

BIAS SEKSISME DALAM PENULISAN BERITA OLAHRAGA
Analisis Wacana Kritis terhadap Representasi Atlet Perempuan dalam Asian
Games 2018 di Liputan 6.Com

EXIST BIAS IN SPORTS NEWS WRITING
Critical Discourse Analysis on the Representation of Female Athletes in the 2018 Asian
Games on Liputan 6.Com

Arief Muliawan¹

¹IISIP Jakarta, Jl. Raya Lenteng Agung 32, Jakarta Selatan, 12610, Indonesia

Email: ¹ariefmuliawan@yahoo.com

Abstrak – Artikel ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan bias seksisme dalam pemberitaan *event* Asian Games 2018 di media daring Liputan6.com. Landasan teori yang digunakan ialah teori komodifikasi, teori gender, feminisme, dan representasi. Metode penelitian mengacu pada analisis wacana kritis Sara Mills, dengan subjek berita-berita yang dipilih secara *purposive* yang mengandung bias seksisme. Hasil penelitian menggambarkan bahwa bias seksisme terjadi melalui representasi perempuan yang telah direduksi sedemikian rupa sehingga hanya membangun citra perempuan dan atlet perempuan sebagai objek estetis yang cantik saja. Perempuan dipilih, didefinisikan, kemudian dipajang sebagai objek dan tidak lagi bersesuaian dengan relevansi pemberitaan olahraga. Reduksi ini terjadi baik dalam teks, maupun dalam tampilan gambar visual.

Kata Kunci: Bias Seksisme; Berita; Olahraga; Media Online

Abstract – This article reveals sexist bias in reporting on the 2018 Asian Games event on the online media Liputan6.com. The theoretical basis used is the theory of commodification, gender theory and feminism and representation. The research method takes into account Sara Mills's critical discourse analysis, with news subjects selected *purposively* with a sexual bias. The results of the study reveal that the bias occurs through the representation of women who have been reduced in such a way that they only construct female athletes as beautiful aesthetic objects. Women are selected, defined, and displayed as objects and it no longer corresponds to the relevance of sports reporting. This reduction occurs both in texts and in visual image displays.

Keywords: News; Online Media; Sports; Sexist Bias

PENDAHULUAN

Keunggulan aksesibilitas pada media daring, membuatnya jadi pilihan utama bagi masyarakat ketika hendak membaca sebuah berita. Inilah yang membuat media daring tumbuh begitu pesat, setidaknya sepuluh tahun terakhir, selain juga memberikan akses untuk mengembangkan berbagai konten baru (Rusadi, 2015).

Media daring memiliki kekuatan untuk menghimpun masyarakat ke dalam suatu tema besar, seperti yang terjadi pada ajang Asian Games 2018. Penyelenggaraan Asian Games 2018 adalah suatu momentum yang menyita perhatian masyarakat Indonesia. Media daring telah memberikan peranan besar dalam menggalang perhatian masyarakat.

Secara umum, pembaca dapat menjumpai informasi terkait pertandingan, hasil-hasil

pertandingan, profil atlet, ataupun informasi-informasi unik tentang Asian Games 2018, yang bisa diikuti masyarakat dengan mudah. Dalam pembacaan yang umum, dapat dikatakan rubrik khusus pada media daring ini tugas terbesarnya adalah menginformasikan hal-hal terkait Asian Games 2018 saja.

Namun, di balik berita-berita olahraga yang termuat itu, tidak semua informasi yang ditampilkan hanya dibaca sebagai medium penyampai realitas saja. Berita-berita tersebut juga membentuk realitas bentukan baru di dalam benak khalayak pembaca berdasarkan bagaimana pesan-pesan dalam teks berita dibangun dan direpresentasikan.

Listorini (2009) melihat bahwa representasi terjadi lewat produksi makna dari konsep yang ada di kepala kita melalui bahasa. Media massa pun

muncul sebagai medium terjadinya representasi ini. Teks berita pun tidak sekadar terbaca sebagai sekumpulan informasi dan dibaca ala kadarnya, ia memiliki muatan budaya tertentu, yang kadangkala problematis.

Posisi problematis teks berita dalam media massa cukup terlihat pada masalah subordinasi gender. Banyak pandangan ilmiah yang melihat bahwa media massa punya sikap tidak sensitif pada isu gender; misalnya, menempatkan suatu gender secara inferior dibanding gender lainnya.

Dalam hal ini yang paling umum terlihat adalah bagaimana perempuan ditampilkan di media. Eastman (2000) dalam penelitiannya melihat adanya ketidakberimbangan antara olahraga cabang putra dengan cabang putri, yang menegaskan adanya bias gender di media.

Laura Keeney, seorang mantan jurnalis olahraga di Amerika Serikat, lewat akun Twitternya @LauraKeeney mengkritisi *headline* dari portal media daring *Chicago Tribune* yang tidak mencantumkan nama Corey Cogdell di dalam judul berita saat mendapatkan medali emas di Olimpiade Rio tetapi malah menggunakan identitasnya sebagai seorang istri atlet American Football. Jadi yang menonjol dalam berita itu ialah suami dari atlet wanita, seorang pria (*The most sexist moments at the Olympic*, 2018).

Kasus lain tercermin dalam berita *independent.co.uk*, ketika seorang atlet *surfing* perempuan bernama Sophie Hellyer, membuat sebuah kolom opini yang mengungkapkan keresahannya terhadap pemberitaan media massa atas dirinya dalam proporsi yang kecil (Sophie Hallyer dalam kritiknya lewat berita dengan judul *As a female athlete, I'm upset by how the media has portrayed me – and I'm determined not to be quiet anymore* (2018)). Begitu pula dengan foto-foto, elemen visual yang menampilkan figur perempuan, yang umumnya menampilkan para atlet dengan balutan feminin dan tidak sepenuhnya dilihat dalam bingkai olahraga secara atletis (Bysse, 2004). Menurut Olafsson (2006), posisi media berperan untuk menciptakan citra bagi laki-laki dan perempuan, yang apabila ditarik ke dalam pemberitaan olahraga menunjukkan bahwa persepsi publik atas atletisme pria dibandingkan perempuan yang membuat berita olahraga nampak didominasi atlet putra.

