D., an ob-gyn in Nigeria. "She bled and had an infection, probably caused by sharp instruments." *How to help:* Donate to ipas.org, a group dedicated to reducing unsafe abortions.

Married women with HIV: Four fifths of new HIV infections in women result from sex with their *husbands* (or life partners) because men tend to have unprotected sex before *and* after marriage. "HIV is on the rise for wives," says Adrienne Germain, president of the International Women's Health Coalition. "But aid often goes to sex workers, men having sex with men, and IV drug users, not to married women." *How to help:* Give to iwhe.org, which supports local programs that provide HIV health services for *all* women.

See? The recipe for change can be as simple as you, a computer, a credit card and some hope. And it *works*. ©

4/11/08

Let's stop teaching preschoolers to be sexy

Cleavage bursting out of sparkly bras, micro miniskirts, super-high heels, pouty red lips. A scene from a soft-porn flick? Nope. Just the dolls at your friendly neighborhood toy store.

For years, the makers of Barbie caught flack for her sexed-up shape: in real life, her measurements would be about 38-19-33. But now My Scene Barbies and Bratz—more bustasticious and hoornie than those old-school dolls—are being marketed to six-year-olds (since their 2001 debut, 125 million Bratz have been sold). Similarly disconcerting: several years ago, Abercrombie & Fitch sold preteen-size thongs with messages like *EVIL*, *SEX*, and *WAX*. And last fall, *tesse.com* came under fire for a new toy offering: a pole-dancing kit now sold solely as a "fitness item."

True, sex is everywhere nowadays. Uninhibited sexuality and a good sex life are things *Glamour* celebrates regularly in these very pages. But this is a magazine for adults, not children. Sexual stuff marketed to little girls can be extremely harmful, according to a startling new report from the American Psychological Association (APA) that examined existing research on how merchandising, media and advertising influence girls. "The consequences are very real," says APA task force chair Eileen L. Zurbriggen, Ph.D. "We have ample evidence to conclude that this sexualization has negative effects on girls' physical, mental and sexual development."

Girls' perceptions of their femininity and appropriate behavior are largely formed before they even hit first grade—good reason to consider these dolls a lot more than child's play. "Until children are about five, they can't distinguish fantasy from reality," says Lyn Mikel Brown, Ed.D.,



When I grow up I wanna be Paris!

“Girls may start thinking they need to dress provocatively to be attractive.”

coauthor of *Packaging Girlhood*. "So what they see is how they think the world operates and what it means to be a girl."

"Parents tell me their kids dress up like Bratz dolls and pretend they *are* Bratz dolls," says Diane E. Levin, Ph.D., a professor of education at Wheelock College in Boston.

"Instead of doing creative, imaginative things like playing house or school, girls make like they're going on dates, going dancing at clubs or competing with each other to get boys." Girls may start thinking they need to dress provocatively to be attractive. They could also grapple with eating disorders, the APA report found, and low self-esteem.

A backlash is brewing. Last summer, Dads & Daughters, a nonprofit group focused on creating a safer world for girls, protested Hasbro's intention to launch a line of dolls based on the Pussy-cat Dolls, the burlesque-inspired girl band previously untapped to serve as role models. "We encouraged fathers to write to Hasbro's CEO, asking him to think about his seven-year-old granddaughter," says Joe Kelly, the group's president.

"Would he want her showing off her body that way?" Within days, the company called off plans for the doll.

Kudos to Hasbro, but what can the rest of us do to make sure the little girls in our lives grow up to be tomorrow's happy, confident women? Well, we can start by being good role models—and stop telling kids it's cute when they act sexy. (Seriously, what are parents who applaud when their eight-year-olds gyrate like Fergie or who provide mini-poles for dancing at bat mitzvahs *thinking*?) And gift givers can focus on more age-appropriate playthings. True, those popular American Girl dolls can cost upward of \$100 with accessories. But at least they look like actual American girls, as opposed to 30-year-old, silicone-enhanced strippers. ☺

LEAH MORTENSEN; PROP STYLING: SIANE FLEIN AT INK&GLD.

