

KONFLIK KEPENTINGAN: KONSTRUKSI MEDIA MASSA PADA KASUS KATIDAKADILAN GENDER (ANALISIS TEORI RELASI KEKUASAAN DAN PENGETAHUAN “POWER AND KNOWLEDGE” DARI MICHEL FOUCAULT)

Ahmad Thabrani

Chief Human Resources PT. Agri Ekspor Indonesia,

E-mail: chiefhr.akor@gmail.com

ABSTRAK

Gender merupakan atribut yang dilekatkan secara sosial maupun kultural, baik pada laki-laki maupun perempuan. Gender bukan merupakan kodrat, tetapi merupakan konstruksi sosial, budaya, agama, dan ideologi tertentu yang mengenal batas ruang dan waktu sehingga gender sangat tergantung pada nilai-nilai masyarakat dan berubah menurut situasi dan kondisi. Gender sebagai suatu konstruksi sosial, yang melahirkan suatu perbedaan, lahir melalui proses yang panjang. Proses-proses penguatan perbedaan gender tersebut, termasuk di dalamnya proses sosialisasi, kebudayaan, keagamaan, dan kekuasaan negara. Proses ini terjadi akibat bias hingga menimbulkan konflik. Metode yang digunakan adalah analisis kasus dengan teori Teori Relasi Kekuasaan dan Pengetahuan dari Michel Foucault. Media massa dianggap faktor yang mempengaruhi terbentuknya ideologi yang kemudian dipahami oleh masyarakat sebagai suatu hal yang lumrah. Memang media massa bukan satu-satunya faktor yang berpengaruh, tetapi media massa telah berkembang menjadi agen sosialisasi yang semakin menentukan karena intensitas masyarakat mengkonsumsinya. Sudah saatnya media massa tidak lagi mengangkat isu *stereotyping* dengan dominasi pria dan perempuan sebagai objek ketidakadilan gender. Media harusnya membantu kaum perempuan untuk membuka wawasan serta merubah imej tentang diri wanita. Paling tidak bersifat berimbang dalam menggambarkan sosok perempuan dan laki-laki dengan tidak bias gender.

Kata kunci: gender, konflik, konstruksi, relasi.

ABSTRACT

Gender is an attribute that is socially and culturally attached, both to men and women. Gender is not a nature, but is a particular social, cultural, religious and ideological construction that knows the limits of space and time so that gender is highly dependent on people's values and changes according to situation and conditions. Gender as a social construction, which gives birth to a difference, is born through a long process. The processes of strengthening gender differences, including the process of socialization, culture, religion, and state power. This process occurs due to bias to cause conflict. The method used is a case analysis with the theory of Theory of Relation of Power and Knowledge from Michel Foucault. Mass media is considered a factor affecting the formation of ideology which is then understood by society as a common sense. Indeed the mass media is not the only influential factor, but the mass media has developed into an increasingly decisive socialization agent because the intensity of society consumes it. It is time for the mass media to no longer raise the issue of stereotyping with the dominance of men and women as objects of gender injustice. The media should help women to open insights and change their image of women. At least it is balanced in describing the figures of women and men with no gender bias.

Keywords: Gender, Conflict, Construction, Relation.

PENDAHULUAN

Manusia memiliki kemampuan untuk mengklarifikasikan lingkungannya melalui simbol yang diciptakan dan dibakukan lewat tradisi serta sistem budayanya. Proses simbolisasi ini terkait dengan sistem tentang yang kita lihat sekarang sebagai “pekerjaan laki-laki” dapat kita lihat juga dikerjakan oleh perempuan dalam sistem budaya lain. Hal dikarenakan kita hidup dalam dominasi sistem budaya yang patriarkhi. Dengan

demikian, gender antara berbagai macam masyarakat dapat berbeda. Perbedaan gender (gender differences) sebenarnya tidak masalah ketika tidak menimbulkan ketidakadilan (gender inequality).

