

CITRA PEREMPUAN DALAM MEDIA

DITERBITKAN OLEH:
BALAI PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
BANDUNG (BPPKI)
BADAN LITBANG SDM
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

DAFTAR ISI

- 1 Interelasi Perempuan dan Internet
Dedeh Fardiah
- 13 Stereotip, Bahasa, dan Pencitraan Perempuan pada Iklan dalam Perspektif Budaya Populer
Sapta Sari
- 29 Representasi Citra Perempuan di Media
Lucy Pujasari Supratman
- 41 Konstruktivisme Bias Gender Dalam Media Massa
Haryati
- 57 Media, Perempuan, dan Kemandirian
Ami Purnamawati
- 65 Perempuan dan Media Sosial Sebagai Pilihan Komunikasi Terkini
Dessy Trisilowaty
- 75 Tubuh Perempuan Tambang Emas bagi Media Massa
Ditha Prasanti

Kata kunci bersumber dari artikel. Lembar abstrak ini boleh diperbanyak tanpa ijin dan biaya

INTERELASI PEREMPUAN DAN INTERNET

INTERRELATION OF WOMEN AND THE INTERNET

Dedeh Fardiah

Abstract

Internet not only made changes about women's way to interact with each other that went through distance, space and time; but also, it came with it's own culture which affected women's character to communicate. Their intimacy with natural and real things was replaced with something not real or virtual. The naturality was considered as virtuality, in contrast the illusion was considered as reality. Internet was considered to have created a new reality called virtual reality inside the virtual world.. The interrelation between women and internet is interesting to observe. There are transitions about women's way to search the information's source, meet, talk, learn, and trade through the internet which confirm them as the subjects. On the other hand, the women's figure usually became object of cybercrimes. As the object, women became victims of violence at cyber pornography, sexual harassment, abduction, narcissistic behavior, and as a target of consumptive culture.

Keywords: *Women, Mass media, Internet*

Abstrak

Internet tidak hanya merevolusi cara perempuan dalam berinteraksi yang menembus jarak, ruang, dan waktu, tetapi ia juga hadir dengan budayanya sendiri memengaruhi watak perempuan dalam berkomunikasi. Keakraban dengan sesuatu yang alami dan nyata (*real*) kini telah diganti dengan keamatan dengan sesuatu yang tidak nyata, virtual, dan semu. Kealamian pun bahkan dianggap sebagai kesemuan, namun ilusi dianggap riil. Internet dianggap telah menciptakan realitas baru yang dikenal sebagai *virtual reality* di dalam sebuah *virtual*

world. Fenomena interelasi perempuan dan internet menarik untuk dicermati. Di satu sisi ada peralihan cara perempuan dalam pencarian sumber informasi, bertemu, berbicara, belajar, dan berdagang melalui internet yang mengukuhkannya sebagai subjek. Di sisi lain sosok perempuan di internet tetap menjadi objek beragam bentuk kejahatan yang dilakukan di internet (*cybercrime*). Pada posisinya sebagai objek perempuan masih menjadi korban kekerasan secara verbal dan visual dalam wujud pornografi (*cyberporn*), pelecehan seksual, penculikan, perilaku narsistik, dan sasaran budaya konsumtif.

Kata Kunci : *Perempuan, Media Massa, dan Intenet*

STEREOTIP, BAHASA, DAN PENCITRAAN PEREMPUAN PADA IKLAN DALAM PERSPEKTIF BUDAYA POPULER

STEREOTYPES, LANGUAGE AND IMAGING OF WOMEN IN ADVERTISEMENTS IN POPULAR CULTURE PERSPECTIVE

Sapta Sari

Abstract

Behind the nice packed, advertisement gives much matters that can be study, entered woman issue like exploitation, violence object, hedonism style, consumptive, language, imaging, and stereotype. Nothing that wrong in every advertisement in television, because entire show for sale product to marketing. Nevertheless, there is sensitive things that implicit in an advertisement, especially advertisement that use woman as model. Advertisement not only emerge product advertised, emerge woman button hole with all stereotype that stick in woman it-self, emerge the usage of advertisement language that strengthen advertisement construction, but also can emerge various of images. We will see how

KUMPULAN ABSTRAK

advertisement can form stereotype in society about woman world.

Keywords: *Woman and Media, Television Advertisement, Imaging, Women Stereotype.*

Abstrak

Dibalik kemasannya yang bagus, iklan memberikan banyak hal yang bisa kita pelajari, termasuk isu perempuan di dalamnya seperti eksploitasi, objek kekerasan, gaya hedonisme, konsumtif, bahasa, pencitraan, stereotip. Sekilas tidak ada yang salah dalam setiap tayangan iklan di televisi, semuanya menayangkan produk yang akan dijual ke pasaran. Namun, ada hal-hal sensitif yang tersembunyi dalam sebuah iklan, terutama iklan yang menggunakan perempuan sebagai modelnya. Iklan tidak hanya memunculkan produk yang diiklankan, memunculkan sosok perempuan dengan segala stereotip yang melekat dalam diri perempuan, memunculkan penggunaan bahasa iklan yang menguatkan konstruksi iklan, tetapi juga bisa memunculkan berbagai pencitraan di dalamnya. Penulis akan melihat bagaimana iklan dapat membentuk stereotip dalam masyarakat mengenai dunia perempuan.

Kata kunci: *Perempuan dan Media, Iklan Televisi, Pencitraan, Stereotip Perempuan*

REPRESENTASI CITRA PEREMPUAN DI MEDIA

REPRESENTATION OF WOMEN IMAGE IN THE MEDIA

Lucy Pujasari Supratman

Abstract

Women image are still in their subordinate position. People think that women existence will always be on their physical appearance. In addition, the media affirmed women as their biggest target. The patriarchy media considers that ads and other TV shows will be flat and lost its aesthetic without the presence of woman touch. As if, a woman demanded to be a modern feminist. Eventually, those values internalies the woman mind that injected successfully by the media. The commercialism interest and rate have been the main reason for women to be the identifier. Unfortunately,

women never feel to be the fantasy of man in the media because they are very often exploited as the object. Otherwise, they are feeling freed to express and actualize themselves in every field of life.

Keywords: *Women image, Media, Feminism*

Abstrak

Citra perempuan hingga saat ini tetap berkisar pada wilayah subordinatnya. Masyarakat memaknai eksistensi perempuan masih pada wilayah realitas fisik perempuan saja. Begitupun dalam keseharian kehidupan kita yang diberondong oleh produk-produk yang diarahkan terhadap kaum perempuan sebagai target media terbesar. Sebab media-media patriarki berfikir bahwa iklan atau tayangan-tayangan televisi lainnya akan terasa hambar dan kehilangan segi estetikanya bila tidak menyisipkan objek perempuan. Seakan-akan perempuan sangat dituntut untuk menjadi seorang perempuan modern berparadigma feminis. Nilai-nilai tersebut akhirnya terinternalisasi oleh perempuan masa kini yang berhasil disuntikkan media. Kepentingan komersialisme atau pengejaran rating tertinggi menjadi alasan utama kenapa perempuan dijadikan objek pelengkap. Namun saking seringnya dieksploitasi oleh media patriarki, perempuan tidak merasa tengah dijadikan obek fantasi lelaki. Sebaliknya, mereka merasa lebih bebas untuk berekspresi dan mengaktualisasikan dirinya di segala sendi kehidupan.

Kata Kunci: *Citra Perempuan, Media, Feminisme*

KONSTRUKTIVISME BIAS GENDER DALAM MEDIA MASSA

CONSTRUCTIVISM GENDER BIAS IN THE MASS MEDIA

Haryati

Abstract

In the view of Constructivism, the events presented by mass media are the result of construction workers media. The mass media is not the only factor which affects public perception of gender bias. But the community consumption intensity of media possibly can strengthen the existing stereotypes in community values. The

KUMPULAN ABSTRAK

mass media did not result the gender inequality, but media can revive, preserve, even aggravate inequalities against women in society.

Keywords: *Constructivism, gender bias, women, mass media*

Abstrak

Dalam pandangan konstruktivisme, peristiwa yang disajikan media massa merupakan hasil konstruksi pekerja media. Media massa bukan merupakan faktor tunggal yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bias gender. Namun intensitas konsumsi masyarakat terhadap media, dimungkinkan dapat memperkokoh stereotip yang memang sudah ada dalam nilai-nilai masyarakat. Media massa memang bukan yang melahirkan ketidaksetaraan gender, namun media massa dapat memperkokoh, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat.

