

## Citra Caleg Perempuan dalam 'Framing' Media 'Online'

<sup>1</sup>Yenni Yuniati, <sup>2</sup>Dedeh Fardiah

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung  
E-mail: <sup>1</sup>yennybs@yahoo.co.id, <sup>2</sup>dedeh@unisba.ac.id

**Abstrak.** Fenomena tentang berita-berita pemilu memperlihatkan bahwa perempuan kurang mendapat akses ke dunia publik, karena representasi perempuan di media lebih kecil, hampir setengahnya, daripada representasi laki-laki yang dijadikan sebagai narasumber oleh media cetak nasional. Dilihat dari komposisi perbandingan status perempuan dan laki-laki yang menjadi narasumber, masih ada kecenderungan media belum memberikan akses yang sama dan berimbang bagi semua profesi yang ada, khususnya perempuan, untuk menjadi narasumber utama. Perempuan masih lebih banyak diletakkan sebagai sumber pengamatan saja. Kecenderungan di atas muncul akibat konstruksi pemberitaan media yang bias gender. Peneliti mengulas kajian tentang citra perempuan dalam pemberitaan di media online Kompas.com dan Detik.com yang memuat berita caleg perempuan peserta Pemilu 2014 menggunakan analisis framing dari Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan framing Kompas.com dan Detik.com mendefinisikan masalah berita terkait caleg perempuan bahwa perempuan yang berani mencalonkan diri kebanyakan terdiri dari orang-orang populer. Sedangkan, perkiraan masalah berita terkait caleg perempuan pada pemilu 2014 secara umum peneliti mengelompokkan pada tiga kategori yakni citra fisik, citra populer dan citra konflik. Keputusan moral yang diajukan hasilnya menunjukkan menjadi alasan ekonomis, politis, pragmatis dan estetis. Rekomendasi penyelesaian yang diajukan yakni caleg perempuan dapat menjadi anggota parlemen jika memenuhi faktor pengetahuan dan pendidikannya, sisi spiritualnya, sisi perekonomiannya, dan sisi peran publiknya di dunia politik.

**Kata kunci:** citra perempuan, politik, framing, media

**Abstract.** The phenomenon on general election news shows that female lacks of access to public sector, because female representation in the media is smaller, almost half of males representation as interviewees by national printed media. Observed from the composition of female and male status comparison made as interviewee, there is still tendency that media has not given equal and balanced access to all available professions, specifically female, to become the main interviewees. Female is mostly placed only as a source of observation. The above tendency emerges as the impact of media reporting construction which is gender-biased. The researchers discusses study on female image in the reporting in online media Kompas.com and Detik.com which post news on Female Legislative Candidates of General Election participants. The Reserachers used framing analysis from Robert N. Entman. Research showed that Kompas.com and Detik.com framing defined issues related with female legislative candidates as that females who are brave enough to elected themselves are mostly popular figures. Meanwhile assumption of news issues related with female legislative candidates in the 2014 general election, generally the researchers were grouping it in three categories, namely physical image, popularity image and conflict image. Moral decision proposed shows that it becomes economic, political, pragmatic and aesthetic reasons. Recommendation of the completion submitted is that female legislative candidates can become parliament members in terms of complying the factors of knowledge and education, spiritualism, economy and public roles in politics.

**Keywords:** female image, politic, framing, media

## PENDAHULUAN

Isu keterwakilan perempuan di partai politik kembali menjadi topik perbincangan. Masalah perempuan dan politik ini tentu tidak lepas dari perkembangan sistem politik dan partai yang ada di Indonesia, metode pemilu masih dengan suara terbanyak, padahal banyak perempuan caleg rata-rata tidak memiliki basis sosial, karena kurangnya kesempatan mereka di ruang-ruang publik. Minimnya perempuan dalam dunia politik, karena adanya persepsi bahwa dunia politik adalah dunia laki-laki. Partai politik saat ini dituntut untuk menyiapkan calon anggota legislatif (caleg) perempuan yang juga harus ditempatkan pada nomor urut atas di setiap daerah pemilihan. Sejumlah daerah di Indonesia, mengakui sulit mencari sosok perempuan anggota Dewan yang berambisi politik dan melek politik.