Do something heroic (it's actually easy)

You know how satisfying it is to check an item off your to-do list? Imagine how much better it would feel to cross something off a to-do-good list of easy ways to improve—and possibly save—another person's life. It's amazingly simple to be a hero; some of these ideas don't even involve leaving your desk chair.



ries. Call the National Domestic Violence Hotline at 800-799-7233 to find a local shelter where you can drop off these staples.

Lift someone out of poverty. "People in impoverished areas—who literally don't have money to put sugar in their tea—can do amazing things with small loans," says Jessica Flannery, an MBA student at Stanford University who cofounded kiva.org to help the world's working poor achieve economic independence. Putting up \$25 (it takes just four clicks) can help fund a Tanzanian woman's hair salon or enable a Samoan mother to expand her craft business (and you'll eventually get your money back). Check the site to read people's stories and see exactly how much money they need to achieve their goals.

Click to feed the hungry.

Click a button at hungersite.com and corporate sponsors will donate a cup of food to people in need around the world.

Save lives with Silly String.

When Marcelle Shriver learned that her son Todd, 29, and his fellow soldiers in Iraq were squirting Silly String to detect nearly invisible bomb wires strung across building entrances—a common death trap—she launched a drive to collect the stuff at her church. Since December, Shriver has sent more than 30,000 cans to the war zone. "Todd says he and his buddies never go anywhere without it," she says. Mail \$1 or a can—via ground shipping—to her at St. Luke's Church, 55 Warwick Road, Stratford, NJ 08084.

Make a girl feel special.

Donate your gently worn cocktail (or bridesmaid!) dresses to a local program that gives them to girls who can't afford one for the prom. Find a program near you at glassslipperproject.org/vostate.htm.

Comfort a battered woman.

When they flee from their abusers, women often leave their personal belongings behind, so they're in need of basics like clothes and toilet-

“A hero is one who does what he can.”

—FRENCH WRITER ROMAIN ROLLAND

Donate your old cell phone, do the world good.

Phones4charity.org sells used phones to refurbishing plants and hands 80 percent of the money to more than 500 charities, including the American Red Cross and the AIDS Healthcare Foundation. To date, they've handed out \$1 million.

Rescue a new mom.

Ninety-nine percent of the 585,000 women who die each year from pregnancy and childbirth complications live in developing countries, where the leading cause of maternal death is hemorrhaging. But groundbreaking work by the Women's Global Health Imperative has shown that a simple bodysuit wrapped around a woman's legs and waist during birth can help slow a hemorrhage—and save a life. Give toward a \$250 suit that could save 50 lives at lifewraps.org.

Try a random act of heroism.

Every Monday, doonenicething.com posts ways to brighten someone's day—from donating frequent-flier miles to soldiers on leave to sending supplies to schools in the Katrina zone. Lots of them take 10 minutes or less. Check it out right now! ☺

Don't let a guy outearn you at work

almo thought she'd hit the jackpot when, at 21, she scored a job as an aide for a state official; the positions were hard to come by. Then a friend let slip that a guy in her office with the *exact* same job and experience was earning far more. "I felt disgusted," she says. "I'd been praised for my work, so I lobbied for a raise—with no luck." She bolted when she found work as a campaign manager.

An isolated incident, sadly, no. One year out of college, women earn only around 80 percent of what their male colleagues do, according to a recent report excerpted here by The American Association of University Women. This annoying pattern holds true across industries, except for a handful of ones, including engineering and education, in which women net about the same. Ten years out, women make just 89 percent of what men do.

Experts point out that men sometimes go into more lucrative fields; others believe men negotiate salaries better than women or point to good old sexism. "Discrimination still plays a role," contends Catherine Hill, the lead researcher on the study, which examined paycheck numbers from 10,000 college grads. Frustrated? Don't get mad—get even pay. There are steps *you* can take to make sure she earns as much as the guy in the next office.

