

IDEOLOGI KEBEBASAN SEKSUAL DALAM MEDIA*

Studi Analisis Wacana Program Radio *Guys Talk*
di Hard Rock FM 87,6 Jakarta

Penelitian ini mengungkap ideologi laten yang ada di balik program acara radio Guys' Talk yang disiarkan Hard Rock FM 87,6 Jakarta. Penelitian menggunakan analisis kritis wacana Norman Fairclough. Model analisis ini menghubungkan tiga dimensi dalam communicative events, yaitu teks, praktik wacana (discourse practice), dan praktik sosiokultural (sociocultural practice). Penelitian ini menemukan bahwa Guy's Talk secara taat asas menyampaikan ideologi kebebasan seksual dengan menampilkan seks sebagai sesuatu yang bebas, individual, subyektif, dan hedonis.

Saat ini pembahasan tentang seks tidak lagi dilakukan dalam ruang lingkup privat, tapi juga telah dibicarakan secara terbuka. Seks muncul sebagai daya tarik sendiri di antara pelbagai persoalan lainnya. Produsen di pelbagai bidang pun seolah berlomba-lomba mengeksploitasinya sebagai komoditas berdaya jual tinggi. Padahal seks memiliki dimensi sosial yang mencerminkan nilai masyarakat yang ada (Gunawan, 2000: 12).

Sikap tradisional dan konservatif dalam hal seksualitas kini berangsur-angsur ditinggalkan. Secara lebih jelas fenomena ini terlihat pada wacana perkembangan industri hiburan. Melalui media cetak dan pelbagai media teknologi baru yang lebih canggih seperti internet atau film-film, seks banyak diesploitasi tanpa membahasnya sebagai sebuah wacana pendidikan, atau bahkan tampil tanpa wacana apapun (Gunawan, 2000: 88-89).

Jalaluddin Rakhmat bahkan menambahkan bahwa kini media informasi mutakhir sarat pesan yang mendorong ibahan seksual (*sexual permissiveness*), perilaku agresif, konsumtivisme, dan

*Penulis adalah lulusan program sarjana Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Artikel penelitian ini merupakan ringkasan skripsi penulis.

sekulerisme (Jalaluddin Rakhmat, *Generasi Muda di Tengah Arus Perkembangan Informasi* dalam Ibrahim, 1997: 132).

Seks yang dulu tabu dibicarakan kini tak lagi tabu. Di media cetak masalah seksual terutama tentang rubrik konsultasi seks dan tips-tips tentang teknik bercinta sering diangkat, misalnya majalah *Kosmopolitan*, *Female*, atau *Neo*. Seksualitas juga menjadi bahan pembicaraan bebas di radio seperti pada acara *Seks, Problema dan Solusinya* di radio Trijaya 104,75 FM atau acara *Problema Seks dan Solusinya* di radio Elshinta 90,05 FM (*Kompas*, "Intim di Udara, Seks di Udara...", 17 Juni 2001).

Radio sendiri sebagai salah satu jenis media massa memiliki karakteristik khalayak yang heterogen dan anonim. Pengirim pesan di radio tidak dapat melihat khalayaknya satu per satu sedangkan khalayak pun tidak dapat melihat siapa pengirim pesan. Pesan yang disampaikan hanya berupa suara dan bahasa, sehingga radio adalah medium yang buta (*blind medium*) (Crisell, 1994: 5).

Kebutaan (*blindness*) ini ternyata menjadi alat bagi radio untuk menonjolkan kelebihanannya. Melalui "kebutaan"-nya, medium radio justru membangkitkan daya imajinasi atau khayal pendengarnya. Radio yang hanya mengandalkan suara dan bukan suara-gambar (*audio visual*) memaksa pendengar memvisualisasikan apa yang diterimanya lewat telinga (Crisell, 1994: 7). Ia harus menggambarkan dan membayangkan sendiri hal-hal yang dijelaskan atau diucapkan penyiar.

Lebih dari itu, sebagai sebuah media, radio pun pembawa ideologi. Ideologi radio terlihat dari program-program acaranya. Dalam media massa seperti radio, pencipta pesan dapat menyampaikan ideologi yang dimilikinya kepada khalayak untuk kepentingan material dan kultural kelompok tertentu. Media kemudian pada akhirnya mempengaruhi masyarakat dalam memandang diri mereka sendiri.

Pada radio *Hard Rock FM*, ideologi mereka dalam memandang seks dapat terlihat dari acara *Guys Talk* yang disiarkan setiap Kamis pukul 22.00 sampai 24.00. Acara ini dipandu dua orang penyiar laki-laki, yaitu Ricky Satwika dan Ully Herdinansyah. Dalam acara ini, penyiar menyampaikan topik yang berbeda setiap minggu yang semua berkisar pada tema seks. Mereka lalu mengundang pendengar berpartisipasi lewat telepon untuk menceritakan pengalaman mereka kepada pendengar lain seputar tema itu.

Acara ini tidak mengundang narasumber ahli seks. Isinya pun tidak ilmiah dan sekedar ajang saling menukar pengalaman antarpengantar. Setiap minggu acara dibawakan meriah, dengan

timpalan tawa dan lontaran istilah-istilah seputar hubungan seks di sepanjang durasi.

■ PERMASALAHAN

Pembentukan acara dan pemilihan tema acara radio dipengaruhi oleh ideologi media tersebut. Melalui acara radio yang selalu mengangkat tema tentang seks dapat dilihat ideologi apa yang dimilikinya. Ideologi itu kemudian dikukuhkan melalui acara yang disiarkan berulang-ulang sehingga memberikan ekspose pada suatu bentuk budaya. Budaya itu pada akhirnya membentuk juga perilaku masyarakat.

Melalui penyampaian ideologi dalam program acara ini, media mempengaruhi cara berpikir dan berperilaku masyarakatnya. Jika media memandang seks sebagai suatu hal yang tak dapat terlepas dari gaya hidup dan biasa, maka masyarakat juga akan melihatnya sebagai hal yang biasa. Sikap masyarakat yang kini cenderung permisif tentang seks merupakan contoh pengaruh media yang terbiasa mengangkat seks di ruang publik.

Acara *Guys Talk* di radio *Hard Rock FM* yang disiarkan rutin setiap minggu hampir selalu mengangkat tema tentang pengalaman seks. Hal ini mempengaruhi pendengar yang kemudian cenderung melihat seks sebagai hal yang memang pantas dibicarakan secara terbuka. Ini—disadari atau tidak—menunjukkan pengaruh kuat nilai dan konsep radio *Hard Rock FM* tentang kebebasan dan gaya hidup.

Oleh karena itu, penulis ingin menggambarkan ideologi radio *Hard Rock FM* dalam memandang atau melihat seks lewat acara *Guys Talk* di radio *Hard Rock FM* Jakarta, dan menggambarkan konteks sosial budaya khalayak dalam memandang seks tersebut.

■ METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah analisis kritis wacana atau *critical discourse analysis* (CDA). Analisis wacana yang menggunakan paradigma kritis ini menekankan konstelasi kekuatan pada proses produksi dan reproduksi makna. Dalam CDA, bahasa tidak dianalisis dengan melihat aspek kebahasaan, tapi juga menghubungkannya dengan konteks.

Model analisis wacana yang digunakan adalah *critical discourse analysis* (CDA) milik Norman Fairclough (Fairclough 1995). Model analisis ini dilakukan dengan mengubungkan tiga dimensi yang ada dalam *communicative events*,¹ yaitu : teks, praktik wacana (*discourse practice*), dan praktek sosiokultural (*sociocultural practice*).