Eriyanto (2001) mencermati bahwa pers populer di Indonesia didominasi patriarki dan kapitalisme. Alhasil, sulit melihat keberimbangan bagi perempuan di dalam media massa.

Di sisi lain, Anwar (2009) dalam penelitiannya justru mendapati para perempuan cenderung ambigu dalam menentukan posisinya untuk urusan olahraga, antara merasa bahwa kesetaraan antar gender sebagai hal yang ideal, namun di sisi lain masih terjebak dalam karakteristik yang feminin.

Isu gender dan olahraga di media massa di Indonesia memang punya kerumitan relasinya sendiri. Belum lagi dengan karakteristik stereotip yang selalu ditampilkan, laki-laki dengan maskulinitas, perempuan dengan femininitas.

Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak melihat proporsi penyajian atlet perempuan dari laki-laki yang berbasis pada pandangan bahwa olahraga merupakan domen aktivitas laki-laki. Penelitian ini akan memberikan perhatian pada representasi atlet perempuan dalam pemberitaan apakah terdapat bias atau tidak, dengan rumusan masalah bagaimana perempuan ditampilkan dalam teks-teks berita Asian Games 2018 di Liputan6.com dan bagaimana bias seksisme dalam penulisan berita tersebut.

Permasalahan penelitian ini berkaitan dalam kajian komunikasi yang fokusnya pada makna teks pemberitaan. Hall (1997) memperkenalkan konsep *circuit of culture*, sebagai sebuah metode pembacaan atas teks budaya. Ia menjabarkan bagaimana makna diproduksi dan diartikulasikan dalam konteks budaya. Lima unsur penting dalam proses metode ini, yaitu representasi, identitas, regulasi, produksi, dan konsumsi.

Kelima unsur ini berhubungan timbal balik atau memiliki hubungan dua arah antara satu dengan yang lainnya dan representasi menjadi salah satu bagian penting dari proses makna diproduksi dan dipertukarkan antara anggota dalam suatu budaya.

Bagaimana bias seksisme terjadi dan mengapa terjadi dalam pemberitaan media, secara teoritis dapat dijelaskan dalam teori ekonomi politik media, teori gender dan feminisme. Teori ekonomi politik media merupakan salah satu genre utama yang terdapat dalam ranah kajian media kritis dalam ilmu komunikasi. Vincent Mosco membangun sebuah kerangka acuan dari ekonomi politik ke dalam suatu proses komunikasi yang mencakup tiga proses yang disebut sebagai *entry point* (Mosco, 1996). Proses-proses tersebut yang pertama adalah komodifikasi, kemudian pada tahapan selanjutnya adalah spasialisasi dan yang ketiga adalah strukturisasi.

Kajian bias seksisme pada media terkait teori komodifikasi yaitu suatu proses pemanfaatan barang dan jasa yang bukan dari nilai kegunaannya

tetapi dari nilai jual di pasar. Menurut Mosco (1996), ada tiga kelompok besar komodifikasi, yaitu komodifikasi konten, labor, dan khalayak. Bahasa ini terkait pada komodifikasi konten. Dalam komodifikasi ini, produk-produk yang disajikan oleh media merupakan komoditas yang diperdagangkan di pasar dan informasi yang disebarluaskan sepenuhnya diketahui dan dikendalikan oleh pasar yang akhirnya terjadi proses akumulasi modal yang besar.

Proses komodifikasi yang dilakukan oleh media terdapat dua prinsip: pertama adalah proses produksi sebuah program atau produk media, dan yang kedua adalah penggunaan iklan media untuk penciptaan komodifikasi dalam proses ekonomi. Dalam hal ini, komodifikasi tidak hanya terjadi melalui penciptaan ideologi melalui produk yang dipasarkan tetapi juga dengan cara menciptakan konsumen yang bersedia membeli produk-produk yang telah diciptakan. Ada tiga hal yang saling berkaitan dalam proses komodifikasi pada media yaitu isi media, jumlah khalayak, dan iklan. Isi media, salah satunya berita dikonstruksi untuk menarik sebanyak-banyaknya jumlah khalayak sebagai konsumen media. Jumlah khalayak yang banyak akan meningkatkan harga iklan. Dalam penelitian ini, media menkonstruksi atlet wanita dalam arena Asian Game, yang bisa menarik pembaca sebanyak-banyak dari pandangan seksisme.

Persolan seksisme dalam pemberitaan akan terkait pada ideologi gender yang melekat media dan masyarakat. Konsep Gender merupakan konsep yang membedakan karakteristik laki-laki dan perempuan yang bersifat sosial (Budianta, 1997). Dalam konteks ini bagaimana wanita didudukkan dalam pemberitaan olahraga, apakah diposisikan secara proposional dan fungsional sebagai sebuah berita.

Pemosisian wanita dalam berita, berkaitan dengan perspektif feminisme. Menurut Betty Friedan perempuan dibedakan dari laki-laki dengan mengasosiasikan perempuan dengan mitos-mitos *Feminine Mystique*, yaitu nilai-nilai yang diciptakan oleh sistem patriarkal mengenai sifat-sifat yang harus dimiliki oleh perempuan (Friedan, 1974: 3).

Pada hakikatnya, masyarakat dan sistem sosial memelihara stereotip gender melalui praktik-praktik yang di dalamnya termasuk pula praktik-praktik penggunaan kata dan istilah dalam pemberitaan di media massa. Baik disadari atau tidak, penggunaan istilah-istilah yang

mewakili pelekatan identitas feminin terhadap kaum perempuan adalah bentuk opresi terhadap perempuan sebagai suatu kelompok sosial.

Selanjutnya, Beauvoir (dalam Tong, 2006) menitikberatkan pada pandangan bahwa perempuan sebagai Sosok Yang Lain atau Liyan. Perempuan menjadi Liyan karena fakta biologis yang dimiliki. Secara biologis, laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan.

