



---

**MEDIA MASSA VS MEDIA SOSIAL : KONSTRUKSI REALITAS PEREMPUAN**

**Rani Zubaida**

Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia

Email: ranizubaida3@gmail.com

---

**Artikel info**

**Artikel history**

Diterima : 25-03-2021

Direvisi : 08-04-2021

Disetujui : 17-04-2021

**Keywords:**

social media, mass  
media, reality  
construction, women

---

**Abstract:** *The purpose of this study is to collect, study, summarize, and analyze studies on the construction of the Reality of Women in Mass Media and Social Media from various existing theories in the Mass Communication paradigm. This study used descriptive qualitative method. The search was carried out on the Google Scholar Database using the keywords mass media, social media and the construction of women's reality. Several full-text articles are used as references in this study to get a perspective on the construction of the reality of women in mass media and social media. Then in this study also discusses the theory that can be used to expand the study of mass media and the effects caused by the theory of the mass communication paradigm. The results discuss a) Social Media and Mass Media, and b) gender bias. In both the mass media and social media, gender bias still occurs. Various stereotypes about women still prevail, even in the media enjoyed by the upper classes.*

**Kata Kunci:**

media sosial, media  
massa, konstruksi realitas,  
perempuan.

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk menghimpun, mengkaji, merangkum, dan menganalisis kajian-kajian tentang konstruksi Realitas Perempuan di Media Massa dan Media Sosial dari berbagai teori yang ada dalam paradigma Komunikasi Massa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pencarian dilakukan pada Database Google Scholar menggunakan kata Kunci media massa, media social dan konstruksi realitas perempuan. Beberapa artikel teks lengkap yang menjadi acuan dalam penelitian ini untuk mendapatkan perspektif mengenai konstruksi realitas Perempuan di Media Massa dan Media Sosial. Kemudian dalam penelitian ini juga mendiskusikan mengenai teori yang bisa dipakai untuk memperluas kajian mengenai media massa dan efek yang ditimbulkan dengan teori dari paradigma komunikasi massa. Hasil membahas mengenai a) Media social dan Media Massa, dan b) bias gender. Baik dalam media massa maupun media social bias gender masih terjadi. Berbagai stereotip tentang perempuan masih berlaku, sekalipun dalam media yang dinikmati oleh kalangan atas sekalipun.

---

**Koresponden author: Rani Zubaida**

Email: ranizubaida3@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

CC BY SA

2021



---

## Pendahuluan

Perempuan dalam segala aspek di kehidupan manusia memiliki tingkat yang lebih rendah dibandingkan laki-laki. Alasan bahwa perempuan makhluk yang lemah, hanya sebagai ibu rumah tangga, dan dalam hal rumah tangga harus patuh terhadap suami. Memang pada dasarnya perempuan harus patuh terhadap suami, tapi tidak ada salahnya ketika seorang perempuan di luar juga berkarier. Segala hal laki-laki menjadi penguasa atau laki-laki memiliki kekuasaan. Pandangan ini kemudian disebut dengan budaya patriarki (Susanto, 2015).

Kejadian ini biasa dialami oleh perempuan yang ada di desa atau pelosok. Perempuan desa dan perempuan kota memiliki beberapa perbedaan dalam banyak hal. Perempuan desa yang patuh terhadap segala aturan, norma dan adat yang ada dalam masyarakat membuat mereka terkungkung di lingkungannya. Sedangkan perempuan kota yang lebih modern memiliki kebebasan berekspresi dibanding perempuan desa (Thung, 2015).

Seiring berkembangnya waktu, teknologi semakin canggih dan mulai merambah ke beberapa daerah yang kami maksud “desa”. Perkembangannya, mulai ditemukan mesin cetak kemudian hingga akhirnya pada era elektronik ditemukannya televisi dan lainnya. Televisi pun awalnya hanya terbatas, karena berkaitan dengan harga yang belum terjangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah. Hanya orang-orang tertentu yang memilikinya. Namun, di era saat ini bahkan dalam setiap rumah memiliki lebih dari satu televisi.

Televisi sebagai media massa memiliki pengaruh yang cukup signifikan pada saat itu, karena televisi memiliki audiens yang cukup tinggi. Meskipun ada media massa lain, seperti koran, majalah dan film, bahkan pada awal tahun 2000an internet mulai mudah dijangkau (Hadi et al., 2020).

Media massa menurut (Morissan, 2013) menyebutkan bahwa media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala. Media massa memiliki karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar atau luas dan bersifat public, yang artinya media massa memiliki cakupan dalam jumlah besar sehingga memungkinkan seseorang yang sering tampil di media massa akan dikenal oleh public.