Do salary surveillance. See payscale.com, salary.com and indeed.com to find out averages, and scan message boards at womenworking.com, jobsearch.about.com and sites for your field, where people anonymously compare salaries.

Promote yourself. Research shows that men are four times more likely to ask for more money than women when a job offer is made. Speak up! "But leave it to the prospective employer to talk money first," says Tory Johnson, CEO of

“One year out of college, women earn only around 80 percent of what men do.”

Women For Hire, a recruitment firm. "Otherwise you could lowball yourself—I've seen women do that." When asked about your current salary, if you think it's low, reveal it and add, "I'm not earning enough, given my experience and the market value." If you get a skimpy offer, express interest in the job, then say, "Based on my research, I think I should be earning more." Don't bring up personal

reasons you need extra money (like a rent increase), another mistake young women make. Looking to get your due in your *current* job? Give your supervisor a list of your achievements a month before your review, says Lois P. Frankel, author of *See Jane Lead*. "Say that you'd like to remind her of your successes as she determines raises."

Seek out companies with women at the top. "If women are in managerial positions, the company's more likely to be fair to female employees in terms of pay and promotions," says Philip Cohen, a sociologist at the University of North Carolina at Chapel Hill who has researched the subject.

Make equal pay the law. A big-picture solution: Two pending bills in Congress—the Paycheck Fairness Act (HR 1338/S 766) and the Fair Pay Act (HR2019/S 1087)—would require employers to pay women and men equally for comparable jobs. Urge your legislators to back them (for e-mails, go to usa.gov). "Take responsibility," says Evelyn Murphy, director of the WAGE Project, which aims to end workplace discrimination. "Otherwise, you'll not only suffer from a lower standard of living, you'll pass down the problem to your daughters and granddaughters." ©



PHOTO: GETTY IMAGES

Women in danger: how you can help



Grotesque videos of the public stoning of teenager Du'a Khalil Aswad in Iraq first surfaced on the Internet in April.

a group of men, some in police uniform, are milling about outdoors. There appears to be excitement in the air, but no one is smiling. Suddenly, a scuffle: A man appears, holding a girl in a headlock, her hair wild. She is thrown to the ground, screaming.

Someone yanks off her skirt. She writhes and calls for help as she is kicked and beaten. A stone thrown at her head knocks her over. Finally her lifeless body, ringed by the feet of her murderers, is rolled face-down into a puddle of blood.

The victim: Du'a Khalil Aswad, a 17-year-old from Iraq's Kurdistan north. Her family is Yazidi, an ancient pre-Islamic religion. Her alleged crime: romance with a Muslim. The date of her murder (apparently at the hands of her relatives, among others): April 7 of this year. This year, this *country*. In a ghoulish modern twist, Aswad's public execution was captured on cell phone video, posted on the Internet and seen by countless viewers around the world.

Aswad's murder was an "honor killing," a cruelly paradoxical term—*ehose* honor, exactly? In such cases, women are slaughtered, often by their own kin, for any suspected breach of their family's moral code. "Honor killings are on the rise, especially with the increased chaos in Iraq," says Yanar Mohammed, director of the Organization for Women's Freedom in Iraq. The perpetrators often receive ridiculously little punishment: say a few months in jail; the women are erased from memory. Until now. "This is the first time a video of one has spread widely on the Internet," says Mohammed. "Today when we speak about it, no one can ignore us."

These executions, often by stoning or gunshot, aren't unique to Iraq. The United Nations estimates that 5,000 honor killings occur each year, in countries across the Persian Gulf and Mediterranean, as well as in immigrant communities in the United Kingdom and elsewhere.

Kurdish and global women's groups have risen up to demand justice for Aswad's death and stricter punishment for those who commit such crimes. Women took to the streets in the Kurdish capital of Arbil to protest her murder, and photos of their activism offer an inspiring counterpoint to the images of her slaughter. "These women risked their safety to give Du'a a voice," says Stephanie Gaskell, a reporter who witnessed a Kurdish demonstration. "It was a show of true courage."

