

PENINGKATAN KEPEKAAN GENDER DALAM JURNALISME

*Iwan Awaluddin Yusuf**

Abstract

Mass media and Journalism in Indonesia has been insensitive the notion of gender equality. Such insensitivity is apparent given: (1) the way journalists present fact, (2) the position of media, (3) the position of journalist, and journalistic product. In order to improve the sensitivity, this article outlines what to be done and how to do it.

Kata-kata kunci: *jurnalisme; pemberitaan media; gender*

Pengantar

Isu gender yang menghangat kembali sejak sulur waktu 70-an, kini menjadi perhatian serius masyarakat di seluruh belahan dunia, tak terkecuali Indonesia. Wacana tentang gender kemudian mengalami komodifikasi sedemikian rupa sehingga laku diperbincangkan dalam berbagai forum diskusi dan seminar, baik di kalangan akademisi maupun masyarakat luas. Persoalan gender berkembang tak hanya menjadi tren wacana, melainkan terejawantahkan menjadi revolusi pemikiran (*mind-set revolution*), khususnya bagi pihak-pihak yang memperhatikan dan memiliki komitmen pada isu-isu perempuan.

Terlepas dari persoalan bahwa untuk memahami konsep gender, harus dibedakan terlebih dahulu antara term "gender" dengan "seks"¹ (Fakih, 1996), sesungguhnya perbedaan gender (*gender differ*

Iwan Awaluddin Yusuf adalah mahasiswa Program Studi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL, Ketua Umum Persma SWARA dan Editor di BPPM Bulaksumur Pos.

ences) lahir dari suatu proses pergumulan sosial, kultural, dan psikologis yang berlangsung dalam waktu yang lama. Proses tersebut terbentuk oleh banyak cara, di antaranya disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksikan melalui indoktrinasi agama, pendidikan, tradisi, adat istiadat, maupun ideologi negara.

Dalam konteks itulah, media massa mengemuka dengan peran mediasinya sebagai sarana sosialisasi dan penyampaian pesan (*messages*). Lewat pesan-pesan yang disampaikan, kredo gender direkonstruksi secara sempurna oleh media massa. Sebagaimana dikemukakan oleh Marshall McLuhan (1999), *the medium is the message*, "apa yang dikatakan" lebih banyak ditentukan secara mendalam oleh "apa mediana." Terlebih bila disadari bahwa di balik pesan yang disampaikan lewat media senantiasa tersembunyi berbagai muatan ideologis yang menyuarakan kepentingan pihak tertentu yang memiliki "kuasa." Salah satu bentuk pesan bermuatan ideologis yang paling nyata dalam media massa adalah berita.

Melalui berita, pesan menerpa khalayak setiap saat. Secara psikologis, khalayak dipaksa menerima berita yang disodorkan kepadanya. Artinya, media telah menggunakan agendanya untuk mengontrol berita yang layak dibaca atau yang tak perlu dibaca oleh khalayak. Agenda media merupakan penentu agenda publik. Dalam jangka panjang, apa yang dikonstruksi oleh media dianggap sebagai konstruksi yang benar tentang realitas. Jika media mengkonstruksi, perempuan hanya cocok sebagai ibu rumah tangga, atau perempuan pasti menangis atau menderita ketika diputus pacar, maka ini dianggap sebagai sebuah jalan yang harus diikuti oleh khalayak.

Media dengan segala kemampuannya akan merekonstruksi realitas, sehingga apa yang ditampilkan oleh media tanpa disadari diterima sebagai suatu yang alamiah (*natural*). Dalam agenda media massa, teks-teks dengan dukungan audio-visual menyediakan semacam "peta" yang akan dibaca, didengar, dan dilihat oleh khalayak. Khalayak bebas memilih yang mana akan dipikirkannya atau dipakainya. Para

¹ Konsep seks memandang perbedaan antara perempuan dan laki-laki dari segi biologis yang alamiah dan tidak dapat diubah. Sedangkan konsep *gender* merujuk pandangan bahwa identitas, pola perilaku, kegiatan serta persepsi tentang "laki-laki" dan "perempuan" ditentukan oleh masyarakat dan lingkungan tempat seseorang dilahirkan.

redaktur media melalui proses *gatekeeping*² akan memilah informasi mana yang diberi ruang yang besar, disembunyikan, ataupun dibuka secara jelas karena dianggap penting untuk diketahui khalayak. Pertemuan sistematis antara agenda media dan agenda publik—yang ternyata sinkron—dengan apa yang disampaikan media tersebut dinamakan "*agenda setting*". *Agenda setting* menunjuk makna bahwa media memiliki kekuatan untuk menggerakkan perhatian orang-orang terhadap isu tertentu.

Pada tataran teoritik-konseptual maupun praksis sosial, *agenda setting* sangat dipengaruhi oleh gagasan Lippman mengenai *picture in our head* seperti yang telah disebutkan di atas. Bila dikaitkan dengan berita, maka berita harus memiliki dua syarat utama, yaitu kualitas (baik secara teknis maupun etis) dan kecocokan dengan apa yang diinginkan khalayak. Tak heran jika kemudian muncul pajangan yang sangat disenangi khalayak, yaitu hal-hal yang mengandung unsur *sex and crime*. Semuanya termanifestasikan dalam *exposure* berita perkosaan, prostitusi, perselingkuhan, berita-berita yang dikemas erotis dan mengundang khayal, ataupun berita kejahatan lainnya.

Mekanisme Pasar dalam Pengelolaan Media

Media massa cenderung menempatkan jaringan produksi dan distribusi produk-produk budaya—seperti film, sinetron, kuis, iklan, *talkshow*, berita—ke dalam prinsip pasar (*market*). Akibatnya, media sebagai bagian dari pusran industri mengikuti arus komersialisasi secara membabi-buta. Kekuatan bisnis industri media lebih sering menonjolkan kepentingan pasar daripada aspek intelektual-profesional media. Dalam ranah industrial, media massa cenderung memperlakukakan perempuan dengan seluruh karakter yang bisa diperjualbelikan: kecantikan, kemolekan tubuh, dan seks—dada, pinggul, bibir, dan paha—sebagai wujud dari pola patriarki laki-laki dan sistem kapitalisme. Bentuk-bentuk komodifikasi tubuh perempuan sering

² Gatekeeping secara harfiah berarti "penjagaan gerbang". Ini menunjuk fungsi redaktur media untuk menyaring, menyeleksi dan menentukan berita: apakah layak siar/muat atau tidak. Tentunya sesuai dengan kebijakan redaksional (*editorial policy*) yang dianut media tersebut.

dilakukan dengan sengaja dalam usaha menawarkan produk semenarik mungkin sehingga laku jual.