Dengan berkembangnya teknologi dalam berbagai bidang, khususnya bidang telekomunikasi, seperti gadget dan internet, membuat mereka yang berada jauh dari hiruk pikuk kota bisa mengakses segala hal dengan mudah melalui gadget tersebut. Hingga saat ini yang mana segala sesuatu bisa kita akses melalui internet yang ada di gadget atau smartphone dari berbagai daerah, bahkan yang kita sebut “desa” sebelumnya.

Hadirnya internet sebagai awal mula perkembangan teknologi kemudian lahir banyak media social-media social yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dengan siapapun, dari berbagai daerah, sehingga mereka bisa tetap terhubung dengan adanya aplikasi yang mendukung mereka untuk tetap berkomunikasi, seperti Facebook, Twitter, Instagram,

Whatsapp, Telegram dan lain sebagainya.

Perkembangan media social kemudian berkembang dengan pesat yang dimanfaatkan oleh banyak pihak sebagai media dalam berbagai bidang, terutama dalam hal iklan dan pemberitaan. Dalam hal pemberitaan, baik berita yang mengandung entertain atau bahkan *citizen journalism* termuat di media social, dan mereka memuat berita tersebut dengan cepat, sehingga memungkinkan pembaca dengan cepat dapat mengikuti berita tersebut. Hal ini kemudian perlahan menggeser adanya media massa dengan banyak pertimbangan, baik fleksibilitas, kecepatan, dan cost.

Smartphone atau gadget memiliki 3 sifat tersebut. Namun hal ini juga rentan terhadap dampak buruk yang diberikan oleh media social. Media social, siapa saja bisa memberikan informasi mengenai segala hal, sehingga rentan terhadap kebohongan atau hoax, dan tidak dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, akun yang ada di media social juga rentan terhadap hacker yang bisa mengambil alih akun kita untuk memposting atas apa yang mereka ingin dengan berbagai tujuan, seperti menjatuhkan, mengadu domba atau bahkan membocorkan data. Sedangkan media massa memang lebih lamban dalam memberikan informasi, karena mereka melalui beberapa tahap, mengikuti peraturan dan etika dalam jurnalis. Namun mereka memiliki kredibilitas dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai informasi yang mereka sampaikan.

Bidang keilmuan social, baik dalam media massa ataupun media social, perempuan sering menjadi objek penelitian. Hal ini dikarenakan banyak sekali yang menarik dari perempuan, misal ketika kekuasaan yang dimiliki perempuan berada di atas laki-laki atau kelas social yang dimiliki perempuan diatas laki-laki, hal tersebut kemudian menimbulkan kebalikan dari budaya patriarki, yaitu matriarki (Rokhmansyah, 2016). Contoh lainnya yaitu dengan tubuh perempuan. Makna tubuh perempuan dalam sebuah iklan juga menjadi sorotan untuk diteliti, karena mengandung seksisme. Perubahan yang terjadi dalam kehidupan seorang perempuan, keunggulan perempuan, dan lain sebagainya. Kejadian-kejadian ini pun sebenarnya dialami oleh kaum laki-laki, namun menjadi hal luar biasa ketika dilakukan oleh seorang perempuan, karena stereotip- stereotip mengenai perempuan.

McLuhan dalam (Morissan, 2013) mengungkapkan bahwa “media adalah pesan” (*the medium is the message*). Jadi menurut McLuhan, media juga adalah salah satu yang berperan dalam penyampaian pesan. Kebanyakan orang lebih memfokuskan perhatian mereka terhadap isi atau pesan yang disampaikan melalui media. Namun, McLuhan disini mencoba menganalisa bahwa ada pengaruh pemilihan media terhadap pesan itu sendiri. Seperti ketika mendengarkan informasi dari radio yang hanya menampilkan audio saja, maka hal itu akan terasa berbeda ketika ditampilkan di televisi yang mana audiens dapat melihat tampilan visualnya. Televisi dapat menambahkan efek yang lebih dramatis.

Berbeda media massa, berbeda pula di media social. Dengan kecepatan yang dimiliki media social dan siapapun dapat memberikan informasi, maka informasi yang disampaikan kebanyakan tidak memenuhi unsur-unsur dalam jurnalisme tentang 5W + 1H. Hal ini kemudian menjadi suatu pemicu orang untuk berspekulasi dan menggiring opini masyarakat terhadap suatu masalah. Dengan adanya fenomena inilah, kemudian kami tertarik untuk meneliti bagaimana perbedaan media massa dan media social dalam mengkonstruksi perempuan.

## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan mengumpulkan sumber data yang berhubungan dengan topik pada penelitian ini yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal, buku, internet dan pustaka lain.