■ ANALISIS TEKS

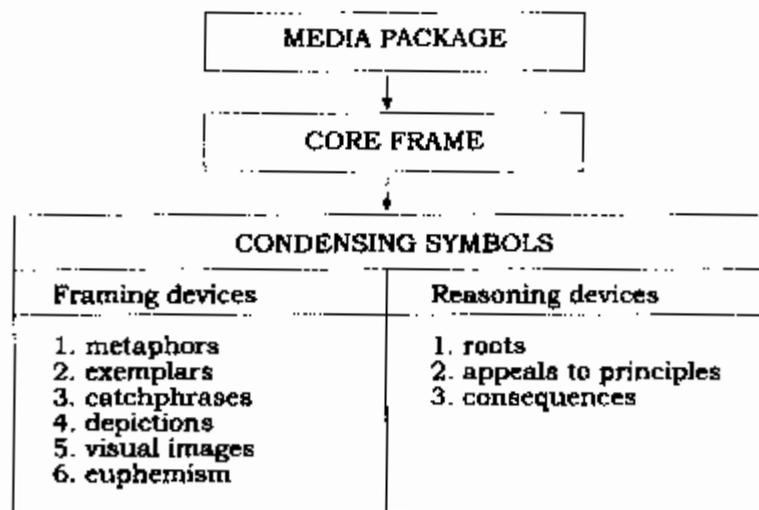
Analisis teks yang digunakan adalah analisis pembingkai (framing) model Gamson dan Modigliani. Menurut mereka, *media discourse* dapat dilihat sebagai sebuah kerangka paket-paket gagasan yang memberikan makna pada sebuah isu. Kemasan (*package*) oleh Gamson dan Modigliani, disebutkan mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang diberitakan. Menurut mereka, bingkai (*frame*) adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisasi sebaik-baiknya dan menghadirkan konstruksi makna atas peristiwa-peristiwa berkaitan dengan obyek suatu wacana.

Model Gamson dan Modigliani didasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media terdiri dari *package* interpretatif yang mengandung konstruksi makna tertentu. Di dalam *package* terdapat dua struktur (Sobur, 2001: 176-177), yaitu:

1. *Core frames*, merupakan pusat organisasi elemen-elemen ide yang membantu komunikator menunjukkan substansi isu yang tengah dibicarakan.
2. *Condensing symbols*, memiliki dua substruktur, yaitu *framing devices* dan *reasoning devices*.

Gambar 2.
Analisis Pembingkai

Model Gamson dan Modigliani



Sumber: Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 2001: 177.

¹Ada dua fokus pemikiran utama yang bersifat komplementer dalam pemikiran Norman Fairclough (Fairclough 1995: 56). Pertama, *the order of discourse* yang bersifat general; ia merupakan struktur menyeluruh yang berbeda dalam konteks perubahan sosial dan budaya. Adapun yang kedua, adalah *communicative events*, bersifat partikular, merupakan suatu peristiwa komunikasi yang spesifik, seperti editorial surat kabar atau acara televisi (*Editor*).

Framing devices menekankan aspek bagaimana melihat suatu isu terbentuk dari perangkat simbolik (Sobur, 2001: 179):

- *Metaphors*, menunjuk pada perumpamaan atau pengandaian.
- *Catchphrases*, merupakan slogan-slogan yang “harus” dikerjakan, berupa frase dengan konotasi tertentu sehingga terlihat menarik, menonjol, atau kontras.
- *Exemplars*, mengaitkan bingkai dengan contoh, teori, atau pengalaman pada masa lampau.
- *Depictions*, merujuk pada keadaan bertentangan. Penggambaran fakta dengan memakai kata, istilah, kalimat konotatif yang menuju ke citra tertentu.
- *Visual images*, yaitu gambar-gambar yang mendukung bingkai secara keseluruhan.
- *Euphemism* adalah penghalusan makna.

Dalam penelitian ini, elemen *visual images* yang diamati bukan berupa gambar atau tulisan karena unit analisis berupa acara bincang-bincang (*talkshows*) atau dialog (*conversations*). Peneliti memperhatikan penekanan kata, intonasi, yang digunakan pembicara dalam acara perbincangan tersebut.

Peneliti mengganti elemen ini dengan **audio images** karena unit analisis berupa dialog atau percakapan dan tidak menonjolkan visualisasi, namun mementingkan suara (*audio*), intonasi, maupun penggunaan kata-kata tertentu, seperti kata *slang* dan bahasa asing. Elemen **visual images** hanya digunakan dalam intertekstualitas karena unit analisis berupa artikel majalah yang memiliki elemen *visual images*.

Sementara itu pada instrumen penalaran (*reasoning devices*) terdapat aspek (Sobur 2001: 180):

- *Roots*, yang memperlihatkan hubungan sebab akibat. Bertujuan membenarkan fakta berdasar hubungan sebab akibat yang digambarkan.
- *Appeals to principles*, yang merupakan premis atau klaim moral sebagai argumentasi pembenar pembangun cerita.
- *Consequences*, yang merupakan kesimpulan logika penalaran.

Dalam penelitian ini ada beberapa bingkai yang ditemukan, yaitu :

- Seks adalah kenikmatan dan kepuasan.
- Sikap permisif terhadap homoseksualitas.
- Seks adalah sarana untuk bereksperimen.
- Seks bisa dilakukan kapan saja.
- Seks mengutamakan teknik-teknik.

- Seks adalah tentang variasi.
- Pengalaman seks untuk dibagi.

■ Intertekstualitas

Dalam analisis wacana Norman Fairclough, aspek yang juga diperhatikan adalah keberadaan teks lain di luar teks yang diteliti. Teks tidak hadir dengan sendirinya, tapi merupakan bagian proses saling menanggapi dengan teks-teks sebelumnya. Teks lain yang mengangkat wacana yang sama dengan teks yang diteliti juga perlu diselidiki bingkainya.

Peneliti menggunakan artikel dari majalah *Men's Health Indonesia* untuk analisis intertekstual. Alasannya, majalah ini memiliki segmen yang kurang lebih sama seperti acara *Guys Talk*, yaitu pria. Majalah ini memiliki artikel seks dalam setiap edisi dan mengangkat tema yang hampir serupa dengan *Guys Talk*. Kemiripan itulah yang membuat peneliti memilih artikel mengenai seks dalam Majalah *Men's Health* untuk dianalisis.

Artikel-artikel yang diteliti adalah artikel berjudul "7 Posisi Nikmat untuk 7 Hari Hebat" yang dimuat dalam *Men's Health Indonesia* edisi No.2/II, Februari 2002, dan artikel berjudul "*The Big Bang*" yang dimuat dalam edisi No.7/II, Juli 2002. Pembingkaiian yang ditemukan dalam artikel tersebut adalah bahwa **seks mengutamakan teknik, seks adalah tentang variasi, dan seks mengutamakan kenikmatan dan kepuasan**. Analisis pada tahap intertekstual ini menggunakan metode yang sama dengan analisis wacana pada jenjang teks dalam pemikiran Fairclough. Pembingkaiian menggunakan metode analisis teks model Gamson dan Modigliani.