Kesiapan perempuan calon legislatif tidak bisa lepas dari partai politik bahwa banyak partai yang tidak mampu mengisi kuota perempuan. Bukan berarti tidak ada calon, melainkan tidak adanya kaderisasi pengurus perempuan, dan kentalnya budaya politik patriarki di Indonesia. Regulasi tentang kuota perempuan sangat memadai namun tanpa dukungan budaya dan persepsi masyarakat, regulasi ini tidak terlalu banyak mendorong jumlah keterwakilan perempuan. Siasat partai untuk mengisi kuota ini sangat mengecewakan, yaitu dengan cara mengambil caleg perempuan yang sudah populer seperti artis atau perempuan pengusaha. Suatu tindakan pragmatis yang justru mengabaikan keseriusan proses politik. Atau perempuan yang tidak populer hanya dijadikan sebagai pemanis, tidak serius dalam menempatkan mereka di wilayah strategis. Ini terlihat dari penempatan perempuan di nomor urut paling belakang atau di daerah pemilihan yang “gersang” yang wilayah tersebut justru menolak

kehadiran caleg perempuan. Selain itu, KPU malah membolehkan tingkat provinsi dan kabupaten/kota untuk memberikan alasan bila tidak terpenuhi ketentuan 30% persen perempuan. Bahkan, partai politik melepas tangan caleg-caleg perempuan, dengan segala keterbatasannya harus bertarung dan berebut suara dengan caleg laki-laki dalam sistem pemilu proporsional terbuka. Dari proses tersebut, kita dapat melihat hasilnya, sedikit yang duduk di parlemen, dan walaupun ada, mereka jarang berpartisipasi aktif dalam tugas legislasi, anggaran, dan pengawasan.

Fenomena tentang berita-berita pemilu memperlihatkan bahwa perempuan kurang mendapat akses ke dunia publik, karena representasi perempuan di media lebih kecil, hampir setengahnya, daripada representasi laki-laki yang dijadikan sebagai narasumber oleh media cetak nasional. Dilihat dari komposisi perbandingan status perempuan dan laki-laki yang menjadi narasumber, masih ada kecenderungan media belum memberikan akses yang sama dan berimbang bagi semua profesi yang ada, khususnya perempuan, untuk menjadi narasumber utama. Perempuan masih lebih banyak diletakkan sebagai sumber pengamatan saja.

Walaupun pemberitaan media yang intensif, tak selamanya berdampak pada tingkat elektabilitas caleg perempuan di mata pemilih. Namun, pemberitaan yang intensif atau proporsional terhadap caleg perempuan, paling tidak dapat membantu tingkat pengenalan pemilih terhadap caleg perempuan. Tingkat pengenalan atau popularitas ini, jika berkelindan dengan aspek lain, semisal kapasitas atau profesionalitas caleg perempuan, dapat memengaruhi elektabilitas di mata pemilih.

Di sisi lain, ada juga realita lain yang muncul saat media massa memberitakan caleg perempuan. Dari sisi

intensitas pemberitaan, caleg perempuan memang memperoleh durasi waktu yang cukup. Namun jika ditelisik lebih dalam, intensitas yang tinggi dalam pemberitaan lebih banyak karena latar belakang keartisan si caleg perempuan.

Maka, liputan yang ada lebih mengupas hal remeh temeh seputar kehidupan caleg perempuan, seperti baju atau aksesoris yang dikenakan, soal paket bantuan yang diberikan, bahkan tak jarang membicarakan tentang potongan atau gaya rambut si caleg perempuan. Hal-hal yang substansial untuk mengenalkan kapasitas caleg perempuan, semisal tentang visi-misi, pandangannya tentang berbagai isu-isu sosial, politik dan ekonomi, serta program-programnya sebagai calon politisi, luput diberitakan media massa. Kecenderungan lain yang berulang-ulang muncul saat memberitakan caleg perempuan adalah konstruksi pemberitaan media yang bias gender. Dalam tulisan ini peneliti mengulas kajian tentang citra perempuan dalam pemberitaan di media *online*.

## METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah berita yang terdapat di media *online* Kompas.com dan Detik.com yang memuat berita Caleg Perempuan peserta Pemilu 2014. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis framing, analisis ini merupakan salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori paradigma konstruktivis. Analisis framing merupakan salah satu pendekatan untuk menganalisis sebuah fenomena komunikasi, terutama untuk menganalisis teks media.

Penelitian ini menggunakan analisis framing dari Robert N. Entman dengan alasan karena pendekatan yang dikemukakan oleh Entman lebih cocok dengan permasalahan yang hendak peneliti lakukan yaitu fenomena tentang berita politik, untuk komunikasi politik

Entman mampu melihat kekuatan yang ada dalam teks komunikasi/berita politik. Tahap awal penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan analisis tekstual secara kuantitatif untuk menemukan muatan berita yang akan di teliti sebagai data primer yang akan dianalisis secara framing sesuai model yang peneliti gunakan.

## TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan memaparkan hasil penelitian dan pembahasan tentang framing media massa yakni media *online* Kompas.Com dan Detik.Com yang menyajikan berita tentang Caleg Perempuan pada Pemilu 2014. Berita-berita tersebut di atas kemudian penulis analisis menggunakan pisau bedah *framing* versi Robert Entman. Bagian ini akan mengulas secara mendalam tentang bagaimana Kompas.Com dan Detik.Com memiliki keberpihakan tertentu dalam mengangkat berita seputar Caleg Perempuan pada pemilu 2014.

### **‘Framing’ Kompas.com pada pemberitaan tentang citra caleg perempuan**

Pada konteks penelitian ini pendefinisian masalah menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan *online*. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing*. Elemen ini merupakan master *frame*/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan, ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami secara keseluruhan bagaimana citra caleg perempuan pada pemberitaan pemilu 2014.

Definisi masalah utama yang muncul dalam berita caleg perempuan di Kompas.Com berkisar seputar majunya caleg perempuan terdiri dari tiga fokus



GAMBAR 1. Pola: Definisi Masalah Kompas.Com

menyangkut profesi caleg perempuan, dari kalangan artis, penyanyi, model, *incumbent*, adik gubernur dan penjual nasi goreng. Hal lain adalah tentang upaya caleg perempuan dalam menarik minat. Selanjutnya, definisi masalah lain yang muncul citra caleg perempuan adalah perihal caleg yang dilaporkan karena diduga melakukan pelanggaran dan kecurangan. Jika digambarkan maka modelnya citra yang dimunculkan dalam pendefinisian masalah dapat dilihat pada gambar 1.

Kesimpulan perihal definisi masalah yang dilakukan oleh Kompas.Com dalam beberapa berita terkait caleg perempuan secara umum adalah bahwa perempuan yang berani mencalonkan diri kebanyakan adalah orang-orang populer apakah karena faktor keartisannya atau posisinya sebagai *incumbent* maupun karena kedekatannya dengan pejabat penting. Upaya pendekatan yang dilakukan dalam meraih simpati caleg perempuan melakukan dengan memperhatikan penampilannya, memberikan barang-barang bernuansa perempuan, mendatangi lokalisasi bahkan melakukan demonstrasi untuk memenuhi kuota 30 persen. Sedangkan konflik yang timbul pada saat kampanye adalah seputar tuduhan money politik dan persengkongkolan bagi-bagi suara.

*Framing* selanjutnya dalam kerangka Entman adalah *diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk

membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*) dan bagaimana peristiwa dipahami.

Perkiraan masalah yang muncul dalam berita caleg perempuan yang dimuat pada media *online* di Kompas.Com adalah masalah tentang majunya penyanyi sebagai caleg, masalah persiapan pakaian khusus yang dikenakan perempuan ketika berkampanye, masalah perempuan yang tersisihkan secara ekonomi sebagai pedagang gorengan, perempuan di lokalisasi, perempuan di pengajian sampai masalah gugatan 30 persen kuota perempuan oleh koalisi perempuan dan masalah dugaan *money politic* serta persengkongkolan bagi-bagi suara. Maka jika digambarkan dalam sebuah pola *framing* sumber masalah seputar citra caleg perempuan dapat dicermati pada ilustrasi gambar 2.