Penelusuran artikel publikasi pada google scholar menggunakan kata kunci yang dipilih yakni: media massa, media social dan konstruksi realitas perempuan. Artikel atau jurnal yang sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi selanjutnya diambil untuk dianalisis. Literature Review ini menggunakan literatur terbitan tahun 2012-2018 yang dapat diakses fulltext dalam format pdf dan scholarly (peer reviewed journals). Kriteria jurnal yang direview adalah artikel jurnal penelitian berbahasa Indonesia dengan subyek konstruksi perempuan di media massa dan media social. Jurnal yang sesuai dengan kriteria inklusi dan terdapat tema hubungan konstruksi realitas perempuan di media social dan media massa kemudian dilakukan review. Kriteria jurnal yang terpilih untuk review adalah jurnal yang didalamnya terdapat tema hubungan konstruksi realitas perempuan di media social dan media.

Kriteria	Inklusi
<b>Jangka Waktu</b>	Rentang waktu penerbitan jurnal maksimal 5 tahun (2012-2018)
<b>Bahasa</b>	Bahasa Indonesia
<b>Subyek</b>	Perempuan dalam Media Massa dan Media social
<b>Jenis Jurnal</b>	Original artikel penelitian (bukan review penelitian) Tersedia full text
<b>Tema Isi</b>	Konstruksi Realitas Perempuan di Media Sosial dan Media Massa

Literature Review ini disintesis menggunakan metode naratif dengan mengelompokkan data- data hasil ekstraksi yang sejenis sesuai dengan hasil yang diukur untuk menjawab tujuan jurnal penelitian yang sesuai dengan kriteria inklusi kemudian dikumpulkan dan dibuat ringkasan jurnal meliputi nama peneliti, tahun terbit jurnal, judul penelitian, metode dan ringkasan hasil atau temuan. Ringkasan jurnal penelitian tersebut dimasukkan ke dalam tabel diurutkan sesuai alfabet dan tahun terbit jurnal dan sesuai dengan format tersebut di atas. Untuk lebih memperjelas analisis abstrak dan full text jurnal dibaca dan dicermati. Ringkasan jurnal tersebut kemudian dilakukan analisis terhadap isi yang terdapat dalam tujuan penelitian dan hasil/temuan penelitian. Analisis yang digunakan menggunakan analisis isi jurnal, kemudian dilakukan koding terhadap isi jurnal yang direview menggunakan kategori perempuan dalam media. Data yang sudah terkumpul kemudian dicari persamaan dan perbedaannya lalu dibahas untuk menarik kesimpulan.

## Hasil dan Pembahasan

### Media Massa dan Media Sosial

Dalam literatur review ini menggunakan 3 jurnal, yaitu jurnal (Sutarso, 2012) yang berjudul Perempuan, Kekuasaan dan Media Massa: Sebuah Studi Pustaka (Komuniti, Vol.IV No. 1 Januari 2012), Universitas Muhammadiyah Surakarta dan (Rosyidah & Nurwati, 2019) yang berjudul Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram Vol. 9 No. 1, Universitas Padjajaran dan (Widaningsih, 2011) dengan judul Konstruksi Realitas Perempuan dalam Berita Harian Kompas, Universitas Sahid Jakarta.

3 jurnal ini, terdapat pembahasan yang sama mengenai keberadaan perempuan di media massa dan media social. Sebelum membahas mengenai bagaimana keberadaan perempuan di media massa dan media social, kita kaji lebih dalam lagi mengenai definisi dan cara kerja media social dan media massa.

Media sosial menurut (Scott & Jacka, 2011) adalah satu set teknologi yang berbasis web broadcast dimana memungkinkan demokratisasi atas isi, memberikan kesempatan kepada pengguna yang muncul sebagai konsumen dari isi menjadi publisher. Lanjut menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Adanya keragaman makna tentang keberadaan media sosial, yang terungkap adalah a) Media sosial dapat menjadi sarana untuk eksistensi diri yang merajuk dari publisher, menampung pemikiran, melepaskan pikiran, hiburan atau kepuasan, dan membangun jejaring sosial, b) Selain itu media sosial juga menjadi sarana yang sangat efektif untuk sharing, publikasi karya, membentuk komunitas, dan sarana edukasi pemikiran alternatif (kritis), c) media sosial dimaknai lebih memberikan kebebasan dan melepaskan narasumber dari ikatan nilai atau norma budaya, d) dialogis dan mempertajam pemikiran atau terbiasa menerima kritik, itu dapat terjadi karena media sosial dimaknai sebagai tempat berdebat, berargumentasi, mendapatkan respon atau apresiasi dari pengguna lain (Maryani, E., & Arifin, 2012).