"It is dangerous to speak out," confirms Zainab Salbi, founder and CEO of Women for Women International. But it is equally dangerous not to. "Historically, women have been silenced," she says, "and we have been dying because of it." One awe-inspiring exception: 2005 *Glamour* Woman of the Year Mukhtar Mai, gang-raped by a clan in Pakistan to "resolve" a dispute. Refusing to keep quiet after her assault, Mai got her attackers punished. Women like her, says Salbi, "make it possible for others to speak up."

If women in Pakistan, Iraq and other countries can raise their voices, so can we. U.S. lawmakers are hustling to enact legislation to increase penalties for honor crimes. Representative Carolyn Maloney (D-N.Y.) will soon reintroduce the International Women's Freedom Act; Senator Joe Biden (D-Del.) will help draft the first-ever International Violence Against Women Act. "The more attention we bring to these abuses, the better chance we have to shame governments into a crackdown," says Representative Ileana Ros-Lehtinen (R-Fla.). Only by taking action can we find any honor in the deaths of women like Du'a Khalil Aswad. Her alleged crime was love. Our real crime would be silence. ©



WHAT YOU CAN DO

Donate to the Organization of Women's Freedom in Iraq (madre.org); it runs shelters for women threatened with crimes of "honor."

Give to Amnesty International (amnestyusa.org), which lobbies governments to take violence against women seriously.

Sign a petition to punish Aswad's killers at petitiononline.com/kurdish/petition.html.

PROTEST: STEPHANIE GASKELL

Women who drive drunk: End this trend!

he parting hug from Mom. The squad car's crawl down the driveway, paparazzi skittering like cockroaches, followed by the procession to the courthouse where Paris Hilton would be ordered to serve time (gasp!) an actual jail. "Mom!" she cried. "It's not right!"

The world's still recovering from Paris's ink-driving jailapalooza; Lindsay Lohan and Cole Richie have also made headlines for DUI's. But if you think this is mostly a celebrity-world issue, you're sadly mistaken: More young women than ever are drinking and driving. "Even smart, successful, nice girls fail to realize that just being tipsy—not drunk—is dangerous," says Sandra Lapham, M.D., M.P.H., director of the Behavioral Health Research Center of the Southwest in New Mexico. Don't look for experts to solve this problem; women, we've got to get it together.

The number of women arrested for driving under the influence in the United States rose 11 percent between 2001 and 2005, according to DOJ data. New figures are due out any day now, but the look is grim: Experts say young women just aren't getting the message.

To be sure, men's DUI arrests still far outnumber women's: Men racked up 670,011 in 2005, and women, 159,087. But the gender gap is narrowing. Research shows that young women are drinking more frequently and downing more at a time. Some even tailor their partying to get maximum buzz: they'll deliberately eat lightly before going



"I'll never drink and drive again. It was, you know, one drink, but no one should do it."

For once, we agree with Paris!



PARIS HILTON
ARRESTED FOR DUI
SEPT. 7, 2006

out, then toss back drinks, says Sharon Wilsnack, Ph.D., a professor of clinical neuroscience at the University of North Dakota who's researched drinking habits for nearly 30 years. "They've learned to get drunk faster," she notes.

Jessica Leon's DUI started with a 40th birthday party with friends. "I just didn't think I was too buzzed to drive," says the Whidbey Island, Washington, small-business owner. She had one and a half glasses of champagne and two glasses of wine with dinner. A couple hours later, police pulled her over for speeding: Leon failed the Breathalyzer. "Paris Hilton sobbing in the back of the car? That was me," says Leon. She spent 24 hours in jail.

Some experts blame the marketing of so-called girly drinks like sweet runs and alecops (fruity, malt-based concoctions). But the reality is this: If you drink and drive, *you* create a potentially lethal cocktail. All it takes for a 120-pound woman to reach a 0.08 blood-alcohol level—the limit in every state—is three drinks in two hours. By then, you're 10 times more likely to have an accident than if you hadn't been consuming alcohol at all.