Secara ringkas, perempuan yang ideal adalah mereka yang dipuja laki-laki dan perempuan yang percaya bahwa tugas mereka untuk mengorbankan diri agar menyelamatkan laki-laki. Melalui mitos-mitos, masyarakat menerapkan hukum-hukum dan kebiasaan-kebiasaannya pada individu layaknya lukisan, dengan sikap yang efektif, di bawah bentuk mistikal dan didoktrinasikan pada khalayak, melalui perantara seperti agama, tradisi, bahasa, dongeng, lagu, film, dan sebagainya (Beauvoir, 2003).

Seks digunakan (atau disalahgunakan) sebagai daya tarik semua bidang komersial atau industri yang sebenarnya tidak ada hubungannya (secara langsung) dengan seks. Hanya dengan mengamati dunia iklan atau dunia komersial secara umum, masyarakat dapat melihat bahwa seks dijadikan komoditas untuk menjual (Prabasmoro, 2006: 296).

Dalam hampir semua kebudayaan, konstruksi atas seksualitas perempuan sangat dipengaruhi oleh ideologi gender yang dominan dalam masyarakat. Ideologi gender yang dominan menentukan bagaimana perempuan harus bersikap dan berperilaku.

Dalam hal ini, media massa dengan berbagai pemberitaannya tidak lepas dari ideologi yang mendasari seorang wartawan dalam menulis. Juga terkait dengan paradigma dan arah bisnis dari pemilik media. Beberapa pemberitaan yang cenderung seksis sangat merugikan kaum perempuan karena media massa merupakan alat yang sangat ampuh dalam menghegemoni pemikiran masyarakat. Stereotip, marginalisasi, subordinasi, dan bentuk ketidakadilan gender semakin mengemuka ketika media massa tidak memiliki pandangan atau sensitivitas gender.

Dalam buku *Dominasi Maskulin* Bourdieu (2010) menyebutkan bahwa laki-laki dan perempuan memang termasuk dalam objek. Laki-laki maupun perempuan sudah membentuk struktur-struktur historis tatanan maskulin dalam bentuk beberapa skema tak sadar yang mengatur persepsi dan apresiasi kita. Dengan demikian,

maka ketika memikirkan dominasi maskulin, akan menghadapi risiko menggunakan lagi pola pikir yang merupakan produk dari dominasi itu sendiri (Bourdieu, 2010)

Seks dalam masyarakat, selalu digambarkan sebagai kekuasaan laki-laki terhadap perempuan (Bungin, 2008: 114). Dalam masyarakat patriarkal, seks merupakan bagian yang dominan dalam hubungan laki-laki dan perempuan, dan selalu menempatkan perempuan sebagai subordinasi.

Dominasi laki-laki terhadap perempuan atau pemosisian perempuan dalam media merupakan proses representasi. Secara teoritis menurut Hall, dilakukan melalui bahasa yang maknanya akan terhubung pada aspek budaya (Hall, 1997).

Representasi menjadi suatu ungkapan ideologi dan ungkapan wacana, dan hal ini terutama berkaitan dengan kekuasaan. Adam Briggs dan Paul Copley (1998) dalam Burton (2012) mendeskripsikan representasi sebagai “kendaraan” untuk mentransmisikan ideologi dalam melayani pemeliharaan atau perluasan hubungan kekuasaan.

Sara Mills menempatkan representasi sebagai bagian penting dalam analisisnya, yakni “Bagaimana satu pihak, kelompok, orang, atau peristiwa ditampilkan dalam suatu teks atau media yang akan berpengaruh pada masyarakat sebagai pihak konsumen atau pembaca.” (Eriyanto, 2001).

Menurut Mills, wacana media bukanlah sarana yang netral, tetapi cenderung menampilkan aktor tertentu sebagai subjek yang mendefinisikan peristiwa atau kelompok tertentu. Analisis mengkritisi proses penampilan peristiwa dan posisi pihak-pihak yang terlibat dalam teks. Posisi ini berarti siapakah aktor yang dijadikan sebagai subjek yang mendefinisikan dan melakukan penceritaan dan siapakah yang ditampilkan sebagai objek, pihak yang didefinisikan dan digambarkan kehadirannya oleh orang lain. Analisis posisi-posisi akan bisa menyingkap proses ideologi dan kepercayaan dominan bekerja dalam teks.

Hal yang terpenting dan menarik dalam model yang diperkenalkan oleh Sara Mills adalah posisi pembaca ditampilkan dalam teks. Sara Mills berpandangan bahwa dalam suatu teks posisi pembaca sangatlah signifikan dan haruslah diperhitungkan dalam teks (Eriyanto, 2001). Posisi pemberitaan menurut Sara Mills tidak hanya sekadar berurusan dengan teknik jurnalistik, tetapi juga menampilkan posisi pencerita dan pembaca yang mencerminkan kepentingan-kepentingan yang dibangun media.

METODE

Melalui analisis wacana Sara Mills diidentifikasi bagaimana makna pesan itu dikonstruksi. Dengan melihat bangunan struktur kebahasaan bisa diungkapkan makna yang tersembunyi dari suatu teks.

Sara Mills menempatkan representasi sebagai bagian penting dalam analisisnya, yakni “bagaimana satu pihak, kelompok, orang, atau peristiwa ditampilkan dalam suatu teks atau media yang akan berpengaruh pada masyarakat sebagai pihak konsumen atau pembaca” (Eriyanto, 2001: 201).

Dengan menggunakan model analisis wacana kritis Sara Mills, penelitian ini bermaksud memberikan gambaran yang akurat terhadap pemosisian perempuan dalam pemberitaan Liputan6.com di ajang Asian Games 2018 sebagai objek dengan mendeskripsikan praktik-praktik representasi yang menggunakan kata, istilah, dan susunan bahasa yang menunjukkan adanya bias seksisme.