Kemunculan media sosial sebagai ruang baru untuk berinteraksi, memudahkan masyarakat dan meningkatkan rasa ingin tahu akan dunia yang lebih luas. Media sosial juga dijadikan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan batin yang bersifat positif maupun negatif yang tidak dapat mereka lakukan di dunia nyata. Internet dan perkembangan teknologi informasi memiliki dampak baik positif dan negative, salah satunya perilaku menyimpang dan merusak dalam kehidupan remaja yang menjadikan mereka sebagai korban secara online (Dowdell, 2011;(Staksrud et al., 2013). Berdasarkan kutipan tersebut muncul konstruksi baru dalam perkembangan penggunaan media sosial yaitu remaja yang menggunakan internet dan media sosial telah membuka celah dalam diri mereka sendiri untuk menjadi korban bullying, pelecehan seksual, dan perilaku menyimpang lainnya. Hal ini dapat terjadi karena beberapa factor, yaitu a) media social dikelola secara pribadi yang tidak memiliki lembaga control, b) tidak memiliki *gate keeper* yang menyaring isi atau konten yang akan diposting.

Seperti yang sudah disinggung sebelumnya bahwa media massa adalah gambaran mengenai alat komunikasi yang mencakup massa yang luas. Media massa juga merupakan

sarana manusia untuk memahami realitas social yang mana dituntut untuk memiliki keseuaian dengan realitas social yang ada dan benar-benar terjadi, tanpa imbuhan dan tanpa pengurangan. Hal ini yang mengakibatkan media massa dianggap bersifat netral. Namun, pada nyatanya dibalik itu media saat ini ditunggangi atas kepentingan, konflik, dan dapat dijadikan sebagai alat kekuasaan dan arena pergulatan ideologi. (Widaningsih, 2011) Konstruksi Realitas Perempuan dalam Berita Harian Kompas, Universitas Sahid Jakarta).

Untuk menyajikan sebuah berita, media massa membutuhkan seorang jurnalis yang bertugas untuk mencari, mengumpulkan, serta mengolah berita yang nantinya akan disebarkan kepada masyarakat. Singkatnya tugas jurnalis yakni mengungkapkan fakta dan/atau pendapat yang mengandung fakta, menyampaikan kebenaran dan keadilan, menjelaskan permasalahan yang hangat serta mendidik masyarakat.

Berita atau informasi yang ditayangkan di media massa diliput oleh seorang yang memang berprofesi sebagai jurnalis dan sudah melalui gatekeeper dan juga dikontrol oleh berbagai Lembaga penyiaran. Oleh karenanya mengapa media massa sedikit lamban dalam menyajikan berita.

### **Bias Gender**

Salah satu jenis stereotype bersumber dari pandangan gender. Banyak sekali ketidakadilan terhadap jenis kelamin yang bersumber dari pandangan (stereotype) yang dilekatkan pada mereka. Ada berbagai cara untuk memandang perkembangan gender. Beberapa menekankan faktor biologis dalam perilaku laki-laki dan perempuan yang lain menekankan faktor social atau kognitif (Lippa, 2005, hlm. 47). Stereotype sering kali negatif dan bisa dikemas dalam prasangka dan diskriminasi (Seksisme).

3 jurnal yang kami pakai terdapat kesamaan mengenai keberadaan perempuan dalam media social dan media massa, yaitu mengenai bias gender. Seperti yang kita tau bahwa budaya patriarki sangat melekat di masyarakat kita, yang mana dalam hal ini segala kekuasaan berada pada kendali laki-laki. Perbedaan terbesar muncul pada keterampilan motorik dan agresi fisik (pria lebih agresif secara fisik daripada wanita) (Hyde, 2005, hlm. 586). Ketidakberdayaan perempuan adalah sebagai akibat dari konstruksi sosial yang selama ini menempatkan perempuan pada kedudukan yang subordinat, memberikan nilai yang kurang berarti bagi apa yang dikerjakannya. Stereotype perempuan dengan segala feminitasnya dan penggunaan perasaan ketimbang rasio menjadi salah satu paling diandalkan dalam ilmu pengetahuan.

Kaitannya dengan media, semua media massa mengandung bias tetapi derajadnya berbeda-beda. Ada yang derajadnya rendah sehingga cenderung objektif dan ada yang derajadnya tinggi sehingga berita yang disajikan tidak objektif. Derajad bias media dipengaruhi oleh paling tidak tiga hal, yaitu kapasitas dan kualitas pengelola media, kuatnya kepentingan yang sedang bermain dalam realitas sosial, serta taraf kritisisme masyarakat.