Sebagai contoh, pemberitaan penyanyi dangdut Inul Daratista yang dijuluki "Ratu Ngebor" seringkali ditampilkan media cetak dengan pose yang menonjolkan bagian anggota tubuh bawahnya, khususnya pinggul dan paha. Televisi pun demikian, alih-alih menunjukkan empati kepada perempuan (dalam hal ini Inul) sebagai subjek yang mandiri, tegar dan berani, justru pemberitaan lebih banyak menampilkan gerakan rekaman gambar Inul bergoyang di panggung dengan *slow-motion* dan diulang-ulang. Contoh lainnya, saat menggambarkan operasi wanita pekerja seks komersial (PSK) oleh aparat keamanan, kameramen televisi mengambil gambar wanita yang tertangkap secara terus menerus dan detail, seolah tidak menyadari bahwa laki-laki yang terkena operasi juga merupakan pelaku prostitusi. Akhirnya pihak laki-laki pun tidak pernah disorot kamera. Ironisnya, khalayak yang menyaksikan justru merasa terhibur dengan tayangan "live" tersebut. Komodifikasi tubuh perempuan seperti itu akhirnya berlangsung terus menerus melalui media massa.

Bertolak dari persoalan di atas, maka dalam kajian tentang media massa, diperlukan suatu pendekatan holistik tentang kesadaran mengusung prinsip kemanusiaan dalam setiap pemberitaan. Antara lain kesadaran bahwa dalam realitas sosial pada dasarnya terdapat proses interaksi sosial yang di dalamnya sarat potensi lahirnya korban (Siregar, 2002). Jurnalisme harus memegang prinsip-prinsip humanitarian yang berangkat dari sensitivitas pertanyaan etis, tentang kemanfaatan dan kerugian pihak-pihak yang diberitakan, dalam hal ini perempuan. Misalnya pertanyaan; Apakah pihak yang diberitakan akan mengalami kerugian secara psikologis? Apakah ruang pribadinya dilanggar? Dan seterusnya.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut harus dipahami terlebih dahulu bagaimana jurnalisme yang dianut dan diterapkan oleh media yang bersangkutan. Di antara banyak tuntutan untuk mengimbangi pemberitaan yang *gender biased*, muncul konsep jurnalisme baru, yaitu *Jurnalisme Sensitif Gender* yang diharapkan dapat menjawab persoalan ketidakadilan gender dalam pemberitaan media.

Pemberitaan tentang perempuan melalui media massa dalam sistem masyarakat patriarki selalu membawa efek subordinasi pihak

perempuan. Demikian pula jurnalisme yang diusungnya, akan selalu dipengaruhi perspektif laki-laki. Tulisan ini mencoba mengelaborasi faktor-faktor penting yang ikut mendukung domestikasi jurnalisme sensitif gender dalam pemberitaan media massa di Indonesia melalui berbagai strategi yang merupakan langkah taktis, solutif dan aplikatif.

Posisi Perempuan dalam Pemberitaan Media Massa Indonesia

"Perempuan dan media adalah salah satu isu dari dua belas isu kritis dunia sejak *Beijing Platform for Action*³ tahun 1995", demikian tulis Ade Kusumaningrum dalam salah satu artikelnya di *Jurnal Perempuan* (Jurnal Perempuan No.28. Maret 2003. hal. 32). Marjinalisasi perempuan dalam media sangat tampak dalam berbagai hal, seperti penggambaran perempuan oleh media, akses yang terbatas pada media, dan keterlibatan dalam media baik sebagai pekerja maupun pengambil keputusan.

Kedudukan perempuan dalam dunia media massa bisa dilihat melalui metode semiotik yang berusaha memaknai simbol femininitas. Simbol dan makna kemudian menjadi dua elemen penting dalam melihat bagaimana relasi perempuan dengan media massa. Menurut Piliang (dalam Swastika, "Feminisme dan Media Massa"; *Kompas*, 28 Oktober 2002), perjuangan wanita dalam media adalah perjuangan memperebutkan "makna". Media menjadi sebuah arena bagi perjuangan simbol atau tanda. Posisinya sangat ditentukan oleh konstruksi budaya tempat perempuan dan media berada. Media umum yang hidup dalam budaya patriarki yang kental misalnya, lebih menonjolkan simbol maskulinitas. Dengan demikian, pada saat bersamaan, simbol femininitas akan termarginalkan.

Tubuh perempuan kemudian dieksploitasi laki-laki sebagai "pekerja semiotik" dengan mengendalikan "tatanan simbolik" (*symbolic order*) dan bahasa semiotiknya, sehingga di dalam dunia tersebut laki-laki dapat berada dalam kekuasaan fantasi dan obsesinya. Perempuan hanya berperan sebagai pembawa makna (*bearer*), bukan

³ *Beijing Platform for Action* adalah kesepakatan bersama dari komponen masyarakat negara-negara maju dan berkembang untuk menaggulangi isu-isu perempuan yang menghambat di tingkat global pada tahun 1990-an.

pencipta makna (*creator*). Laki-laki menawarkan penciptaan makna kesenangan (*pleasures*) bagi dirinya. Salah satunya adalah *scopophilia*, yaitu kesenangan menjadikan orang lain sebagai objek, yang bisa dikendalikan tampilan dan citranya, sehingga mengundang rasa ingin tahu yang bersifat seksualitas.

Lebih jauh Piliang berpendapat, citra, baik verbal maupun visual (foto, ilustrasi, video, film) mempunyai pengaruh besar pada pembentukan rangsangan hasrat bagi orang yang melihat. Sekali lagi "citra tubuh perempuan" memainkan peranan penting yang membangkitkan hasrat pornografi. Sebagai gambaran sederhana, banyak sekali media cetak yang menampilkan *cover* depan seorang model amatir dengan pakaian minim dan gaya menggoda untuk memikat pembacanya. Di sini, eksploitasi perempuan sudah sangat terasa. Pandangan mata calon pembeli dirangsang dengan tampilan *cover* demikian. Kemudian, setelah calon pembeli dipikat dengan tampilan model *cover*, ia juga dipikat dengan sebuah judul berita yang cukup seronok dan sangat vulgar. Unsur *bombastis* dan *hot stuff* seakan-akan menjadi suatu persyaratan bagi sebuah nilai-berita (*news values*).

Asumsi ini tidak berlebihan bila melihat judul-judul berita perkosaan di koran-koran. Lihatlah judul berita "*Digagahi Bertiga di Gubuk Sekitar Pemancingan*"⁴ misalnya. Dengan membaca judulnya, pembaca bisa menilai bahwa perempuan dalam kasus ini menjadi korban perkosaan. Namun kata "menggagahi" seolah menempatkan pelaku pemerkosaan itu sebagai sosok jantan yang gagah dan penuh tanggung jawab. Belum lagi kata "bertiga" memperkuat anggapan bahwa ada "kewajaran" ketika perempuan dijadikan korban atas "kekuasaan" laki-laki, dalam hal ini memperkosanya secara "beramai-ramai".