Kata Kunci: *Konstruktivisme, bias gender, perempuan, media massa*

MEDIA, PEREMPUAN, DAN KEMANDIRIAN

MEDIA, WOMEN AND INDEPENDENCE

Ami Purnamawati

Abstract

The functions of mass media for society are not only to inform and to entertain, but also to educate the audience. The news contents which broadcast the figure of a career woman would enlighten and inspire other women as the lessons therefore they would be able to be empowered and independent. There are many factors that can be learned from a news about the profile of a career woman; including their career goals, their stimulating background, their thoughts about an ideal woman and also their efforts to develop themselves. The audience who is able to comprehend the news will be inspired to explore her potential; so they could become a women who are not only useful for herself but more than that as the inspiration for others.

Keyword: *Mass Media, Inspiration, and Independent women*

Abstrak

Fungsi media massa bagi masyarakat bukanlah memberikan informasi, dan hiburan semata, namun juga mendidik dan memberikan pembelajaran bagi para pembaca atau audiensnya. Konten pemberitaan yang memunculkan sosok perempuan mandiri dan berkarya akan memberikan pencerahan dan sumber inspirasi bagi para perempuan sehingga menjadi bahan pembelajaran bagi para perempuan untuk berdaya dan mandiri. Banyak faktor yang dapat dipelajari dari sebuah pemberitaan tentang profil perempuan yang berkarya; diantaranya adalah tujuan berkarir, latar belakang mengapa terjun pada bidangnya, pandangan tentang perempuan ideal dan usaha-usaha yang harus dilakukan untuk terus berkembang dan berdaya. Audiens yang dapat menyerap berita seperti ini akan dapat terilhami untuk menggali potensi dirinya sehingga dapat tampil menjadi perempuan yang tidak hanya berguna bagi dirinya tapi menjadi inspirator bagi pihak lain.

Kata kunci : *Media Massa, Inspirasi dan Perempuan Mandiri*

PEREMPUAN DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PILIHAN KOMUNIKASI TERKINI

WOMEN AND SOCIAL MEDIA AS A RECENT COMMUNICATION OPTIONS

Dessy Trisilowaty

Abstract

Women are free beings who can determine the decision of her life. One of the woman's freely chosen decisions is in terms of communicating. The reality of urban communities that is the requirement to be able to meet the necessary while keeping the continuity of good communication with the women around them, and they must be good to keep both of them in order to function properly. Distance and time has been consumed by the high mobility is one reason for women to choose a social media like twitter to establish communication with their partner. It is still part that should be considered by them as social media users, especially women to provide personal information or provide an argument in a subject. Social media is giving the

KUMPULAN ABSTRAK

facility to connect with people who wanted but still have character as a medium that it is accessed by many people that the user should know the rules for the sake of communication continuity.

Keywords: *women, social media, twitter*

Abstrak

Kenyataan dalam masyarakat perkotaan yang dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sekaligus menjaga keberlangsungan komunikasi yang baik dengan sekelilingnya menjadikan kaum perempuan harus pandai menjaga keduanya agar berjalan sebagaimana mestinya. Jarak dan waktu yang telah tersita oleh mobilitas yang tinggi adalah salah satu alasan kaum perempuan untuk memilih media sosial seperti *twitter* untuk menjalin komunikasi dengan pasangannya. Hal ini tetap menjadi bagian yang harus dipertimbangkan oleh mereka para pengguna media sosial terutama perempuan untuk memberikan informasi pribadi maupun memberikan argumen dalam sebuah topik. Media sosial memang memberi fasilitas untuk terhubung dengan orang yang diinginkan namun tetap memiliki sifat sebagai sebuah media yang diakses oleh banyak orang sehingga aturannya harus diketahui oleh penggunanya demi kelancaran dalam komunikasi.

Kata kunci: *perempuan, media sosial, twitter*

TUBUH PEREMPUAN TAMBANG EMAS BAGI MEDIA MASSA

WOMEN BODY A MASS MEDIA GOLDEN MINE

Ditha Prasanti

Abstract

The woman involvement in Indonesia Media industry progress today is not showing a satisfactionary nomina. Incompetence to become one? This question suppose to motivated

Indonesian Woman to be more pro active in Indonesia Media activities. This situation had presented imbalance and unobjective reporting about woman in media. Woman in media, both printed and electronic media, is more to be the object of the issue. In this case, we have no clue whether woman like being exposed or people see woman as a commodity that potential to produce benefit. It obvious woman in Indonesia nowadays is only a media commercial to endorse a media company profit. And sinetron in television mostly plotted woman as a cheated wife, a mean mother, in other word, to asserted woman is typically bad. If we look closer, woman became a victim. Woman only became a golden mine and profit machine for an institution which exploited them.

Keywords: *Woman, Gold Mine, Television Media*

Abstrak

Keterlibatan perempuan dalam perkembangan industri media tanah air saat ini belum menunjukkan persentase memuaskan. Terlalu bodohkan perempuan? Pertanyaan inilah seharusnya menjadi cambuk bagi kaum perempuan untuk lebih pro aktif dalam kancah dunia media di negeri ini. Akibatnya pemberitaan media terhadap perempuan menjadi tidak objektif. Perkembangan media baik itu media cetak atau elektronik, perempuan lebih banyak menjadi bahan berita bagi sebuah media. Terlihat jelas selama ini perempuan hanya dijadikan media iklan komersial untuk pencapaian keuntungan. Tidak hanya sampai di situ, dalam tayangan sinetron pada media TV sering sekali menampilkan peran seorang istri yang selingkuh, ibu yang jahat, seolah mempertegas perempuan memang bertipikal buruk. Padahal jikalau kita mau mencermati, perempuanlah yang menjadi objek penderita. Perempuan hanya dijadikan sebagai tambang emas dan mesin pencetak uang bagi suatu golongan atau institusi dari eksploitasi dirinya.

Kata kunci : *Perempuan, Tambang Emas, Media Televisi*

INTERELASI PEREMPUAN DAN INTERNET

Dedeh Fardiah

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung (UNISBA) Jl. Taman Sari No. 1 Bandung 40116(022)
4205546Pes. 107, 109 Fax (022)4263895 *email* dfarliya@yahoo.com

Naskah diterima tanggal 2 Mei 2012, disetujui tanggal 27 Juni 2012

INTERRELATION OF WOMEN AND THE INTERNET

Abstract

Internet not only made changes about women's way to interact with each other that went through distance, space and time; but also, it came with it's own culture which affected women's character to communicate. Their intimacy with natural and real things was replaced with something not real or virtual. The naturality was considered as virtuality, in contrast the illusion was considered as reality. Internet was considered to have created a new reality called virtual reality inside the virtual world.. The interrelation between women and internet is interesting to observe. There are transitions about women's way to search the information's source, meet, talk, learn, and trade through the internet which confirm them as the subjects. On the other hand, the women's figure usually became object of cybercrimes. As the object, women became victims of violence at cyber pornography, sexual harassment, abduction, narcissistic behavior, and as a target of consumptive culture.

Keywords: *Women, Mass media, Internet*

Abstrak

Internet tidak hanya merevolusi cara perempuan dalam berinteraksi yang menembus jarak, ruang, dan waktu, tetapi ia juga hadir dengan budayanya sendiri memengaruhi watak perempuan dalam berkomunikasi. Keakraban dengan sesuatu yang alami dan nyata (*real*) kini telah diganti dengan keamatan dengan sesuatu yang tidak nyata, virtual, dan semu. Kealamian pun bahkan dianggap sebagai kesemuan, namun ilusi dianggap riil. Internet dianggap telah menciptakan realitas baru yang dikenal sebagai *virtual reality* di dalam sebuah *virtual world*. Fenomena interelasi perempuan dan internet menarik untuk dicermati. Di satu sisi ada peralihan cara perempuan dalam pencarian sumber informasi, bertemu, berbicara, belajar, dan berdagang melalui internet yang mengukuhkannya sebagai subjek. Di sisi lain sosok perempuan di internet tetap menjadi objek beragam bentuk kejahatan yang dilakukan di internet (*cybercrime*). Pada posisinya sebagai objek perempuan masih menjadi korban kekerasan secara verbal dan visual dalam wujud pornografi (*cyberporn*), pelecehan seksual, penculikan, perilaku narsistik, dan sasaran budaya konsumtif.