Gambaran perempuan di media massa selama ini yang masih memperlihatkan penggambaran yang merugikan perempuan antara lain; perempuan hanya memiliki peran domestik, perempuan makhluk yang lemah, dan perempuan hanya sebagai "bunga" atau "pemanis". Penggambaran di media massa ditunjukkan dengan bagaimana seorang jurnalis merangkai kata sehingga membuat masyarakat ikut ke dalam apa yang diimajinasikan oleh penulis dan gambar yang ditampilkan sehingga menguatkan secara visual.

Jurnal (Widaningsih, 2011), *Konstruksi Realitas Perempuan dalam Berita Harian Kompas*, Universitas Sahid Jakarta menyatakan bahwa *Harian Kompas* merupakan koran yang diminati masyarakat kalangan menengah ke atas. Meski demikian, sebagai koran yang menjunjung tinggi kualitas, dalam *Harian Kompas* masih ditemukan bias gender pada berita-berita kekerasan terhadap perempuan. Bias dapat dilihat dari penggunaan bahasa karena bahasa terlibat dalam hubungan kekuasaan terutama dalam pembentukan subjek dan berbagai tindakan representasi yang terdapat dalam masyarakat. Segi pemilihan kata, misal dalam kasus pemerkosaan, sebagai kata ganti perempuan mereka menggunakan kata “janda, “wanita cantik”, atau “pekerja malam”. Sedangkan untuk laki-laki sebagai pelaku dalam kasus ini diinsialkan seperti “laki-laki yang belum diketahui identitasnya”. Terdapat sebuah ketidaksetaraan yang mana seolah laki-laki dalam hal ini disembunyikan identitasnya.

Kemudian dalam penyusunan kalimat, perempuan tidak hanya digambarkan dengan gambaran yang tidak bagus, tetapi juga mudah disalahkan. Hanya karena suaminya tidak menyisihkan ayam sebagai lauk makan suami, suami punya hak untuk menganiaya istrinya. Kutipan lengkap pemberitaan dapat dilihat di bawah ini:

“Seorang ibu rumah tangga bernama Sayu (35) tewas dirumahnya di desa Cipucung. Kecamatan Cikeudal, Pandeglang, Banten. Diduga ibu lima anak itu tewas setelah dianiaya suaminya sendiri, Ocim (40), Ocim marah karena tidak kebagian ayam goreng yang dimakan lima anaknya” (Kompas, 19 Mei 2008).

Eksklusi berbicara mengenai pengasingan seseorang dalam sebuah pembicaraan. Misal, Perempuan yang memiliki kedudukan rendah seperti tenaga kerja wanita (TKW) digambarkan buruk oleh media meskipun ia tersebut seorang sarjana. TKW tidak hanya dianggap rendah, tetapi juga lemah oleh kelompok yang dominan seperti oleh Perusahaan Jasa Tenaga Kerja Indonesia (PJTKI). Secara lengkap pemberitaan dapat dilihat pada kutipan berikut:

“Lamah (26), Sarjana Sosial yang menjadi tenaga kerja Indonesia di Taipei, Taiwan, tewas. Ia dilaporkan tewas gantung diri, tetapi orang tua korban menduga itu laporan palsu. Orang tua korban lalu melaporkan PJTKI, PT Putra Indo Sejahtera (PIS), yang memberangkatkan putrinya, ke Polda Metro Jaya, Jumat (11/4) siang. Menanggapi hal tersebut, Fendy Hutapea, pengacara PT PIS, mengatakan “silakan saja melapor kepada polisi, itu hak mereka” (Kompas 12 April 2008).

Marjinalisasi atau dapat diartikan sebagai penggambaran yang kurang baik terhadap suatu kelompok tertentu, membenarkan pihak sendiri, serta mengucilkan pihak lain. Marjinalisasi perempuan ini terlihat bagaimana perempuan dijadikan penjamin/pengganti uang untuk keluarganya. Untuk membayar utang tersebut perempuan harus membayar dengan melacurkan dirinya, seperti pemberitaan berikut:

“YI, seorang anak yang dipaksa melacurkan diri, mengaku dirinya dipaksa bekerja oleh mucikari sebagai pengganti utang yang diberikan kepada keluarganya di kampung. Di kampung selama musim kering dan tidak ada pekerjaan, keluarga mendapat pinjaman uang yang harus diganti dengan saya sebagai jaminan harus bekerja di kota” (Kompas, 19 Juli 2008).

Media social, terdapat beberapa perbedaan mengenai laki-laki dan perempuan, diantaranya yaitu Perempuan melakukan empat sampai lima kali lebih banyak waktu untuk

menggunakan media sosial dibandingkan dengan pria (Tufekci, 2008, hlm. 24). Sheldon (dalam Sponcil & Gitimu, 2013, hlm. 352) juga menemukan bahwa perempuan lebih menyukai media sosial untuk menjalin hubungan dengan keluarga dan teman-teman, melewatkan waktu, hiburan, akan tetapi pria lebih menyukai menggunakan media sosial untuk bertemu dengan orang baru.