Pada posisi demikian, perempuan senantiasa ditempatkan sebagai objek. Penempatan perempuan sebagai objek (komoditas) dibangun berdasarkan ideologi patriarki yang mengakar. Akibatnya, pada setiap media yang dikelola oleh laki-laki (yang tidak sensitif gender), perempuan menjadi bahan eksploitasi. Katastropik yang demikian dibangun oleh proses pengalamiah (*naturalization*), ketimpangan,

⁴ Rakyat Merdeka, 22 Agustus 2000.

subordinasi, marjinalisasi di dalam relasi gender. Inilah yang disebut Antonio Gramsci sebagai penciptaan *consent* atau *common sense* guna dijadikan sebuah kendaraan untuk mempertahankan hegemoni sebuah kelas atas kelas lainnya di dalam masyarakat hegemoni laki-laki.

Menurut Moenta dalam artikelnya "Perempuan di Tengah Himpitan Kapitalisme Media" yang disiarkan *MediaWatch* No. 8 Tahun 2001, kehadiran perempuan sebagai komoditas media massa telah mengangkat ke permukaan setidaknya tiga persoalan, yang menyangkut eksistensi kaum perempuan di dalam wacana ekonomi politik (*political economy*). Pertama, persoalan "ekonomi politik tubuh" (*political economy of the body*), yaitu bagaimana tubuh perempuan digunakan di dalam berbagai aktivitas ekonomi berdasarkan pada konstruksi sosial atau ideologi tertentu. Kedua, persoalan "ekonomi politik tanda" (*political economy of the signs*) yaitu bagaimana perempuan "diproduksi" sebagai tanda-tanda (*signs*) di dalam sistem pertandaan (*sign system*) yang membentuk citra (*image*), makna (*meaning*) dan identitas (*identity*) diri mereka di dalamnya. Ketiga, persoalan "ekonomi politik hasrat" (*political economy of desire*), yaitu bagaimana "hasrat" perempuan di disalurkan atau direpresi di dalam berbagai bentuk komoditas, khususnya komoditas hiburan.

Persoalan "ekonomi politik tubuh", berkaitan dengan sejauh mana eksistensi perempuan dalam kegiatan ekonomi politik, khususnya di dalam proses produksi komoditas; Persoalan "ekonomi politik tanda", berkaitan dengan eksistensi perempuan sebagai "citra" di dalam berbagai media (televisi, film, video, musik, majalah, koran, komik, seni lukis, fashion). Sementara "ekonomi politik hasrat", menjelaskan bagaimana "tubuh" dan "citra" berkaitan dengan "pembebasan" atau "represi" hasrat. Yang pertama melukiskan eksistensi perempuan dalam "dunia fisik", yang kedua di dalam "dunia citra", dan yang ketiga di dalam "dunia psikis", meskipun ketiga dunia tersebut saling berkaitan satu sama lain.

Pada tataran ini, penggunaan "tubuh" dan "representasi tubuh" (*body sign*) sebagai komoditas di dalam berbagai media hiburan masyarakat kapitalis, telah mengangkat berbagai hal yang tidak saja menyangkut "relasi ekonomi" (peran ekonomi perempuan), tetapi lebih jauh "relasi ideologi", yaitu bagaimana penggunaan tubuh dan citra tersebut menandakan sebuah relasi sosial—khusus relasi gender—yang

dikonstruksikan berdasarkan ideologi tertentu. Media massa dalam kasus ini menjadi tempat pertempuran memperebutkan wacana dan ideologi. Siapa pun yang memenangkan pertempuran itu bisa mendominasi dan melakukan hegemoni. Dalam konteks ini, media kemudian menjadi pengidentifikasi, pembaca, penerjemah dan pendistribusi realitas.

Di Indonesia, sistem patriarki dilegitimasi secara sempurna oleh sisa-sisa budaya feodalisme. Paham yang menempatkan hubungan perempuan dan laki-laki bersifat hierarkis. Posisi laki-laki lebih dominan, lebih berpengaruh dan perempuan berada dalam posisi subordinat. Nilai patriarki sendiri terefleksikan secara makro dari pola kehidupan relasional antara perempuan dan laki-laki dalam suatu negara. Jika hubungan itu bersifat asimetris, bisa dipastikan masyarakatnya masih berada dalam sistem patriarkis. Budaya ini oleh Marla (dalam May Lan, 2002) dianggap sebagai suatu sistem nilai yang menempatkan kaum laki-laki pada tempat yang lebih tinggi daripada kaum perempuan, dan keadaan tersebut merembes ke dalam berbagai dimensi kehidupan masyarakat, termasuk di media massa.

Kenyataannya, media massa yang seharusnya menjadi reflektor bagi ketidakadilan ini justru melegitimasi praktik ketidakadilan gender dengan pemberitaan medianya yang sangat bias (gender). Penampilan wacana yang bias gender itu seolah diterima sebagai kewajaran (Siregar, 2002). Pekerja media menghadirkan informasi tanpa disertai upaya yang menempatkan suatu wacana dalam perspektif struktural. Siregar mengaskan bahwa dengan menggunakan perspektif struktural dalam menganalisis fenomena sosial, memungkinkan khalayak melihat ketidakadilan terjadi dalam masyarakat. Kondisi ini dapat dipahami jika ada kepekaan terhadap ketidakadilan struktural di satu pihak, dan korban pada pihak lain. Bukankah sudah semestinya dalam studi tindak kekerasan, tidak hanya menyoroti pelakunya, melainkan tak kalah pentingnya adalah bagaimana korbannya?

Paparan di atas mengindikasikan, pola pikir yang digunakan bertolak dari "konstruksi sosial", dengan mendudukan berita sebagai wacana, pengetahuan atau teks audio-visual yang disebarkan melalui media massa—yang kemudian dibaca, didengar dan ditonton oleh khalayak. Ketika berita tersebut direspon oleh khalayak maka teks

audio-visual itu tidak sekadar menjadi informasi, tetapi terjadi pula proses konstruksi makna oleh pencipta berita. Kemudian tanpa disadari berita tersebut direkonstruksi oleh khalayak. Proses dekonstruksi terjadi melalui pemilihan metode penafsiran, baik terhadap teks audio-visual maupun wacana itu sendiri. Proses dekonstruksi ini memunculkan realitas sosial baru dalam kesadaran khalayak (Bungin, 2001).

