

IMAJI SALEHAH DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM KASUS RINA NOSE

Citra Orwela, Khabibur Rohman

STAIN Kediri, LAIN Tulungagung
orwella1986@gmail.com, haabib.robman@gmail.com

ABSTRAK. Perempuan merupakan entitas yang selalu menarik untuk menjadi medan liput media. Dalam tubuh media, perempuan menjadi bahan pengunjangan yang dianggap menarik. Media membingkai beritanya dengan sedemikian rupa sehingga mampu menggiring opini publik terkait topik yang dibicarakan khususnya – perempuan. Media seperti tidak pernah bosan melakukan definisi terhadap diri perempuan. Apalagi dalam suasana Islamic Pop Culture, perempuan habis dicitrakan oleh media. Media mainstream selalu memiliki pandangan serupa terhadap perempuan. Media kadang menggambarkan perempuan sebagai objek yang patut dinilai habis-habisan. Perempuan akan masuk dalam jaring-jaring frame menarik dan menjual untuk dibaca khalayak. Padahal, apabila dikaji ulang, masyarakat sebenarnya tidak membutuhkan informasi semacam ini. Hal demikian baru-baru ini terjadi pada diri selebriti Rina Nose yang memutuskan melepas hijabnya. Jika dilihat dari segi hak pribadi, apa yang dilakukan Rina Nose merupakan hak penuh atas dirinya, namun apa yang dilakukan media adalah sebaliknya. Media merasa perlu untuk ikut campur dalam mencitrakan seseorang yang sholihah dan “baik” menurut versi media. Dalam jurnal ini, akan dikaji lagi bagaimana media membuat frame atas diri Rina Nose sesuai dengan analisis Sara Mills.

.Kata kunci: Media, Perempuan, Sara Mills

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan media massa luar biasa pesat, sehingga mempengaruhi kemajuan komunikasi. Media massa menjadi salah satu kebutuhan vital dalam memperoleh informasi pada perkembangan zaman saat ini. Pesan singkat dapat dikirim dengan cepat tanpa memerlukan waktu lama. Adapun, media massa terdiri dari surat kabar, radio, televisi, dan film.¹ Ditambah lagi sekarang telah berkembang pesat media *online* seperti *streaming* radio, *website* surat kabar, *website* stasiun televisi, dan *website* program-program yang terdapat dalam stasiun televisi.²

Munculnya kemudahan itu ternyata tidak sepenuhnya menjadi kabar yang menggembirakan. Hal ini terjadi karena dunia maya ibarat buah simalakama: di satu sisi menawarkan keuntungan dan di sisi lain menjerumuskan. Dengan kata lain, kemajuan dan kemudahan itu ternyata juga dimanfaatkan untuk hal-hal yang negatif, termasuk meracuni otak, menebar kebencian, dan mengumbar fitnah melalui media *online*. Di satu sisi, media dapat merepresentasikan kelompok tertentu dalam arti positif. Di sisi lain, media dapat menghilangkan keberadaan dan peran kelompok yang lain. Padahal, ketidakhadiran baik itu pesan, organisasi, atau pemimpin di media massa akan berimplikasi kepada ketidakhadiran dalam ingatan publik. Sesungguhnya, kelompok tertentu dapat menjadi tersubordinasi dan kehilangan tempat di mata publik.³

Media massa juga dimanfaatkan untuk merepresentasikan perempuan. media massa sering menganggap perempuan sebagai subjek manusia, dan sering pula dihadirkan sebagai mesin operasional, bulan-bulan pemberitaan, objek *fatish*, sasaran afirmasi pola kerja patriarki, objek

¹ Eviyono Adi Wibowo, *Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita (Analisis Semiotika Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita)*, Naskah Publikasi. UNMUH Surakarta. 2015. Hal. 1

² Monika Sri Yuliarti, "Perempuan Di Media Online: Representasi Perempuan" Dalam Website www.kompas.com, Jurnal. Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2014. Hal.1

³ Irwan Abdullah. dkk., "Konstruksi Media Terhadap Pemberitaan Kasus Perempuan Koruptor", *Jurnal Al-Ulum*, Vol. 13 No. 2, Desember 2013. Hal. 346.

seksis, bahkan bisa jadi sebagai incaran pelecehan dan kekerasan. Media seolah buta pada keadilan terhadap perempuan karena kuasa patriarki di dalamnya. Otoritas kuasa, dan kontrol laki-laki atas media juga dirasa lebih dominan karena laki-laki lebih dahulu memasuki wilayah tersebut.⁴

Media mempunyai kuasa membentuk *framing* mengenai konsep perempuan. Tubuh perempuan bukan sebuah realitas yang hadir atas perempuan itu sendiri, melainkan dibentuk sedemikian rupa.⁵ Sehingga muncul stereotip perempuan yang baik adalah perempuan yang mampu tampil menawan, pandai mengurus rumah tangga, memasak, tampil prima untuk menyenangkan suami, dan pantas diajak berbagai acara.⁶

Perempuan muslimah harus berhijab, memakai baju syar'i baru dikatakan sholihah seperti yang ditayangkan oleh iklan-iklan atau media masa dengan pesan-pesan hegemoni yang ditunggangi kapitalis. Sehingga penerima pesan atau komunikasi menganggap pesan itu adalah sebuah *common sense*.⁷ Mereka juga akan dikesankan publik sebagai perempuan baik-baik yang melaksanakan perintah agama.⁸ Itulah stereotip yang dibangun tentang perempuan yang mendapat kritikan sebagai citra yang sering memojokkan perempuan.