New public service ads could help raise people's levels of awareness. One that's in replay on YouTube shows two pretty, plastered women laughing hysterically after one clonks her own tooth out with a beer bottle, and poses the sobering question, "It's easy to tell if you've had way too many—but what if you've had just one too many?" Setting up more police checkpoints and publicizing them could also dilute the problem; research shows they can reduce alcohol-related crashes and fatalities by 20 percent.

In the end, though, it's self-checks that are most critical. There's no safer strategy than handing over the car keys to someone else, or convincing a friend to do the same. Don't fool yourself, says Leon. "You get home OK once from drinking and driving, and you think you'll be fine if you do it again. But you have to be responsible every single time." ©

WHAT YOU CAN DO

- **Have a plan.** Decide how you'll get home *before* you start drinking. Designate a driver or bring a taxi company's phone number.
- **Be pushy.** If you see someone about to drive drunk, grab the keys or enlist friends' help—anything to keep her off the road.
- **Take a stand.** Urge your reps to pass legislation—for more sobriety checkpoints and other measures—at madd.org/takeaction.

PHOTO: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES; GARY WILSON/FLASHFISH

Student moms, pushed off campus

Elizabeth Audley was on a roll. As an 18-year-old from a low-income family, she had scored a plum financial aid deal at her dream school, Wellesley College near Boston, and was aceing her studies. Then, as a sophomore, in 2001, she found out she was pregnant.

After a two-year leave of absence to adjust to motherhood, she was set to return to school—until she hit an unexpected hurdle: where to live. Wellesley doesn't offer housing for students with spouses or children, so she had to forfeit the portion of her aid that covered room and board, and find an apartment in the pricey college town. "I never expected to get more financial support because I had a child, but I also didn't expect to get less," she says. She worked a mid-time job yet struggled to pay the bills; at her lowest point, she and her daughter even became homeless for three months.

It's a little-known problem, but only a smattering of universities offer family housing for undergraduates, says Avis Jones-DeWeever, a program director at the Institute for Women's Policy Research. And if a mom has to move off campus, she can lose an important part of her financial aid. The crushing costs lead many to drop out. "These women are trying to make their lives—and their children's lives—better," says Jones-DeWeever. "All they need is a little help." If they get that help, the impact is profound. "Single moms who go to college double their earnings," says Diana Spatz, executive director of Lifetime, a nonprofit created by student moms from the University of California Berkeley.

Granted, it's not easy for colleges to house young moms—or dads: You can't just plop an infant in a dorm packed with students studying (and partying) round-the-

●● *These women are trying to make their lives—and their children's lives—better.* ●●

clock, and creating separate child-safe housing is a huge expense. But there are more creative ways schools can handle the problem, like extending financial aid to cover off-campus housing, or opening up graduate family housing to undergrads—and some colleges are already doing these types of things. Most inspiring: Kentucky's Berea College offers moms campus housing *plus* child care.

Student moms are also actively trying to fill the void. Katherine Arnoldi, a University of Arkansas alum, created collegemommagazine.com as a resource on everything from scholarships to financial aid forms, while Anne Stevenson launched the Tufts Alliance for the Advancement of Mothers to help inspire a change in how moms are treated on campus—and beyond. "All the moms I know want to provide the best life possible for their kids," she says. "But if they can't stay in school, it makes it a lot harder to achieve long-term success." Moms shouldn't have to make this effort alone; even small donations to student groups can make an impact. At Wellesley, for example, Audley founded Sisters Keepers (sisterskeepers.net) to raise money to help mothers offset housing costs.