Beberapa Persoalan Utama

Berkaitan studi *longitudinal* media massa dan gender di Indonesia saat ini, di antara banyaknya persoalan, setidaknya terdapat lima hal penting menyangkut subordinasi perempuan dalam media massa:

1. Legitimasi Bias Gender oleh Media

Media massa masih memberi ruang bagi proses legitimasi bias gender, terutama dalam menampilkan representasi perempuan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai pemberitaan yang ditampilkan. Kondisi perempuan sebagai objek, dengan visualisasi dan identifikasi tubuh: seronok, seksi, dan vulgar.

Dalam pemberitaan kasus kriminal, perkosaan misalnya, perempuan sering digambarkan sebagai sosok yang seolah ikut andil sehingga menyebabkan kasus itu terjadi, bukan murni sebagai korban kejahatan kaum laki-laki. Di sisi lain penempatan (*positioning*) perempuan sebagai korban (*survivor*) atau saat menjadi pelaku/tersangka juga sarat dengan warna eksploitasi. Seperti penyebutan yang berlebihan, misalnya "janda muda", "gadis ingusan", dan sebagainya.

Sedikit sekali media massa yang menampilkan representasi perempuan berdasarkan perspektif perempuan. Bahkan pemberitaan tentang perempuan masih sangat fenomenal-monumental, seperti saat memberitakan hari Ibu atau hari Kartini. Itupun hanya terbatas pada acara-acara seremonial semata.

Sementara itu, media yang khusus membidik perempuan sebagai segmen audiensnya⁵ justru lebih banyak terjebak pada pemberdayaan

⁵ Beberapa contoh diantaranya Nova, Cosmopolitan, Wanita Indonesia, Femina, Kartini

perempuan di sektor domestik. Dengan jelas media tersebut menjelaskan bagaimana cara-cara seorang istri agar bisa memasak, membahagiakan dan melayani suami dan anak-anaknya. Jarang sekali media berseghmen perempuan menganjurkan kaum perempuan untuk berani duduk dan bersuara di lembaga pemerintahan. Atau mendorong audiensnya untuk ikut menggugat kuota perempuan dalam badan legislatif, keterlibatan perempuan dalam pemilu dan sebagainya. Kalaupun ada media yang membahasnya, biasanya tak lebih dari bentuk kekaguman atas ketokohan sosok perempuan tertentu yang dispersepsikan luar biasa ketika meraih posisi terhormat di ruang publik tersebut, seolah tanpa menyadari bahwa memang sudah seharusnya perempuan memiliki hak-hak demikian.

2. Minimnya Keterlibatan Perempuan dalam Aktivitas Jurnalisme

Dalam aktivitas jurnalisme, sangat sedikit kaum perempuan terlibat menjadi insan pers. Merujuk catatan PWI tahun 1998, sekitar 4.687 jurnalis laki-laki dan hanya 461 perempuan (*Jurnal Perempuan* No. 28, Maret 2003. hal. 57). Persoalan kuantitatif ini barangkali tidak terlalu parah bila menafikan bahwa di antara jumlah yang sedikit tersebut, para jurnalis perempuan kurang memiliki sensitifitas gender karena umumnya mereka masuk dalam dunia jurnalistik yang sangat maskulin. Akibatnya, ukuran-ukuran pemberitaan yang digunakan masih menggunakan ukuran laki-laki sebagai pihak dominan dalam pengambilan keputusan.

Tulisan-tulisan yang disajikan para jurnalis perempuan pun sudah dikondisikan dalam "pola laki-laki" (*male patterns*). Seandainya ada jurnalis perempuan yang *concern* terhadap sensitifitas gender, pun hanya menempati posisi yang kurang penting dalam jajaran dewan pengurus media. Bahkan dalam dunia pers Indonesia, nama-nama tokoh pers pun semuanya didominasi "laki-laki". Rosihan Anwar, Mochtar Lubis, Jacob Oetama dikategorikan sebagai "ikon" pers. Jarang sekali nama Roehanna Koeddoes, Herawati Diah, atau Toeti Azis disebut-sebut sebagai tokoh pers nasional.

Ada pula gejala sebaliknya, yakni kaum perempuan sendiri kurang produktif menyuarakan keadilan gender melalui tulisan-tulisan mereka. Di Indonesia, para penulis yang sering menggugat

ketidaksetaraan gender justru bukan berasal dari golongan perempuan⁶, melainkan laki-laki. Sebutlah nama-nama Irwan Abdullah, Mansour Fakih, Ariel Haryanto, Tomy F Awuy, dan Kris Budiman. Mereka inilah yang lebih banyak menulis buku tentang gender dan feminisme.⁷

3. Dominasi Kepentingan Ekonomi-Politik

Kepentingan ekonomi-politik menuntut para pemilik media tunduk kepada industri atau pasar yang memang lebih permisif terhadap jurnalisme yang tidak sensitif gender. Perempuan dan segala *stereotype*-nya dalam pandangan media massa adalah komoditas yang laku dijual.

Media massa, di Indonesia, sebagai bagian dari lingkaran produksi yang berorientasi pasar menyadari adanya nilai jual yang dimiliki perempuan, terutama sebagai pasar potensial. Kondisi ini didukung pula oleh permasalahan kultural di level organisasional pers, terutama *corporate culture* yang sangat maskulin.

4. Regulasi Media Tidak Sensitif Gender

Berbagai perundang-undangan dan kode etik media yang ada di Indonesia selama ini kurang sekali memperhatikan masalah-masalah perempuan. UU Pers No 40/1999, UU Penyiaran No. 32/2002, Kode etik Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI) belum secara spesifik melindungi hak-hak perempuan dalam pemberitaan melalui bunyi pasal-pasalanya.

Kondisi ini diperparah lagi dengan fakta bahwa jurnalis sendiri kadang tidak mematuhi aturan-aturan lain yang sudah tercantum dalam undang-undang dan kode etik tersebut. Jangankan menghindari ketidakadilan gender dalam pemberitaan, aturan-aturan normatif lainnya yang sudah ada pun tidak banyak ditaati oleh para pekerja

⁶ Hal ini terjadi terutama sebelum era kelahiran *Jurnal Perempuan*.

⁷ Golongan ini bahkan oleh sebagian pihak diberi gelar "feminis laki-laki".

media. Idealnya, untuk menyasiasi kondisi tersebut diperlukan kode etik *cooporate* dalam lembaga media, sesuai dengan mekanisme internal kelembagaan. Misalnya aturan baru tentang ketentuan menerapkan kuota bagi jurnalis perempuan dalam mekanisme distribusi struktur organisasi keredaksian.