■ Discourse Practice

Dalam melakukan analisis *discourse practice*, ada dua hal yang diteliti, yaitu:

1. Produksi teks, yang dilihat dari karakteristik atau gambaran umum radio *Hard Rock FM*, latar belakang pendirian radio itu, gambaran Mugi Rekso Abadi (MRA) sebagai *holding company* radio ini, musik yang diputar, gaya bahasa penyiar, dan acara yang ada di radio tersebut. Data diperoleh dari sumber-sumber sekunder berupa artikel majalah serta situs radio tersebut.
2. Konsumsi teks, dilihat dari karakteristik khalayak *Hard Rock FM*, bagaimana mereka menginterpretasi teks, menanggapi teks, membicarakan, dan mendiskusikannya. Data diperoleh dari

tanggapan pendengar terhadap acara *Guys Talk* yang ditulis pada forum “*Guys Talk*” situs internet radio *Hard Rock FM*.

■ Sociocultural Practice

Pada jenjang *sociocultural practice*, analisis mengaitkan penelitian dengan konteks sosial budaya masyarakat mengenai seks. Analisis dilakukan dengan melihat perkembangan di Amerika dan di Indonesia.

Unit analisis penelitian ini adalah episode-episode acara radio *Guys Talk* di *Hard Rock FM 87,6 Jakarta*. Episode yang diambil adalah episode bertema “Anal Seks” pada tanggal 25 April 2002, episode “*Timing*” pada tanggal 19 September 2002, episode dengan tema “*Website*” pada tanggal 3 Oktober 2002, dan episode dengan tema “*Erotic Spots*” pada tanggal 10 Oktober 2002. Episode-episode tersebut dianggap peneliti dapat mewakili dan menggambarkan acara *Guys Talk* secara keseluruhan.

■ ANALISIS

Jenis teks yang dianalisis dalam penelitian ini adalah acara radio yang termasuk dalam jenis acara bincang-bincang (*radio talk*). Program bincang-bincang di radio (*radio talk*) menggunakan pembicaraan melalui telepon dua arah (*two-way talk back*) antara pembawa acara dengan pendengar. Pada acara *Guys Talk*, pendengar selalu diajak berpartisipasi menelepon ke acara. Format acara bincang-bincang ini memberikan kesempatan kepada pendengar terlibat dan didengarkan (*to be heard*) (Keith, 1990: 214). Dalam acara ini penelepon yang berhasil masuk umumnya berani mengungkapkan dan menjelaskan pengalamannya dalam berhubungan seks. Misalnya yang dilakukan penelepon Anton dalam episode “*Erotic Spots*,” 10 Oktober 2002.

“*Kalo gue sih, kalo di cewek itu... di ketiak. Jadi misalnya ‘kan, pas foreplay gitu, semua... kita kucingin dia... di bagian ketiak tuh, ada sensasi khusus. Pokoknya gitu, cuma ‘kan, ada ritualnya ‘kan, nggak langsung ‘kan... mungkin dari perut, ke leher, turun lagi, terus ke....*”

PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS INDONESIA

■ Analisis Teks

1. Pembingkai: Seks mengutamakan kenikmatan dan kepuasan.

Episode : "Anal Seks" (25 April 2002), "Timing" (19 September 2002), "Website" (3 Oktober 2002), "Erotic Spots" (10 Oktober 2002).

Framing Devices

1. Metaphors:

- "Ternyata katanya enak, asal cairan pelicinnya tetap."
- "Kalau jalan yang satu ini udah dicoba, oh enaaak, mungkin jalan yang satu, lebih enak lagi."
- "Tidak akan menimbulkan rasa sakit jika dilakukan dengan benar."
- "Kalau dilakukan dengan benar, dengan pemanasan yang cukup, itu tidak akan menyakitkan."

2. Catchphrases:

- "Apapun yang dilakukan, harus dapat dinikmati oleh kedua belah pihak."
- "Jangan lupa, tangannya sebelum melakukan, *didudukin* dulu lima menit, baru melakukan, rasanya... enak banget!"
- "Menggunakan jari mungkin bisa memberi kenikmatan pada *cowoknya* dari si wanita."

3. Exemplars:

- "Cewek-nya nggak protes, berarti enak ..."
- "Rasanya...luar biasa... enaaak...."
- "Dia lebih suka yang mana... yang biasa-biasa aja... atau garasi belakang?"
- "... namanya www.bangbus.com, itu mungkin lo udah pernah buka... itu asyik yaaa...."
- "Yang pertama *tuh gue* paling suka... bagian atas dulu...."

4. Depictions:

- "Awalnya dimulai dengan rasa sakit, tapi perlahan akan berubah menjadi suatu kepuasan."
- "Ngobrolin yang *nggak* penting, tapi *kalo ditinggalin*, rugi banget ya, *bo'?*"

5. Audio Images:

Peneliti menemukan penekanan tertentu saat penyiar mengucapkan:

- “Depan belakang? Enaaak doong...,” dan diakhiri dengan tawa penyiar.
- “Ya, *nggak* jauh-jauhlah, dari kenikmatan duniawi, seperti biasa...,” dengan memberikan penekanan pada kata ‘kenikmatan’ dengan intonasi yang tidak seperti saat berbincang biasa.
- “... baru melakukan, rasanya, enak *banget!*” dengan memberikan penekanan saat mengucapkan kata ‘baru melakukan’ dan ‘enak *banget.*’

Reasoning Devices

1. Roots:

Pelbagai cara boleh dilakukan untuk memperoleh kenikmatan dalam melakukan hubungan seks.

2. Appeals to Principles:

Posisi tertentu, waktu yang tepat, teknik yang baik bisa dilakukan untuk memperoleh kenikmatan itu

3. Consequences:

Hubungan seks dilakukan untuk memperoleh kenikmatan pihak yang melakukannya.

2. Pembingkaihan : Sikap permisif terhadap homoseksualitas Episode : “Anal Seks” (25 April 2002).

Framing Devices

1. Metaphors: -

2. Catchphrases: -

3. Exemplars:

- “Ada temen *gue* yang mengaku sudah melakukan, karena dia... memang bukan heteroseksual.”
- “Ada temen *gue* juga, *cowok* tapi dia kebetulan juga menyukai laki-laki.”
- “Terus dia *pacaran...* dengan sesama jenis, dan terjadilah, dan sampai sekarang *oke-oke aja tuh.*”

4. *Depictions*: -

5. *Audio Images*: -

6. *Euphemism*: -

Reasoning Devices

1. *Roots* :

Homoseksualitas bukan perilaku menyimpang sehingga bisa dibicarakan dengan bebas.

2. *Appeals to Principles* :

Perilaku homoseksual boleh saja dilakukan dan dijadikan pilihan.

3. *Consequences* :

Pilihan untuk menjadi homoseksual bukan sesuatu yang aneh dan terlarang.

3. Pembingkaiian Episode : **Seks adalah sarana bereksperimen.**
: "Anal Seks" (25 April 2002),
"Website" (3 Oktober 2002),
"Erotic Spots" (10 Oktober 2002)

Framing Devices

1. *Metaphors*:

- "Kalau jalan yang satu ini udah dicoba, mungkin jalan yang satu lebih enak...."
- "Lain ladang lain belalang, lain *body* lain *taste*. Lu harus mencari dempul-dempul mana yang harus dibelai."
- "Dengan kerajinan dan kemauan, pasti bisa. Karena di mana ada kemauan, pasti ada jalan."