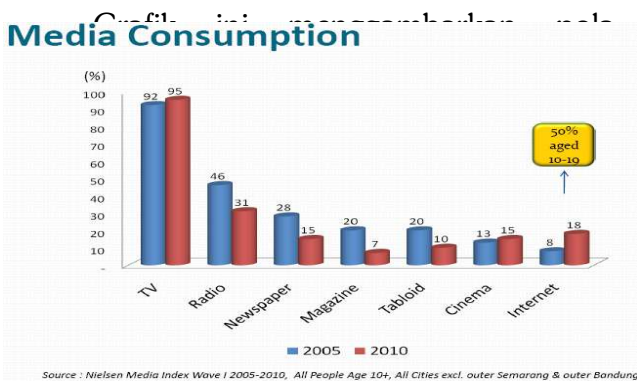
Kata Kunci : *Perempuan, Media Massa, dan Intenet*

Pendahuluan

Internet telah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar orang di dunia. Hal ini terjadi karena internet merupakan sarana untuk mendapatkan berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat, tanpa harus menguras banyak waktu dan biaya. Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat di tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*). Arpanet mendemonstrasikan *software* komputer yang berbasis UNIX, bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon.

Internet sebagai media massa yang berbasis media konvergensi peminatnya terus meningkat. Berdasarkan data *Nielsen Media Research*, posisi internet dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia ditunjukkan dalam grafik berikut ini :

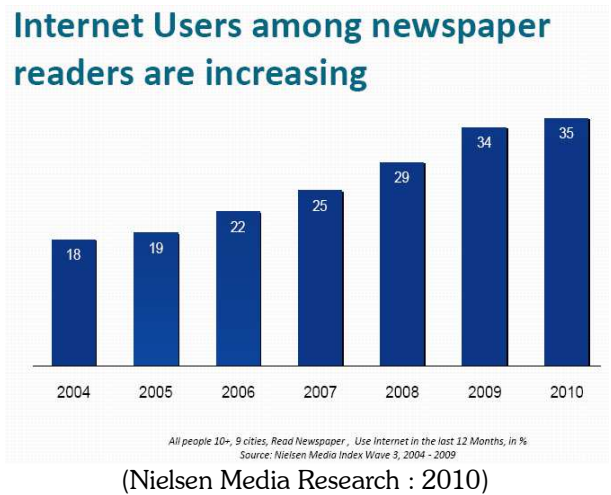
Gambar 1
Konsumsi Media



mengalami peningkatan yang signifikan. Jika dibandingkan dengan media cetak misalnya saja, perkembangan media internet sangat luar biasa seperti di tunjukkan pada data berikut ini :

Gambar 2

Perbandingan Pengguna Internet dan Surat Kabar



Grafik ini membuktikan bahwa media internet perkembangannya terus meningkat dari tahun ke tahun. Faktor yang menyebabkannya selain berbasis efisien (ekonomis), media ini bisa diakses di mana saja, asal audiens bersangkutan memiliki akses internet. Baik itu internet dari sambungan PC di rumah, laptop, atau yang lebih canggih dan ringkas adalah *handphone*, bahkan pertumbuhan pengguna internet *mobile* di Indonesia terus meningkat, melampaui *netter* yang mengakses via perangkat lain.

Walaupun adopsi perempuan masih rendah berdasarkan data di atas dan data tahun 2010 pengguna internet perempuan terbilang masih sedikit di Indonesia yakni hanya 35%. Namun Indikasi kualitatif seperti hadirnya beberapa situs, blog, dan *mailing list* perempuan, pertukaran surat elektronik yang dikirim dan diterima perempuan serta aktifnya perempuan Indonesia *chatting* melalui situs-situs lokal maupun global, menggambarkan banyak perempuan Indonesia yang menggunakan internet sebagaimana pernyataan di bawah ini :

Fenomena kemungkinan meningkatnya pengguna internet

perempuan menarik untuk dicermati sebab selama ini perempuan seringkali menjadi objek dari media massa. Di satu sisi ada peralihan cara perempuan dalam pencarian sumber informasi, bertemu, berbicara, belajar, dan berbisnis melalui internet. Di sisi lain sosok perempuan di internet tetap menjadi objek bermacam bentuk kekerasan verbal dan visual berupa pelecehan dan eksploitasi seksual.

Beberapa hasil penelitian, laki-laki lebih tertarik mengenai teknologi internet sedangkan wanita lebih tertarik dengan apa yang bisa dilakukan dengan internet (Budi Hermana, 2008). Gefen dan Straub (1997) dalam risetnya juga menunjukkan, gender memengaruhi keberadaan sosial dari internet, persepsi kemudahan menggunakan *e-mail*, dan persepsi manfaat *e-mail*. Persepsi wanita mengenai keberadaan sosial dari *e-mail* lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Persepsi manfaat internet juga lebih tinggi dilihat oleh wanita dibandingkan dengan pria, tetapi pria cenderung lebih mudah menggunakan *e-mail* dibandingkan wanita. Ramilo (2002) menyebutkan, dampak TIK terhadap perkembangan ekonomi, politik, dan sosial menjadi perhatian utama di beberapa negara di Asia (Putera, Pikiran Rakyat, 2009).

Berdasarkan fenomena di atas penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana interelasi antara perempuan dan internet.

Pembahasan

Internet Dalam Perspektif Media Massa

Globalisasi media massa sejak awal abad ke-21 telah mengalami demokratisasi penting, terutama *software computer* telah mampu memberdayakan individu-individu untuk mengambil langkah sendiri dengan cara yang benar-benar baru. Friedman menyebutnya dengan segitiga global

negara-bangsa, perusahaan multinasional dan individu yang saling berhubungan secara dinamis, individu menjadi pemain baru yang memiliki akses informasi yang dahulu hanya dimiliki pemerintah dan perusahaan (Vivian, 2008)

Perubahan terbesar dibidang komunikasi 40 tahun terakhir (sejak munculnya TV) adalah penemuan dan pertumbuhan internet (Severin dan Tankard, 2007). Sayling Wen, (2001) menjelaskan sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga komputer super yang paling canggih, inilah struktur jaringan komputer yang saling berhubungan (Bungin, 2006). Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet (Bungin, 2006). Internet merupakan salah satu solusi luar biasa yang pernah diciptakan oleh manusia, informasi apapun dan dari manapun memungkinkan untuk didapatkan melalui teknologi ini (Febrian, 2005).

Internet muncul sebagai media massa besar kedelapan dengan banyak isi, terutama melalui *webcoding*, melebihi media tradisional dalam banyak hal. Konsep dasar internet merupakan jaringan kabel dan telepon dan satelit yang menghubungkan komputer. Hampir semua orang di planet ini yang memiliki komputer bisa masuk ke jaringan. Dengan beberapa kali mengklik tombol *mouse* kita akan masuk ke lautan informasi dan hiburan yang ada di seluruh dunia.

Kendati dalam beberapa hal internet mirip dengan media massa tradisional yang mengirim pesan dari titik transmisi sentral,

internet lebih dari itu karena penerima pesan bisa mengklik hampir seketika dari satu sumber ke sumber lain. Perbedaan signifikan lain dari media massa adalah internet bersifat interaktif. Internet memiliki kapasitas untuk memungkinkan orang berkomunikasi bukan sekedar menerima pesan belaka, dan mereka bisa melakukannya dengan *realtime*.

Istilah web dalam internet merupakan struktur kode-kode yang mengizinkan pertukaran bukan hanya antarteks, tetapi juga grafis, video, dan audio. Kode-kode web mudah dipahami orang awam, yang bahkan tidak perlu tahu kode itu untuk masuk ke isi web. Dasar-dasar kode web diterima secara universal yang memungkinkan semua orang yang memiliki komputer, modem, dan koneksi internet untuk masuk ke dalam web global tak peduli dia berada di mana. Istilah web berasal dari sistem hubungan jaringan jutaan komputer yang menyerupai jejaring laba-laba.

Internet memiliki beberapa kelebihan sebagai media massa sehingga menjadi media favorit audiens. Secara fisik kehadiran internet dapat memengaruhi masyarakat seperti halnya media massa pada umumnya, sebagaimana dijabarkan oleh Steven H. Chafee tentang media massa bahwa kehadiran media massa secara fisik berpengaruh pada efek ekonomis, efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu dan efek perasaan orang terhadap media (Rakhmat, 1996)

Komunikasi pada internet merupakan komunikasi yang bersifat simbolik. Dalam pandangan Buck dan Vanlear (2002) *Symbolic communication is the intentional communication, using learned, socially shared signal system, of propositional information transmitted via symbol* (komunikasi simbolik adalah komunikasi

yang disengaja, menggunakan sistem tanda yang sama secara sosial dari informasi proporsional yang ditransmisikan melalui simbol. Artinya komunikasi simbolik dalam internet merupakan proses komunikasi yang disengaja dengan sistem tanda dan simbol yang disepakati bersama yang sesuai dengan tujuan dari orang yang terlibat di dalamnya.