Menurut riset yang dilakukan oleh firma keamanan digital, Norton, 76% dari 1.000 responden wanita yang berusia dibawah 30 tahun pernah mengalami pelecehan seksual secara online (Rosyidah & Nurwati, 2019). Kekerasan terhadap perempuan tidak hanya terkungkung pada Batasan seksual dan psikis, tapi juga penyempitan makna oleh opini publik, sehingga kebebasan untuk menyatakan jati diri terbungkam. Dalam hal penggunaan media sosial Instagram penyematan feminitas sebagai sifat perempuan yang seolah kodrati, kerap berujung pada dikotomi “baik” dan “tidak baik”. Perempuan yang layak, sebagaimana biasa digaungkan oleh gambar-gambar kutipan seksis tersebut, mentok pada mereka yang mau mengabdikan pada laki-laki di ruang privat. Banyak pula gambar yang memperlihatkan foto perempuan-perempuan berpakaian terbuka dengan penyertaan kutipan yang menjurus ke stereotype seksual di dalam media sosial Instagram. Tidak berusaha menyudahi salah kaprah yang telanjur tertanam pada jalan pikir mayoritas masyarakat, banyak yang justru menyatakan bahwa penampilan seronok itulah yang menjadi bakal terjadinya pelecehan fisik.

Berikut kami tampilkan prosentase media sosial yang mengalami cyberbullying berdasarkan hasil survey Ditch the Label :

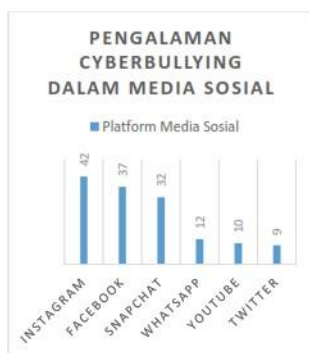


Chart 1. Platform Media Sosial yang Berpotensi dalam Cyberbullying

Partisipasi perempuan dalam media juga rendah. Rendahnya keterlibatan perempuan dalam sektor publik akhirnya juga berpengaruh terhadap keterlibatan perempuan dalam pekerjaan pers. Berdasarkan catatan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) jumlah pekerja pers masih berkisar 9,8% atau 461 pekerja pers perempuan dari 4.687 pekerja pers laki-laki. Sedangkan jumlah pekerja pers perempuan untuk surat kabar Kompas pada tahun 1999 adalah 15% dan Jawa Pos 6% (Sutarso, 2012). Sedangkan (Siregar et al., 1999) dalam penelitiannya terhadap sembilan surat kabar harian besar di Jawa (Kompas, Republika, Suara Pembaruan, Pos Kota, Pikiran Rakyat, Kedaulatan Rakyat, Suara Merdeka, Jawa Pos dan Surabaya Pos) mencatat bahwa rata-rata rasio perempuan dalam penerbitan pers hanya 10,94%, dengan rasio jumlah berkisar dari 5,92% sampai 16,27%.

Rendahnya jumlah perempuan yang bergabung dalam pers menurut May Lan (Sutarso, 2012), antara lain karena: Pertama, pekerjaan sebagai wartawan sering diidentikkan sebagai pekerjaan laki-laki atau maskulin. Kedua, berkaitan dengan kerja wartawan sebagai yang berkaitan dengan penyajian informasi yang cepat, hangat, aktual, faktual. Ketiga,



berkaitan dengan faktualisasi berita yang bermain diantara kepentingan realitas dengan kepentingan penguasa, maka tugas pekerja pers memiliki kecenderungan beresiko cukup besar.

Secara lebih terinci (Siregar et al., 1999) menjelaskan persoalan gender yang serius berkaitan dengan eksistensi dan posisi jurnalis perempuan. Pertama, masalah jumlah jurnalis perempuan yang berkisar antara 5-15% dari seluruh wartawan penerbitan pers seluruh harian terkemuka di Indonesia. Kedua, kebanyakan jurnalis perempuan tersebut masih berada pada level bawah dalam struktur kerja redaksional pers, yakni sebagai wartawan lapangan. Ketiga, pembagian kerja redaksional yang seksis, di mana jurnalis perempuan lebih banyak ditempatkan pada liputan-liputan yang stereotype perempuan atau masalah-masalah yang dianggap sebagai lunak (soft), seperti dunia hiburan, budaya, pendidikan, kesehatan, pariwisata, dsb. Keempat, meskipun tidak mencolok, ada sejumlah jurnalis perempuan yang mendapat perlakuan yang berbeda, terutama dalam mendapatkan tunjangan, dibandingkan dengan jurnalis laki-laki.