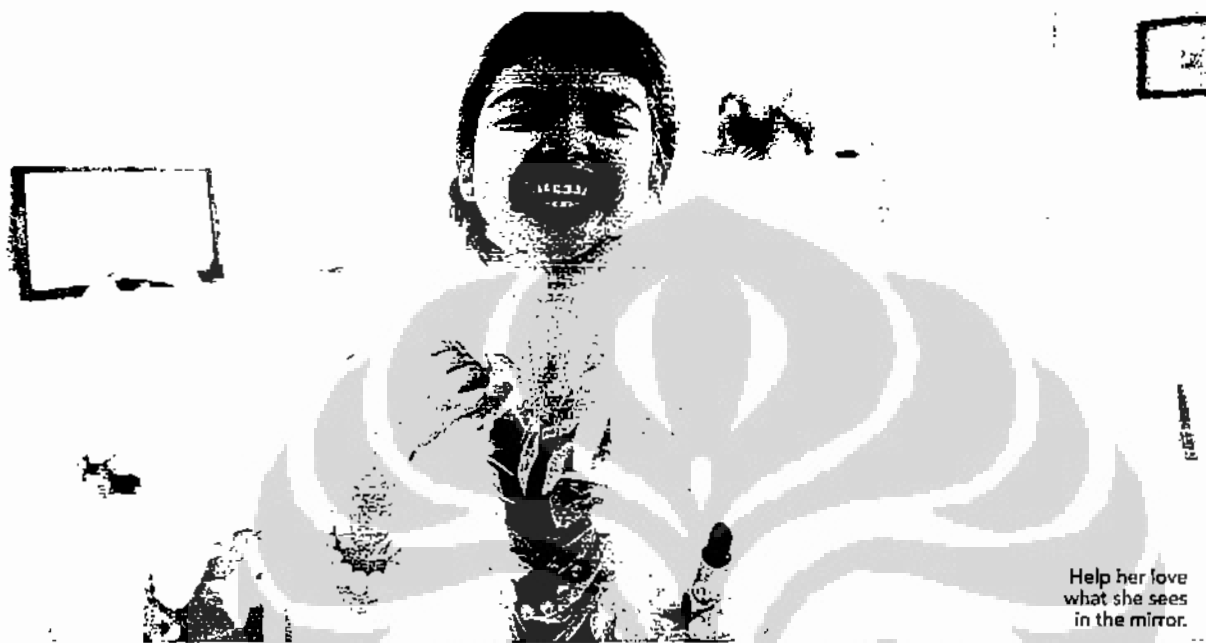
Audley is grateful she finally earned her degree last spring. Arnoldi also can't imagine life without one: "College changes lives," she says. "It sure changed mine." ©



DAVID LAWRENCE, PHOTOSTYLIST: MIKAO YAMORI

The 7 best (and worst) things you can say to a girl

What you say *does* make an impression. Make sure it's a good one.



Help her love what she sees in the mirror.

NEVER SAY...

ALWAYS SAY...

"Feel fat."
Offer a second helping of anything, sure you do. But careful! If she sees you hate your body, she may learn to hate hers, says Christine Marhefka, author of *Don't Be a Starving Daughters*.

"You're young. You'll get over it."
Yes, she'll survive being blown off by her so-called friend. But that doesn't make it sting less. **BETTER:** We do now you can help.

"Do anything fun today?"
Life isn't *all* about achievements; this could help her find her passion.

"That was a brave thing to do."
When girls stand up for someone or something they believe in, *we* should stand up and cheer. After all, that's the mark of a leader.

"Pie just sucks."
Pie just feeds an versus-them mentality, says psychologist a Haley, Ph.D.

"Sure you want to eat that?"
Eating a honking slab of pie is much less damaging to her than the feeling that everything she puts in her mouth is fodder for scrutiny.

"Let's go for a run."

Simply getting her going can boost her mood and self-image. Exercise also gives her confidence in her body's strength.

"You can be anything; you don't have to be everything."
"You go, girl!" is always a great message, but she also needs to know that when and if she wants to, she can slow down.

"YUM!!!!"
Teach her to *enjoy* her food, not battle it.

"Paris is such a slut."

Whatever you think of Ms. Hilton, trashing women teaches girls to mean, says psychologist Sharon Lamb. Bring up Nancy Pelosi instead. Research suggests that talking with girls about role politicians can help them aspire to leadership roles.

"Just know I'm here. No pressure. No judgment."