Dalam komunikasi simbolik terdapat kesalingtergantungan (*interdependence*). Kesalingtergantungan inilah yang kemudian membentuk proses komunikasi yang efektif. Komunikasi manusia secara pribadi terjadi bukan karena tindakan pribadinya, melainkan karena keanggotaan dirinya dalam kelompok masyarakat. Dalam kondisi ini, individu dapat dipahami karena berinteraksi, berelasi, dan bertransaksi dengan orang lain.

Representasi Perempuan di internet

Persoalan perempuan merupakan isu yang selalu aktual dan seringkali mengundang perdebatan panjang dalam pembicaraan publik melalui media massa. Media massa dan perempuan ibarat dua sisi mata uang yang tak bisa dipisahkan, keduanya memiliki kaitan simbiosis mutualisma. Perempuan banyak yang memanfaatkan jasa media massa demi meningkatkan popularitasnya, sebaliknya media massa butuh sebuah “daya tarik” dari seorang perempuan, dalam muatan medianya untuk mendapatkan atensi audiensnya.

Menurut Yasraf Amir Piliang relasi perempuan dengan media merupakan perjuangan memperebutkan makna. Media menjadi arena perjuangan politik simbol dan tanda yang posisinya sangat ditentukan oleh kondisi perempuan dan media berada. Media yang hidup pada dunia patriarki lebih menonjolkan

maskulinitas dan di sisi lain feminisme termarginalkan. (Piliang,2000)

Dalam artikel yang berjudul “Wajah Perempuan dalam Media Massa” (Arifin, 2001) masih dianggap objek dari sebuah mesin operasional media massa. Perempuan cenderung menjadi objek *fetish*, objek peneguhan pola kerja patriarki, objek seksis, objek pelecehan, dan kekerasan. Objek yang gambarnya bisa berupa nilai, pilihan, maupun sikap yang tidak merefleksikan masalah-masalah nyata yang dialami perempuan, yang sekaligus menunjukkan adanya kemandirian sikap, serta pengangkatan optimalisasi kualitas intelektual peran perempuan di dalamnya. Fakta perempuan sebagai komoditas di ruang publik, seringkali diangkat sebagai komoditas media, sehingga media bukan hanya merefleksikan, tetapi telah mereplika fakta tersebut.

Hal ini pula yang dapat kita cermati dari representasi relasi yang digambarkan perihal perempuan dalam dunia maya yang bernama internet. Jika kita cermati maka dalam internet perempuan berada pada dua posisi yakni :

A. Perempuan sebagai Subjek

Internet sebagai sarana memperluas wawasan. Melalui internet dunia menjadi terbuka secara luas, sehingga orang tidak bisa lagi terkurung dalam pengetahuan lokal, namun mengakses sumber informasi yang terbuka luas itu. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet berpengaruh terhadap cara perempuan dalam mencari informasi. Internet merupakan sebuah layanan yang memudahkan perempuan menambah wawasan, berkomunikasi, dan juga memudahkan untuk mencari suatu bahan yang mungkin sulit dicari secara

nyata. Kaum perempuan, mencari informasi berkaitan dengan perkembangan anak, berbagi informasi kekeluargaan, kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya melalui internet.

Internet sebagai sarana bergaul dan menambah jejaring Saat ini banyak jejaring sosial (*social media*) yang memungkinkan perempuan sebagai pengguna terhubung dengan jutaan manusia dari belahan dunia manapun.

Perempuan memang lebih suka bersosialisasi, membeli, dan mengikuti topik yang erat hubungannya dengan kaum perempuan, Salah satu yang *booming* dan banyak digandrungi adalah *facebook* dan *twitter*. Selain bisa menemukan teman lama dan teman baru, melalui *social media* kaum perempuan juga bisa memanfaatkannya untuk berbagi tentang berbagai hal.

Perempuan pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan memerlukan orang lain dalam melakukan setiap kegiatannya. Pada era globalisasi, aktivitas perempuan kian padat seiring munculnya emansipasi, hal ini berdampak pada berkurangnya waktu untuk bersosialisasi dengan individu lainnya. Dalam menghadapi hal ini perempuan berusaha untuk mencari alternatif lain untuk meminimalisir waktunya untuk bersosialisasi namun tetap dapat berkomunikasi atau bersosialisasi dengan individu lainnya, maka digunakanlah media. Oleh karena itu, media jejaring sosial menjadi salah satu sarana perempuan untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain.

Internet sebagai sarana mengembangkan kreativitas. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk mengaktualkan dirinya dalam pergaulan dan juga kehidupan setiap hari. Melalui

media internet perempuan dapat kreatif dan berkembang sesuai yang diinginkan. Keuntungan penggunaan media internet menyediakan pengalaman-pengalaman yang mungkin tidak mudah didapat melalui dunia nyata. Jumlah perempuan yang terlibat dalam komunitas kreativitas, seperti komunitas merajut, sketsa, menulis, memasak, *handycraft* kian menjamur. Aktivitas dilakukan melalui internet baik berdiskusi dan berbagi tentang berbagai hal, bahkan banyak yang kemudian melakukan kegiatan bersama melalui pertemuan *real time* melalui pameran atau *bazaar*.

Internet sebagai sarana gerakan sosial. Pemanfaatan internet oleh perempuan juga mampu mendinamisasi gerakan sosial digital di Indonesia. Kasus Prita Mulyasari, seorang perempuan, yang menjadi *icon* gerakan sosial digital di Indonesia adalah kasus pertama yang diindikasikan terjerat masalah pencemaran nama baik di Undang Undang (UU) Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Banjirnya dukungan terhadap Prita Mulyasari saat melawan Rumah Sakit OMNI Internasional membuka mata publik dan pengambil kebijakan di negeri ini untuk melakukan revisi terhadap UU ITE. Dengan memanfaatkan internet kepentingan-kepentingan perempuan lebih tersuarakan. Pemanfaatan internet oleh perempuan dapat *memposting* tuntutan-tuntutan berdasarkan kepentingan perempuan. Dengan keterlibatan perempuan itu selain membawa dampak positif bagi kelompok perempuan itu sendiri juga mencerdaskan publik, karena publik dapat melihat sebuah kasus secara lebih utuh. Semakin banyak perempuan yang melek internet, aspirasi dan permasalahan seputar perempuan akan terakomodasi dan disampaikan dengan lebih cepat.

B. Perempuan sebagai Objek

Konstruksi media massa terhadap perempuan menggambarkan bahwa dalam kehidupan sosial relasi antara perempuan dan laki-laki, perempuan selalu ditempatkan dalam posisi subordinasi, perempuan selalu kalah, sebagai pemuas pria dan pelengkap dunia laki-laki. Fenomena ini tersirat pada hasil penelitian dalam iklan di media massa yang dilakukan Burhan Bungin (2008) bahwa apa yang perempuan lakukan dalam iklan-iklan itu, hanyalah untuk menyenangkan orang lain, terutama laki-laki, sedangkan ia sendiri adalah bagian dari upaya menyenangkan bukan menikmati rasa senangnya, ia hanya senang kalau orang lain senang. Selama ini banyak media termasuk internet yang mengeksploitasi perempuan sebagai objek seks yang pada akhirnya melahirkan masyarakat yang sarat dengan kekerasan terhadap perempuan.

Proses dominasi kapitalisme yang juga merambah di internet telah menegaskan pernyataan Foucault (1980) tentang *the death of the subject*. Dalam hal ini, perempuan sebagai subjek telah mati, ia tidak lagi bisa mengendalikan dirinya sendiri, tetapi telah dikendalikan oleh ideologi dan kepentingan pasar. Bagi Irigaray, perempuan dianggap *not knowing what she wants*. Kepentingan pasar pun telah menjadi kekuatan yang dominan di dalam kehidupan sosial yang tampak dari kecenderungan orientasi ke kebudayaan konsumerisme. Perempuan sesungguhnya merupakan produk dari kehidupan sosial tersebut sehingga ia tersubordinasi oleh kepentingan-kepentingan dan harapan umum yang ingin melihat perempuan sebagai objek. Perempuan sesungguhnya tidak mempunyai kesempatan untuk memilih karena pilihan-pilihan selalu ditentukan sebelumnya dengan

kemungkinan-kemungkinan yang lebih menguntungkan pihak lain.