Bahan penelitian yang digunakan adalah berita-berita olahraga yang ditayangkan oleh Liputan6.com yang memuat kata-kata, istilah, dan pemanfaatan bahasa dengan bias seksisme terhadap pemberitaan terkait perempuan dan atlet perempuan dalam ajang Asian Games 2018. Unit analisis dalam penelitian ini adalah kata-kata dalam teks yang digunakan dalam penyajian berita. Apabila berita terkait menggunakan gambar dalam penayangannya, gambar yang berkaitan juga akan dijadikan unit analisis pendukung untuk mendapatkan gambaran yang utuh bagaimana representasi dilakukan dalam berita terkait.

Dalam penelitian ini, populasi penelitiannya adalah seluruh berita olahraga dalam Asian Games 2018 tentang atlet perempuan di Liputan6.com yang berjumlah 13 berita. Teknik Sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017: 85). Pertimbangan yang digunakan ialah, jika dalam berita tersebut mengandung indikasi bias seksisme, baik dalam naskah berita maupun dalam gambar atau foto yang dimuat. Dengan kriteria tersebut ditemukan ada empat berita yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mendapatkan gambaran bagaimana bias seksisme yang dianalisis.



Gambar 1, Liputan6.com,⁵ 5 Atlet Cantik Kazakhstan di Asian Games 2018 diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sampel Berita 1

Dalam berita berjudul *5 Atlet Cantik Kazakhstan di Asian Games 2018* yang ditayangkan tanggal 4 September 2018 penulis (laki-laki) Nurfahmi Budiarto membangun sebuah narasi yang memusatkan perhatian pada atlet-atlet perempuan dari kontingen negara Kazakhstan, yang dilengkapi dengan foto-foto 4 diantaranya pada rangkain gambar 1.

Posisi Subjek-Objek

Atlet-atlet perempuan ditampilkan, baik dalam tulisan maupun dalam gambar, sebagai objek pemberitaan. Secara gamblang dalam kalimat pertama, Nurfahmi menulis: *Atlet-atlet wanita menjadi cerita tersendiri di Asian Games 2018. Tak hanya berprestasi, mereka juga cantik sehingga menjadi sorotan.*

Atlet-atlet perempuan Kazakhstan hanya disoroti mengenai kecantikannya, termasuk dalam penyajian gambar-gambar. Teks dan gambar-gambar yang ditampilkan, bersesuaian dengan judul berita, hanya mengulas tampilan fisik yang menarik dari atlet-atlet ini. Tidak ada pembahasan mengenai prestasi mereka di bidang olahraga, atau pencapaian lain di luar penampilan fisik mereka.

Begitu pula dengan gambar-gambar yang ditampilkan. Bahkan, gambar atlet Kristina Karapetan (rangkain gambar pertama), diambil bukan dalam konteks olahraga, melainkan mencomot gambar pribadi yang diposting di akun media sosial.

Pemosisian perempuan sebagai objek juga diperjelas dalam bangunan kalimat lain, misalnya dalam kalimat berikut:

Penampilan tim voli Kazakhstan sangat ditunggu-tunggu. Sebab banyak orang yang ingin melihat aksi dari pevoli cantik Sabina Altynbekova.

Ternyata Sabina tak ikut serta, maka Kristina Karapetan lah yang kali ini menyedot perhatian dengan parasnya yang menawan.

Dalam bagian berita ini, digambarkan bahwa alasan banyak orang menunggu penampilan tim voli Kazakhstan semata-mata adalah kehadiran pevoli Sabina Altynbekova karena kecantikannya. Atlet Kristina Karapetan, di bagian lain, digambarkan hanya mengisi ‘peran pengganti’ dari harapan penonton untuk dinikmati kecantikannya, sebagai pengobat atas ketidakhadiran Sabina di lapangan.

Secara keseluruhan, dalam struktur bangunan berita ini, atlet perempuan ditampilkan sebagai objek yang pasif, yang keberadaannya semata-mata hanya untuk dinikmati oleh penonton dari sisi tampilan kecantikan fisik mereka saja. Perempuan dalam berita ini hanya digunakan sebagai *display* atlet-atlet yang disebut cantik oleh penulis, bukan oleh si perempuan itu sendiri. Penulis mendefinisikan posisi perempuan, sebagaimana yang disebutkan dalam konsep Sara Mills, bahwa dalam hal ini pihak perempuan merupakan pihak yang didefinisikan dan digambarkan kehadirannya oleh orang lain.

Penulis dan media sebagai pihak yang memiliki kekuasaan dalam membangun narasi, telah dengan sengaja mendefinisikan atlet-atlet perempuan yang ditampilkan di dalam daftar objek visual sebagai atlet-atlet cantik yang ditunggu kehadirannya untuk dinikmati oleh laki-laki. Ini bersesuaian dengan apa yang dijabarkan Hasan (2011), perempuan sebagai objek visual dimunculkan dengan pencitraan perempuan sebagai objek seks. Penampilan tubuh perempuan digambarkan sebagai objek pasif pemenuh hasrat laki-laki. Hal tersebut merupakan ketidaksetaraan posisi perempuan dalam seksualitas terhadap laki-laki.

Posisi Penulis-Pembaca

Posisi pembaca dalam teks yang ditampilkan, dan kepada kelompok manakah pembaca bisa diidentifikasi tergambar dalam sampel berita pertama. Dalam batang tubuh berita, penulis Nurfahmi Budiarto menuliskan:

Namun sejak 1994 hingga 2014, mereka selalu finis di posisi lima besar. Tapi, ada penurunan prestasi pada Asian Games 2018. Hingga hari terakhir, Kazakhstan hanya berada di peringkat sembilan. Selain terkenal keahlian atletnya, negara yang menggunakan bahasa Rusia sebagai bahasa resminya ini ternyata dikenal dengan masyarakat wanitanya yang cantik-cantik. Begitu juga para atlet wanita yang datang ke Jakarta dan Palembang. Pesonanya bikin penonton salah fokus.