Menurut Mansour Faqih, gender merupakan atribut yang dilekatkan secara sosial maupun kultural, baik pada laki-laki maupun perempuan. Gender bukan merupakan kodrat, tetapi merupakan konstruksi sosial, budaya, agama, dan

ideologi tertentu yang mengenal batas ruang dan waktu sehingga gender sangat tergantung pada nilai-nilai masyarakat dan berubah menurut situasi dan kondisi (Faqih dalam Hariyanto, 2009).

Gender sebagai suatu konstruksi sosial, yang melahirkan suatu perbedaan, lahir melalui proses yang panjang. Proses-proses penguatan perbedaan gender tersebut, termasuk di dalamnya proses sosialisasi, kebudayaan, keagamaan, dan kekuasaan negara. Proses ini terjadi akibat bias gender sehingga gender di suatu yang esensial, bersifat nature. Selanjutnya, gender mewariskan konsep pemikiran tentang wacana seharusnya laki-laki dan perempuan berpikir dan bertindak yang diwariskan dari generasi ke generasi untuk membenaran terhadap perbedaan peran sosial antara laki-laki dan perempuan hanya karena perbedaan kelaminnya. Oleh karena itu, gender adalah suatu konsep nurture, sedangkan seks adalah konsep nature. Gender dibentuk oleh sosial budaya. Karenanya bisa berbeda pada sistem budaya yang berlainan, sedangkan seks atau jenis kelamin merupakan konsep nature yang berasal dari alam dan Sang Pencipta, yang merupakan suatu hal yang esensial.

Sementara itu, media massa, yang dikatakan sebagai agen budaya, sangat berpengaruh terhadap masyarakat sebab masyarakat modern mengkonsumsi media dalam jumlah dan intensitas yang tak dapat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Media massa memang bukan merupakan sarana satu-satunya untuk berkomunikasi, tetapi posisinya telah menjadi semakin sentral dalam masyarakat yang anggotanya sudah semakin kurang berinteraksi secara langsung satu sama lain. Media massa hadir praktis sepanjang hari dalam kehidupan masyarakat.

Media massa, berada dalam keseharian masyarakat, terlebih bagi para penikmat media massa itu. Mereka selalu menyaksikan dan secara terus menerus menikmati karya media massa. Keadaan seperti ini memang sangat relevan karena media massa begitu melekat dalam masyarakat. Bahkan dapat melebihi konsumsi kebutuhan primer manusia, yaitu pangan (makan 3x sehari).

Seakan penggunaan media ini bukan lagi menjadi bagian dari keseharian, lebih dari itu penggunaan media telah menjadi kebutuhan. Tentu media telah banyak mempengaruhi keseharian, gaya hidup, pola pikir, dan tindakan manusia yang menjadi penikmat media itu. Istilah kontemporer dalam salah satu literatur mengungkapkan budaya media.

Budaya media (media culture), seperti yang dituturkan oleh Douglas Kellner, menunjuk pada suatu keadaan yang tampilan audio visual atau tontonan-tontonannya telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek-proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang (Kellner dalam Hariyanto, 2009). Media cetak, radio, televisi, film, internet, dan bentuk-bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan definisi-definisi untuk menjadi laki-laki atau perempuan, dan membedakan status-status seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks (Hartiningih dalam Hariyanto, 2009).

Jika kita memperhatikan tayangan-tayangan di media massa dewasa ini, maka kita akan menemukan bagaimana beraneka ragam makna budaya pop dipertarungkan untuk memperebutkan hati masyarakat dalam hal ini khalayak. Budaya pop dengan segala kepraktisan, pragmatisme, dan keinstanan dalam pola kehidupan menjadi salah satu ciri khasnya yang kemudian dipertontonkan baik melalui film, tayangan di media massa, hingga pada iklan. Sehingga media massa menjadi salah satu ujung tombak agen untuk menerjemahkan budaya pop kepada peradaban masyarakat. Yang menarik bahwa tayangan-tayangan yang berbau gender dan seksualitas ikut 'merajai' hadirnya budaya pop tersebut yang diciptakan oleh para kapitalis selanjutnya menjadi budaya massa.