Sebagai bukti dari pernyataan di atas adalah berita menggemparkan tentang pembawa acara Rina Nose yang memutuskan untuk membuka atau melepas hijab pada hari Kamis, 09 November 2017 setelah setahun yang lalu bulan Desember 2016 memutuskan untuk berhijab.⁹ Hal ini diketahui media dari akun *instagram*nya. Berita ini meledak berhamburan

⁴ Musta'in, "Sisi Lain Perempuan dalam Sorotan Media; Tinjauan Teori Kelompok Bungkam (Muted Group Theory-Mgt)", *Jurnal Sgi*, Vol. 04, No. 01, Agustus 2013. Hal. 66.

⁵ Mariana Amiruddin. "Apa Kabar Media Kita?" *Jurnal Perempuan*, Edisi 67 Tahun 2010. Hal. 26.

⁶ Musta'in, "Sisi Lain ... Hal. 67.

⁷ Mariana Amiruddin. "Apa Kabar.... Hal. 28.

⁸ Eka Septiani, "Jilbab Di Kalangan Artis dalam Majalah Paras (Analisis Wacana T.A. Van Dijk)", *Skrripsi UIN SUKA* Yogyakarta. 2014. Hal. 2.

⁹ <https://cantik.tempo.co/read/1032529/rina-nose-lepas-jilbab-urusan-kerja-sampai-masalah-rumah-tangga> (Diakses tanggal 15 Januari 2018)

melalui media masa *offline* maupun *online* ke tangan masyarakat.

B. KAJIAN TEORI

Konstruksi Gender dalam media massa

Menurut Faqih yang dikutip oleh Eviyono, Gender yaitu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural.¹⁰ Gender merupakan konsep yang merujuk pada sistem peranan dan berhubungan antara laki-laki dan perempuan yang tidak bisa ditentukan oleh perbedaan biologis, namun oleh lingkungan sosial, politik dan ekonomi. Selain itu menurut WHO gender ialah seperangkat peran, perilaku, kegiatan, dan atribut yang dianggap sesuai bagi laki-laki dan perempuan yang memang sudah dikonstruksi dalam lingkungan sosial masyarakat.¹¹

Dalam media sering terjadi bias gender dikarenakan perempuan di jadikan komoditas oleh media yang ditunggangi ideologi di balik proses representasi. Sehingga membuat konstruksi budaya mengkristal menjadi budaya yang khas dengan bias gender dengan cara memposisikan perempuan subordinat di bawah kuasa laki-laki. Hal semacam ini berafiliasi dengan balutan ideologi kapitalis yang secara sadar maupun tidak sadar di sosialisasikan dan melambung menghampiri publik dengan mudah serta cepat. Pada akhirnya penulis (wartawan) akan tersusupi budaya patriarkal. Kemudian akan memperteguh ketimpangan gender.¹²

Kesalahan dalam pandangan gender juga menjadi salah satu penyebab ketimpangan. Sehingga banyak sekali ketidakadilan terhadap jenis kelamin tertentu, umumnya terhadap perempuan. Misalnya, penandaan yang berawal dari asumsi bahwa perempuan bersolek adalah

¹⁰ Eviyono Adi Wibowo, "Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita (Analisis Semiotika Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita)", *Naskah Publikasi*. Unmuh Surakarta. 2015. Hal. 4.

¹¹ Ditaria, "Analisis Gender Peran Kepemimpinan Perempuan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bantul Tahun 2016". Jurnal tahun 2016. Hal. 5.

¹² Musta'in, "Sisi Lain ... Hal. 67.

dalam rangka memancing perhatian lawan jenisnya, maka setiap kasus kekerasan atau pelecehan seksual selalu dikaitkan dengan stereotipe tersebut yang memojokkan perempuan sebagai faktor pendorong terjadinya kasus kekerasan dan pelecehan seksual.¹³

Efek media juga akan semakin kuat mengingat sosok perempuan yang ditampilkan adalah cara yang memperkokoh stereotip yang sudah terbangun di tengah masyarakat. Karenanya media massa memang bukan yang melahirkan ketidaksetaraan gender tetapi ikut serta memperkokoh, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat. Ketika media massa menyajikan sebuah anggapan tentang perempuan secara konsisten, orang menjadi menyangka bahwa pilihan yang paling logis adalah mengikuti apa yang tampak sebagai *common sense* atau kecenderungan umum itu, seperti yang disajikan media.¹⁴

Perempuan dalam Media

Perempuan menurut Faqih yaitu manusia yang memiliki seperangkat alat reproduksi seperti rahim saluran untuk melahirkan, mereproduksi telur, memiliki vagina dan memiliki alat untuk menyusui. Perempuan memiliki sifat yang lemah lembut, cantik, emosional dan ke ibu-ibuan.¹⁵ Penggambaran ini sering kita dapati dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang dengan sengaja menjadikannya sebagai objek dari mesin operasional industri dan objek pola kerja patriarki, seksis, pelecehan dan kekerasan.¹⁶

Menurut Gilman yang dikutip oleh Cristyayanti perempuan dalam media dipandang sebagai objek komoditas bagi industri media massa dan laki-laki sebagai pasarnya. Hal ini digunakan untuk memfabrikasi perempuan, yaitu didisinvestasi dari tubuh dan dipakaikan kembali busana yang membuat perempuan pantas untuk dipertukarkan dikalangan laki-

¹³ Sekar Harumningtias, "Penggambaran Perempuan Melalui Bahasa Media Massa", Makalah Non-Seminar, Desember 2014. Hal. 2.