Kesimpulan perihal perkiraan masalah yang dilakukan oleh Kompas.Com dalam beberapa berita terkait caleg perempuan pada pemilu 2014 secara umum peneliti mengelompokkan pada tiga kategori yakni citra fisik ketika perempuan hanya mengandalkan kecantikan dan penampilannya untuk menarik perhatian pemilih. Selain itu ada citra populer ketika caleg perempuan mengandalkan sisi kepopulerannya baik sebagai artis, atau mendong popularitas pejabat. Sedangkan citra lain adalah citra konflik di mana perempuan untuk



GAMBAR 2. Pola: Perkiraan Masalah Kompas.Com

mencapai apa yang diinginkannya rela untuk berkonflik seakan menghalalkan segala cara melalui upaya-upaya misalnya *money politic* dan persekongkolan bagi-bagi suara.

*Framing* berikutnya adalah *make moral judgement* (membuat keputusan moral) adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Keputusan moral yang muncul dalam berita tentang caleg perempuan di Kompas.Com digambarkan dengan beberapa argumen moral mengapa caleg perempuan berminat menjadi anggota legislatif dengan alasan karena ingin memajukan seniman, memajukan kaum perempuan miskin, memberikan kesejahteraan, mencapai target suara dan alasan politis agar perempuan terwakili di parlemen. Maka jika digambarkan dengan pola dapat dilihat pada gambar 3.

Secara umum keputusan moral yang diajukan oleh Kompas.Com adalah bahwa Alasan caleg perempuan menjadi anggota legislatif peneliti kelompokkan

menjadi alasan ekonomis karena ingin mengangkat kaum perempuan bangkit dari kemiskinan, alasan politis karena ingin berkiprah memperjuangkan perempuan, alasan pragmatis untuk mendapatkan suara dan mendukung program partai serta alasan estetis karena ingin memajukan dunia seni.

*Framing* keempat dari Entman adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu



GAMBAR 3. Pola Keputusan Moral Kompas.Com



GAMBAR 4. Pola Rekomendasi Penyelesaian Kompas.Com

dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah. Dalam konteks penelitian adalah diasumsikan sebagai solusi moral apa yang ditekankan media ketika mengangkat berita tentang caleg perempuan.

Rekomendasi penyelesaian masalah yang muncul dalam berita tentang caleg perempuan di Kompas.Com adalah bahwa perempuan harus dimaksimalkan perekonomiannya, ditingkatkan pemahaman agamanya, tidak di marginalisasi ditingkatkan pengetahuannya, dan di maksimalkan dalam ranah publik seperti parlemen. Berdasarkan rekomendasi penyelesaian ini maka model dapat dilihat pada gambar 4.

Secara umum rekomendasi penyelesaian yang diajukan oleh Kompas.Com adalah membuat pemetaan bagaimana caleg perempuan dapat menjadi anggota parlemen agar memaksimalkan peranan perempuan baik dari sisi pengetahuan dan pendidikannya, sisi spiritualnya, sisi perekonomiannya dan sisi peran publiknya di dunia politik. Itulah gambaran yang terlihat *framing* Kompas.Com dalam mengangkat isu tentang pemberitaan caleg perempuan.

Fenomena perempuan di media massa sering kali kurang mendapat akses

ke dunia publik, karena representasi perempuan di media lebih kecil, hampir setengahnya, daripada representasi laki-laki yang dijadikan sebagai narasumber oleh media *online*. Dilihat dari komposisi perbandingan status perempuan dan laki-laki yang menjadi narasumber, masih ada kecenderungan media belum memberikan akses yang sama dan berimbang bagi semua profesi yang ada, khususnya perempuan, untuk menjadi narasumber utama. Perempuan masih lebih banyak diletakkan sebagai sumber pengamatan saja.