5. Penggunaan Bahasa di Media Massa Masih Sangat Seksis

Memang, bila ditarik lebih jauh ke belakang, sejak dulu pun, perempuan tidak banyak dilibatkan dalam proses pembentukan bahasa. Semua bahasa di dunia cenderung berifat patriarki. Di Indonesia, banyak sekali istilah yang mensubordinasikan perempuan. May Lan (2002) menyebutkan, ada banyak bentuk seksisme bahasa, seperti makna peyoratif, aturan semantik dan penamaan. Misalnya kata *memperkosa* disinonimkan dengan *menggagahi*. Sangat bias, apakah sebuah perkosaan diartikan bahwa pelakunya adalah orang yang gagah atau sosok yang lebih gagah? Kata "menggagahi" memberi konotasi superioritas pada laki-laki. Belum lagi kata-kata tersebut kadang diikuti pula dengan istilah "diperawani" (yang berarti patut dinikahi), "disetubuhi" (yang berkonotasi suka sama suka) dan sebagainya. Begitulah, telah terjadi distorsi, penurunan makna dari fakta pemerkosaan yang diangkat.

Kesenjangan Jurnalisme Konvensional dan Jurnalisme Sensitif Gender

Jika ada jurnalisme jenis baru, maka ada pula jurnalisme jenis lama atau jurnalisme konvensional. Konsep jurnalisme sensitif gender muncul setelah praktik jurnalisme konvensional dianggap tidak mempertimbangkan aspek-aspek gender. Jurnalisme konvensional dianggap melanggar kemurnian idealismenya. Dalam kenyataan sehari-hari, jurnalisme konvensional sudah terdistorsi oleh banyak kepentingan, akibatnya konsep-konsep yang diusung kemudian berubah sesuai dengan kebijakan redaksional media massa yang bersangkutan.

Di tengah banyaknya tuntutan agar jurnalisme konvensional yang selama ini ada dirombak dan disesuaikan dengan kebutuhan

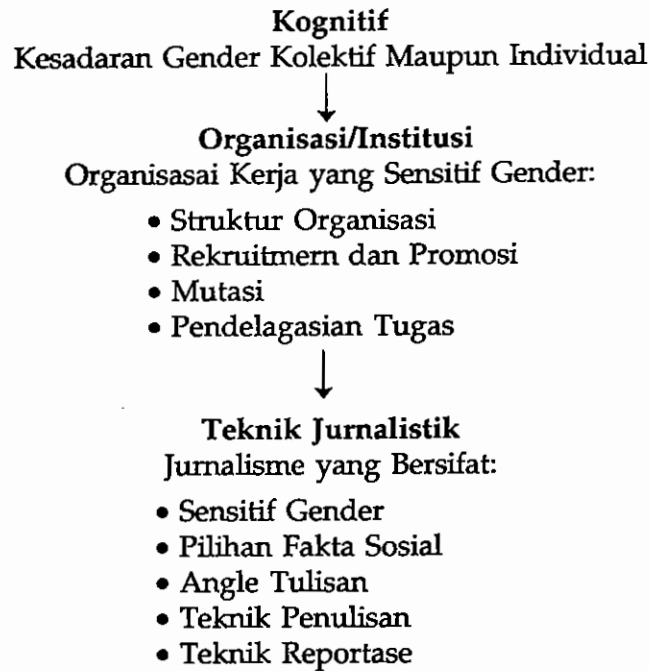
nilai-nilai kemanusiaan, muncul konsep-konsep jurnalisme baru yang bermuatan humanitarian, seperti jurnalisme damai, jurnalisme multikultur, jurnalisme patriotik, jurnalisme empati dan sebagainya. Jurnalisme sensitif gender termasuk salah satu pendekatan yang dipakai guna mengatasi bias gender dalam pemberitaan media yang patriarkis. Jurnalisme sensitif sender bukanlah masalah moral atau kebenaran, tetapi lebih mengarah pada praktik dan kebiasaan yang bersentuhan dengan kemanusiaan.

Lalu apa sebenarnya yang disebut atau disitilahkan dengan jurnalisme sensitif gender? Subono (2003) menyebutkan, *jurnalisme sensitif gender atau jurnalisme berperspektif gender (gender perspective in journalism) dapat diartikan sebagai kegiatan atau praktik jurnalistik yang selalu menginformasikan atau bahkan mempermasalahkan dan menggugat secara terus menerus, baik dalam media cetak (seperti dalam majalah, surat kabar dan tabloid maupun media elektronik (seperti dalam televisi dan radio) adanya hubungan yang tidak setara atau ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan (Jurnal Perempuan No. 28, Maret 2003).*

Jurnalisme sensitif gender mencuat ketika isu gender mengemuka, dan dunia jurnalistik konvensional yang ada masih berpegang pada prinsip "netral", "objektif" dan "apa adanya" dianggap ikut berkontribusi terhadap berbagai ketidakadilan yang dialami perempuan.

Domestikasi dan pengembangan jurnalisme sensitif gender meliputi tiga tingkatan: pada tataran kognitif, level organisasi/institusi media, dan ketrampilan teknis jurnalistik (Abrar dalam Soemandyo, 1999). Untuk memahami dan menyederhanakan ketiga level ini dapat dijelaskan dalam skema sebagai berikut:

Pengembangan Jurnalisme Sensitif Gender



Diadaptasi dari Abrar (1998)

Sementara itu, Subono (2003), merujuk pada Eriyanto (2001) menempatkan empat variabel utama yang membedakan antara jurnalisme konvensional dan jurnalisme sensitif gender, yaitu (1) fakta; (2) posisi media; (3) posisi jurnalis; (4) hasil peliputan atau pemberitaan.

Keempat variabel tersebut dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:

Skema I

Fakta	
Jurnalisme Konvensional Murni	Jurnalisme Sensitif Gender
Terdapat fakta-fakta yang nyata dan diatur oleh hukum-hukum / kaidah tertentu yang berlaku universal	Fakta yang ada pada dasarnya merupakan hasil dari ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender. Ini berkaitan dengan dominasi kekuatan ekonomi-politik dan sosial budaya yang ada dalam masyarakat
Berita adalah refleksi dari realitas sosial yang ada. Karenanya berita harus bisa mencerminkan realitas sosial yang diberitakan secara utuh.	Berita yang terbentuk merupakan refleksi dari kepentingan kekuatan dominan yang telah menciptakan ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender

(Subono, 2003)

Skema I menjelaskan bahwa "fakta" yang ditulis oleh jurnalis pada dasarnya memiliki nilai objektivitas yang sangat "relatif". Hal itu menjadikan perbedaan perspektif yang dianut jurnalis dalam pemberitaan. Di sisi lain jurnalisme sensitif gender memandang bahwa apa yang disebut sebagai "fakta" tidak lain adalah "sesuatu" yang terekonstruksi sebagai hasil proses sosial-politik dan ekonomi-budaya yang dalam hal ini telah menciptakan ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender dalam masyarakat.