¹⁴ *Ibid.* Hal. 4.

¹⁵ Mansour Fakih, *Analisis Gender & Transformasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), Hal. 7

¹⁶ Eviyono Adi Wibowo, "Representasi Perempuan ...Hal. 8.

laki melalui media. Karena konstruk ini media menjadi laku dan membuat laki-laki terhibur olehnya seperti yang di ungkapkan Mc Quail bahwa salah satu fungsi media adalah sebagai hiburan.¹⁷

Selama ini stigma buruk terhadap perempuan dalam media, telah terproyeksikan dengan baik. Adapun di kalangan feminis pasca modern meyakini stigma buruk terhadap perempuan telah disebarkan melalui media. Jika digunakan pendekatan feminis-strukturalis oleh Simone de Beauvoir, maka akan didapat bahwa subordinasi terhadap perempuan secara holistik merupakan dampak besar dari tradisi dan budaya yang selama ini melekat pada masyarakat.¹⁸

Dalam *Society of Spectacle* atau masyarakat tontonan, perempuan difungsikan sebagai seseorang yang dominan pembentuk citra sebuah komoditas. Guy Debord mengemukakan bahwa masyarakat tontonan ialah masyarakat yang dalam dirinya setiap sisi dari kehidupan menjadi suatu komoditas. Adapun setiap “komoditas” itu akan menjadi tontonan, yaitu tubuh perempuan selalu sebagai objek tontonan yang menjual atau komoditas sehingga memiliki peran sentral.¹⁹

Apabila kita melihat dalam media massa, intensitas pemberitaan media mengenai perempuan jauh lebih dominan daripada laki-laki. Tayangan yang sangat bias gender seringkali terpampang di dalam acara televisi ataupun digambarkan dalam media cetak. Ada beberapa asumsi yang menyatakan bahwa hal demikian terjadi karena media banyak dikuasai oleh laki-laki. Misalnya mulai dari fotografer, reporter, editor, layouter, kolomis, dewan redaksi, loper dan juga pembelinya.²⁰

Dapat pula dikatakan bahwa keindahan dalam media massa sengaja diproduksi menurut pandangan dan juga selera laki-laki, sehingga

¹⁷ Christiany Juditha, “Gender dan Seksualitas dalam Konstruksi Media Massa, Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar Kementerian Komunikasi dan Informatika RI”. *Jurnal Simbolika*, Vol. 1, No. 1 Tahun 2015. Hal. 7.

¹⁸ Pambudi handoyo, Representasi perempuan....Hal. 138.

¹⁹ *Ibid.* Hal. 139.

²⁰ Christiany Juditha, “Gender dan Seksualitas....Hal. 6.

perempuan hanya menjadi komoditas. Media kita saat ini dianggap belum mampu sepenuhnya sensitif gender dan juga tak mampu melepaskan diri dari kebutuhan ekonomi.²¹

Sebenarnya perempuan sedang memasuki masa anomali, di mana eksistensi dirinya tertantang. Perempuan memang sekarang sudah bisa menikmati pendidikan, mendapatkan informasi, bahkan banyak pekerjaan bisa dilakukan oleh perempuan. Namun, di saat yang sama perempuan masih didefinisikan, citra dirinya selalu habis dilalap media. Perempuan masih dilihat hanya sekedar sebagai objek seks, sehingga lingkungan memang belum sepenuhnya mendukung adanya kebebasan bagi perempuan.²²

Media memiliki tiga sumber penghidupan yakni isi atau konten, pemilik modal, dan audiens. Adapun konten itu berkaitan dengan isi dari apa yang disajikan oleh media itu sendiri, modal juga berkaitan erat dengan sumber dana untuk menghidupi media, sementara audiens yaitu segmentasi, di mana media pasti punya sasaran pembaca atau penikmatnya. Hal ini kemudian dipahami bahwa media pasti merujuk pada kepentingan komersial. Sebab media pasti membutuhkan sumber dana untuk menghidupi medianya.²³

Gaya pelaporan media terhadap perempuan merupakan salah satu aspek budaya massa yang menarik. Perempuan ditampilkan sebagai suatu konsep sekaligus objek yang menarik. Adapun sasaran utamanya yaitu bahasa media massa terutama media *online* dan media cetak mempunyai peran untuk menggiring khalayak dengan gaya bahasa khas wartawannya. Namun, media cetak juga menampilkan hasil liputannya dengan menghormati perempuan sebagai korban misalnya dengan menyembunyikan identitas dan menjelaskannya dengan padat. Tapi sekali lagi, tak sedikit pula media yang menjadikan perempuan korban kekerasan

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.* Hal. 7.