Masih banyak media yang mengupas hal *remeh-temeh* seputar kehidupan caleg perempuan. Semisal tentang baju atau aksesoris yang dikenakan, soal paket bantuan yang diberikan, bahkan tak jarang membicarakan tentang potongan atau gaya rambut si caleg perempuan, namun hal-hal yang substansial untuk mengenalkan kapasitas caleg perempuan seperti visi-misi, pandangannya tentang berbagai isu-isu sosial, politik dan ekonomi, serta program-programnya sebagai calon politisi, luput diberitakan media *online*.

Mau tidak mau begitulah kondisi media massa Indonesia keterkaitannya dengan perempuan. Media massa sejauh ini masih terkesan tidak sensitif gender, yaitu proses legitimasi bias gender masih diberi tempat, terutama dalam menyajikan representasi perempuan. Eksploitasi perempuan yang kerap terjadi dalam pemberitaan media massa bisa diminimalisasi apabila pelaku media memiliki perspektif gender dan melihat perempuan sebagai manusia, bukannya objek. Maka dari itu perlu adanya penghargaan dalam pemberitaan perempuan yang sensitif gender karena hal tersebut dapat memacu pelaku media untuk memberitakan perempuan melalui perspektif berbeda.

Dalam sejarah perpolitikan di Indonesia dan negara berkembang

umumnya, perempuan memang dipandang terlambat terlibat di dunia politik. Stigma-stigma bahwa perempuan senantiasa dalam posisi domestik, dianggap sebagai salah satu hal yang mengakibatkan perempuan terlambat berkiprah di dunia politik. Padahal potensi modal politik kaum perempuan (termasuk di Indonesia) untuk melibatkan diri dalam dunia politik adalah besar.

Dengan kondisi itu bisa dimengerti bila keputusan-keputusan yang dibuat sangat maskulin dan kurang berperspektif gender. Perempuan tidak banyak terlibat dalam proses pembuatan keputusan. Perempuan lebih banyak sebagai “penikmat” keputusan. Padahal keputusan yang dihasilkan sering sangat bias gender, tidak memperhatikan kepentingan kaum perempuan, tidak membuat perempuan kian berkembang. Sebaliknya, lebih banyak membuat perempuan menenggelamkan diri pada sektor-sektor yang amat tidak strategis. Dalam jangka panjang, ini mengakibatkan posisi perempuan selalu berada pada posisi marjinal.

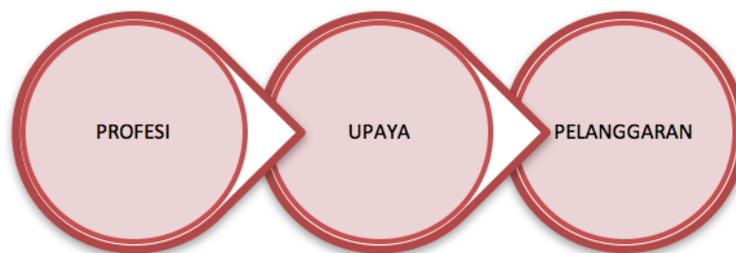
**‘Framing’ detik.com pada pemberitaan tentang citra caleg perempuan**

Pada konteks penelitian ini pendefinisian masalah menggambarkan

secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan *online*. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai framing. Elemen ini merupakan master *frame*/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan, ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami.

Definisi masalah utama yang muncul dalam berita caleg perempuan di Detik.Com berkisar seputar majunya caleg perempuan terdiri dari tiga fokus menyangkut profesi caleg perempuan, dari kalangan artis, model, *incumbent*, anak Soeharto dan aksi kaum perempuan. Hal lain adalah tentang upaya caleg perempuan dalam menarik minat. Selanjutnya, definisi masalah lain yang muncul Citra caleg perempuan adalah perihal caleg yang dilaporkan karena diduga melakukan pelanggaran dan kecurangan. Jika digambarkan maka model nya Citra yang dimunculkan dalam pendefinisian masalah dapat dilihat pada gambar 5.