Dengan mempertimbangkan bahwa berita adalah hasil kesepakatan antara penulis dan pembaca, Nurfahmi menegaskan posisi pembaca sebagai penikmat kecantikan atlet-atlet perempuan Kazakhstan yang ditampilkannya dalam tulisan tersebut. Bahwa pembaca, dalam konteks ini disebut Nurfahmi sebagai “penonton” adalah khalayak ramai yang mengamini bahwa yang paling ditunggu dari penampilan tim Kazakhstan adalah kecantikan atlet-atlet perempuannya. Pembaca diidentifikasi sebagai bagian dari kelompok berkuasa yang mengharapkan perempuan tampil sebagai hiburan dengan menitik beratkan perhatian pada penampilan fisik yang cantik dan menarik.

Bias seksisme yang dikandung oleh berita ini dengan demikian terletak pada objektivasi perempuan sebagai objek pemuas hasrat laki-laki, yang harus memenuhi kriteria tertentu untuk pantas berada dalam daftar yang dibuat oleh jurnalis yang dipengaruhi oleh struktur budaya dan struktur sosial tempat ia bekerja.

Analisis Sampel Berita 2

Dalam berita berjudul *Emilia Nova Buka Rahasia Performa Kinclong di Asian Games 2018* oleh penulis Muhammad Ivan Rida yang ditayangkan Liputan6.com tanggal 4 November 2018, berita dibuka dengan kalimat:

Atlet lari gawang Indonesia, Emilia Nova, mengatakan kepercayaan diri menjadi kunci meraih medali perak di Asian Games 2018. Menurut Emilia, salah satu cara mendongkrak kepercayaan diri adalah dengan merias wajah sebelum bertanding.

Posisi Subjek-Objek

Dalam susunan struktur berita-berita ini, penulis Muhammad Ivan Rida memusatkan perhatian pada pembicaraan bagaimana atlet Emilia Nova menjaga penampilannya agar tetap *kinclong*, berkilau, menarik, ketika tampil di ajang olahraga Asian Games 2018. Meskipun tampak berperan sebagai subjek, karena berita menggunakan kalimat yang disampaikan oleh Emilia, namun topik pembicaraan yang ditulis dalam berita ini menempatkan atlet Emilia Nova sebagai objek, sebagai sosok perempuan yang harus merawat tubuh dan bagian-bagiannya, dalam hal berita ini difokuskan ke wajah, untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Objektivasi semacam ini, dengan menggunakan dalil yang disampaikan Bungin (2008) bahwa keindahan perempuan menjadi stereotip perempuan dan membawa mereka pada sifat-sifat di sekitar keindahan itu, adalah bentuk upaya memarginalisasi perempuan sebagai kelompok pemuas hasrat laki-laki yang harus senantiasa tampil elok.

Tubuh perempuan dijadikan objek kebutuhan seksual laki-laki karena ditekankan adanya daya tarik perempuan yang selalu harus mengikuti pergaulan, citra perempuan sebagai objek untuk menyenangkan laki-laki merupakan bentuk citra yang dibuat berdasarkan berdasarkan konstruksi pemikiran laki-laki terhadap tubuh perempuan.



Gambar 2, *Liputan6.com*, Emilia Nova Buka Rahasia Performa Kinclong di Asian Games 2018, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB

Bagian lain dalam tubuh berita digambarkan bahwa Emilia merasa dirinya harus tampil menarik dan cantik, sebagai berikut:

“Biasanya sebelum bertanding ada pengenalan atlet. Jadi, saya harus tampil menarik dan cantik.

Situasi itu juga bisa membuat saya keren juga,” kata Emilia

Di sini, dengan menggunakan pernyataan dari Emilia sendiri, terjemaskan apa yang dimaksud oleh Betty Friedan (1974) bahwa mitos-mitos *Feminine Mystique*, yaitu nilai-nilai yang diciptakan oleh sistem patriarkal mengenai sifat-sifat yang harus dimiliki oleh perempuan telah diterima sebagai sesuatu yang normal di dalam struktur nilai masyarakat. Ada perasaan keharusan bagi Emilia, sebagai pihak yang ditundukkan, untuk tampil menarik dan cantik.

“Saya selalu merias wajah sendiri. Natural saja yang penting terlihat cerah jadi bisa bikin percaya diri. Saya juga jadi lebih semangat larinya,” tutur Emilia.

Pada bagian ini, tergambar bahwa telah terbentuk sebuah upaya penerimaan nilai yang normal bagi Emilia sebagai seorang perempuan, sebagaimana telah dijelaskan oleh Millet (dalam Eisenstein, 1994), masyarakat patriarkal akan membentuk oposisi biner dalam pandangan masyarakat terhadap apa yang normal bagi laki-laki dan apa yang normal bagi perempuan.

Penempatan bahwa perempuan harus selalu merias diri untuk dapat tampil percaya diri, untuk selalu terlihat segar dan ceria, menyenangkan bagi laki-laki merupakan bentuk bias seksisme yang sangat kentara di dalam berita ini. Dalam hal ini, media sebagai sebuah lembaga kekuasaan telah dengan sengaja menyajikan upaya penggambaran normalisasi nilai-nilai yang dibentuk oleh masyarakat patriarkal. Media yang mewakili masyarakat secara keseluruhan melihat perempuan dari tubuh mereka dan bukan dari benak mereka seperti yang diharapkan oleh struktur masyarakat terhadap kaum laki-laki.

Posisi Penulis-Pembaca

Penggambaran ideologi pembaca dalam berita ini tersampaikan dengan baik melalui proses penormalan yang dilakukan oleh penulis mengenai bagaimana sebaiknya perempuan tampil di depan publik. Dengan menempatkan sosok Emilia sebagai seorang perempuan yang harus senantiasa tampil menarik dan cantik dengan cara menggunakan riasan wajah sebagai bentuk pengorbanan, ia berada dalam kelompok yang disebut Sara Mills sebagai kelompok yang menjadi objek atau sarana marjinalisasi.