²³ *Ibid.*

sebagai objek yang terus-menerus dieksploitasi.²⁴

Selain dalam pemberitaan, perempuan dalam sorotan media yaitu perempuan di dunia periklanan juga tidak kalah citranya dari media lain. Perempuan diposisikan sebagai objek seks sebab iklan tersebut sebenarnya tidak terlalu membutuhkan adanya figur perempuan, namun memaksa diri memasang perempuan di dalamnya. Iklan-iklan tersebut tetap saja menghadirkan perempuan pada seluruh karakternya sebab dianggap bisa diperjualbelikan.²⁵

Dalam hubungan media dengan kehidupan sosial manusia, media massa terasa sangat berpengaruh pada kehidupan sosial perempuan. Media menyajikan citra perempuan secara arbitrer atau sewenang-wenang, seringkali tanpa memikirkan dampak yang bisa timbul dari citra yang dibangun tersebut. Citra perempuan yang dibangun dalam media disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku bisnis dan industri yang berada di belakang layar. Seringkali perempuan dijadikan objek agar tujuan industri tercapai, misalnya **rating** yang tinggi.²⁶

Marxis dalam teorinya menjelaskan bahwa posisi media dalam sistem kapitalisme modern adalah “mengatur”. Media massa tidak hanya sebagai media penyampaian pesan antara unsur-unsur sosial dalam masyarakat namun juga berfungsi sebagai alat pemaksaan konsensus kelompok tertentu yang secara ekonomi dan politik sangat dominan. Media merupakan alat produksi yang disesuaikan dengan tipe umum industri kapitalis beserta faktor produksi dan hubungan produksinya.²⁷ Sesungguhnya, media massa merupakan tempat yang sangat signifikan untuk pengorganisasi produksi ideologis.²⁸

Terbukti siapa saja yang tampil menjadi selebritas harus cantik. Dan jika tidak cantik akan memperoleh ejekan berupa cacian misalnya

²⁴ Musta'in. "Sisi Lain Perempuan. Hal. 68.

²⁵ *Ibid.* Hal. 69.

²⁶ Christiany Juditha, "Gender Dan Seksualitas..... Hal. 2.

²⁷ *Ibid.*, Hal. 4.

²⁸ Howard, Davis & Paul Walton. *Bahasa, Citra, Media*. Yogyakarta: Jalasutra. Juni 2010. Hal. 305.

tak seksi, kurang putih, mukanya kurang menjual, kalah pamor dari selebritis lainya dan nyinyiran-nyinyiran lain yang sakit di telinga. Stereotip semacam inilah yang akhirnya membuat perempuan membenci tubuhnya. Perempuan membenci wajahnya yang kurang cantik, kakinya yang kurang panjang dan tubuhnya yang terlalu gemuk.²⁹

Karena prasyarat ini membuat perempuan menjadi mengimajinasikan tubuhnya berubah wujud menjadi tubuh yang diinginkan industri. Kemudian untuk menentukan identitas seseorang yaitu dengan simbol-simbol misalnya, cara berpakaian, aksesoris yang dipakai dan representasi serta semua bentuk citra. Kriteria inilah yang sering digunakan untuk melabeli seseorang atau kelompok tertentu.³⁰ Teori yang menjelaskannya adalah teori yang dikemukakan oleh George Gebner yang dikutip oleh Sekar, dijelaskan bahwa mengonsumsi media masa dapat berpeluang menjadikan seseorang berperilaku seperti apa yang dilihat terutama pada media massa.³¹

Hal ini juga diafirmasi oleh kebudayaan laki-laki yang menciptakan stereotip-stereotip pada perempuan agar sesuai dengan mitos patriarki. Caranya dengan menyajikan imaji feminitas atau perempuan sebagai “kecantikan tanpa intelegensi” atau “intelegensi tanpa kecantikan”.³²

Akhir-akhir ini Indonesia terinfeksi oleh ideologi yang samar-samar, yaitu keinginan di kalangan masyarakat agamis Indonesia untuk beragama trendi biar *religious* tetapi tetap modis. Keinginan kaum Islam kelas menengah atas ini akhirnya difasilitasi oleh kemampuan pasar untuk beradaptasi dengan apa saja. Kemudian media dengan cepat tanggap merespons *Islamic Pop Culture* yang menjangkiti negeri ini.

Misalnya begini, belakangan kita melihat bagaimana media menggambarkan sosok Rina Nose yang memutuskan untuk membuka

²⁹ Pambudi handoyo, “Representasi perempuan dalam media”, *Jurnal Seminar Nasional Gender dan Budaya Madura* III, September 2016. Hal. 139.

³⁰ Pambudi handoyo, *Representasi perempuan...* Hal. 139.

³¹ Sekar Harumningtias, “Penggambaran Perempuan Melalui Bahasa Media Massa”, Makalah Non-Seminar, Desember 2014. Hal. 8.

³² Mariana Amiruddin, “Apa Kabar ...Hal. 29

hijab. Padahal, jika dilihat dari kehidupan tak ada urusannya apa yang diputuskan Rina Nose terhadap kehidupan orang lain. Dapat dipahami bahwa apapun yang seharusnya dilakukan Rina Nose dapat dengan sewenang-wenang dicibir sebab Rina Nose pada dasarnya tidak sedang mengganggu siapapun. Konsep *Islamic Pop Culture* di sini sangat berperan dalam media, di mana media mengimajinasikan sosok sholihah yang hilang dalam diri Rina Nose. Padahal, urusan hajat hidup seseorang tidak selalu harus menjadi urusan banyak orang, di sinilah media mengambil perannya.