Dari ketiga pembahasan mengenai gender terlihat bahwa ada ketidakadilan dalam menggambarkan atau mendefinisikan perempuan di kehidupan social. Sekalipun ada beberapa yang bisa mencapai pada tahap setara, tapi masih belum sepenuhnya dapat dikatakan setara. Penggunaan Bahasa dalam menggambarkan seorang perempuan secara eksplisit menyudutkan perempuan.

## **Pembahasan**

Dalam 3 jurnal yang sudah disebutkan di atas, tidak ada yang membahas mengenai teori yang digunakan media massa dalam mengembangkan stereotip tersebut kepada masyarakat. Ketiganya focus membahas mengenai isi konten media massa dan media social yang menampilkan bias gender, tapi tidak membahas mengenai bagaimana bias gender akhirnya tersampaikan kepada audiens. Selain itu, pada jurnal TITI dijelaskan bahwa penulisan yang demikian menjadi kebiasaan jurnalis dalam menulis berita, apakah hal ini memang menjadi tradisi dalam pola penulisan dan sudah menjadi penerimaan dalam masyarakat.

## **Teori Agenda Setting**

Agenda setting diciptakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972,1993). Agenda setting berarti hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh public merupakan salah satu jenis efek media massa yang paling populer. Penelitian kedua orang ini berawal dari gejala atau fenomena kegiatan kampanye pemilihan umum. Menurut mereka, media tidak secara sengaja berupaya memengaruhi public, tapi public melihat para profesional yang bekerja pada media massa untuk meminta petunjuk kepada media kemana public harus memfokuskan perhatiannya. Agenda setting dibagi dalam dua tingkatan (level), yaitu : a) upaya membangun isu umum yang dinilai penting, dan b) menentukan bagian-bagian dari isu umum tersebut yang dinilai penting. Hal ini kemudian membentuk sebuah framing terhadap isu yang kemudian menjadi agenda media dan juga agenda public. Ada beberapa tahapan dalam agenda setting yaitu : representasi, persistensi, dan persuasi. Stephen Reese menyatakan bahwa agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari luar (pengaruh individu tertentu, pemerintahan,

pemasang iklan dan sponsor) dan dari dalam media itu sendiri (proses penentuan program internal, keputusan redaksi dan manajemen).

Seperi kasus Mirna yang dibunuh oleh temannya sendiri, yaitu Jessica. Kejadian ini menarik banyak perhatian masyarakat, khususnya kaum perempuan yang juga kaget karena ternyata ada hubungan pertemanan wanita yang bahkan sampai bunuh-membunuh dengan cara yang terencana dan tersruktur rapi. Kemudian pemberitaan Mirna dan Jessica ini menjadi topik yang ditunggu oleh audiens. Kasus ini sudah berjalan 3 tahun, kemudian diagendakan kembali mengenai kabar baru Jessica, yang mengingatkan kembali audiens terhadap pembunuhan Mirna 3 tahun lalu dengan menyebutkan kata “Masih ingatkah? ”

Dalam jurnal pertama mengenai media social, pemilik akun bisa mengagendakan apa yang akan dia posting agar pengikutnya tetap berada di halaman berandanya, atau setiap kali membuka Instagram pencarian pertama adalah akun tersebut, atau bahkan bisa berada di posisi Explore.

### **Teori Kultivasi**

Teori ini lahir saat George Gerbner membantu pemerintah A.S dalam meneliti efek tayangan TV. Penelitiannya, ia menyatakan bahwa masyarakat yang terlalu banyak menonton TV akan memiliki kepercayaan yang berlebihan mengenai “dunia yang jahat dan menakutkan” dan bahwa dunia luar adalah hutan rimba. Gerbner kemudian menyebut efek TV ini sebagai kultivasi atau cultivation yang berarti menanam. TV dengan segala pesan dan gambar yang disajikannya merupakan proses atau upaya untuk “menanamkan” cara pandang yang sama terhadap realitas dunia kepada khalayak. TV dipercaya sebagai instrument atau agen yang mampu menjadikan masyarakat dan budaya bersifat homogen.

Buku Morissan yang berjudul Teori Komunikasi (2013), teori kultivasi memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dan mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Sebagian besar yang kita ketahui berasal dari media massa. Kita melihat dan mendengar berbagai cerita dari pesan dan yang ditampilkan di media. Sehingga dapat dikatakan bahwa kita memahami realitas melalui perantara media massa sehingga realitas yang kita terima adalah realitas yang diperantara.