Selain itu, dalam masyarakat muncul pula pandangan bahwa perempuan adalah objek seks yang fungsi utamanya di dunia untuk melayani pria. Oleh karena dicitrakan sebagai objek seks, maka persepsi bahwa perempuan harus tampil dan berperilaku sebagai objek seks adalah suatu keharusan.

Perempuan harus tampil dengan menonjolkan daya tarik seksual, harus bersedia mengalami pelecehan seksual, dan harus memaklumi perilaku seksual agresif laki-laki. Semua citra itu berada di dalam pemberitaan media massa kita, juga dalam sinetron-sinetron. Pertanyaannya, apakah selama ini kekerasan seksual terhadap perempuan terjadi karena media massa, atau media massa yang dipengaruhi oleh fakta yang terjadi dalam masyarakat di sekitarnya? Pertanyaan semacam ini harus menjadi kepekaan kita bahwa kondisi ketidakadilan gender sampai masuk di bidang media. Kebanyakan kita sering luput dan terlena dengan tampilan program-program yang ditampilkan media. Namun dibalik itu semua, media sebagai institusi juga harus dibongkar peranannya akan persoalan ini.

Selanjutnya, membicarakan media dari segi institusi, juga akan menampilkan struktur organisasi secara implisit yang bersifat patriarkhi. Dalam organisasi, seringkali terjadi ketimpangan gender karena adanya nilai-nilai kapitalis dan nilai-nilai patriarkhis yang saling menguntungkan. Meski secara kuantitas terjadi peningkatan jumlah perempuan yang terjun di industri media, namun tidak menghilangkan fakta tentang adanya kecenderungan sikap stereotipe, diskriminatif, bahkan dominasi laki-laki atas perempuan dalam struktur organisasi kerja media. Oleh karena itu, perlu dilihat dinamika hubungan nilai-nilai patriarkhis dan nilai-nilai kapitalis dalam menganalisis kehidupan organisasi, dalam hal ini, organisasi/institusi media.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam tulisan ini penulis akan mencoba untuk menganalisis konstruksi media massa terhadap ketidakadilan gender dan menganalisis konsep ideal sebuah media massa agar bersikap adil dalam persoalan gender.

METODE PENELITIAN

Artikel dengan judul Konflik Kepentingan: Konstruksi Media Massa Pada Kasus Ketidakadilan Gender (Analisis Teori Relasi Kekuasaan dan Pengetahuan "Power and Knowledge" dari Michel Foucault) ini

disusun dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi literature.

TINJAUAN PUSTAKA

Gender dan Konstruksi Media Massa

Media adalah salah satu instrumen utama dalam membentuk konstruksi gender pada masyarakat. Media yang memiliki karakteristik dengan jangkauannya yang luas, bisa menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan konstruksi gender kepada masyarakat. Sebelum membahas lebih jauh mengenai prinsip dasar yang harus dimiliki pelaku media terhadap permasalahan perempuan, terlebih dulu harus diketahui pengertian gender dan perbedaan antara seks dan gender. Banyak yang keliru ketika mengartikan seks dan gender. Gender merupakan istilah yang digunakan ilmuwan-ilmuwan sosial untuk menjelaskan perbedaan yang terdapat pada perempuan dan laki-laki sebagai anugerah Tuhan yang juga merupakan budaya yang telah terinternalisasi sejak kecil (Puspitawati, dalam Apriliandra & Krisnani, 2021). Pengertian gender adalah pembagian peran serta tanggung jawab, baik lelaki maupun perempuan yang ditetapkan masyarakat maupun budaya. Misalnya, keyakinan bahwa lelaki itu kuat, kasar, dan rasional, sedangkan perempuan lemah, lembut, dan emosional. Hal ini bukanlah ketentuan kodrat Tuhan, melainkan hasil sosialisasi melalui sejarah yang panjang. Pembagian peran, sifat, maupun watak perempuan dan lelaki dapat dipertukarkan, berubah dari masa ke masa, dari tempat dan adat satu ke tempat dan adat yang lain, dan dari kelas kaya ke kelas miskin. Gender memang bukan kodrat atau ketentuan Tuhan, melainkan buatan manusia, buatan masyarakat atau konstruksi sosial.