Biografi Rina Nose

Rina Nose lahir di Bandung pada 16 Januari 1984 dari pasangan Tatang Sulaiman dan Ellisa Herliani dan diberi nama Nurlina Permata Putri. Rina Nose beberapa kali berganti nama, misalnya Rina Sindén, Rina API, Rina Jurnal dan beberapa nama lain. Adapun sekarang dia bernama asli Nurina Permata Putri dan sekarang lebih dikenal dengan nama Rina Nose. Rina memiliki nama belakang API karena dulunya dia mengikuti audisi lawak yaitu Audisi Pelawak TPI (API) bersama grup lawak yang dinamai Jurnal – yang juga sempat menjadi nama belakangnya.³³

Rina Nose pernah menikah namun harus berhenti di tengah jalan. Kemudian Rina menikah lagi dengan Ridwan Feberani Anwar pada 12 Desember 2012, namun tidak bertahan lama sehingga pada 17 Juli 2013 Rina Nose bercerai. Dalam acara Dangdut Academy, Rina Nose sempat dikabarkan menjalin kedekatan dengan Saipul Jamil. Kemudian Rina juga pernah menjalin kedekatan dengan penyanyi kenamaan Brunei yaitu Fakhru Razi.³⁴ Rina Nose memiliki beberapa keahlian yaitu dalam dunia tarik suara, pemain film, pembaca acara beberapa stasiun televisi, dan juga komedian.

C. METODOLOGI

Tulisan ini menggunakan prespektif analisis wacana yang akan

³³ https://id.wikipedia.org/wiki/Rina_Nose (Diakses tanggal 20 Januari 2018)

³⁴ <https://www-biografi-info.blogspot.com/2016/05/biografi-nurina-permata-putri-rina-nose.html> (Diakses tanggal 20 Januari 2018)

membuktikan dan mengkritik bahwa bahasa yang digunakan dalam media tidak selamanya netral, karena dapat dipakai untuk tujuan dan praktek tertentu termasuk menyelipkan praktek kekuasaan. Semakin banyak orang yang kritis dalam memandang sebuah wacana dalam media, semakin sedikit pula kondisi ketimpangan sosial yang mengristal dalam pikiran masyarakat dan yang terjadi dalam kehidupan nyata.

Salah satu teori yang menggunakan paradigma kritis dalam analisisnya adalah model analisis Sara Mills. Pendekatan perspektif feminis Sara Mills lebih menekankan bagaimana perempuan dicitrakan dalam teks berita. Sara Mills merupakan salah satu penganut teori feminis, metode analisisnya sangat cocok untuk menggambarkan relasi kekuasaan dan ideologi yang dibahas dalam pemberitaan. Titik perhatian dari perspektif wacana feminis adalah menunjukkan bagaimana teks bias dalam menampilkan perempuan. Dalam hal ini dapat diketahui siapa yang menjadi objek dan siapa yang menjadi subjek. Selain posisi aktor Sara Mills juga memusatkan perhatiannya pada pembaca dan penulis ditampilkan dalam teks. Sesungguhnya, cara penceritaan dan posisi yang diletakkan dalam teks akan mempengaruhi satu pihak menjadi legitimate dan pihak lain menjadi illegitimate.

Objek dalam penelitian ini adalah media online yaitu liputan6.com, detik.com dan brilio.net. Ketiga portal berita tersebut menyajikan berita-berita terkini yang dapat dengan mudah dinikmati oleh publik. Portal online ini memiliki cara penyajian berita yang berbeda. Berita yang dimuat tidak hanya berkutat pada tema hukum, politik dan pemerintahan namun juga menyajikan informasi tentang perkembangan dunia hiburan dan selebriti tanah air maupun luar negeri.

D. ANALISIS SARA MILLS

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil analisis media online yang memuat berita pelepasan hijab Rina Nose dengan menggunakan analisis wacana Sara Mills. Analisis ini terbagi menjadi dua bagian. *Pertama*, analisis

posisi subjek-objek, kedua, analisis posisi pembaca.

1. Posisi subjek-objek

Dalam posisi subjek-objek yang ingin dikupas adalah bagaimana Rina Nose dapat dilihat dari kacamata siapa yang diposisikan sebagai pencerita (subjek) dan siapa yang diceritakan (objek). Apakah satu pihak, kelompok, orang gagasan atau peristiwa memiliki kesempatan untuk menampilkan dirinya sendiri, gagasan dan kehadirannya atau ditampilkan oleh kelompok atau orang lain.

Berita Pertama

Pada teks berita yang pertama yaitu “Rina Nose Lepas Hijab, Apa Komentar Ustaz Abdul Somad?”. Posisi perempuan sebagai subjek sama sekali tidak ditemukan pada judul berita, sebaliknya perempuan diposisikan sebagai objek. Dalam hal ini media memarginalkan posisi perempuan ketika ditampilkan pada berita. Perempuan sebagai objek yang diinterpretasi oleh subjek yaitu laki-laki dan dari golongan muslim yang notabene adalah tokoh agama. Subjek ditampilkan dengan mempunyai posisi yang tinggi dan secara otomatis akan membuat obyek menjadi ordinal kedua. Berita ini menampilkan Abdul Somad sebagai subjek yang memiliki kuasa lebih tinggi untuk mendeskripsikan apa yang dialami oleh Rina Nose.