Skema II

Posisi Media	
Jurnalisme Konvensional Murni	Jurnalisme Sensitif Gender
Media adalah sarana tempat semua anggota masyarakat dapat berkomunikasi dan berdiskusi dengan bebas, netral dan setara	Mengingat bahwa media pada umumnya dikuasai kepentingan dominan (patriarki) maka media seharusnya menjadi sarana untuk membebaskan dan memberdayakan kelompok-kelompok yang marginal (khususnya perempuan)
Media adalah sarana yang menampilkan semua pembicaraan dan kejadian yang ada dalam masyarakat secara apa adanya	Media adalah sarana yang harus dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok marginal (terutama perempuan) untuk memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender

(Subono, 2003)

Skema II menjelaskan bahwa pendekatan jurnalisme konvensional murni adalah sarana yang bebas, netral atau tidak memihak. Siapa saja bisa memanfaatkannya atau menyampaikan pandangannya dengan leluasa. Akan tetapi sebaliknya, jurnalisme sensitif gender memandang bahwa media adalah alat dari kekuatan dominan yang juga memproduksi ideologi patriarki. Karena itu media harus bisa dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok marginal, khususnya perempuan. Bahkan media juga harus bisa digunakan untuk mempermasalahkan persoalan-persoalan perempuan. Intinya, media sebagai alat untuk memperjuangkan keadilan dan kesetaraan gender.

Skema III

Posisi Jurnalis	
Jurnalisme Konvensional Murni	Jurnalisme Sensitif Gender
Nilai atau ideologi jurnalis berada di "luar" proses peliputan atau pelaporan berita/peristiwa	Nilai atau ideologi jurnalis tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan atau pelaporan berita/peristiwa
Jurnalis memiliki peran sebagai pelapor yang nonpartisan dari kelompok-kelompok yang ada dalam masyarakat	Jurnalis memiliki peran sebagai aktivis atau partisipan dari kelompok-kelompok marginal (khususnya perempuan) yang ada dalam masyarakat.
Landasan moral (etis)	Landasan ideologis
Profesionalisme sebagai keuntungan	Profesionalisme sebagai kontrol
Tujuan peliputan dan penulisan: pemaparan dan penjelasan apa adanya	Tujuan peliputan dan penulisan: pemihakan dan pemberdayaan kepada kelompok-kelompok marginal, khususnya perempuan
Jurnalis sebagai bagian dari tim untuk mencari kebenaran	Jurnalis sebagai pekerja yang memiliki proses berbeda dalam kelas-kelas sosial

(Subono, 2003)

Dari skema III bisa dilihat bahwa jurnalis yang mengusung jurnalisme sensitif gender tidak hanya bertindak sebagai jurnalis semata, tetapi juga berperan sebagai aktivis dengan ideologi memperjuangkan keadilan dan kesetaraan gender. Akan tetapi perlu dicatat bahwa gerakan di sini harus diimbangi dengan sikap profesionalisme sebagai kontrol dalam menjaga kualitas dalam pemberitaan. Peran ini sangat

berlawanan dengan pendekatan jurnalisme konvensional murni yang selalu menganggap bahwa nilai atau ideologi jurnalis tidak boleh dimasukkan saat mereka melakukan peliputan atau merekonstruksi berita.

Skema IV

Hasil Peliputan/ Pemberitaan	
Jurnalisme Konvensional Murni	Jurnalisme Sensitif Gender
Hasil liputan bersifat dua sisi atau dua pihak secara seimbang- netral gender	Hasil liputan merefleksikan ideologi jurnalis
"objektif"- netral, tidak memasukkan opini atau pandangan subjektif	"Subjektif" karena merupakan bagian dari kelompok-kelompok marginal yang diperjuangkan
Memakai bahasa yang "baku" yang tidak banyak menimbulkan banyak penafsiran	Memakai bahasa yang sensitif gender dengan pemihakan yang jelas
Hasil peliputan bersifat eksplanasi, prediksi dan kontrol	Hasil peliputan bersifat kritis, transformatif, emansipatif, dan pemberdayaan sosial.

(Subono, 2003)

Skema IV menjelaskan tentang hasil peliputan atau pemberitaan. Pendekatan jurnalisme konvensional murni selalu mengedepankan *cover both side* dan prinsip objektivitas. Pandangan tersebut ditambahi oleh pandangan jurnalisme sensitif gender yang mengharuskan nilai subjektivitas digunakan dalam pemberitaan yang mengandung unsur yang potensial bagi bias gender. Bahasa yang dipakai oleh pandangan jurnalisme sensitif gender pun dijaga agar tidak menggunakan kata-kata atau bahasa yang seksis atau bias gender.

Strategi dan Optimalisasi

Setelah melihat perbedaan antara jurnalisme konvensional dan jurnalisme sensitif gender maka menjadi jelas bahwa konsep-konsep tentang jurnalisme sensitif gender sama sekali belum diaplikasikan para pekerja media di Indonesia. Kemudian muncul pertanyaan mendasar: Bagaimana kemungkinan atau peluang konsep-konsep jurnalisme sensitif gender diterapkan dalam praktik jurnalisme di Indonesia yang *notabene* sangat patriarkis?

Walaupun konsep tersebut telah menjadi kajian serius di beberapa institusi media massa, rasanya belum sepenuhnya menjadi prioritas, bahkan dalam tataran empiris seringkali menunjukkan kontradiksi. *Jurnal Perempuan* atau *Kompas* (dengan rubrik *Swara*⁸) sendiri misalnya, sebagai media percontohan jurnalisme sensitif gender kadang terlalu menonjolkan eksklusifitas perempuan dengan hak-hak emansipatifnya sehingga makin mempertajam perbedaan dengan kaum maskulin.

Kenyataan seperti itu terjadi akibat konsep jurnalisme di negara kita selama ini hidup di bawah tekanan rezim Orde Baru yang sangat feodal. Mental kritis-mandiri perempuan tidak pernah diberdayakan dalam media. Dan begitu kebebasan menjadi euforia, media massa langsung bebas melesat tanpa kendali.

Memang, untuk menyimpulkan telah adanya kesadaran gender setelah reformasi bergulir bisa dilihat dari hiruk-pikuk diskusi gender di ruang-ruang seminar dan media, adanya kesadaran menerapkan jurnalisme sensitif gender sebagai kebijakan redaksional, ataupun banyaknya aktivis feminis dari kalangan publik figur ataupun masyarakat umum yang berani berbicara tentang ketidakadilan gender dalam pemberitaan media massa. Namun kenyataan itu barulah sebatas tataran wacana dan kasus perkasus saja, bukan praktik pada umumnya di lapangan, yaitu di tengah-tengah masyarakat dan di seluruh media massa Indonesia.