Perbedaan gender sesungguhnya tidak menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender. Namun, timbul persoalan bahwa perbedaan gender telah melahirkan berbagai ketidakadilan. Sesuatu disebut ketidakadilan gender jika ketidakadilan itu terjadi karena dia perempuan atau laki-laki. Walaupun laki-laki tidak menutup kemungkinan akan menjadi

korban ketidakadilan gender, tetapi perempuan masih tetap menduduki posisi tertinggi sebagai korban ketidakadilan gender.

Pentingnya jurnalis dan institusi media mempunyai sensitif yang tinggi dalam permasalahan perempuan, dan untuk menghasilkan jurnalisme yang berperspektif gender, sepertinya profesional media massa harus bekerja keras. Setidaknya, ada beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan para pelaku media massa, yaitu: pertama, kemampuan profesional, etika dan perspektif pelaku media massa terhadap permasalahan gender masih rendah. Akibatnya, hasil penyiaran belum sepenuhnya mampu mengangkat permasalahan perempuan pada arus utama (mainstream). Penumbuhan rasa empati terhadap ketidakadilan yang dialami perempuan, merupakan salah satu jalan bagi media untuk bertindak fair, proporsional, serta berimbang dalam memberitakan kasus-kasus yang melibatkan perempuan. Kedua, media massa belum mampu melepaskan diri dari perannya sebagai medium ekonomi kekuasaan, baik yang datang dari penguasa, otoritas intelektual, ideologi politik, ataupun pemilik modal.

Media massa yang seharusnya menjadi “*watchdog*” bagi kekuasaan, justru terjerumus menjadi pelestari kekuasaan hanya karena lemahnya kemampuan profesional dan etika media massa. Akibatnya, perempuan menjadi korban dari aroganisme pelanggaran kekuasaan. Ketiga, kurangnya peran aktif dan representasi perempuan dalam media massa menjadikan perempuan sulit untuk keluar dari posisi keterpurukannya saat ini. Debra Yatim mengungkapkan bahwa media massa Indonesia dikuasai oleh budaya patriarki dan kapitalisme dengan dominasi laki-laki di dalamnya. Media seharusnya meningkatkan jumlah praktisi perempuan serta menempatkan perempuan tidak lagi sebagai objek, tetapi berperan aktif sebagai subjek. Keempat, perlu pengubahan paradigma pada media massa berkaitan dengan pencitraan perempuan yang selama ini dipakai. Pencitraan perempuan dalam media, yang

selama ini cenderung seksis, objek iklan, objek pelecehan dan ratu dalam ruang publik, perlu diperluas wacananya menjadi perempuan yang mampu menjadi subjek dan mampu menjalankan peran-peran publik dalam ruang public.

Faktor Gender dan Konstruksi Media Massa

Seperti yang telah dijelaskan di atas, konsep gender berbeda dengan *sex*. *Sex* lebih bersifat kodrati atau suatu pemberian lahiriyah dari Tuhan yang sudah jelas berbeda antara laki-laki dan perempuan. Sementara gender adalah suatu pembagian peran dalam masyarakat hasil dari sosialisasi dan kultur budaya yang dapat dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan. Suatu hal yang disebut kekerasan dan ketidakadilan gender itu terjadi karena dia laki-laki atau perempuan. Faktor gender seperti ini yang dapat menyebabkan ketidakadilan dalam masyarakat.

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku *The Social of Construction Reality*. Realitas menurut Berger tidak di bentuk secara ilmiah. Tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini, realitas berwujud ganda/plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan sosial yang dimiliki masing-masing individu (Eryanto dalam Haryanto, 2009). Lebih lanjut, gagasan Berger mengenai konteks berita harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas, karenanya sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda.