Demikian pula apa yang kita lihat pada media internet, diantara beberapa manfaat yang telah dipaparkan di atas ada sisi di mana dalam media internet perempuan masih menjadi objek. Beberapa indikasi bahwa perempuan masih menjadi objek di antaranya adalah:

Perempuan masih banyak yang menjadi korban kejahatan dunia maya (*cybercrime*), kejahatan dunia maya sangat beragam namun yang kerap dialami oleh perempuan adalah korban *cyberporn* (pornografi melalui internet) ketika halaman-halaman *online* aneka produk asusila terus menjamur. Kemudahan aksesibilitas terhadap teknologi kini semakin memperluas sebaran konten porno. Perempuan di internet sering menjadi simbol seks, apa yang kemudian dinamakan dengan seksisme simbolik, di mana dalam seksisme (*sexism*) terjadi diskriminasi yang berlatar belakang seks, yang di dalamnya perbedaan seks dianggap relevan pada konteks-konteks yang sesungguhnya tidak relevan. Seksisme adalah bangun keyakinan yang secara sistematis mendistorsi pengetahuan tentang perempuan, sehingga merendahkan martabat dan merugikan eksistensinya sebagai manusia.

Maraknya pornografi pada dunia *virtual*/internet misalnya kasus yang melibatkan perempuan di dalamnya adalah video porno yang diduga dilakukan anggota DPR perempuan, setelah sebelumnya kasus video porno Ariel Peterpan, Luna Maya, dan Cut Tari, serta anggota DPR Yahya Zaini bersama Maria Eva, Max Muin-Desi, dan lain-lain. Belum lagi gambar-gambar vulgar yang melibatkan artis-artis perempuan di Indonesia seperti Ayu Azhari, Rachel

Maryam, dan sederet artis lainnya bahkan kasus video dan foto yang melibatkan remaja putri di beberapa sekolah. Teknologi informasi memudahkan orang mencari *content* apapun, termasuk pornografi. Pengaksesnya tidak menyadari bahwa *content* ini merusak diri mereka dan pada umumnya materi pornografi di dunia maya membuat penggunanya menjadi kecanduan.

Yasraf Amir Pilliang berargumen bahwa “pornografi dengan segala perangkat, media dan bahasanya adalah sebuah praktik sosial yang menggunakan (secara paksa) kode-kode tertentu pada tubuh perempuan, untuk dapat menciptakan teks dan citraan-citraan, yang dapat memproduksi efek-efek psikologis yang merusak pada perempuan sebagai korban”. Pornografi menimbulkan degradasi pada perempuan dengan cara mengeksploitasi ketelanjangan perempuan, nilai tanda dari organ-organnya (*body signs*), serta posisi seksualnya yang submisif sebagai ‘nilai ekonomi libido’ (*libidinal currency*). (Kippas, 2002)

Kasus lain, perempuan di internet juga menjadi korban pelecehan seksual secara verbal dan visual, yakni sebuah bentuk perilaku *netter* yang berkonotasi atau mengarah kepada hal-hal seksual yang dilakukan secara sepihak dan tidak diharapkan oleh orang yang menjadi sasaran sehingga menimbulkan reaksi negatif seperti malu, marah, benci, tersinggung pada diri individu yang menjadi korban pelecehan tersebut. Rentang pelecehan seksual sangat luas namun dalam konteks internet diantaranya komentar berkonotasi seks atau gender, humor porno, isyarat yang bersifat seksual, ajakan berkencan dengan iming-iming atau ancaman, ajakan melakukan hubungan seksual hingga perkosaan.

Pada umumnya lima kategori pelecehan seksual adalah, pelecehan gender berupa ungkapan verbal atau perilaku merendahkan gender lain, *seduction* berupa rayuan seksual, sensual yang diucapkan secara tidak sopan, misalkan tiba-tiba *chatting* mengajak kencan atau menjadikan seseorang sasaran pembicaraan yang mengandung atau dikaitkan dengan hal-hal seksual. *bribery* merayu dengan disertai upaya “penyuapan”. *sexual coercion*, memaksa atau mengancam dengan berbagai cara agar korban bersedia melakukan apa yang diinginkan. *sexual imposition* berupa perlakuan “menyerang” secara paksa sehingga korban tidak berdaya menolaknya.

Cybercrime yang korbannya perempuan juga marak berupa penculikan, temuan-temuan yang diberitakan di media massa menunjukkan bahwa melalui pertemanan di jejaring sosial banyak korban remaja putri menjadi sasaran, jika kita cermati beberapa kasus diantaranya seperti kasus Marietta Nova, siswi SMP Surabaya dan seorang gadis umur 14 tahun warga Ciledug, Kota Tangerang. Tiga gadis asal, Kabupaten Sukabumi diduga menjadi korban penculikan menghilang setelah bermain jejaring sosial *facebook* di warnet. Dua siswi SMPN Kota Bekasi dibawa kabur oleh pemuda kenalannya melalui situs jejaring sosial *facebook*. Masih banyak lagi deretan panjang kasus penculikan melalui situs jejaring *facebook*.

Para pelaku kejahatan di *facebook* ini modus awalnya hampir sama, yaitu dengan memberi iming-iming tertentu kepada setiap calon korbannya. Setelah berhasil merayu dan mengiming-imingi calon korban, pelaku mengajak bertemu di suatu tempat. Pada saat pertemuan inilah si pelaku melancarkan aksi kejahatannya kepada si korban. Mirisnya, rata-rata para

korban adalah remaja putri dan mereka adalah pengguna internet pemula yang belum banyak tahu sisi baik dan buruknya pergaulan di dunia maya. Yang mereka pikirkan saat itu hanyalah sisi senang-senang dalam menggunakan teknologi, tanpa memedulikan dampak bagi dirinya jika ia melakukan suatu kesalahan.

Penipuan dengan modus-modus yang dilakukan di internet tidak terlepas dari adanya upaya pengelolaan kesan yang dapat juga terjadi manipulasi identitas. Dalam interaksi manusia tidak dapat menghindari untuk mengungkapkan dirinya pada orang lain. Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan pengelolaan kesan (*impression management*). Pada saat ini, individu melakukan suatu proses di mana dia akan menyeleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi di mana perilaku itu dihadirkan serta memroyeksikan pada orang lain suatu *image* yang diinginkannya. Manusia melakukan hal tersebut, karena ingin orang lain menyukainya, ingin memengaruhi mereka, ingin memperbaiki posisi, memelihara status, dan sebagainya. Dua komponen yang mendasari pengelolaan kesan (*impression management*), yakni:

- Motivasi pengelolaan kesan (*impression-motivation*): Motivasi pengelolaan kesan menggambarkan bagaimana motivasi yang dimiliki untuk mengendalikan orang lain dalam melihat diri atau untuk menciptakan kesan tertentu dalam benak pikiran orang lain

- Konstruksi pengelolaan kesan (*impression-construction*): adalah menyangkut pemilihan *image* tertentu yang ingin diciptakan dan mengubah perilaku dalam cara-cara tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

Di dunia maya konstruksi kesan muncul dimulai ketika pemilihan

username atau nama pengguna, deskripsi diri, foto profil, dan sebagainya dilakukan dengan pertimbangan tentang bagaimana individu mengharapkan orang lain akan mempersepsi dirinya. Pertimbangan inilah yang kemudian memunculkan pilihan apakah individu akan menunjukkan identitas sesungguhnya atau manipulasi identitas berupa anonimitas dan *pseudonimitas*. Turkle menulis (dalam Wood dan Smith 2008) bahwa, “dalam dunia yang dimediasi komputer, (identitas) diri dapat bersifat ganda, berubah-ubah dan diatur dalam interaksi melalui koneksi mesin; ia dibentuk dan ditransformasikan melalui bahasa.”

Identitas individu di internet sepenuhnya dikonstruksi sesuai dengan apa yang diinginkan dan semua itu dilakukan melalui bahasa, baik teks maupun gambar. Proses konstruksi identitas ini melahirkan konsekuensi yakni anonimitas dan *pseudonimitas*. Anonimitas merupakan salah satu isu terpenting dalam komunikasi *online* dan meresahkan. Di satu sisi anonimitas dapat berfungsi melindungi seseorang dari serangan dan ancaman, namun juga berpotensi menjauhkan seseorang dari akuntabilitas dengan seluruh tanggung jawab atas apa yang dikatakan. Penyalahgunaan anonimitas dalam teknologi komunikasi *online* dapat mengundang risiko kejahatan.