It's helpful if she knows she can turn to someone, even if she doesn't end up doing so, says Haley.

"Well-behaved women seldom make history."
Historian Laurel Thatcher Ulrich's so-true words tell her that if she wants to break the rules sometimes, you have her back.

"Guys won't like you if you..."
It's never good to change to "get" a guy. Tell her the right one will like her by enjoying life about her.

"These are the best years of your life."
High school?? As if.

IMAGE: SHUTTERSTOCK/PIERRE IMAGES

Go to glamour.com/news to send a list of empowering thoughts to a girl you love.

31 days of giving back

At this time of year, we all want to be generous—but often it's hard to know where to start. So here are 31 goodwill ideas, one for each day of December. Choose one (choose five!) and feel the good vibes start.

1. Buy a holiday turkey for a family in Baton Rouge (home to thousands of Hurricane Katrina evacuees) for \$25 at foodbank.org.
2. Offer snow-shoveling services to an elderly neighbor. Excellent exercise, and there may be cocoa in it for you.
3. Support the troops with warm socks, deodorant, Cheez-Its. Find their wish lists at anysoldier.com.
4. Donate new blankets to kids in homeless shelters at cojocernight.org.
5. Buy funky gifts at thrift shops that give back, such as Out of the Closet's sales help support the AIDS Memorial Foundation. For locations, see outofthecloset.org.
6. Before you shop online, go to goodshop.com. Then buy from participating retailers and the site donates a portion of your purchase to the charity of your choice.
7. Give manicures at a local nursing home.
8. Spend an hour or two a week helping an immigrant learn English (check out literacyvolunteers.org).
9. Help protect half an acre of rain forest in South and Central America with a \$25 donation at rainforestalliance.org.
10. Donate old cell phones to victims of domestic violence or emergencies (go to neciv.org and click "donate").
11. Vaccinate 50 people around the world against deadly diseases such as meningitis, measles or polio with a \$50 donation at doctorswithoutborders.org.
12. Provide a month of care for a woman or child rescued from sexual slavery for just \$30 at sharedhope.org.
13. Get friends involved. To find group volunteer projects, go to thevolunteerfamily.com.
14. Clean out your closet! Then donate old glasses (new eyesforthercedy.org), shoes (shareyoursoles.org) and even wedding gowns (makingmemories.org).



Bono and Oprah, in the spirit

15. See page 246 for stories about inspiring women; then go to glamour.com/woty to support their charities.
16. Find projects that help people in your very own zip code at dosomething.org.
17. Make a \$10 donation to freethechildren.org and a special matching-funds program will turn it into \$100 worth of medical supplies for kids around the world.
18. Mentor an at-risk teen online at icouldbe.org.
19. Volunteer—inside or out—at a national park (nps.gov).
20. Play the Mozart concerto you've (almost) mastered for seniors. For local programs, see volunteermatch.org.
21. Help an aspiring student pay for college at scholarshipamerica.org.
22. Send a DVD or video game to hospital-bound kids via childisplaycharity.org.
23. Staying home for the holidays? Donate frequent-flier miles to injured soldiers' families at heromiles.org.
24. Tutor a future J.K. Rowling at 826national.org.
25. Look at your medical history, then donate to a cause that could help your loved ones, be it the American Heart Association (americanheart.org), Susan G. Komen for the Cure (komen.org) or another charity.
26. Loan money to a budding entrepreneur in the developing world at kiva.org.
27. Train your pooch to be a therapy dog for nursing homes and hospitals at tdi-dog.org.
28. Sell gifts you don't need through eBay's Giving Works program (givingworks.ebay.com), which earmarks a percentage of sales for the charities of your choice.
29. Give to donorschoose.org; a small donation can help create cozy reading nooks for underfunded classrooms.
30. Upgrade your laptop; worldcomputerexchange.org will send your old one to a child in one of 61 countries.
31. Give blood (to find out where, go to givelife.org). What better reason to stop and lie down for 10 minutes? ☺

AP IMAGES/SPENCER GREIG