Kesimpulan perihal definisi masalah yang dilakukan oleh Detik.Com dalam beberapa berita terkait caleg perempuan secara umum adalah bahwa perempuan yang berani mencalonkan diri kebanyakan



- |                 |                 |               |
|-----------------|-----------------|---------------|
| - PUBLIC FIGURE | - KAMPANYE UNIK | - BERKAMPANYE |
| - INCUMBENT     | - NAMA BESAR    | DI SEKOLAH    |
| - ANAK SOEHARTO | SOEHARTO        |               |
| - KAUM          | - JANJI ARTIS   |               |
| PEREMPUAN       | - DEMONSTRASI   |               |

GAMBAR 5. Pola Definisi Masalah Detik.Com



GAMBAR 6. Pola Perkiraan Masalah Detik.Com

adalah orang-orang populer apakah karena faktor keartisannya atau posisinya sebagai incumben maupun karena kedekatannya dengan pejabat penting. Upaya pendekatan yang dilakukan dalam meraih simpati caleg perempuan melakukan dengan memperhatikan penampilannya, mendatangi tempat-tempat yang bisa meraih suara terbanyak, bahkan melakukan demonstrasi untuk memenuhi kuota 30 persen. Sedangkan konflik yang timbul pada saat kampanye adalah seputar tuduhan memanfaatkan nama besar soeharto, kepopuleran tokoh yang diperankan dan pelanggaran kampanye.

*Framing* selanjutnya dalam kerangka entman adalah *diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (what), tetapi bisa juga berarti siapa (who) dan bagaimana peristiwa dipahami. Berdasarkan berita yang dimuat di Detik.Com.

Perkiraan masalah yang muncul dalam berita caleg perempuan yang dimuat pada media online di Detik.Com adalah masalah tentang majunya artis pemain film ‘Saur Sepuh’ sebagai caleg, masalah peranan yang dimainkan dalam film ‘Saur Sepuh’ sebagai Lasmini dengan pakaian khusus yang dikenakannya dalam

film ‘Saur Sepuh’ ketika berkampanye, sampai masalah gugatan 30 persen kuota perempuan oleh koalisi perempuan dan masalah dugaan pelanggaran kampanye. Maka jika digambarkan dalam sebuah pola framing sumber masalah seputar citra caleg perempuan dapat di cermati pada ilustrasi gambar 6. Kesimpulan perihal perkiraan masalah yang dilakukan oleh Detik.Com dalam beberapa berita terkait caleg perempuan pada pemilu 2014 secara umum peneliti mengelompokkan pada tiga kategori yakni citra fisik ketika perempuan hanya mengandalkan kecantikan dan penampilannya untuk menarik perhatian pemilih. Selain itu ada citra populer ketika caleg perempuan mengandalkan sisi kepopulerannya baik sebagai artis, atau mendompleng popularitas ‘bapaknya’. Sedangkan citra lain adalah citra konflik di mana perempuan untuk mencapai apa yang diinginkan rela untuk berkonflik seakan menghalalkan segala cara melalui upaya-upaya melakukan pelanggaran kampanye dengan membagikan kartu nama supaya memilih dirinya.

*Framing* berikutnya adalah *make moral judgement* (membuat keputusan moral) adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah

sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Keputusan moral yang muncul dalam berita tentang caleg perempuan di Detik.Com digambarkan dengan beberapa argumen moral mengapa caleg perempuan berminat menjadi anggota legislatif dengan alasan karena ingin memajukan seniman, memajukan kaum perempuan miskin, memberikan kesejahteraan, mencapai target suara dan alasan politis agar perempuan terwakili di parlemen. Maka jika digambarkan dengan pola dapat dilihat pada gambar 7.

Secara umum keputusan moral yang diajukan oleh Detik.Com adalah bahwa alasan caleg perempuan menjadi anggota legislatif peneliti kelompokkan menjadi alasan ekonomis karena ingin mengangkat kaum perempuan bangkit dari kemiskinan, alasan politis karena ingin berkiprah memperjuangkan perempuan dan ingin menunjukkan bahwa perempuan tidak akan melakukan 'korupsi', alasan pragmatis untuk mendapatkan suara dan mendukung program partai serta alasan estetis karena ingin memajukan seni tradisional.