Pada paragraf pertama yaitu, “Semua orang terkejut dengan keputusan Rina Nose melepaskan hijab yang sudah setahun belakangan ini dikenakannya. Tak heran, hingga kini presenter kocak itu masih saja menjadi perbincangan hangat publik.” Perempuan menjadi objek dan masyarakat yang memiliki ideologi tertentu menjadi subjek, sehingga masyarakat bebas menilai objeknya bahkan – menggunjingnya. Pada paragraf kedua, “Bukan cuma di media sosial, Rina Nose juga menjadi topik pembicaraan di kalangan pendakwah. Seperti yang dilakukan Ustaz Abdul Somad dalam video yang diunggah akun Media Alquran Sunnah di YouTube, baru-baru ini.” Dalam paragraf ini subjek diposisikan pada kelas yang lebih tinggi dengan legitimasi pendakwah.

Pada teks selanjutnya, “Dia tidak mengubah isi hatinya. Yang diubah hanya tampilannya, casingnya saja. Maka Islam itu apa? Hijrahnya harus total,” sambung ustaz berusia 40 tahun itu. Subjek menceritakan profesi Rina Nose sebagai artis yang diasosiasikan pandai dalam berpura-pura.

Bahkan, seolah-olah dengan ustaz itu bisa membaca isi hati dari Rina Nose. Perempuan digambarkan sebagai manusia yang hina, bermuka dua dan munafik. Teks di sini menggambarkan stereotip pada perempuan.

Berita Kedua

Judul berita yang kedua, Setelah Buka Hijab, “Rina Nose Terganggu Disebut Murtad”. Dengan judul yang demikian, perempuan menjadi subjek. Subjek diberikan kesempatan untuk muncul di permukaan dan menyampaikan pendapatnya. Meskipun demikian, perempuan tetap ditampilkan sebagai objek yang merupakan bentuk jawaban dari apa yang disematkan masyarakat pada tubuh Rina Nose dalam bentuk ungkapan emosional. Bisa dipahami penggunaan bahasa emosional yang terdapat di berita malah memberi kesan memarjinalkan perempuan dan melanggar stereotip negatif yaitu perempuan adalah makhluk yang baperan.

Pada lead di berita ini : “Rina Nose belum lama ini memutuskan untuk mengubah penampilannya dengan menanggalkan hijab. Setelah itu, Rina juga muncul dengan kabar pindah keyakinan.” Perempuan terdefinisi oleh media sebagai objek, tentu hal ini telah menyalahi hak Rina Nose sebagai manusia yang merdeka. Rina Nose digambarkan dengan keputusannya melepas jilbab dan mengubah penampilannya diasosiasikan dengan perempuan yang tidak baik menurut golongan tertentu. Rina dianggap telah menanggalkan kebaikan dan mengubahnya dengan kuburukan. Seolah-olah dengan pergantian fashionnya berganti pula keyakinan yang dianut.

Berita Ketiga

Pada berita ketiga yang berjudul, “Usai sebut ‘netizen bodoh’, ini kritik pedas baru Rina Nose ke haters”. Subjek dalam teks ini adalah Rina Nose dan objeknya adalah netizen dan haters. Diksi yang dipilih media menyatakan bahwa Rina Nose mengatakan netizen bodoh. Dalam lead : “Kekesalannya ke haters sudah memuncak.” Perempuan sebagai subjek dan haters sebagai objeknya.

Pada teks berita ini “Kekesalan Rina Nose itu terlihat lewat beberapa postingan yang ia unggah di akun pribadinya. Setelah melontarkan sindiran-sindiran, perempuan bernama asli Nurina Permata Putri ini bertindak lebih berani dengan memberi kritik pedas terhadap warganet

yang kerap berkomentar nyinyir”. Perempuan memang diposisikan sebagai subjek, akan tetapi sifat emosional yang digambarkan sangat mencerminkan bahwa stereotip perempuan yang digambarkan media mengarah pada stereotip negatif, yaitu emosional, mudah tersinggung terbukti dengan adanya teks “kekesalan Rina Nose terlihat lewat beberapa posting”. Padahal, belum tentu Rina Nose kesal kemudian membalas komentar itu, dan yang memutuskan itu komentar ‘pedas’ adalah media.

Dalam berita ini perempuan masih diberi kesempatan untuk menghadirkan dirinya sendiri dalam sebuah berita, sehingga saat penilaian tentang perempuan tidak sepenuhnya didapat dari pihak lain ataupun media. Namun perempuan masih belum leluasa untuk menceritakan peristiwa dalam sudut pandangnya.

2. Posisi pembaca

Dalam posisi penulis-pembaca yang ingin dikupas adalah bagaimana posisi pembaca dimunculkan dan berperan dalam teks. Kita akan melihat bagaimana pembaca menempatkan dirinya dalam teks berita yang disajikan. Apakah pembaca menempatkan dirinya pada kelompok atau pihak manakah pembaca menempatkan dirinya.

Sara Mills memposisikan pembaca dengan mengacu pada gender. Laki-laki dan perempuan mempunyai cara pandang yang berbeda-beda ketika menelaah suatu teks yang sama. bukan hanya pada penulis, posisi pembaca dianggap sangat penting dalam mempengaruhi pikiran pembaca dalam mereproduksi teks.