Ketidakadilan Gender dalam Media Massa

Peter Golding dan Graham Murdock (1997) dalam Christiany Juditha menyebutkan bahwa dalam sejarah media massa telah mencapai puncak perkembangannya sebagai lembaga kunci masyarakat modern. Karena mampu

merepresentasikan diri sebagai ruang publik yang utama dan turut menentukan dinamika sosial, politik, dan budaya di tingkat lokal maupun global. Media juga mampu menghasilkan keuntungan ekonomi karena bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Tetapi di balik semuanya itu, bahwa media massa pada sisi yang lain juga menyebarkan dan mampu memperkuat struktur ekonomi dan politik tertentu tapi juga menjalankan fungsi ideologis.

Efek media juga akan semakin kuat mengingat sosok perempuan yang ditampilkan adalah cara yang memperkuat stereotip yang sudah terbangun di tengah masyarakat. Karenanya media massa memang bukan yang melahirkan ketidaksetaraan gender tetapi ikut serta memperkuat, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat. Apa yang ditampilkan melalui media menjadi konsumsi dari banyak orang. Semua itu mempunyai efek gender, terlebih jika ditampilkan terus menerus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Media Massa Mengakibatkan Ketidakadilan Gender

Media massa dianggap faktor yang mempengaruhi terbentuknya ideologi yang kemudian dipahami oleh masyarakat sebagai suatu hal yang lumrah (Juditha, 2015). Memang media massa bukan satu-satunya faktor yang berpengaruh, tetapi media massa telah berkembang menjadi agen sosialisasi yang semakin menentukan karena intensitas masyarakat mengkonsumsinya. Hal ini dapat dilihat melalui kepemilikan modal dan produksi media yang selalu berorientasi pada pasar. Bukan saja yang berorientasi pada faktor ekonomi saja namun juga telah menyentuh ranah ideologi, politik, dan kekuasaan yang akhirnya berujung pada penaklukan akan publik.

Media cenderung dimonopoli oleh kelas kapitalis yang penanganannya baik dilaksanakan secara nasional maupun internasional untuk memenuhi kepentingan kelas sosial tersebut. Para kapitalis menurut

Marxis bekerja secara ideologis dengan menyebarkan ide dan cara pandang penguasa yang menolak ide lain yang dianggap berkemungkinan untuk menciptakan perubahan atau mengarah pada terciptanya kesadaran kelas pekerja akan kepentingannya. Ketika media massa menyajikan sebuah anggapan tentang perempuan secara konsisten, orang menjadi menyangka bahwa pilihan yang paling logis adalah mengikuti apa yang tampak sebagai kecenderungan umum itu, seperti yang disajikan media.

Seperti ketika di media seorang perempuan yang cantik diidentikkan dengan kulit yang putih, berambut lurus dan panjang, bertubuh sintal, berpakaian seksi mengikuti lekuk-lekuk tubuh (rok mini) dan sangat trendy karena menganggap bahwa penampilan seperti itu adalah pilihan yang paling ideal dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan, secara perlahan tapi pasti akan meneguhkan stereotip tersebut saat perempuan terus-menerus ditampilkan sebagai objek seks di media, maka khalayak laki-laki akan menerima membenaran dalam memandang perempuan sebagai kaum yang fungsi utamanya adalah memuaskan nafsu seksual laki-laki. Dengan demikian, perempuan diturunkan derajatnya sekadar sebagai objek seks. Akibatnya, tertanam anggapan bahwa kekuatan utama perempuan adalah tubuhnya, bukan faktor-faktor lain seperti keunggulan intelektual, keluasan wawasan, kecakapan bekerja atau lainnya. Itulah salah satu contoh ketidakadilan gender karena media, belum lagi ketika melihat media sebagai sarana pembentuk identitas diri.