Peristiwa dalam berita ini dihadirkan kepada pembaca dalam perspektif dan kepentingan jurnalis sebagai pihak pencerita. Penerimaan

bahwa Emilia memang harus tampil cantik dan menarik agar lebih percaya diri menunjukkan konstruksi masyarakat yang melakukan ketidakadilan terhadap kelompok perempuan. Hal ini akan menjadi berbeda misalnya jika Emilia adalah seorang laki-laki, karena dengan begitu tuntutan untuk merias wajah, untuk tampil cantik dan menarik, tidak akan ada bagi dirinya.

Ketimpangan posisi semacam ini hanya dapat terjadi dalam sebuah masyarakat yang telah menciptakan ciri-ciri dikotomi oposisi biner sebagaimana dijelaskan oleh Andreasen dan Cudd (2005). Pemisahan ciri-ciri maskulin dan feminin memiliki konsekuensi adanya kewajiban-kewajiban bagi perempuan untuk memenuhi standar dan kriteria tertentu agar bisa tampil dan diterima secara normal oleh khalayak luas.

Analisis Sampel Berita 3

Pada berita tanggal 2 September 2018, berjudul *FOTO: Yuk, Intip Deretan Atlet Cantik di Asian Games 2018* menampilkan deretan foto-foto atlet perempuan dari berbagai negara ditampilkan dengan kalimat pengantar : *Deretan atlet cantik dari berbagai negara di Asia tampil dalam pesta olahraga akbar Asian Games 2018 yang berlangsung di Jakarta dan Palembang pada 18 Agustus - 2 September 2018.*

Posisi Subjek-Objek

Seperti perlakuan yang diberikan terhadap atlet perempuan dalam sampel berita 1, berita ini pun memberikan perlakuan yang kurang lebih sama kepada perempuan yang dijadikan sebagai objek pemberitaan. Perempuan-perempuan yang ada di dalam daftar ini tidak memiliki suara sendiri untuk mendefinisikan dirinya, melainkan pihak jurnalis atau media yang melakukan pendefinisian tersebut dengan memasukkan mereka ke dalam daftar yang dengan gamblang dituliskan sebagai Deretan Atlet Cantik di Asian Games 2018.

Pembentukan daftar semacam ini mengkategorikan seorang perempuan sebagai layak atau tidak untuk masuk dalam daftar perempuan cantik adalah upaya untuk melanggengkan tatanan patriarkal. Karena menurut Foucault, cara kerja budaya seperti ini merupakan sesuatu yang dikonstruksi, dan di dalamnya seksualitas sebagai bagian dari wacana kekuasaan dan pengetahuan merupakan bagian yang tidak terlepas. Nilai kecantikan perempuan dikonstruksi sedemikian rupa sebagai objek seksual.

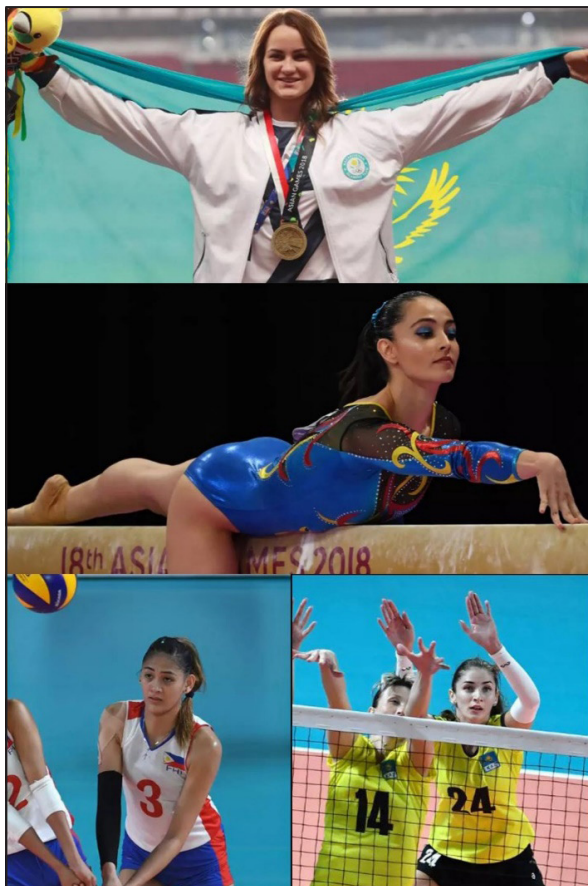
Dengan kata lain, berita *FOTO: Yuk, Intip*

Deretan Atlet Cantik di Asian Games 2018, bisa diterjemahkan sebagai: mari, nikmati objek seksual laki-laki di Asian Games 2018. Karena dalam berita ini, penulis secara jelas meletakkan perempuan dalam *display* untuk dinikmati oleh pandangan laki-laki. Bahkan, secara vulgar menggunakan kata intip, yang secara konotatif dapat diartikan sebagai tindakan melihat tanpa sepengetahuan dan tanpa perlu meminta izin dari si pemilik tubuh.

Berita ini menampilkan tanda-tanda melalui penggunaan bahasa yang memproduksi makna tentang posisi dalam dunia nyata dalam masyarakat. Di sinilah tampak bagaimana kuasa media yang diwakili oleh jurnalis menempatkan perempuan dalam struktur sosialnya. Dalam hal ini, seperti yang dijelaskan oleh Beauvoir, perempuan diletakkan posisinya sebagai sosok yang lain, yang berada di luar dirinya (Tong, 2006).

Posisi Penulis-Pembaca

Dalam pemberitaan ini, penulis menyajikan sederetan sosok perempuan untuk dinikmati



Gambar 3, Liputan6.com, FOTO: Yuk, Intip Deretan Atlet Cantik di Asian Games 2018, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB

sebagai objek hasrat seksual, dengan memberikan label cantik, dan menyeleksi siapa saja yang layak ditampilkan di dalam daftar tersebut, kepada pembaca. Penyampaian berita ini kepada khalayak melalui suatu proses representasi yang memanfaatkan kode-kode bahasa dan kode-kode visual.