2. *Catchphrases*:

- "Bicara soal titik-titik erotis juga *nggak* ada abis-abisnya, karena bisa di mana aja, semua tergantung selera."
- "Jadi semua tempat bisa jadi daerah erotis *kalo* kita tau cara melakukannya."

- "... tapi cobalah jalan tikus. Katanya, seperti juga *kalo* jalan tikus 'kan tantangannya lebih seru."
- "*Kalo emang* ingin eksperimen yang aneh-aneh, ingin coba-coba, silakan."

3. *Exemplars* :

- "Ya, *gue* ganti posisilah, kadang *gue* di atas, kadang *gue* di bawah."
- "Katanya, Casanova-Casanova itu punya *trik* bercinta yang luar biasa. Dia bilang... satu daerah wanita..., katanya segitiga bermuda."
- "Mudah-mudahan bisa berguna buat *Hardrockers*, karena sewaktu-waktu butuh juga kayak *gitu*. Yaaa... buat mengisi waktu... *refreshing* mungkin."

4. *Depictions*:

- "... orang yang pernah melakukan anal seks ini awalnya takut mencoba, tapi sekali mencoba, *ketagihan*."

5. *Audio Images*:

Penekanan tertentu saat penyiar mengucapkan:

- "Balik lagi ke masalah mau mencoba atau tidak, itu pilihan masing-masing. *As an adult, basically, you have your own value and you know what to do,*" dengan menekankan kata 'pilihan,' dan dipertegas lagi dengan penggunaan kata dalam bahasa Inggris oleh penyiar.
- "Oh, 27. Mungkin sudah saatnya untuk mencoba-coba, " diucapkan penyiar saat berbincang dengan seorang penelepon dan menanyakan usia. Penyiar menekankan pada kata 'mencoba-coba' dengan intonasi yang berbeda.

6. *Euphemism* : -

Reasoning Devices

1. *Roots* :

Berhubungan seks merupakan tempat yang baik untuk mencoba-coba hal baru dan beresksperimen.

3. *Appeals to Principles* :

Eksprimen dapat dilakukan melalui pelbagai posisi yang berbeda, inisiatif tinggi, mengeksplorasi bagian tubuh pasangan.

4. Consequences :

Bereksperimen dan mencoba hal baru dapat dilakukan dalam hubungan seks dengan pelbagai cara yang berbeda.

■ Analisis Discourse Practice

Analisis Produksi Teks

1. Gambaran Umum Radio Hard Rock FM 87,6 Jakarta.

Hard Rock FM lahir pada tanggal 20 April 1996, memfokuskan diri sebagai "Lifestyle and Entertainment Station" dengan target pendengar berusia 20-30 tahun. Hard Rock FM menempati frekuensi 87,6 Mhz dengan nama perusahaan Radio Antarnusa dan panggilan terhadap khalayaknya adalah Hardrockers ("Radio Trendsetter" Kawula Muda," Kompas, 27 Agustus 2000). Mulanya Hard Rock FM Jakarta didirikan untuk kepentingan Hard Rock Cafe yang telah memiliki brand awareness di seluruh dunia sejak berdirinya yang pertama di London tahun 1971. Konsep Hard Rock Cafe adalah "all about music," atau dengan kata lain "music theme cafe," atau kafe bertema musik. Intinya, Hard Rock Cafe identik dengan musik dan hiburan (Andini Wijendaru, Spasialisasi, Hegemoni, dan Budaya Pop). Dari konsep "music and entertainment" (musik dan hiburan) yang dilekatkan pada Hard Rock Cafe inilah Hard Rock FM menerapkan standar operasi dengan formasi "cafe to radio." (www.hardrockfm.com). Hard Rock FM, menjadi radio pertama dan satu-satunya di dunia yang dimiliki oleh jaringan bisnis Hard Rock Cafe.

Hard Rock FM merupakan bagian dari Kelompok MRA (Mugi Rekso Abadi), yang dimiliki tiga sekawan Sutikno Soedarjo, Adiguna Sutowo, dan Dian M Soedarjo. MRA menggarap bisnis yang terkait dengan gaya hidup (*lifestyle*) dan hiburan (*entertainment*). Di bawah *holding* MRA kini bernaung 5 divisi, yaitu makanan dan minuman (*food and beverages*), media, otomotif, gaya hidup dan hiburan, serta hotel dan *properties*. Semua divisi itu memiliki segmen yang sama, yaitu gaya hidup ("Yes, It's A Funky Business!" *Swa*, No.12, 14-27 Juni 2001).

Majalah *Swa* menulis bahwa bisnis mereka yang terbagi dalam 5 divisi itu pada dasarnya memiliki benang merah, yaitu gaya hidup. Menurut Soetikno, kelompoknya memilih gaya hidup sebagai lahan bisnis karena alasan manusiawi, bahkan melekat dalam *nature* manusia.

"Pada dasarnya hidup manusia tidak bisa lepas dari kebutuhan terhadap hiburan dan yang berbau gaya hidup.

Terutama dengan semakin majunya kehidupan manusia dari segi ekonomi, ia akan semakin membutuhkan hiburan dan gaya. Artinya, terhadap hiburan dan gaya hidup akan terus tumbuh, peluang terus berkembang." ("Versi Kerdil Viacom News Corporation dan Hearst Corporation," *Swa*, No.12, 14-27 Juni 2001).

2. Format Siaran Radio *Hard Rock FM 87,6 Jakarta*

Presentasi utama radio *Hard Rock FM (HRFM)* adalah musik, meliputi *hits-hits* yang sudah lampau, saat ini, serta yang akan datang. Musik yang ditampilkan juga disebut sebagai *pop cross over music*, yang merupakan gabungan *hot adult contemporary*, *contemporary hits radio*, *mainstream*, *modern rock*, dan sebagainya (www.hardrockfm.com). Setiap bulan program siaran memiliki tema spesial yang menjadi pedoman bagi keseluruhan program yang diangkat pada bulan itu. Misalnya, bulan Juli yang dikenal umum sebagai bulan liburan (terlebih dengan asosiasi musim panas/*summer*), tema yang diangkat adalah *Let Loose and Take a Holiday*. Kemudian pada bulan April 2002, saat ulang tahun keenam, tema yang diangkat *I Wanna Six You Up*. Pada bulan Agustus 2002, yang selalu dikaitkan dengan hari kemerdekaan, tema yang diangkat adalah *freedom*.

/// Analisis Konsumsi Teks

Identifikasi *Hard Rock FM* terhadap khalayaknya adalah mereka yang berusia 20-30 tahun dengan status sosial kelas menengah atas (*middle-upper class*), *YIFFIES* (*young, individual, freedom minded and view*) atau muda, individual, berpikiran dan berpandangan bebas, dan *the socialite people*. Mereka dipertimbangkan sebagai konsumen yang paling baik karena mereka, *the socialite people*, selalu mengikuti *trend*, mempunyai naluri tajam terhadap perkembangan teknologi, dan yang terpenting adalah yang mereka bayarkan (uang). *The socialite* sendiri adalah mereka yang mencari kesenangan, menyukai sosialisasi, memiliki rasa percaya diri, dan reaksioner terhadap perubahan dan impulsif (www.hardrockfm.com).