Media juga memiliki fungsi sebagai pemberi identitas, di mana media merupakan sarana untuk meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri. Untuk melihat serta menilai siapa, apa dan bagaimana diri seseorang, pada umumnya dibutuhkan pihak lain. Media dapat dijadikan sebagai salah satu kacamata yang dipergunakan untuk melihat siapa, apa serta bagaimana diri ini sesungguhnya. Baik posisi secara fisik, intelektual maupun moral.

Begitu kuatnya konstruksi yang dibangun oleh media kepada masyarakat dalam persoalan gender. Masyarakat secara tidak sadar belajar dari media dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Keadaan ini terus akan dilakukan, hingga masyarakat dan media mempunyai kesadaran gender. Selama itu masih belum ada, kemungkinan kekerasan dan ketidakadilan gender di masyarakat akan tetap berlangsung.

Konsep Ideal Media Massa Agar Bersikap Adil dalam Persoalan Gender

Ada beberapa argumen yang kerap dilontarkan untuk membela diri terhadap kecaman dan kekhawatiran mengenai efek media. Rangkaian pembelaan yang sering dilontarkan, misalnya, media massa memiliki dampak terbatas pada khalayak karena khalayak pada dasarnya mempersepsikan media sebagai sesuatu yang sekadar 'menghibur', sekadar main-main, tidak nyata. Argumen bahwa media massa sebenarnya tidak bisa dianggap sebagai faktor utama atau faktor tunggal yang mempengaruhi persepsi masyarakat karena media pada dasarnya sekadar mencerminkan budaya dominan masyarakat, dan sebenarnya ada banyak agen sosial lain yang mempengaruhi masyarakat: keluarga, sekolah, dan lembaga-lembaga agama.

Kendatipun ada kebenaran dalam argumen tersebut, tetap saja itu tak bisa digunakan untuk meremehkan efek media dalam isu gender. Pertama-tama, kalau stereotip tentang perempuan itu hanya muncul sekali-sekali di media, efeknya tentu saja terbatas. Begitu juga kalau masyarakat terdiri dari orang-orang berpendidikan tinggi yang kerap terlibat dalam diskusi tentang ketidaksetaraan gender, efek penggambaran perempuan dalam stereotip yang merendahkan itu tentu tidak besar. Namun, masalahnya, masyarakat terdiri dari beragam manusia, beragam latar belakang pendidikan, dan beragam usia, yang terus-menerus menerima penggambaran perempuan dalam cara yang konsisten.

Media massa memang bukan satu-satunya faktor yang berpengaruh, tetapi

media massa telah berkembang menjadi agen sosialisasi yang semakin menentukan karena intensitas masyarakat mengkonsumsinya. Efek media juga akan semakin kuat mengingat sosok perempuan yang ditampilkan adalah cara yang memperkokoh stereotip yang sudah terbangun di tengah masyarakat. Oleh karena itu, media massa memang bukan yang melahirkan ketidaksetaraan gender. Namun, media massa jelas memperkokoh, melestarikan, bahkan memperburuk segenap ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat.

Media hari ini sudah menjadi keseharian bahkan kebutuhan manusia dalam mengkonsumsinya. Rekonstruksi itu harus mulai dari media lagi, sambil juga masyarakat terus diedukasi. Karena disamping kita memikirkan akibat hari ini, kita juga harus adil untuk memikirkan nasib peradaban di masa mendatang. Terlebih manusia telah mulai dan aktif menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Kompleksitas hari esok harus dipersiapkan dari hari ini, agar ketidakadilan gender tidak terjadi lagi.

Konsep ideal bagi media untuk mendekonstruksi ini semua dapat dimulai lagi dari sumber kehidupan media itu sendiri. Ada tiga sumber kehidupan bagi media, yaitu isi (*content*), pemilik modal (*capital*), dan audiens (*audiences*). *Content* terkait dengan isi dari sajian media, *capital* menyangkut sumber dana untuk menghidupi media sedangkan *audience* terkait dengan masalah segmen yang dituju. Dengan demikian, dapat dipahami mengapa media banyak digunakan untuk kepentingan komersial. Karena untuk dapat mempertahankan hidup dengan memenangkan persaingan media membutuhkan sumber hidupnya baik *capital*, *content*, maupun *audience*. Ketiga sumber hidup media tersebut saling berhubungan.