Kaitannya dengan konstruksi realitas perempuan yang mana ternyata memiliki bias gender, hal ini akan sangat berpengaruh. Misalnya seperti kasus Jessica dan Mirna yang sudah disebutkan di atas, kemudian muncul trend bercanda dalam masyarakat dengan melontarkan kalimat ketika mereka disuguhi minuman atau makanan oleh kawan sebaya, seperti “ini tidak kamu beri sianida, kan?”. Hal ini juga bisa dibahas lebih lanjut mengenai seberapa pengaruh pemberitaan atau pelabelan terhadap wanita di media massa, baik televisi, koran ataupun di media social terhadap perubahan perilaku di masyarakat.

### **Teori Keheningan Spiral**

Teori ini mencoba menjawab apakah media memengaruhi opini masyarakat atau sebaliknya media dipengaruhi oleh opini masyarakat? Neumann (1983) dalam (Morissan, 2013) menyatakan bahwa media lebih memberikan perhatian pada pandangan mayoritas dan menekan pada pandangan minoritas. Minoritas akan cenderung kurang tegas dalam mengemukakan pandangannya. Dalam hal ini, perempuan merupakan kaum minoritas. Tidak banyak kita melihat di media perempuan yang tersorot ketika mengemukakan

pendapatnya. Hanya beberapa orang saja yang berani, selebihnya mereka menggunakan akun anonym atau private akun agar tidak terdeteksi identitas mereka.

Opini public mengacu pada perasaan Bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu. Media sering kali menentukan masalah apa yang penting atau menarik bagi masyarakat sehingga menciptakan suatu kontroversi terhadap suatu topik. Misal, contoh kasus Nikita Mirzani dengan salah satu ustadz. Media membuat headline yang menyatakan bahwa rumah Nikita Mirzani akan dikepung 800 orang. Angka 800 orang menjadi penekanan yang melawan hanya 1 perempuan. Disini dia mengundang simpati public dan juga opini public mengenai tindakan ini. Hal ini juga didukung dengan peran media. Media massa memiliki tiga sifat, yakni ubikuitas yang artinya mengacu pada fakta bahwa media merupakan sumber informasi yang sangat luas karena terdapat dimana saja, kumulatif yaitu media mengacu pada proses yang selalu mengulang-ngulang apa yang disampaikannya, dan kosonan yang mengacu pada kesamaan, kepercayaan, sikap dan nilai-nilai yang dianut media massa.

### **Kesimpulan**

Media social dan media massa pada dasarnya sama, yaitu menyebarkan informasi yang lebih luas. Berbeda pada media yang memiliki control atau tidak. Keduanya juga memiliki kendala yang sama dalam mempresentasikan perempuan karena stereotip yang sudah ada sejak dalam mengenai laki-laki dan perempuan. Dianggap rendah, eksploitasi dan ketidakadilan pada perempuan. Media massa harusnya menjadi media yang netral karena dikonstruksi dari realitas social. Namun pada kenyataannya memang media massa saat ini ditunggangi oleh kepentingan, konflik dan ideologi. Jurnal di atas masih bisa dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai beberapa teori media massa yang lain.

### Bibliografi

- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., Sos, S., Indrayani, I. I., & SIP, M. S. (2020). *Komunikasi Massa*. Penerbit Qiara Media.
- Maryani, E., & Arifin, H. S. (2012). Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(1), 1–22.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar gender dan feminisme: Pemahaman awal kritik sastra feminisme*. Garudhawaca.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10–19.
- Scott, P. R., & Jacka, J. M. (2011). *Auditing social media: A governance and risk guide*. John Wiley & Sons.
- Siregar, A., Pasaribu, R., & Prihastuti, I. (1999). *Media dan Gender: Perspektif Gender atas Industri Surat kabar Indonesia*. Diterbitkan Atas Kerjasama Lembaga Penelitian Pendid Erbitan.
- Staksrud, E., Ólafsson, K., & Livingstone, S. (2013). Does the use of social networking sites increase children's risk of harm? *Computers in Human Behavior*, 29(1), 40–50.
- Susanto, N. H. (2015). Tantangan mewujudkan kesetaraan gender dalam budaya patriarki. *Muwazah: Jurnal Kajian Gender*, 7(2), 120–130.
- Sutarso, J. (2012). *Perempuan, Kekuasaan dan Media Massa: Sebuah Studi Pustaka*.
- Thung, J. L. (2015). Perempuan Dan Modernisasi Women and Modernization. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 17(1), 17–28.
- Widaningsih, T. T. (2011). Konstruksi Realitas Perempuan dalam Berita Harian Kompas. *Dalam Jurnal Komunitas*, 5(1), 25–40.