Selain anonimitas bentuk lain manipulasi identitas adalah *pseudonimitas* adalah nama semu. Seperti halnya anonim, *pseudonim* memungkinkan pemilik identitas lebih aman dan terlindungi. Namun tidak seperti anonim, *pseudonim* dapat memungkinkan seseorang untuk menambahkan kesan akan citranya. *Pseudonimitas* satu tingkat lebih tinggi di atas anonimitas. Individu mengonstruksi identitas melalui *nickname* (nama

samaran), foto semu yang dapat dirujuk pada tokoh-tokoh kartun, tokoh idola, karikatur, lukisan, dan data grafis lainnya yang tidak relevan dengan identitas sesungguhnya. Tak heran jika perempuan yang mejadi korban penculikan salah satu diantaranya adalah terjadinya anonimitas dan *pseudonimitas* yang dilakukan oleh pihak yang tak bertanggungjawab untuk mengelabui perempuan.

Hal lain yang juga tak kalah menariknya dari interelasi antara perempuan dengan internet adalah munculnya perilaku narsis. *Narcissistic Personality Disorder* (NPD), merupakan gangguan psikologis. Keadaan ketika seseorang memiliki rasa percaya diri yang sangat tinggi untuk kepentingan pribadinya dan rasa ingin selalu dikagumi, diikuti sikap emosional, suka berpura-pura, suka mendramatisasi sesuatu, dan antisosial karena menganggap diri lebih dari orang lain. Sikap percaya diri yang kelewat tinggi sebenarnya digunakan penderita untuk menutupi harga dirinya yang sangat rapuh dan sensitif. Namun, seiring waktu, narsis mengalami pergeseran makna dan biasa digunakan untuk mewakili perilaku seseorang, seperti terlalu eksis dan percaya diri.

American Psychiatric Association (Beck, 2007) dalam *Cognitive Therapy of Personality Disorder*; menyebutkan tujuh kriteria orang dengan kepribadian narsistik antara lain menganggap diri mereka sangat penting, mengharap dikenal orang sebagai orang hebat meskipun tanpa prestasi, dipenuhi oleh fantasi kesuksesan, kekuasaan, kepandaian, kecantikan, atau cinta yang ideal, percaya bahwa mereka orang yang spesial dan unik yang hanya dapat dimengerti atau harus disamakan dengan orang lain yang berstatus tinggi di atas mereka, membutuhkan kekaguman

yang berlebihan, pengharapan yang tidak beralasan, mencari keuntungan diri melalui eksploitasi terhadap orang lain, sulit berempati, sering merasa iri terhadap orang lain, menunjukkan kesombongan, menunjukkan sikap atau perilaku nakal.

Saat ini, di media internet banyak contoh perempuan-perempuan yang narsis, bahkan ada yang menyalurkan kenarsisannya dengan mengabadikan kemolekan tubuhnya tanpa pakaian dengan kamera dan memajangkannya agar orang bisa melihat dan memuji betapa molek tubuhnya. Itu hanya salah satu dari sekian banyak contoh narsis perempuan yang terobsesi dengan dirinya sendiri, yang terus-menerus mencari sanjungan dari teman-teman virtualnya. Hal ini berakibat perempuan menjadi objek pelecehan seksual dan kekerasan visual dalam internet yang akan merugikan perempuan itu sendiri.

Perempuan selain sebagai subjek dalam dunia bisnis juga dijadikan sebagai objek. Media internet berperan besar dalam pembentukan budaya global dan proses peniruan gaya hidup. Internet mengandung pesan-pesan yang mendorong "konsumerisme parasitik" yakni meningkatnya konsumsi budaya material dari negara-negara maju yang bersifat hedonistik di mana tingkat konsumerisme dan produserisme sama-sama tinggi.

Bagi profesional pemasaran (Kasali, 2000) perempuan adalah potensi pemasaran yang luar biasa. Perempuan adalah manajer pembelian untuk bermacam-macam jenis dan kategori barang dan jasa. Dengan semakin majunya pendidikan perempuan, produk-produk di masa lalu hanya layak ditargetkan untuk laki-laki, sekarang pun berpotensi besar ditargetkan kepada kaum perempuan. Perempuan bukan hanya memerlukan informasi tentang barang-barang konsumsi

sehari-hari, perabotan rumah tangga dan alat-alat kecantikan, melainkan juga produk-produk seperti otomotif, jasa perbankan, program-program pendidikan, *real estate*, transportasi udara, travel/pariwisata, dan sebagainya.

Oleh karena itu marak fenomena kehidupan masyarakat dalam arus globalisasi berkembang sebuah komunitas dunia yang menjadi konsumen produk-produk global untuk menutupi kelemahan atau kekurangan diri seorang konsumen yakni gaya hidup konsumtif. Biasanya gaya hidup yang serba konsumtif ini di"provokatori" budaya para aktris yang selalu menghabiskan uang untuk menjaga kecantikan dan penampilan yang konotasinya selalu terus berusaha menutup segala kekurangan dan kelemahan dengan berbagi produk global itu. Budaya konsumtif ini kemudian diadopsi kaum perempuan sehingga perempuan banyak yang menjadi umpan dan korban budaya konsumtif menjadi objek dari produk-produk global yang menjanjikan sesuatu sebagai solusi untuk pemenuhan selera dan keinginan.

Penutup

Perkembangan teknologi semakin pesat membawa manusia pada peradaban yang semakin maju. Tujuan utama teknologi dalam kehidupan manusia adalah untuk mempermudah, mempercepat, tepat sasaran sehingga dapat membantu meringankan tugas-tugas manusia. Oleh karena itu, sangatlah tidak mungkin untuk menghindari teknologi. Internet sebagai produk teknologi merupakan media baru yang banyak diminati oleh berbagai kalangan pria maupun wanita.

Internet tidak hanya merevolusi cara kita berinteraksi yang menembus jarak,

ruang, dan waktu, tetapi ia juga hadir dengan budayanya sendiri yang juga akan memengaruhi watak manusia dalam berkomunikasi. Keakraban dengan sesuatu yang alami dan nyata (*real*) kini telah diganti dengan keamatan dengan sesuatu yang tidak nyata, *virtual*, dan semu. Kealamian pun bahkan dianggap sebagai kesemuan, sementara ilusi dianggap *real*. Internet dianggap telah menciptakan realitas baru yang dikenal sebagai *virtual reality* di dalam sebuah *virtual world*.

Ironisnya perkembangan, globalisasi informasi lewat internet juga dinilai telah menyebabkan lenyapnya batas-batas sosial, kategori-kategori sosial, dan identitas sosial yang menjadi ciri media postmodern. Media internet membawa kontradiksi-kontradiksi budaya yang baru di mana setiap informasi yang sebelumnya secara sosial, moral, dan religi dianggap terlarang, tabu, haram, dan sebagainya, kini semua itu bisa diperoleh begitu gampang, secara terbuka oleh siapa pun lewat berbagai media dan terutama lewat situs-situs porno yang dijajakan di internet (*cyberporn*).

Interelasi perempuan dan internet merupakan interelasi yang diibaratkan sebagai dua sisi mata uang. Di satu sisi media massa memberikan nuansa saling menguntungkan relasi antara perempuan

dan internet. Namun di sisi lain media massa khususnya internet masih memberi tempat bagi proses legitimasi bias gender, terutama dalam menampilkan representasi perempuan.

Relasi positif perempuan dan internet terjadi ketika internet merupakan sarana yang ampuh dalam menambah wawasan pengetahuan dan keterampilan, wahana yang efektif dalam membangun relasi, tempat yang tepat dalam merangsang daya kreativitas perempuan dalam berkarya dan beraktivitas, serta media untuk memperjuangkan gerakan-gerakan sosial yang sensitif gender. Dalam konteks ini perempuan adalah subjek yang secara aktif dapat melakukan aktivitasnya sesuai dengan harapan dan keinginannya.

Relasi negatif muncul manakala perempuan masih dijadikan sebagai korban *cybercrime* berupa kekerasan verbal dan visual berwujud pornografi via internet, pelecehan seksual yang dilakukan secara *online*, bahkan menjadi korban penculikan, korban penipuan identitas, krisis eksistensi melalui dunia maya yang mewujud dalam bentuk perilaku narsis dan konsumtif. Maka perempuan hanya dijadikan sebagai objek dari budaya dominan yang masih memarjinalkan perempuan sebagai kaum subordinat dan objek kerja patriarki.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi, teori , paradigma dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- . 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta:Kencana.