"Secara psikografis, khalayak *Hard Rock FM* adalah mereka yang mau lulus, sudah kerja, mau lulus sambil kerja, sudah lulus, uangnya tidak begitu banyak, tidak miskin amat-amat, tapi *high spending*. Misalnya, kalau *gue pengen* sesuatu, *gue* pakai kartu kredit, walaupun lagi tidak punya uang. Jadinya, bedanya dengan *Trijaya*, itu untuk mereka yang sudah mapan, pakai dasi. *Hard*

Rock tidak, *Hard Rock* lebih untuk mereka yang masih suka *ngutang*, kredit, tapi maunya macam-macam dan masih suka ke klub.” (Andini Wijendaru, wawancara dengan Rusli, *Music Director Hard Rock FM dan MTV On Sky*).

Target khalayak *Hard Rock FM* muncul disebabkan oleh adanya gaya hidup dan perubahan sosial yang berakibat dramatis terhadap motivasi, keinginan, dan hasrat kaum muda dalam tiga dekade terakhir ini.

Sejak awal 1960-an, terdapat tiga kelompok generasi dengan kekhasan masing-masing. *The Baby Boomers* yang mendominasi tahun 60-an dan 70-an, *The F.L.Y.E.R.S: Fun-Loving Youth En Route to Success* di tahun 80-an dan sekarang, *Generation X* atau Generasi X.

Generasi X secara rutin mengacu pada konsep-konsep yang disebut *twentysomethings* atau *thirtysomethings*, *Baby Busters*, *Thirteeners* dan *YIFFIES*. Generasi X adalah mereka yang lahir antara tahun 1961-1981. Kelompok ini muncul dengan berkiblat ke Amerika, di mana kelompok *Baby Boomers* yang terkenal mendominasi tahun 60an dan 70an merupakan orangtua dari Generasi X. Sesuai namanya, istilah *Baby Boomers* muncul akibat lahirnya 76 juta bayi di Amerika setelah Perang Dunia II, sehingga dikatakan *booming* (www.metro2000.net).

Kaum muda sendiri, memang memiliki karakter khusus yang membedakan mereka dengan kelompok masyarakat lain. Dalam masyarakat industri modern kaum muda merupakan kelompok yang berada dalam periode transisi—dari anak-anak yang amat bergantung, menuju masa dewasa yang mandiri (Lury, 1996: 195).

Setelah Perang Dunia II, berkat keadaan ekonomi yang membaik, kaum muda mengembangkan budaya dengan karakteristik-karakteristik tertentu. Pertama, mereka memiliki budaya yang mementingkan waktu untuk bersenang-bersenang dan bersantai daripada bekerja. Kedua, hubungan sosial kaum muda banyak dilakukan dalam suatu kelompok bermain (*peer group*) dengan rasa kolektivitas tinggi. Ketiga, budaya kaum muda selalu berhubungan dengan gaya (*style*). Lahirnya pelbagai gaya berbeda dari kaum muda disebabkan oleh persilangan kelas sosial, gender, dan ras (Lury, 1996: 96).

■ Analisis Sociocultural Practice

Analisis *sociocultural practice* melihat keadaan sosial dan budaya masyarakat sejak dulu hingga sekarang dalam melihat seks. Analisis ini banyak menggunakan acuan keadaan masyarakat di Amerika.

Masuknya pengaruh dari Amerika berawal dari banyaknya penelitian yang dilakukan oleh pemerintah Amerika Serikat terhadap negara yang sedang berkembang pada tahun 1950an.

Seperti diungkapkan Dorodjatun Kuntjoro-Jakti, modernisasi dan industrialisasi yang meluas itu kemudian membawa dampak pada pola kehidupan yang juga mengacu pada dunia Barat. Pengejawantahan yang paling terlihat adalah pola konsumsi kota yang kemudian diberi status yang tinggi dan hanya dapat dinikmati golongan tertentu (Dorodjatun Kuntjoro-Jakti, "Mau Ke Mana Kita dengan Pembangunan Ekonomi Ini?" *Prisma* 10, November 1978: 13). Akibatnya, masyarakat di negara berkembang banyak melihat dan mengacu pada dunia Barat dalam banyak hal termasuk gaya hidup dan cara berpikir.

≡ **Perkembangan Pemahaman Seksualitas di Amerika dan Eropa**

Perkembangan dalam melihat seksualitas di Amerika dapat dilihat sejak abad ke-17 saat pria dan wanita yang bermigrasi dari Eropa ke daerah koloni Inggris itu membawa nilai-nilai kepercayaan mereka tentang seksualitas yang dibentuk oleh kaum reformasi Protestan. Ketika itu kaum Protestan Inggris menolak gagasan yang mengharuskan pendeta tidak menikah. Gagasan mereka adalah perkawinan dapat diterima hanya sebagai cara menyalurkan nafsu dan mencegah dosa seksual. Dengan demikian, pernikahan, selain untuk memproduksi anak, dapat menjustifikasi hubungan seksual (D'Emilio dan Freedman, 1988: 4).

Pada perkembangan selanjutnya, sikap masyarakat terhadap seksualitas juga sangat dipengaruhi ajaran agama yang dianut masyarakat. Sikap represif terhadap seksualitas itu dapat terlihat pada zaman Ratu Victoria (era Victorian) di Inggris pada abad ke-18. Masa berkuasanya Ratu Alexandria Victoria yang dimulai pada tahun 1837 sampai awal abad ke-19 ini adalah masa yang sangat represif terhadap seks. Saat itu mekanisme represi terhadap seks dimulai pada abad ke-17 ketika proses pembentukan nilai-nilai kejiwaan (moral) dilakukan dengan memperberat larangan-larangan, mementingkan sikap menahan diri, menghukum perilaku seksual yang dianggap menyimpang, kewajiban menjaga kesopanan, menabukan pembicaraan mengenai seks, dan sebagainya (Gunawan, 2000: 97).

Konsep baru dalam agama dan politik juga mempengaruhi seksualitas. Pada permulaan tahun 1740-an. Kebangkitan agama

yang dikenal dengan *the Great Awakening* mendorong individu bertanggungjawab atas tindakan mereka sendiri, dan peraturan negara tentang moralitas menjadi hilang. Setelah Perang Revolusioner (*Revolutionary War*), perubahan bertahap Gereja Protestan kemudian memperlemah hubungan antara negara dengan gereja. Akhirnya, saat mengejar kesenangan individu, memberikan kenyamanan pada pasangan suami atau istri menjadi tujuan hubungan seksual dan bukan lagi untuk prokreasi (D'Emilio dan Freedman, 1988: 40).

Pada tahun 1920-an, masyarakat Amerika benar-benar memasuki era baru seksual. Nilai positif baru diberikan pada erotisme bersamaan dengan terjadinya pertumbuhan ekonomi kaum muda. Seks kemudian diasosiasikan dengan kesenangan dan ekspresi diri yang dikomersialisasikan. Mengejar cinta, visualisasi erotis dalam kebudayaan populer, interaksi sosial antara laki-laki dan perempuan di publik, legitimasi kepentingan perempuan dalam seksual, semua hal ini dapat ditemui di Amerika pada tahun 20an (D'Emilio dan Freedman, 1988: 40).

Karakteristik lain, dibandingkan dengan masa lampau, masyarakat Amerika tampaknya telah menerima seksualitas. Seks didiskusikan dan ditampilkan, meskipun hanya melalui majalah, atau film-film Hollywood. Hal ini bisa terjadi salah satunya, karena perubahan bertahap menuju ekonomi konsumen (D'Emilio dan Freedman, 1988: 233).