⁸ *Swara* adalah nama rubrik di Kompas yang mengulas isu-isu gender, khususnya pemberdayaan perempuan. Namun sayang, halaman ini kadang "dihiasi" oleh iklan-iklan komersial yang secara terbuka menampilkan citra perempuan sebagai komoditas. Dari sinilah kebijakan redaksional Kompas terhadap jurnalisme berperspektif gender patut dipertanyakan, karena melalui rubrik *Swara*, Kompas telah menciptakan paradoks; kesetaraan gender yang dikalahkan sistem patriarki yang menguasainya, khususnya lewat politik-ekonomi iklan.

Apalagi budaya patriarkis di Indonesia yang kadangkala diembel-embeli dengan dalih moral saat ini masih mendominasi ruang-ruang publik, baik *public space* maupun *public sphere*. Jadi bisa dikatakan bahwa jurnalisme sensitif gender di Indonesia saat ini masih menjadi mimpi atau angan-angan yang sangat sulit diwujudkan. Akan tetapi bagaimanapun tak ada kata pesimis jika semua pihak mau terus-menerus mengkampanyekan penghapusan stigmatisasi dan diskriminasi gender melalui media massa, tentunya disertai tindakan nyata. Tidak hanya *lip service* demi pamrih untuk diakui dunia internasional sebagai bangsa yang mempunyai kepedulian besar terhadap persoalan-persoalan gender.

Untuk itulah diperlukan suatu strategi yang tepat, khususnya bagi *stakeholder* media, antara lain pihak media, masyarakat, dan pemerintah untuk menyikapi kondisi tersebut secara bijaksana, melalui langkah-langkah konkret, antara lain:

Pertama, penegakan hukum harus terus diupayakan, setidaknya Undang-undang Pers, UU Penyiaran, UU Perfilman yang telah ada tidak hanya berwujud tulisan di atas kertas tanpa fungsi nyata. Pihak berwenang melalui aparat penegak hukumnya, seperti dewan pers harus memiliki ketegasan menindak pelanggar ketentuan dalam UU tersebut secara tegas dan tanpa pandang bulu berdasar undang-undang tersebut.

Kedua, jika Undang-undang tentang Media Massa tidak mampu lagi menjadi dasar yuridis pelanggaran dan diskriminasi gender dalam media massa, hendaknya direvisi atau disusun undang-undang menurut kesepakatan bersama (*stakeholder* media).

Ketiga, LSM pemantau media (*Media Watch*) dan LSM gerakan perempuan sebagai alat kontrol masyarakat perlu dibentuk dan diberdayakan gerakannya secara independen, tanpa intervensi pemerintah. LSM juga harus melakukan aktivitasnya secara proporsional, rasional dan penuh tanggung jawab.

Keempat, jaminan keamanan bagi pejuang keadilan gender adalah hal substansial yang harus diperhatikan pemerintah. Selama ini tokoh-tokoh vokal yang memperjuangkan persoalan gender seringkali mendapat teror dan ancaman dari pihak-pihak yang tidak menyukai gerak mereka.

Kelima, peran media massa sebagai wahana kampanye penegakan diskriminasi gender harus terus diberdayakan. Muatan tentang kesetaraan gender, harus mendapat ruang dari keseluruhan isi berita.

Keenam, perlunya penanaman dan pemahaman sejak dini tentang sensitifitas gender dalam setiap aktivitas jurnalisme. Dalam dunia pendidikan misalnya, jurusan yang kompeten dengan jurnalisme, seperti Jurusan Ilmu Komunikasi hendaknya menambahkan pendidikan gender dan media sebagai bagian dari kurikulumnya.

Ketujuh, pihak media massa hendaknya sering melakukan penelitian terhadap audiens (*audience research*) guna mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai profil, kebutuhan pemberitaan, dan efek siaran pemberitaannya terhadap *audience*. Termasuk di dalamnya penelitian tentang sensitifitas gender, serta posisi aktif dan peran para perempuan di dalamnya.

Kedelapan, partisipasi kalayak dalam mendukung penerapan jurnalisme sensitif gender dimulai dari tingkat bawah dan berangkat dari hal-hal pokok, misalnya berani menolak pemberitaan yang bias gender dan memposisikan perempuan sebagai korban.

Di lain pihak optimalisasi juga diterapkan pada jurnalis sebagai pelaku rekonstruksi (perekonstruksi) realitas sosial di masyarakat. Beberapa pandangan menyatakan bahwa tugas jurnalis, di manapun ia berada adalah menjalankan profesinya secara independen mengikuti kaidah dan etika jurnalistik konvensional. Jurnalis merupakan bagian dari masyarakat. Karena itu jurnalis tidak bisa lepas dari kedudukannya sebagai anggota masyarakat yang menganut sistem patriarkis. Namun demikian, jurnalis bisa memainkan peran positif untuk perubahan. Jurnalis dapat bekerjasama dengan kaum muda, kaum perempuan, institusi agama, institusi pendidikan, bahkan dengan pihak militer. Yang terpenting dalam kerjasama ini, jurnalis tetap memegang teguh prinsip media yang tidak berpihak dan menjunjung nilai-nilai kemanusiaan, serta menjalankan kode etik yang dianutnya secara konsekuen.

Di lain pihak, masyarakat yang menuntut pemberitaan yang sensitif gender juga harus menyadari bahwa jurnalis bukanlah kaum feminis yang senantiasa menuntut kesetaraan gender dalam setiap

aktivitasnya. Sistem patriarkis memang merupakan halangan terbesar bagi jurnalis untuk menerapkan jurnalisme sensitif gender. Terkadang jurnalis dihadapkan pada dua pilihan yang sulit saat bertugas meliput berita tentang *sex* dan *crime*. Risiko yang dihadapinya tidaklah kecil. Di satu sisi, ia secara sadar atau tidak terjebak dalam pola pemberitaan laki-laki yang bias gender. Di sisi lain, bila ia tidak turun ke lapangan dan melaporkan berita, ia sendiri mengabaikan tugas. Dua pilihan yang sama-sama sulit.

Bagi jurnalis yang berpegang pada profesionalisme, tentu bisa menemukan jalan keluar yang paling baik di antara hambatan-hambatan dan kekhawatiran yang membelenggunya itu. Terkadang jurnalis yang idealis berhadapan pula dengan persoalan non-teknis yang masih mengemuka. Di antaranya adalah kebebasan jurnalisme media tempat ia bekerja. Politik keredaksian yang dianut kadang mematikan kreativitas jurnalis ketika berhadapan langsung dengan kekuasaan editor.