Media harus mulai lagi membangun kesadaran dan kepedulian terkait persoalan keadilan gender. Setelah di dalam internal itu paham dan solid maka lakukanlah kehidupan media untuk mencari, mempertahankan, dan meningkatkan tiga sumber itu. Mulai dari produksi *content* yang edukatif agar para *audience* menjadi terdidik oleh media. Tentu

bentuknya tidak motonon formal, tapi juga informal dan kekinian. Lakukan hal itu seacara konsisten dan terus perbaharui *content* yang menyesuaikan zaman. Ketika itu semua dilakukan maka media telah berhasil mendekonstruksi stereotip dan pandangan gender yang selama ini berakibat pada kekerasan dan ketidakadilan gende di masyarakat.

KESIMPULAN

Media merupakan representasi dari budaya yang diwakilinya, yakni kebudayaan sebagai sistem tanda. Produk media yang mewakili suatu makna dan realitas tertentu, yang ingin disampaikan oleh kreatornya (pekerja media) pada khalayak sasaran, memungkinkan khalayak tidak akan mempersoalkan “kepalsuan” realitas makna produk media itu. Namun, yang terpenting adalah “kepalsuan” makna produk media itu telah mendukung realitas sosial normatif yang benar-benar nyata di masyarakat.

Di sisi lain, posisi makna produk media menjadi medium legitimasi untuk perubahan tata nilai dan norma dalam masyarakat. Dengan kata lain, citra relasi laki-laki dan perempuan dalam produk media yang bermuatan pelecehan seksual bisa jadi masih mengusung nilai-nilai lama yang konservatif dan berlaku pada masyarakat Indonesia yang sangat patriarkhi dengan posisi subordinat di pihak perempuan. Produk media bisa saja mendekonstruksikan nilai-nilai lama dengan citra relasi yang lebih egaliter dan berkeadilan gender.

Sudah saatnya media massa tidak lagi mengangkat isu stereotyping dengan dominasi pria dan perempuan sebagai objek ketidakadilan gender. Media harusnya

membantu kaum perempuan untuk membuka wawasan serta merubah imej tentang diri wanita. Paling tidak bersifat berimbang dalam menggambarkan sosok perempuan dan laki-laki dengan tidak bias gender. Tapi apa itu mungkin? Mengingat pasar dan kapitalis telah mengakar dalam hiburan berbau gender dan seksualitas karena lebih menjanjikan keuntungan yang besar? Mari kita kampanyekan dan perjuangkan bersama kepentingan ini, karena persoalan gender bukan hanya untuk kebaikan hari ini tapi untuk kebaikan generasi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliandra, S., Krisnani, H. (2021). Perilaku Diskriminatif Pada Perempuan Akibat Kuatnya Budaya Patriarki di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Konflik. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 1-13. DOI: 10.24198/jkrk.v3i1.31968
- Hariyanto. (2009). *Gender Dalam Konstruksi Media*, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Vol.3 No.2 Juli-Desember, Purwokerto Jurusan Dakwah Stain Komunika.
- Juditha, Christiany. (2015). *Gender dan Seksualitas dalam Konstruksi Media Massa*. Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Noeswantari, D. (2002). Perempuan dan Gaya Hidup Konsumtif, *Jurnal Dinamika HAM* Vol.2, Vol.2, Januari-Juni. Surabaya: Universitas Surabaya.
- Sari, Ambar. (2008). Stereotipe Perempuan dalam Iklan Radio di Yogyakarta, dalam *Jurnal Komunikasi Profetik* Vol. 1/No.1. April 2008.
- Siregar, A, dkk (Ed.). (2000). *Media dan Gender, Perspektif Gender atas Industri Surat Kabar Indonesia*. Yogyakarta: LP3Y – The Ford.