Di Indonesia sendiri, dalam khasanah kepustakaan klasik, seks dan hubungan seks telah dijadikan wacana tersendiri, misalnya dalam kitab *Gatoloco*, *Serat Centhini*, *Prem Sagar*, dan *Gita Govinda*. Kitab-kitab itu memang bertujuan mengetengahkan seks, namun tidak dalam konteks memprovokasi fantasi erotis. Aktivitas seksual dalam konteks itu hanya dimaksudkan sebagai penanda, metafora atau pokok persoalan lain yang mungkin tidak terkesan saling bersangkutan paut (www.sudut.or.id/cybersex/cybersmut, "Cybersmut dan Cybersex: Digitalisasi Syahwat, Robotisasi Tubuh," 16 Mei 2001). Kitab dan karya sastra itu cenderung melihat pada unsur filosofis dan spritual.

Namun demikian, perilaku seks manusia berhubungan erat dengan perkembangan sosial budaya masyarakat. Pada masyarakat tradisional, mungkin sikap dan perilaku seks dimaknai sebagai sikap dan perilaku privasi yang hanya boleh ada, dilakukan, serta diperbincangkan dalam hubungan suami istri. Namun demikian, dalam masyarakat yang sedang bertransformasi dari agraris atau

tradisional ke modern sekarang, perilaku seks secara tertutup dipandang sebagai nilai tradisional. Sejalan dengan itu pengenalan nilai-nilai seksual secara terbuka, tidak sopan (vulgar), dan bebas dianggap sebagai nilai baru dan lebih cocok bagi masyarakat modern. Seks tidak lagi tertutup dan rahasia karena kerahasiaan adalah konservatif (Bungin, 2001: 36).

■ DISKUSI

Acara *Guys Talk* di radio *Hard Rock FM* dalam setiap episode membicarakan seks yang dilakukan untuk mencari kenikmatan, teknik-teknik bagaimana kenikmatan itu bisa diperoleh, variasi yang bisa dilakukan dalam melakukan hubungan seks, sikap permisif terhadap homoseksualitas, pengalaman seks yang dimiliki bisa dibagi-bagi kepada siapa saja, seks adalah sarana bereksperimen atau coba-coba, dan seks bisa dilakukan kapan saja.

Semua hal tentang pria dibahas dalam acara itu dan selalu berhubungan dengan hiburan dan gaya hidup (*entertainment and lifestyle*), slogan yang kemudian menjadi pegangan mereka dalam mengemas acara. Pada dasarnya pendiri Mugi Rekso Abadi (MRA), induk perusahaan radio ini, yaitu Soetikno Soedarjo, menyadari bahwa gaya hidup memang menjadi bagian yang takkan terlepas dari kehidupan manusia.

Idi Subandy Ibrahim mengungkapkan bahwa saat ini memang simbol-simbol seksualitas dikonsumsi masyarakat guna mengisi waktu senggang. Perubahan masyarakat menjadi kelompok masyarakat industri membuat mereka memiliki waktu senggang (*leisure time*) yang lebih sedikit. Dengan waktu senggang yang lebih sedikit itu masyarakat industri mencari segala sesuatu yang cepat dan instan, yang bisa melepaskan ketegangan menjadi lebih diminati, termasuk seks. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan seksual (*sex acts*) tidak lagi hanya bertujuan prokreasi (memiliki anak), namun telah berkembang untuk mencari kesenangan.

Mengangkat tema seks dalam media banyak dilakukan dalam pelbagai bentuk, mulai konsultasi seks, artikel kesehatan tentang hubungan suami istri, sampai acara bincang-bincang tentang seks. Acara bincang-bincang (*talkshow*) dalam media seperti televisi atau radio—semisal acara *Guys Talk* ini—umumnya dibawakan dalam suasana yang cenderung santai dan tidak terlalu serius. Acara bertema seks dengan format santai dan sambil bergurau ini umumnya dilakukan karena memang ada keinginan pihak media membawa seks ke dalam ruang publik dan membuang anggapan

bahwa seks tabu untuk dibicarakan. Dengan begitu seks bisa dibicarakan dengan nyaman tanpa terganggu rasa takut.

Format acara seperti itu sebenarnya bisa membawa dampak tersendiri. Seks yang sebetulnya harus ditanggapi dan dipahami dalam lingkup formal kemudian terbawa ke lingkup santai yang berlebih dan cenderung dijadikan sebagai bahan gurauan. Seks kemudian ditanggapi dan dibicarakan sambil tertawa, dengan bahasa-bahasa kiasan yang cenderung asosiatif dan menjurus arah negatif. Seks telah dijadikan obrolan biasa.

Peneliti melihat hal ini disebabkan oleh kebiasaan masyarakat kita menutup-nutupi seks sebagai sesuatu yang tabu dibicarakan dan didiskusikan. Saat akhirnya seks dibawa dalam ruang publik dan disebarluaskan, terjadi euforia kebebasan sehingga seks diperbincangkan sambil tertawa-tawa, bahkan terkesan bukan hal yang serius.

Dalam *Guys Talk*, peneliti melihat seks juga tidak dimengerti secara keseluruhan. Umumnya, seks dibahas dari sisi biologis dan genitalnya saja. Padahal seharusnya seksualitas dipahami sebagai keseluruhan pribadi, emosi, dan perasaan manusia. Ia tidak boleh dipisahkan dari aspek sosial dan kebudayaan masyarakat yang ada.

Dalam acara ini penekanan terbesar diberikan pada teknik-teknik dalam melakukan hubungan seks atau bagaimana seks itu seharusnya dilakukan. Hal ini tidak terlepas dari penekanan lainnya, yaitu kenikmatan dan kepuasan berhubungan seks. Dalam *Guys Talk* teknik-teknik tentang bagaimana seks dilakukan bertujuan mencapai kenikmatan yang menurut istilah mereka adalah 'kenikmatan duniawi.'

Di sini jelas terlihat bahwa seks memang tidak pernah ditampilkan secara menyeluruh. Seperti diungkapkan Erich Fromm bahwa dalam lingkup masyarakat yang kapitalistik sekarang, penekanan utama adalah tentang bagaimana mencapai kenikmatan melalui teknik-teknik berhubungan. Persetubuhan kini lebih mementingkan teknik seperti halnya industri mengutamakan teknik produksi.

Pemahaman tentang seksualitas tidak dapat dipisahkan dari lingkup budaya yang memahaminya. Seksualitas saling berhubungan dengan pelbagai aspek sosial, psikologi, dan struktur ekonomi (Dean, 1996: xiv). Ketika berbicara tentang seks, seharusnya orang juga membicarakan lingkungan sosial, dan budaya. Michel Foucault melihat bahwa seksualitas dapat dipahami tanpa melepaskan aspek sejarah dan praktik-praktik sosial. Saat

membicarakan seks kita hanya mementingkan soal bagaimana dan dengan cara apa dilakukan. Padahal itu belum utuh sebelum mengaitkannya dengan aspek lain seperti lingkungan sosial dan budaya.

Adalah menarik melihat aspek keadaan sosial dan budaya masyarakat karena masyarakat kita, atau dalam konteks ini, khalayak pendengar radio *Hard Rock FM*, berada dalam golongan kelas A dan termasuk dalam masyarakat kapitalis yang selalu berusaha mengejar kenikmatan. Tidak heran jika kemudian apa yang ditampilkan dalam *Guys Talk* juga sama dengan gambaran pendengar. Mereka berusaha mencari kesenangan dan kenikmatan termasuk dalam kehidupan seks. Hedonisme yang menganjurkan orang mencari kenikmatan sebanyak-banyaknya menjadi bagian dari hidup mereka. Khalayak yang disebut *the socialite* (mereka yang senang bersosialisasi) itu bersikap reaksioner terhadap perubahan, mencari sesuatu yang baru, dan selalu berusaha mencari kesenangan.