Berita Pertama

Pada paragraf pertama terdapat kode budaya yaitu: “Semua orang terkejut dengan keputusan Rina Nose melepaskan hijab yang sudah setahun belakangan ini dikenakannya. Tak heran, hingga kini presenter kocak itu masih saja menjadi perbincangan hangat publik”. Bisa kita lihat teks yang bergaris bawah merujuk pada nilai-nilai yang dipercaya/diakui bersama dan dianggap sebagai kebenaran bersama oleh masyarakat. Berdasarkan analisis diperoleh hasil bahwa penulis berusaha untuk menanamkan kepada pembaca bahwa pelepasan jilbab oleh Rina Nose diketahui menjadi topik baru yang menggemparkan banyak orang, bersifat baru dan wajib diperbincangkan oleh pembaca

“Bukan cuma di media sosial, Rina Nose juga menjadi topik

pembicaraan di kalangan pendakwah. Seperti yang dilakukan Ustaz Abdul Somad dalam video yang diunggah akun Media Alquran Sunnah di YouTube, baru-baru ini”. pada teks ini pembaca dibawa untuk memiliki pemahaman bahwa yang mempermasalahkan tentang perubahan penampilan Rina Nose bukan hanya satu orang saja, tapi banyak orang yang mempermasalahkan. Terutama pada kalangan tokoh agama. Pembaca dalam teks oleh penulis diposisikan sebagai laki –laki.

Pada berita pertama pembaca diposisikan menjadi bagian yang integral dalam teks dengan penggunaan kata ganti “Saya”. Hal tersebut membuat pembaca memiliki posisi yang dominan atas teks, sehingga pembaca mengalami bias di dalam memposisikan dirinya sebagai laki-laki atau perempuan. Kemudian penulis mengarahkan pembaca sebagai laki-laki lalu sebagai perempuan, dan sebaliknya. Ketika pembaca diposisikan sebagai salah satu pihak, maka pembaca tidak akan banyak protes, karena pembaca sejalan dengan apa yang diinginkan penulis, hal tersebut dapat meningkatkan bias gender dalam masyarakat. Bukti dalam tek tersebut yaitu:

“Artis? Saya kalau artis, kurang berminat saya. Apa kelebihan dia?” katanya menilai Rina Nose.

“Dia tidak mengubah isi hatinya. Yang diubah hanya tampilannya, casingnya saja. Maka Islam itu apa? Hijrahnya harus total,” sambung ustaz berusia 40 tahun itu.

Data di atas membuktikan bahwa pembaca dibawa untuk bersimpati pada pihak laki -laki atau Uztas Abdul Somad dan kepentingan golongan tertentu. Kemudian menempatkan perempuan sebagai pihak yang salah karena dinilai melanggar syariat islam dan mempermainkan aturan agama. Penulis juga mempertinggi herarki laki –laki dengan label Uztas atau tokoh agama. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil bahwa pembaca lebih kuat diposisikan sebagai hakim atau tukang mengadili, hal tersebut mengakibatkan kedudukan perempuan lebih lemah, sehingga pembaca dinilai benar.

“Saya memang jelek, pesek, buruk dan tidak memiliki kelebihan apa-apa. Saya sudah tau sebelum anda mengatakannya. Tapi dengan segala keterbatasan dan kelemahan ilmu saya, saya tidak sampai hati mengatakan hal buruk tentang orang lain,” papar Rina Nose.

Dalam kata ganti saya dalam teks di atas mengarahkan pembaca

sebagai perempuan. Pembaca dibawa untuk memahami bahwa Rina Nose memang sosok perempuan yang sesuai dengan tuduhan yang dijelaskan sang Uztas.

Berita Kedua

Pada berita kedua dalam teks “Setelah Buka Hijab, Rina Nose Terganggu Disebut Murtad” terdapat makna tidak langsung berupa stereotip yang dilekatkan pada perempuan yang membuka hijab. Kita sebagai pembaca dibawa untuk memahami bahwa seharusnya Rina tidak terganggu ketika dia disebut murtad karena dia sudah melepas hijabnya. Sungguh merupakan ironi, pembaca diposisikan sebagai golongan tertentu yang berpandangan bahwa penampilan melepas jilbab adalah penampilan yang dilakukan oleh perempuan tidak baik.

Kemudian dalam teks, “Komentar netizen memang sejauh ini tak bisa disaring, berbagai penilaian pun muncul. Tak sedikit yang menuding bahwa Rina adalah seorang atheis, bahkan ada satu kata yang dianggap Rina sangat mengganggu adalah sebutan murtad.” Pembaca dijerumuskan untuk tenggelam dalam cara patriarkal. Kita diajak memahami bahwa perempuan yang melepas jilbab sangat tidak disukai oleh publik, karena tidak tunduk dengan perintah agama Islam yang dianutnya dibuktikan dengan kata yang bergaris. Sehingga dengan tidak terdapat pembatasan perempuan dalam mengekspresikan penampilan perempuan. Jika tidak ingin menjadi perempuan yang “jelek” maka jangan pernah pembaca membuka hijab.

Dalam berita kedua kata ganti saya digunakan untuk memberi pemahaman memposisikan pembaca sebagai perempuan. Terbukti dengan teks yang bergaris bawah: “Banyak orang mengaggap atau menyebut saya pindah agama/murtad atau atheis. Dan “murtad” adalah sebutan yang sangat tidak enak didengar, jika anda setuju. Terlebih saya seorang muslim. Jadi bagaimanapun, saya pikir konyol tentang sebutan itu. Mohon maaf. “

Namun teks itu seolah dihancurkan dengan teks pada paragraf selanjutnya: “Sementara ada seorang pengguna Instagram mengungkapkan bahwa Rina kini punya nama baru. Ia menulis nama Suci Roselina Nurina Permata Putri, merupakan nama baru Rina. Benarkah?”