Menurut Hall (1997) representasi adalah sebuah proses yang di dalamnya anggota-anggota suatu kebudayaan menggunakan bahasa untuk memproduksi makna sesuai latar belakang pengetahuan dan pemahaman suatu kelompok kebudayaan, maka bisa kita tempatkan penulis dan pembaca berada dalam pemahaman yang sama terhadap penerimaan atas berita yang ditayangkan oleh Liputan6.com ini.

Penulis dan pembaca secara bersama-sama melakukan tindakan operasi kepada perempuan melalui penyematan identitas gender di dalam berita tersebut. Jika Adam Briggs dan Paul Cobley (Burton, 2012) mendeskripsikan representasi sebagai kendaraan untuk mentransmisikan ideologi dalam melayani pemeliharaan atau perluasan hubungan kekuasaan, maka berita ini telah dengan jelas menjadi suatu bentuk ungkapan ideologi dan ungkapan wacana yang menguatkan kekuasaan kelompok laki-laki atas kelompok perempuan. Berita ini mengkonstruksi seksualitas perempuan dengan dipengaruhi ideologi gender yang dominan ada pada masyarakat kita.

Analisis Sampel Berita 4

Berita berjudul *Misi di Asian Games 2018 Sukses, Wewey Wita Segera Menikah* tanggal 4 September 2018, menyoroti rencana pernikahan atlet perempuan Wewey Wita pasca keberhasilannya meraih medali emas melalui cabang olahraga pencak silat dalam gelaran Asian Games 2018.

Berita ini dibuka dengan kalimat:

Misi dan impian Wewey Wita menyumbangkan medali emas untuk Indonesia di ajang Asian Games 2018 telah terwujud. Kini, pesilat andalan Indonesia itu ingin mengalihkan fokus ke urusan pribadinya, yaitu naik ke pelaminan bersama sang kekasih.

Secara keseluruhan berita ini tidak membahas apapun dari sisi keolahragaan, melainkan mengulas soal personal sang atlet perempuan semata-mata.

Posisi Subjek-Objek

Dalam berita ini, secara tekstual Wewey Wita

ditempatkan pada posisi subjek narasi, sementara objek pembicaraan dalam narasi adalah rencana pernikahannya. Wacana yang disampaikan dalam berita-berita ini secara sekilas tampak sebagai sebuah berita yang netral dan hanya menyampaikan kembali kepada publik apa yang disampaikan oleh Wewey Wita sebagai nara sumber. Namun, jika kita tilik konteks yang terdapat di dalam teks, penciptaan dan penayangan narasi berita ini menguatkan bentuk opresi terhadap perempuan sebagai suatu kelompok sosial.

Bagi Wewey Wita menjadi seorang atlet berprestasi saja tidak cukup, setelah “misi” untuk meraih medali emas dalam Asian Games 2018 diselesaikan, masih ada “misi” selanjutnya yang tidak kalah penting, yaitu menikah, menjadi seorang istri. Jurnalis dan media bersepakat bahwa rencana pernikahan ini adalah sesuatu yang penting sehingga layak untuk diberitakan. Bagian lain berita ini disebutkan pula bahwa Wewey Wita membina hubungan asmara dengan seorang laki-laki bernama Denny Aprisani, sang kekasih merupakan mantan atlet pencak silat yang kini menjadi pelatih.

Di sini, identitas Wewey sebagai perempuan kembali dikonstruksi tidak hanya sebagai dirinya sendiri tetapi terserap ke dalam identitas baru yakni calon istri, calon pendamping seorang laki-laki. Praktik konstruksi wacana semacam ini merupakan bentuk dari bias seksisme. Karena, ia melanggar nilai-nilai yang disematkan dalam dikotomi ciri-ciri dikotomis stereotipe gender.

Pewajaran bahwa memang sebaiknya perempuan menikah dan menjadi pendamping laki-laki menegaskan salah satu bentuk mitos yang dibangun terhadap identitas perempuan yang dipaparkan oleh Betty Friedan. Menurut Friedan, perempuan harus senantiasa mematuhi kekhasan ciri-ciri gender ini dan akan dianggap tidak normal atau bermasalah jika ia mengingkari identitas feminin yang disematkan oleh masyarakat.

Pada tataran selanjutnya, identitas Wewey sebagai perempuan terhisap ke dalam identitas laki-laki dan seksualitasnya larut ke dalam fungsi reproduksi dan ibu rumah tangga yang baik. Ini pula yang dimaksudkan oleh Beauvoir ketika memaparkan perempuan-perempuan dalam karya Lawrence. Identitas perempuan belum sempurna sebelum ia membungkukkan diri di hadapan laki-laki, dalam konteks ini sebagai istri. Dalam konteks berita ini, setelah menunaikan misinya dalam Asian Games 2018, Wewey berencana menunaikan misinya yang lain yaitu, seperti

dalam Lawrence, menjadi “perempuan sejati” yang menerima takdir secara jelas definisi dirinya sebagai Liyan, atau Sosok Yang Lain.

Jadi, dengan menggunakan konsep Sara Mills, secara kontekstual, Wewey Wita ditempatkan sebagai objek dalam wacana ini, sementara subjek pembicaraannya adalah jurnalis yang membangun narasi karena penulis merupakan pihak yang menggambarkan dan mendefinisikan identitas sang atlet. Identitas tersebut sebagaimana dipaparkan oleh Eriyanto (2011) adalah citra perempuan ideal yang bersedia melayani suami, bekerja pada sektor domestik, tidak baik keluar rumah atau bergaul secara bebas.

Posisi Penulis-Pembaca

Konstruksi wacana dalam berita ini menempatkan pembaca sebagai rekanan dari media yang menjalankan peran sebagai suatu sistem sosial untuk menerima rencana pernikahan yang disampaikan oleh Wewey Wita sebagai sebuah kewajaran, dan memiliki nilai untuk diberitakan.