Menurut Williams, ideologi memiliki tiga terminologi. Pertama, ideologi merupakan sistem kepercayaan yang dimiliki kelompok atau kelas tertentu. Di sini ditemukan bahwa kelompok media, yaitu *Hard Rock FM (HRFM)*—atau jika ingin menarik lebih jauh yaitu kelompok Mugi Rekso Abadi (MRA)—memiliki sistem kepercayaan bahwa seks adalah sesuatu yang bebas, individual, dilakukan atas dasar mencari kesenangan, dan mengutamakan teknik-teknik (*how to*) bagaimana melakukannya. Sistem kepercayaan ini, menurut Williams, ditentukan oleh masyarakat tempat ia tinggal dan bukan pengalaman seseorang. Masyarakat tempat kelompok itu tinggal, kata Williams, ikut membentuk sistem kepercayaan yang dimiliki kelompok itu. Jika dikaitkan dengan keadaan masyarakat saat ini, berarti kemunculan ideologi kelompok *HRFM* yang melihat seks sebagai sesuatu yang bebas disebabkan oleh masyarakat sekarang yang pada dasarnya juga mulai melihat seks sebagai sesuatu yang bebas.

Terminologi kedua menurut Williams, ideologi yang dimiliki kelompok tertentu digunakan mendominasi kelompok lain yang *tidak dominan*. Kelompok dominan itu menggunakan ideologi guna disebarkan sedangkan kelompok lain melihatnya sebagai sesuatu yang wajar dan benar. Ideologi di sini kemudian diterima sebagai kebenaran. Ideologi kebebasan seksual *HRFM* atau MRA—sebagai kelompok dominan—disebarkan melalui media melalui acara *Guys Talk*. Seks, oleh *Guys Talk* dilihat sebagai sesuatu yang bebas, in-

dividual, boleh dilakukan kapan saja, disebarluaskan ke kelompok subordinat dan diterima sebagai kebenaran dan wajar. Perilaku seks tertentu yang semula tabu itu lalu juga dilihat kelompok subordinat itu sebagai hal yang sah dan boleh dilakukan karena dianggap sebagai kebenaran.

Terminologi ketiga, menurut Williams, adalah tentang produksi makna dan ide. Ideologi di sini berarti istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna. Hal ini terkait dengan bagaimana *HRFM* mengemas *Guys Talk* sehingga menghasilkan makna tertentu tentang seks. Kata-kata apa saja yang dipilih untuk menjelaskan teknik tertentu, lalu kata apa yang diberikan tekanan tertentu ikut memberikan makna tersendiri dalam benak khalayak. Seks kemudian menjadi hal yang begitu mengasyikkan saat mereka mengucapkannya dengan penekanan dan intonasi tertentu. Hal ini turut mengesahkan ideologi yang mereka miliki.

Jadi, apa yang ditampilkan di *Guys Talk* tidak bisa dilepaskan dari kepentingan banyak pihak. Kepentingan pemilik modal, PT MRA, yang menjalankan bisnis hiburan dan gaya hidup membuat *Guys Talk* mengemas seks sebagai sarana memperoleh hiburan dan bagian gaya hidup khalayak mereka. Saat berbicara bisnis *Guys Talk* tidak boleh melepaskan selera dan keinginan khalayak mereka sendiri yang menginginkan unsur seks terus muncul dalam setiap episode. Bila *Guys Talk* tidak bisa memenuhinya, acara ini akan kehilangan pendengar dan *HRFM* akan kehilangan pemasukan iklan. Hal ini tentu tidak menguntungkan dari segi bisnis.

Ideologi kebebasan dan semangat kebebasan yang dibawa dari *Hard Rock Cafe* ikut mempengaruhi isi *Guys Talk* yang kemudian juga melihat seks sebagai sesuatu yang bebas dan individual. Masuknya pengaruh *Hard Rock Cafe* dari Amerika membuat *HRFM* menampilkan segala hal yang juga berbau Amerika. Saat Amerika melihat homoseksualitas sebagai suatu perilaku seks yang wajar dan bisa diterima, *HRFM* juga menganggapnya demikian. Dengan demikian, kebebasan dan individualisme telah menjadi ideologi dari *HRFM*.

■ KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis teks, peneliti menemukan beberapa pembingkai dalam acara *Guys Talk*, di antaranya adalah seks mengutamakan kenikmatan dan kepuasan, sikap permisif terhadap homoseksualitas, seks merupakan sarana bereksperimen, seks bisa dilakukan kapan saja, seks mengutamakan teknik-teknik, seks

adalah tentang variasi, dan pengalaman seks untuk dibagi. Dari pembingkaiannya tersebut ada dua pembingkaiannya yang paling menonjol, yaitu seks mengutamakan teknik dan seks mengutamakan kenikmatan. Dalam setiap episode yang dianalisis, peneliti selalu menemukan kedua hal tersebut.

Acara *Guys Talk* melihat seks sebagai hal yang menyenangkan dibicarakan beramai-ramai. Suasana santai yang ditampilkan kedua penyiar menunjukkan bahwa radio *Hard Rock FM (HRFM)* ingin menekankan unsur hiburan dalam program yang dimilikinya. Hal ini tidak terlepas dari semboyan radio ini, yaitu *lifestyle and entertainment station* (stasiun gaya hidup dan hiburan) sehingga segala hal yang ditampilkan radio ini tidak pernah bisa dilepaskan dari kedua unsur itu. Mulai topik yang diangkat, gaya bicara penyiar, kata-kata yang digunakan, musik yang ditampilkan, sampai cara pandang mereka tentang seks selalu terkait dengan gaya hidup dan hiburan.

Seks, oleh *HRFM* juga dilihat sebagai bagian dari gaya hidup dan hiburan: seks bisa dilakukan siapa saja, kapan saja dan dengan siapapun juga. Topik seputar seks yang diangkat berhubungan dengan gaya hidup. Selain itu seks juga bisa dibicarakan dengan siapa saja sebagai usaha memperoleh hiburan dan melepas ketegangan.

Adanya reaksi pendengar tentang acara ini juga menunjukkan bahwa pada dasarnya masyarakat, dalam hal ini khalayak *HRFM*, lebih permisif dan mentoleransi, serta cenderung terbuka dalam melihat seks. Perilaku seks yang dulu dianggap aneh dan tidak boleh dilakukan tidak lagi dianggap aneh dan sudah dilakukan oleh sebagian dari mereka.