Berikut ini beberapa solusi alternatif yang bisa ditawarkan pada jurnalis yang seringkali berhadapan dengan fenomena pemberitaan yang potensial melahirkan bias gender:

1. Peningkatan ketrampilan (*skill*). Jurnalis harus memahami konsep dan operasinalisasi jurnalisme konvensional murni dan jurnalisme sensitif gender. Peningkatan *skill* bisa ditempuh dengan mengikuti berbagai pelatihan dan memperluas wacana tentang jurnalisme sensitif gender.
2. Memperkuat misi media dalam menyikapi persoalan gender. Perlu ada peningkatan kepedulian bagi pengambil kebijakan politik redaksional media soal "nilai kemanusiaan" dalam peliputan. Perlu juga koordinasi yang baik antara redaktur, penulis dan reporter.
3. Jaminan keamanan. Meliputi dua aspek: *pertama*, keamanan internal media yang meliputi aspek ekonomi-politis, seperti keamanan wartawan untuk menulis berita menggunakan jurnalisme sensitif gender tanpa ancaman pemecatan. *Kedua*, keamanan dari pihak luar seperti ancaman pihak-pihak yang tidak mendukung adanya kesetaraan gender dalam masyarakat dan sebagainya.

4. Menghindari keterlibatan pada berita yang sarat potensi lahirnya bias gender. Ini merupakan strategi terakhir jika jurnalis menyadari akan kurangnya pengetahuan ketrampilan teknis yang dimilikinya dalam merekonstruksi suatu berita. Akan tetapi jangan sampai seorang jurnalis merasa ketakutan sehingga menghindari pemberitaan yang potensial melahirkan bias gender. Justru dengan menerapkan tiga langkah sebelumnya, jurnalis akan mampu belajar dan menjalankan tugas dan perannya secara lebih baik.

Sebenarnya masih banyak lagi langkah taktis-solutif untuk menghapuskan bias gender dalam pemberitaan media. Dengan catatan bahwa untuk mewujudkan harapan-harapan tersebut memang tidak semudah membalik telapak tangan. Perlu usaha keras dan dorongan dari semua pihak.

Setelah semua tersentuh "perhatian", mulai dari pembenahan sistem hukum yang ada, pemberdayaan partisipasi masyarakat, ketegasan media meninjau kembali sistem jurnalisme yang selama ini diterapkan, serta peningkatan profesionalisme jurnalis, maka media massa Indonesia akan bergerak maju menjadi media massa yang demokratis dalam arti sebenar-benarnya. Tidak hanya slogan dan jargon semata. Sebuah revolusi yang lama atau tidaknya tergantung dari partisipasi semua pihak yang mempunyai kepedulian terhadap kemajuan kehidupan bermedia di Indonesia.

Penutup

Sebagai bagian dari fenomena kehidupan, gender dan media merupakan persoalan yang perlu mendapat perhatian mendalam, lebih-lebih dalam aktivitas jurnalisme di negara yang menganut sistem patriarki seperti Indonesia. Untuk itulah, domestikasi jurnalisme sensitif gender menjadi penting mengingat persoalan-persoalan bias gender dalam pemberitaan media massa yang semakin mengemuka membutuhkan suatu solusi.

Evaluasi tentang berhasil-tidaknya media massa Indonesia dalam mempraktikkan jurnalisme sensitif gender akan terus menjadi

dialektika yang tidak usang, bukan hanya dalam pencarian jawaban "berhasil" atau "tidak, tetapi berhasilnya jurnalisme sensitif gender yang peka terhadap isu-isu gender pada konteks saat ini sebenarnya lebih pada upaya awal yang strategis, yaitu terus menerus mencegah terjadinya bias pemberitaan gender lebih banyak lagi di media massa. Jurnalisme sensitif gender hanyalah salah satu instrumen yang tidak berarti apa-apa tanpa adanya perhatian dan kepedulian dari *stakeholder* media terhadap persoalan ketidakadilan gender dalam pemberitaan media massa.

Mewujudkan harapan-harapan tersebut memang tidak semudah membalik telapak tangan. Perlu usaha keras dan dorongan dari semua pihak/*stakeholder* yang memiliki perhatian dan kepedulian terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan hak asasi manusia. Jika tidak, gambar-gambar tentang penghapusan stigmatisasi dan diskriminasi gender hanya berhenti pada tataran konsep, slogan bahkan jargon utopis semata.

Masyarakat pun harus selau berpedoman bahwa khalayak media memiliki hak dan kewajiban untuk mengawasi media, bukan pemerintah, militer, partai atau golongan sebagaimana hak kebebasan yang tertuang dalam UU Pers No.40/1999. ***

Daftar Pustaka

- Anonim, (2000). Digagahi Bertiga di Gubuk Sekitar Pemancingan. *Rakyat Merdeka*, 22 Agustus.
- Bungin, Burhan, (2001). *Imaji Media Massa*. Yogyakarta: Jendela.
- Fakih, Mansour, (1997). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Iswara, Dana dan Yoseptin T. Pratiwi, (2003). 'Perspektif Perempuan pada Program Televisi: Sudah Adakah?' *Jurnal Perempuan* No.28. Maret.

- Kusumaningrum, Ade, (2003). 'Radio, Media Alternatif Suara Perempuan.' *Jurnal Perempuan* No.28. Maret 2003.
- Lan, May. (2002). *Pers, Negara dan Perempuan: Refleksi atas Praktek Jurnalisme Gender pada Masa Orde Baru*. Yogyakarta: Kalika, Yayasan Adhikarya IKAPI dan Ford Foundation
- Lippman, Walter, (1965). *Public Opinion*. New York: The Free Press.
- McLuhan, Marshall, (1999). *Understanding Media ; The Extension of Man*.
- Moenta, Baharuddin, (2001). 'Perempuan di Tengah Himpitan Kapitalisme Media.' *Media Watch*, No. 8.
- Siregar, Ashadi, (2002). *AIDS, Gender & Kesehatan Reproduksi, Pintu Menghargai Manusia Bagi Media*. Yogyakarta: LP3Y dan Ford Foundation.
- Soemandyo, Priyo, (1999). *Wacana Gender dan Layar Televisi: Studi Perempuan dalam Pemberitaan Televisi Swasta*. Yogyakarta: LP3Y dan Ford Foundation.
- Subono, Nur Iman, (2003). 'Menuju Jurnalisme Yang Berpektif Gender,' *Jurnal Perempuan* No.28. Maret.
- Swastika, Alia, (2002). 'Feminisme dan Media Massa.' *Kompas*, 28 Oktober.