Dari hasil analisis data, di dalam teks ini pembaca diajak penulis untuk mempertanyakan teks yang mewakili suara perempuan itu. Dan

secara tidak langsung pembaca dibawa untuk berpikir dua kali jika percaya dengan argumen Rina Nose.

Berita ketiga

Dalam teks berita ketiga: “....Rina Nose tidak lebih pintar dari para pihak-pihak yang disindirnya kala itu.” Maksud dari kata yang bergaris bawah adalah stereotip, berdasarkan analisis, pembaca digiring untuk memiliki pemahaman bahwa Rina Nose adalah perempuan yang memiliki pengetahuan dangkal.

Selanjutnya pada teks : “Sedangkan warganet lain mengomentari sikap sang artis setelah mengenakan jilbab yang dianggap tak berubah”. Pembaca dibawa untuk memahami bahwa Rina adalah perempuan yang berprofesi sebagai artis yang pandai memainkan drama. Kemudian keputusan Rina dalam memutuskan berjilbab atau tidak berjilbab diasosiasikan sebagai drama. Bahkan, pembaca diajak memahami bahwa sifat Rina Nose sekarang sama buruknya ketika ia sebelum memakai jilbab.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan analisis Sara Mills, tiga berita di atas media masih membuat perempuan dalam posisi yang tidak menguntungkan. Perempuan didefinisi secara habis-habisan, sehingga tak ada ruang gerak untuk membuktikan fakta pada dirinya. Perempuan tidak diberi ruang untuk melakukan klarifikasi kepada media, sehingga media dengan bebas melakukan interpretasi.

Media kita tak ubahnya dengan mesin justifikasi yang mengadili orang lain tanpa mempedulikan perasaannya. Media seolah mencari keuntungan dengan membawa opini publik kepada satu pandangan saja. Padahal, jika dikaji secara mendalam, tak ada salahnya keputusan Rina Nose. Rina Nose juga merupakan warga negara yang sudah merdeka, sehingga sebagai manusia bebas, Rina Nose berhak memutuskan apapun terhadap dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Wibowo, Eviyono Adi. 2015. Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita (Analisis Semiotika Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita. Surakarta: Naskah Publikasi UNMUH.
- Yuliarti, Monika Sri. 2014. Perempuan Di Media Online: Representasi Perempuan Dalam Website Wwww.Kompas.Com. Surakarta: Jurnal. Universitas Sebelas Maret..
- Hadiati E, Irwan Abdullah, Wening Udasmoro. 2013. Konstruksi Media Terhadap Pemberitaan Kasus Perempuan Koruptor. Yogyakarta: Jurnal Al-Ulum. Vol. 13, No. 2.
- Musta'in. 2013. Sisi Lain Perempuan Dalam Sorotan Media; Tinjauan Teori Kelompok Bungkam(Muted Group Theory-Mgt). Purwokerto: Jurnal Sgi, Vol. 04, No. 01.
- Amiruddin, Mariana. 2010. Apa Kabar Media Kita?. Jakarta: Jurnal Perempuan. Edisi 67.
- Septiani, Eka. 2014. Jilbab Di Kalangan Artis Dalam Majalah Paras (Analisis Wacana T.A. Van Dijk). Yogyakarta: Skripsi UIN SUKA.
- Ditaria. Analisis Gender Peran Kepemimpinan Perempuan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bantul Tahun 2016.
- Harumningtyas, Sekar. 2014. Penggambaran Perempuan Melalui Bahasa Media Massa. Depok: Makalah Non-Seminar.
- Juditha, Christiany. 2015. Gender Dan Seksualitas Dalam Konstruksi Media Massa, Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (BBPPKI) Makassar Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. Vol. 1, No. 1.
- Howard, Davis & Paul Walton. 2010. Bahas, Acitra, Media. Yogyakarta: Jalsutra
- Pambudi handoyo. 2016. Representasi perempuan dalam media. Jurnal Seminar Nasional Gender Dan Budaya Madura III.
- Fakih, Mansour. 2013. Analisis Gender & Transformasi Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Eriyanto. 2015. Analisis Wacana. Yogyakarta: Lkis.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Rina_Nose (Diakses tanggal 20 Januari

2018)

<https://www-biografi-info.blogspot.com/2016/05/biografi-nurina-permata-putri-rina-nose.html> (Diakses tanggal 20 Januari 2018)

<http://showbiz.liputan6.com/read/3168855/rina-nose-lepas-hijab-apa-komentar-ustaz-abdul-somad> (Diakses tanggal 15 Januari 2018)

<https://hot.detik.com/celeb/d-3732227/setelah-buka-hijab-rina-nose-terganggu-disebut-murtad> (Diakses tanggal 15 Januari 2018)

<https://www.brilio.net/selebritis/usai-sebut-netizen-bodoh-ini-kritik-pedas-baru-rina-nose-ke-haters-170916i.html> (Diakses tanggal 15 Januari 2018)

<https://cantik.tempo.co/read/1032529/rina-nose-lepas-jilbab-urusan-kerja-sampai-masalah-rumah-tangga> (Diakses tanggal 15 Januari 2018)