GAMBAR 7. Keputusan Moral Detik.Com

*Framing* keempat dari Entman adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah. Dalam konteks penelitian adalah diasumsikan sebagai solusi moral apa yang ditekankan media ketika mengangkat berita tentang caleg perempuan.

Rekomendasi penyelesaian masalah yang muncul dalam berita tentang caleg perempuan di Detik.Com adalah bahwa perempuan harus dimaksimalkan perekonomiannya, ditingkatkan pemahaman agamanya, tidak di marginalisasi ditingkatkan pengetahuannya, dan di maksimalkan dalam ranah publik seperti parlemen. Berdasarkan rekomendasi penyelesaian ini maka model dapat dilihat pada gambar 8.

Secara umum rekomendasi penyelesaian yang diajukan oleh Detik.Com adalah membuat pemetaan bagaimana caleg perempuan dapat menjadi anggota parlemena agar memaksimalkan peranan perempuan baik



GAMBAR 8. Rekomendasi Penyelesaian Detik.Com

dari sisi pengetahuan dan pendidikannya, sisi spiritualnya, sisi perekomiannya dan sisi peran publiknya di dunia politik. Itulah gambaran yang terlihat *framing* Detik.Com dalam mengangkat isu tentang pemberitaan caleg perempuan.

Dilihat dari komposisi perbandingan status perempuan dan laki-laki yang menjadi narasumber, masih ada kecenderungan media belum memberikan akses yang sama dan berimbang bagi semua profesi yang ada, khususnya perempuan, untuk menjadi narasumber utama. Perempuan masih lebih banyak diletakkan sebagai sumber pengamatan saja.

Kesiapan perempuan calon legislatif tidak bisa lepas dari partai masing-masing, yaitu banyak partai yang tidak mampu mengisi kuota perempuan. Bukan berarti tidak ada calon, melainkan tidak adanya kaderisasi pengurus perempuan, dan budaya politik patriarki di Indonesia bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilawan. Regulasi sudah bagus, tetapi tanpa dukungan budaya dan persepsi masyarakat, regulasi ini tidak terlalu banyak mendorong jumlah keterwakilan perempuan. Siasat partai bahkan untuk mengisi kuota ini sangat mengecewakan, yaitu dengan mengambil caleg perempuan yang sudah populer seperti artis atau perempuan pengusaha.

Suatu tindakan pragmatis yang justru mengabaikan keseriusan proses politik. Atau perempuan yang tidak populer hanya dijadikan sebagai pemanis, tidak sungguh-sungguh menempatkan mereka di wilayah strategis. Ini terlihat dari penempatan perempuan di nomor urut paling belakang. Selain itu, KPU malah membolehkan tingkat provinsi dan kabupaten/kota untuk memberikan alasan bila tidak terpenuhi ketentuan 30% persen perempuan. Bahkan, partai politik melepas tangan caleg-caleg perempuan, dengan segala keterbatasannya harus bertarung dan berebut suara dengan

caleg laki-laki dalam sistem pemilu proporsional terbuka. Dari proses tersebut, dapat dilihat, sedikit yang duduk di parlemen. Perempuan telah memiliki peran yang aktif untuk berkecimpung dalam dunia politik dalam arti luas sejak Republik Indonesia berdiri. Kesempatan tersebut dalam kenyataannya tidak seperti yang diharapkan.

Hambatan sosio-kultural dan budaya patriarki yang kuat, sedikit banyak menghambat keterlibatan perempuan dalam politik. Depolitisasi pasca 1965, secara tidak langsung telah menggiring perempuan kembali ke urusan-urusan domestik belaka. Perempuan lebih diposisikan di belakang laki-laki. Partisipasi perempuan dalam politik dimaknai tidak lebih dari sekadar penggunaan hak pilih atau pemberian suara pada pemilu. Hal itupun sebenarnya lebih banyak sebagai partisipasi yang dimobilisasi (*mobilized participation*) ketimbang partisipasi yang bersifat otonom (*autonomous participation*) yang mencerminkan keleluasaan hak politik kaum perempuan dalam arti yang lebih luas.