- Beck, Aaron T. dkk. (2007). *Cognitive Therapy of Personality Disorder*. New York & London : Guilford Press
- Febrian, Jack., (2005). *Menggunakan internet menjalankan berbagai aktifitas internet melalui : PC, Notebook, Handphone, dan PDA*. Informatika:Bandung
- Kasali, Renald. (2000). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta:Gramedia Utama
- Piliang, Yasraf Amir. (2000). *Pers dalam Kontradiksi Kapitalisme Orde Baru*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, Jalaluddin. (1996). *Psikologi Komunikasi* (edisi revisi). Bandung: Remadja Karya.
- Ricoeur, Frank.(1995). *Media Society : Industries, Images, and Audiences* .California: Sage PublicationCompany.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa* (edisi 8) , Jakarta:Kencana
- Werner J. Severin, James W. Tankard.(2007). *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana
- Wood, Andrew F. dan Matthew J. Smith.(2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Sumber lain:**Jurnal :**

Arifin. (2001).Wajah Perempuan Dalam Media Massa. *Jurnal Mediator*

Surat Kabar :

Prakoso Bhairawa Putera, Pikiran Rakyat, edisi 21 April 2009

PETUNJUK PENULISAN

Petunjuk Penulisan Naskah Observasi BPPKI Bandung

1. Umum

Observasi merupakan media yang terbit secara berkala dua nomor dalam setahun. Nomor 1 terbit setiap bulan Agustus, nomor 2 terbit bulan Desember. Proses penerbitan nomor 1 berlangsung sejak awal Januari hingga Juli. Proses penerbitan nomor 2 berlangsung sejak Juli hingga November. Sebagai media pengembangan dan rekayasa ilmu yang berasal dari hasil pengamatan lapangan, pengalaman, telaahan, gagasan, tinjauan maupun kritik di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Sasaran khalayak penyebaran ditujukan kepada masyarakat ilmiah, instansi pemerintah dan swasta serta pihak-pihak yang berminat.

Jenis tulisan berupa makalah, hasil kajian pemikiran dan, tinjauan kritis, di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Redaksi menerima sumbangan naskah dari kalangan peneliti, akademisi, pengamat dan praktisi komunikasi, media, dan informatika. Naskah yang disumbangkan harus orisinal dan belum pernah dipublikasikan di media lain. Jika di kemudian hari diketahui ada naskah yang dimuat di jurnal atau media lain maka segala risiko menjadi tanggung jawab penulis. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia mengacu pada EYD.

Segala macam bentuk plagiasi menjadi tanggung jawab penulis dan yang bersangkutan tidak dipekenankan untuk mengisi penerbitan di BPPKI Bandung.

Setiap naskah yang masuk akan dikaji dan ditelaah oleh Dewan Redaksi. Naskah yang masuk tidak diterbitkan menjadi hak Redaksi dan tidak dapat diminta kembali. Untuk menentukan layak atau tidaknya sebuah naskah dimuat, semua naskah yang masuk ke redaksi Observasi akan ditelaah oleh Mitra Bestari sesuai dengan bidang kepakarannya. Untuk menjaga objektivitas maka setiap naskah yang di kirim ke Mitra Bestari dalam kondisi tanpa nama.

Setelah dalam bentuk *proof*, Penulis naskah diminta menandatangani lembar pernyataan persetujuan untuk dicetak menjadi jurnal.

2. Khusus

Format Penulisan:

- a. Naskah diketik dengan Souvenir Lt BT font 12 di atas kertas A4, spasi ganda melalui program *MS Word 2003/ Open Office Writer*.
- b. Naskah yang dikirim maksimal 20 halaman. Per halaman rata-rata sekitar 429 kata hingga 450 kata.
- c. Pengiriman dilakukan melalui *e-mail* (observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id) atau melalui *hard copy* (dilengkapi *soft copy/CDRW*) ke BPPKI Bandung, Jalan Pajajaran no: 88 Bandung – 40173, telp. 022-6017493.
- d. Naskah mengacu pada sistematika sebagai berikut: **Judul; Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, e-mail); Abstrak; Kata kunci; Pendahuluan; Pembahasan; Penutup.**

PETUNJUK PENULISAN

Penjelasan format penulisan:

Judul: Ditulis dengan singkat, padat, maksimal 10 sampai 12 kata (ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris). Isinya mencerminkan masalah pokok. Ditulis dengan huruf kapital font 14. Hindari judul penelitian dengan menggunakan kata-kata “Telaah”, “Studi”, “Pengaruh”, “Analisis”, dan sejenisnya. Hindari penggunaan kata kerja dan singkatan.

Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, e-mail, tgl kirim naskah):

Contoh:

Muhammad Zein Abdullah, S.Ip, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Jurusan Komunikasi, Universitas Haluoleo Kendari
Sulawesi Tenggara - 93232

Telp/Fax/HP (0401) 3192511, 081341877133, *e-mail:zein_unhalu@yahoo.co.id*

Naskah dikirim pada tanggal 7 Januari 2011

Abstrak: Ditulis dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia, maksimal 200 kata tanpa paragraph. Isinya harus mencerminkan latar belakang dan permasalahan, pembahasan dan implikasi. Abstrak bukan merupakan turunan dari pendahuluan.

Kata Kunci: Ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris di bawah abstrak. Terdiri atas 3 sampai 5 kata. Tidak harus kata tunggal, boleh kata majemuk. Ditulis dengan huruf kecil format miring (*Italic*). Bukan kata yang bersifat Umum. Contoh judul: Membangun Format Kemitraan Media Dalam Rangka Diseminasi Informasi. **Kata-kata kunci:** Kemitraan, Media, Diseminasi Informasi.

Pendahuluan: berisi tentang latar belakang masalah; pentingnya permasalahan tersebut untuk ditelaah lebih jauh;

Kerangka konsep/analisis: perspektif pemikiran/tinjauan, bingkai analitik yang digunakan.

Pembahasan: Secara substansial isinya mencakup telaahan terhadap permasalahan dengan bingkai analitik yang digunakan. Jika menggunakan tabel, maka bentuk tabel, hendaknya menggunakan tiga garis horisontal dan tidak menggunakan garis vertikal, tabel menggunakan nomor sesuai dengan urutan penyajian (Tabel 1 , dst), judul tabel diletakan di atas tabel dengan posisi di tengah (*centre justified*) contoh :

Tabel 1

Jenis Kelamin Responden

| No Jenis Kelamin | Frekuensi |
|------------------|-----------|
| 1. Laki-laki | 25 |
| 2. Perempuan | 25 |
| Jumlah : | 50 |

PETUNJUK PENULISAN

Sumber :

Penutup: isinya mencakup simpulan dan saran.

Cara pengutipan : menggunakan pola *bodynote*, yakni menuliskan nama belakang penulis buku yang dijadikan sumber dan tahun terbit buku tanpa disertai halaman.

Sumber bacaan hendaknya terdiri dari minimal 60% yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir ini, dan 40% bebas.

Tidak diperbolehkan menggunakan sumber dari wikipedia, blog yang kredibilitasnya kurang.

Daftar Pustaka: Daftar pustaka ditulis mengacu pada *Standard Harvard*.

Contoh:

1. Buku (satu penulis):

Berkman, R.I (1994) *Find It Fast: how to uncover expert Information on any subject*. New York: Harper Perennial.

2. Buku (dua penulis/lebih):

Moir, A. & Jessel, D. (1991) *Brain sex: the real difference between men and women*. London: Mandarin.

Cheek, J., Doskatsch, I., Hill, P. & Waish, L. (1995) *Finding out: Information Literacy for the 21st century*. South Melbourne: MacMillan Education Australia.

3. Editor atau Penyusun sebagai penulis:

Spence, B. ed. (1993) *Secondary School Management in the 1990s: Challenge and Change*. Aspects of Education Series, 48. London: Independent Publishers.

Robinson, W.F & Huxtable, C.R.R. eds. (1998) *Clinicopathologic principles for veterinary medicine*. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Penulis dan Editor:

Breediove, G.K. & Schorfheide, A.M. (2001) *Adolescent pregnancy*. 2nd ed. Wleczonek, R.R. ed. White Plains (NY): March of Dimes Education Services.

5. Institusi, Perusahaan, Atau Organisasi sebagai penulis

UNESCO (1993) *General Information Programme and UNISIST*. Paris: Unesco, PGI-93/WS/22

6. Salah satu tulisan dalam buku kumpulan tulisan:

Porter, M.A. (1993) The Modification of Method in Researching Postgraduate Education. In: Burgess, R.G.ed. *The Research Process in Educational Setting: Ten case studies*. London: Falmer Press, pp. 35-47

7. Referensi kedua (buku disitasi dalam buku yang lain):

Confederation of British Industry (1989) Towards a skills revolution: a youth charter. London: CBI. Quoted In: Bluck, R., Hilton, A., & Noon, P. (1994) *Information skills In Academic libraries: a teaching and learning role in*

PETUNJUK PENULISAN

higher education. SEDA Paper 82. Birmingham: Staff and Educational Development Association, p.39

8. Prosiding Seminar Atau Pertemuan:

ERGOB Convergence on Sugar Substitutes, 1978. Geneva, (1979). *Health and sugar substitutes: proceedings of the ERGOB conference on sugar substitutes*, Guggenheim, B, ed. London: Basel.