Melihat topik yang diangkat selalu seputar seks, begitu pula cara pengemasan yang santai, peneliti menyimpulkan bahwa *Guys Talk* memiliki ideologi yang bebas tentang seks. Acara ini melihat seks sebagai sesuatu yang bebas, individual, subyektif, dan hedonis, sesuai dengan unsur-unsur ideologi kebebasan seksual yang diajukan oleh Frans-Magnis Soeseno.² Seks merupakan urusan individu masing-masing. Selama tidak merugikan pihak lain, perilaku seks apapun bebas dilakukan. Seks yang dilakukan juga hanya bertujuan memperoleh kenikmatan sebanyak-banyaknya. Ideologi kebebasan seksual yang tecermin melalui *Guys Talk* dianggap sebagai upaya kelompok dominan *HRFM* untuk mensubordinasikan kelompok di bawah mereka, yaitu khalayak. Seks yang bebas itu lalu dipahami dan dianggap sebagai sesuatu

yang benar dan diterima sebagai suatu kewajaran oleh khalayak. Perilaku seks tertentu dianggap sebagai kewajaran dan diterima sebagai sesuatu yang benar. Dengan demikian, ada beberapa hal yang bisa mempengaruhi isi *Guys Talk*, antara lain semboyan radio *HRFM*—yaitu *lifestyle and entertainment station*, kepentingan bisnis perusahaan induk radio ini—yaitu PT MRA, keinginan khalayak, dan tentunya ideologi kebebasan yang dimiliki media.



² Menurut Franz Magnis Suseno dalam buku Pendidikan Kehidupan Keluarga (1993), bagian 'Etika Seksual,' etika seksual mengalami perubahan dan goncangan yang sangat mendalam seiring dengan perkembangan waktu. Kini ideologi kebebasan seksual yang baru memuat tiga unsur :

1. Paham mengenal kebebasan total. Ideologi ini mengatakan bahwa yang tidak merugikan atau mempersulit kehidupan orang lain boleh saja dilakukan. Se jauh tidak merugikan orang, seseorang bebas bersikap terhadap seksualitasnya sekehendak hatinya.
2. Subyektivisme dan individualisme. Hubungan seks dianggap urusan antara dua individu dan bukan urusan masyarakat. Selama dua individu tersebut sama-sama mau, maka masyarakat dianggap tidak berhak mencampuri mereka. Paham bahwa hubungan pria-wanita termasuk kepentingan masyarakat dan berhak diatur oleh masyarakat ditolak.
3. Hedonisme adalah ajaran yang mengatakan bahwa manusia berhak selalu mencari nikmat sebanyak-banyaknya. Hedonisme itulah yang diusahakan terus-menerus. Dalam hedonisme ada

■ DAFTAR PUSTAKA

/// Buku

- Abelove, Henry, Michele Aina Barale, David M. Halperin (ed.), *The Lesbian and Gay Studies Reader*, London: Routledge, 1993.
- Andersen, Robin, Lance Strate (ed.), *Critical Studies in Media Commercialism*, New York: Oxford University Press, 2000.
- Budiman, Kris, *Feminografi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Bungin, Burhan, *Erotika Media Massa*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001.
- Chaniago, Andrinof A., *Gagalnya Pembangunan: Kajian Ekonomi Politik terhadap Akar Krisis Indonesia*, Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2001.
- Crissel, Andrew, *Understanding Radio*, Second Edition, Routledge, 1994.
- D'Emillio, John, Estelle B. Freedman, *Intimate Matters: A History of Sexuality in America*, New York: Harpers & Row Publishers, 1988.
- Eriyanto, *Analisis Wacana*, Yogyakarta: LKIS, 2001.
- Fairclough, Norman, *Media Discourse*, New York, Edward Arnold, 1995.
- Foucault, Michel, *Seks dan Kekuasaan: Sejarah Seksualitas*, Jakarta: Gramedia, 1997.
- Gunawan, FX Rudy, *Mendobrak Tabu: Seks, Kebudayaan, dan Kebejatan Manusia*, Yogyakarta: Galang Press, 2000.
- Henslin, James M., Edward Sagarin, *The Sociology of Sex: An Introduction Reader*, New York: Schocken Books, 1978.
- Ibrahim, Idi Subandy, Dedy Djamaluddin Malik, *Hegemoni Budaya*, Yogyakarta: Bentang Budaya, 1997.
- Keith, Michael C., *Radio Production: Art and Science*, London: Focal Press, 1990.
- Kelly, Gary F., *Sexuality Today: The Human Perspective*, Connecticut: The Dushkin Publishing Group Inc., 1988.
- Konseng, Anton, *Menyingkap Seksualitas*, Jakarta: Obor, 1995.
- Lesmana, Tjipta, *Pornografi dalam Media Massa*, Jakarta: PT. Penebar Swadaya, 1995.
- Lull, James, *Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1997.
- Magnis-Suseno, Frans, *Pendidikan Kehidupan Keluarga*, Jakarta: Obor, 1993.
- McQuail, Dennis, *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.
- Nugroho, Bimo, Eriyanto, Frans Surdiansis, *Politik Media Mengemas Berita*, Yogyakarta: Lkis, 1999.
- Saifudin, Ahmad Fedyani; Irwan Martua Hidayana, *Seksualitas Remaja*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999.
- Shoemaker, Pamela J., Stephen D. Reese, *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, 2nd ed., USA: Longman, 1996.
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana*,

Analisis Semiotik, dan Analisis Framing, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

Weeks, Jeffrey, *Sex, Politics, and Society*, London: Longman: 1989.

/// **Artikel**

Armando, Ade, "Catatan Media: Sex Files," *Republika*, 6 Juni 1999.

Nugroho, Boyke Dian, "Pergeseran Nilai Perilaku Seks di Kalangan Muda Ibukota," makalah Seminar Kesehatan: Perilaku Seks di Kalangan Muda Ibukota dan Penyakit Hubungan Seksual, 30 Maret 1996.

Kuntjoro-Jakti, Dorodjatun, "Mau Ke Mana Kita dengan Pembangunan Ekonomi Ini?" *Prisma*, 10 November 1978.

Darmawan, Hikmat, "Catatan Media: Seks ABG ala Dawson," *Republika*, 12 September 1999.

Yuswohady, "Kosmo," *Tabloid Marketing* No.19/1/25-31 Oktober 2001.

Kompas, "Intim di Udara, Seks di Udara..." 17 Juni 2001.

Kompas, "Radio, 'Trendsetter' Kawula Muda," 27 Agustus 2000.

Forum Keadilan, "Pertanda Dunia Semakin Tua," 26 Mei 2002.

Sua, "Kibar Jagonya Pengemas Gaya Hidup," No.12/XVII/14-27 Juni 2001.

Sua, "Versi Kerdil Viacom News Corporation dan Hearst Corporation," No.12/14-27 Juni 2001.

Sua, "Yes, It's A Funky Business!" No.12/XVII/14-27 Juni 2001.

/// **Jurnal**

Akhmad Zaini Akbar, "Aliran Empiris dan Kritis dalam Penelitian Komunikasi Massa", *Jurnal Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi* Vol. III/April 1999

Jurnal Media Watch, "Dari Surat Homo sampai 'Wah, Gede Banget,'" edisi 3 tahun I, Juli 2000.

Jurnal Media Watch, "Konsultasi Seks di Koran: dari CD hingga ML," edisi 10, April-Mei 2001.

Jurnal Media Watch, "Media Cetak Mesum Justru Semakin Berkibar," edisi 11, Juni 2001.

Jurnal Media Watch, "Trilogi di Lampu Merah dan Pos Metro," edisi 21, Juni 2001.

/// **Skripsi**

Ghifari, Asih Widayanti, "Pengaruh Sosialisasi Keluarga dan *Peer Group* terhadap Sikap dan Perilaku Keserbabolehan dalam Hubungan Antarjenis," FISIP UI, 1993.

Godrat, Helmi, "Media Massa dan Pendidikan Seks," FISIP UI, 1997.

Wijendaru, Andini, "Spasialisasi, Hegemni, Budaya Pop: Kasus PT MRA Holding Company," FISIP UI, 2001.