## SIMPULAN

*Framing* Kompas.Com dan Detik.com mendefinisikan masalah berita terkait caleg perempuan adalah bahwa perempuan yang berani mencalonkan diri kebanyakan terdiri dari orang-orang populer apakah karena faktor keartisannya atau posisinya sebagai incumben maupun karena kedekatannya dengan pejabat penting. Upaya pendekatan yang dilakukan dalam meraih simpati caleg perempuan melakukan dengan memperhatikan penampilannya, memberikan barang-barang bernuansa perempuan, mendatangi lokasi bahkan melakukan demonstrasi untuk memenuhi kuota 30 persen. Sedangkan konflik yang timbul pada saat kampanye adalah seputar tuduhan money politik dan

persengkongkolan bagi-bagi suara.

*Framing* Kompas.Com dan Detik.com perihal perkiraan masalah berita terkait caleg perempuan pada pemilu 2014 secara umum peneliti mengelompokkan pada tiga kategori yakni citra fisik ketika perempuan hanya mengandalkan kecantikan dan penampilannya untuk menarik perhatian pemilih. Selain itu ada citra populer ketika caleg perempuan mengandalkan sisi kepopulerannya baik sebagai artis, atau mendompleng popularitas pejabat. Sedangkan citra lain adalah citra konflik di mana perempuan untuk mencapai apa yang diinginkannya rela untuk berkonflik seakan menghalalkan segala cara melalui upaya-upaya misalnya *money politic* dan persekongkolan bagi-bagi suara.

Keputusan moral yang diajukan oleh Kompas.Com dan Detik.Com adalah bahwa Alasan caleg perempuan menjadi anggota legislatif peneliti kelompokkan menjadi alasan ekonomis karena ingin mengangkat kaum perempuan bangkit dari kemiskinan, alasan politis karena ingin berkiprah memperjuangkan perempuan, alasan pragmatis untuk mendapatkan suara dan mendukung program partai serta alasan estetis karena ingin memajukan dunia seni.

Rekomendasi penyelesaian yang diajukan oleh Kompas.Com dan Detik.Com adalah membuat pemetaan bagaimana caleg perempuan dapat menjadi anggota parlemen agar memaksimalkan peranan perempuan baik dari sisi pengetahuan dan pendidikannya, sisi spiritualnya, sisi perekomiannya dan sisi peran publiknya di dunia politik. Itulah gambaran yang terlihat framing Kompas.Com dan Detik.Com dalam mengangkat isu tentang pemberitaan caleg perempuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A and Joh G. Myers. (2000). *Advertising Management*, India : Prencite Hall of India, Privat Ltd.
- Assael, Henry. (1987). *Consumer Behaviour and Marketing Action, Fourth Edition* PWS, Kent Publishing Company, Boston.
- Berger, Peter L. & Thomas Luckmann. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (Judul asli: The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge)*, LP3ES, Jakarta.
- Entman, Robert M. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication*, Vol. 43. No. 4, Autumn
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing. Konstruksi Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS
- Jefkin, Frank. (1987). *Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Erlangga.
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. (2004). *Elemen-elemen Jurnalisme*. Jakarta: ISAI.
- Hidayat, Dedy N. (1999, April). "Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi", *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* No. 3.
- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta.PT Prenhalindo
- Ibrahim, Idy Subandi dan Hanif Suranto (ed.). (1998). *Wanita dan Media Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*, Bandung, Remadja Rosdakarya.
- Masduki. (2003). *Radio Siaran dan Demokratisasi*, Yogyakarta, Penerbit Jendela.
- Nimmo, Dan D. (1999). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- M Romli, Asep Syamsul. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Septiawan Santana. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sugihastuti. (2000). *Wanita di Mata Wanita: Perspektif Sajak-Sajak Toeti Heraty*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung, PT Remadja Rosdakarya