9. Naskah yang dipresentasikan dalam seminar atau pertemuan:

Romonav, A.P. & Petroussenko, T.V. (2001) International book exchange: has It any future In the electronic age? In: Neven, J, ed. *Proceedings of the 67th IFLA Council and General Conference, August 16-25, 2001, Boston USA*. The Hague, International Federation of Library Association and Institutions, pp. 80-8.

10. Naskah seminar atau pertemuan yang tidak dikumpulkan dalam suatu prosiding:

Lanktree, C. & Briere, J. (1991, January). Early data on the Trauma Symptom Checklist for Children (TSC-C). *Paper presented at the meeting of the American Professional Society on the Abuse of Children, San Diego, CA*.

Haryo, T.S. & Istiadjid, M. (1999, September). Beberapa factor etnologi meningokel nasofrontal. *Naskah dipresentasikan dalam konggres MABI, Jakarta*.

11. Sumber referensi yang berasal dari makalah pertemuan berupa poster:

Ruby, J. & Fulton, C. (1993, June), Beyond redllning: Editing software that works. *Poster session presented at the annual meeting of the Society for Scholarly Publishing, Washington, DC*.

12. Ensiklopedia:

Hibbard, J.D., Kotler, P. & Hitchens, K.A. (1997) Marketing and merchandising, in: *The new Encyclopedia Britannica*, vol. 23, 15th revised ed. London: Encyclopedia Britannica.

13. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak pemberi dana/sponsor:

Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.

14. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak Penyelenggara:

Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.

15. Tesis atau Disertasi:

Page, S. (1999) *Information technology impact: a survey of leading UK companies*. MPhil. Thesis, Leeds Metropolitan University.

Istiadjid, M. (2004) *Korelasi defisiensi asam folat dengan kadar transforming growth factor.β1 dan insulin-like growth factor I dalam serum Induk dan tulang kepala janin tikus*. Disertasi, Universitas Airlangga.

PETUNJUK PENULISAN

16. Paten:
Phillip Morris Inc. (1981) *Optical perforating apparatus and system*. European patent application 0021165A1.1981-01-07.
17. Artikel Jurnal:
Bennett, H., Gunter, H. & Reld, S. (1996) Through a glass darkly: images of appraisal. *Journal of Teacher Development*, 5 (3) October, pp. 39-46.
18. Artikel Organisasi atau Institusi sebagai Penulis:
Diabetes Prevention Program Research Group. (2002) Hypertension, Insulin, and proinsulin in participants with Impaired glucose tolerance. *Hypertension*, 40 (5), pp. 679-86.
19. Artikel tidak ada nama penulis:
How dangerous is obesity? (1977) *British Medical Journal*, No. 6069, 28 April, p.1115.
20. Artikel nama orang dan Organisasi sebagai penulis:
Vallancien, G., Emberton, M. & Van Moorselaar, R.J; Alf-One Study Group. (2003) Sexual dysfunction In d, 274 European men suffering from lower urinary tract symptoms. *JUrol*, 169 (6), pp. 2257-61.
21. Artikel volume dengan suplemen:
Geraud, G., Spierings, E.L., & Keywood, C. (2002) Tolerability and safety of frovatriptan with short-and long-term use for treatment of migraine and in comparison with sumatriptan. *Headache*, 42 Suppl 2, S93-9.
22. Artikel volume dengan bagian:
Abend, S.M. & Kulish, N. (2002) The psychoanalytic method from an epistemological viewpoint. *Int J Psychoanal*, 83 (Pt 2), pp.491-5.
23. Artikel Koran:
Sadil, M. (2005) Akan timbul krisis atau resesi?. *Kompas*, 9 November, hal. 6.
24. Artikel Audio-visual (Film 35mm, Program Televisi, Rekaman, Siaran Radio, Video Casette, VCD, DVD):
Now voyager. (Film 35mm). (1942) Directed by Irving Rapper, New York: Warner.
Now wash your hands.(videocassette). (1996). Southampton: University of Southampton, Teaching Support & Media Services.
25. Naskah-naskah yang tidak dipublikasikan:
Tian, D., Araki, H., Stahl, E, Bergelson, J., & Kreitman, M. (2002) *Signature of balancing selection in Arabidopsis*.Proc Nati Acad Sci USA. In press.
26. Naskah-naskah dalam media Elektronik (Buku-buku Elektronik / e-books):
Dronke, P. (1968) *Medieval Latin and the rise of European love-lyric* [internet]. Oxford University Press. Available from: netLibrary <<http://www.netLibrary.com/urlapl.asp?action=summary&v=1&bookid=22981>> [Accessed 6 March 2001].
27. Artikel Jurnal Elektronik:

PETUNJUK PENULISAN

Cotter, J. (1999) Asset revelations and debt contracting. *Abacus* [internet], October, 35 (5) pp. 268-285. Available from: <<http://www.ingenta.com>> [Accessed 19 November 2001].

28. Artikel dalam web pages:

Rowett, S. (1998) Higher Education for capability: autonomous learning for life and work [internet], Higher Education for Capability. Available from: <<http://www.lie.mdx.ac.uk/hec/about.htm>> [Accessed 8 August 2000].

29. Artikel dalam website:

Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM. (2005) *Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM* [internet]. Yogyakarta: S2 IKM UGM. Tersedia dalam: <<http://ph-ugm.org>> [diakses 8 November 2005].

30. Artikel dalam CD-ROM:

Picardle, J. (1998) I can never say goodbye. *The observer* [CD-ROM], 20 September, 1, Available from: The Guardian and Observer an CD-ROM. [Accessed 16 June 2000].

31. Artikel dalam Database Komputer:

Gray, J.M. & Courtenay, G. (1988) *Youth cohort study* [computer file]. Colchester: ESRC Data Archive (Distributor).

32. Artikel online images (informasi visual, foto, dan ilustrasi):

Hubble space telescope release In the space shuttle's payload bay. (1997) [Online Image]. <Available from: <http://explorer.arc.nasa.gov/pub/>> SPACE/GIF/s31-04-015.gif, [Accessed 6 July 1997].

33. Artikel dalam e-mail:

Lawrence, S. (slawrence.goyh@go-regions.gsi.gov.uk), 6 July 2001. *Re: government office for Yorkshire and Humberside Information.* Email to F.Burton (f.burton@leedsmet.ac.uk).

KONVERGENSI DAN DIGITALISASI MEDIA

Konvergensi secara harfiah dapat diartikan sebagai dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik; pemusatan pandangan ke suatu tempat yang amat dekat. Sehingga, secara umum konvergensi media merupakan penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi (ICTS-*Information and Communication Technology and Service*) (<http://satrioarismunandar6.blogspot.com>). Konvergensi media merupakan konsep di mana media massa lama dan baru berkelindan, ketika kalangan akar rumput dan perusahaan jalin menjalin, dengan keseimbangan kekuatan antara produsen media dan konsumen media yang saling berganti secara tidak terduga. (<http://en.wikipedia.org>)

Kunci dari konvergensi pada tingkat teknologi adalah digitalisasi, di mana semua bentuk informasi (angka, kata, gambar, suara, data, dan gerak) dikodekan ke dalam bentuk bit (*binary digit*) yang memungkinkan manipulasi dan transformasi data (*bitstreaming*). Apapun isi yang ditampilkan, bit dapat dimanipulasi, termasuk penggandaan informasi asli, pengurangan, maupun penambahan. <http://www2.kompas.com>

Observasi mengundang para pakar, akademisi, peneliti, dan praktisi untuk menulis sesuai topik di atas. Naskah bisa berupa resume laporan hasil penelitian, opini, telaahan teoritis, atau hasil pengamatan. Ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris, dilengkapi dengan abstrak dengan jumlah 100-150 kata. Diketik dengan menggunakan program MS Word 2003/Open Office dengan spasi 1,5 di atas kertas A4, panjang naskah antara 10-20 halaman, dilengkapi biodata penulis. Naskah harus asli dan belum pernah dipublikasikan media lain. Kutipan ditulis dengan sistem *endnotes*. Naskah dikirim dalam bentuk *hard copy* beserta *soft copy* ke alamat redaksi Observasi: Jl. Pajajaran No. 88 Bandung atau melalui *email*: observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id