Dalam hal ini, pembaca sebagai masyarakat dan media sebagai sistem sosial secara bersama-sama memelihara stereotip gender melalui praktik penggunaan istilah-istilah yang mewakili pelekatan identitas feminin terhadap kaum perempuan.



[View More on Instagram](#)

Gambar 4, *Liputan6.com*, Misi di Asian Games 2018 Sukses, Wewey Wita Segera Menikah, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB

Praktik ini menurut Friedan adalah bentuk opresi terhadap perempuan sebagai suatu kelompok sosial. Media dalam hal ini memutuskan layak untuk menjadi berita dan masyarakat pembaca menerimanya sebagai sebuah kewajiban.

Peristiwa yang dihadirkan dalam berita ini muncul sebagai sarana marjinalisasi kelompok perempuan sebagai kelompok yang lebih lemah dan dijadikan objek dalam konstruksi narasi. Penayangan narasi berita ini menyingkapkan bahwa proses ideologi dan kepercayaan dominan yang digunakan oleh pekerja berita masih merupakan perpanjangan tangan ideologi patriarkal karena wacana yang dibangun mengandung bias seksisme yang dipengaruhi oleh struktur budaya dan struktur sosial tempat jurnalis terkait hidup dan bekerja.

Dari hasil analisis terhadap sampel-sampel berita di atas, ditemukan bahwa liputan6.com sebagai institusi media telah melakukan upaya komodifikasi terhadap atlet perempuan dengan merepresentasikan secara bias dalam teks dan gambar pada pemberitaan peristiwa olahraga Asian Games 2018.

Realitas yang direpresentasikan yaitu dengan menempatkan perempuan sebagai objek dengan mengekspos hal-hal yang tidak secara langsung berkaitan dengan peristiwa olahraga, seperti wajah yang cantik, make up yang digunakan, dan tubuh yang seksi. Judul berita yang digunakan memiliki tendensi pelabelan, mengobjektivasi yang merendahkan perempuan sebagai kelompok subordinat yang memiliki posisi lebih rendah dari laki-laki melalui penyematan identitas-identitas gender terhadap atlet-atlet perempuan yang menjadi objek dalam berita.

Representasi atlet perempuan tersebut selain membuktikan adanya bias seksisme dalam pemberitaan, juga mengukuhkan masih berlakunya budaya patriarkal dan ideologi dominan maskulin dalam masyarakat. Perempuan yang telah direduksi sedemikian rupa dengan pembangunan citra perempuan dan atlet perempuan sebagai objek estetik yang cantik saja. Reduksi representasi perempuan ini terjadi baik dalam teks, maupun dalam tampilan gambar visual. Secara naratif dan didukung dengan menampilkan gambar-gambar, perempuan ditampilkan sebagai sosok yang tidak memiliki pikiran, pendapat, atau suara sendiri. Dalam berita-berita tersebut, perempuan dipilih, didefinisikan, kemudian dipajang sebagai objek dan tidak lagi bersesuaian dengan relevansi pemberitaan olahraga.

Dari analisis posisi subjek-objek terhadap

sampel-sampel berita, didapatkan bahwa atlet perempuan ditempatkan sebagai objek pemberitaan. Dalam menuliskan berita, wartawan baik laki-laki maupun perempuan, menempatkan diri sebagai bagian dari kelompok superior yang memberikan label dan identitas kepada atlet perempuan yang dijadikan komoditas dalam berita yang mereka produksi.

Dengan demikian, wartawan pada saat yang sama menempatkan atlet perempuan ke dalam kelompok marjinal yang berada di bawah dominasi pandangan maskulin yang digunakan oleh wartawan. Ini terlihat dari penempatan posisi atlet perempuan sebagai objek dengan hanya mengedepankan ciri-ciri seksual dan keperempuanannya saja.

Sementara itu dari analisis posisi penulis-pembaca, berita-berita tersebut menempatkan pembaca sebagai pihak yang sama dengan penulis dan media. Penulis dan media melakukan objektivasi terhadap atlet perempuan. Dalam hal ini, pembaca dianggap menyetujui sudut pandang yang diambil oleh penulis berita. Oleh karenanya, penulis dan pembaca secara bersama-sama merupakan kelompok kekuasaan dominan yang melakukan opresi terhadap atlet-atlet perempuan yang dijadikan objek dalam pemberitaan tersebut.

Figur perempuan ditempatkan secara tidak adil, termasuk dalam menampilkan foto-foto, elemen visual, yang menempatkan perempuan dalam kerangka objektivasi fisik. Wujud representasi semacam ini tidak sekadar menampilkan faktualitas berita, namun juga merupakan konstruksi budaya patriarkal yang menempatkan perempuan dalam bingkai seksis di media massa.

Dalam hal pemberitaan atlet perempuan, atau perempuan secara umum dalam bidang olahraga, ternyata media masih merepresentasikan perempuan dalam posisi yang negatif, menempatkan perempuan sebagai objek seksual, dalam tampilan yang dipajang sebagai pemuas hasrat laki-laki, dengan hanya mengekspos tampilan fisik tubuhnya, penampilan dan kecantikannya, dengan mengabaikan elemen-elemen lain seperti prestasi, kecerdasan, atau potensi-potensi konstruktif lain yang dimiliki perempuan.

Dari perspektif teori komodifikasi, wartawan sebagai bagian dari institusi media menempatkan pembaca sebagai komoditas dengan melakukan upaya-upaya menampilkan atlet perempuan dengan cara yang dianggap sesuai dengan selera pembaca dengan tujuan mendapatkan sebanyak-banyaknya klik atau kunjungan ke halaman

situs berita. Jumlah kunjungan pembaca ini akan menentukan peringkat media. Semakin banyak pengunjung yang membaca berita yang ditayangkan maka ranking atau peringkat Liputan6.com sebagai sebuah situs berita akan semakin baik pula. Selanjutnya, jumlah pengunjung dan ranking yang semakin baik ini dapat dijual kepada pengiklan dengan harga yang semakin mahal dan mendatangkan keuntungan yang semakin besar kepada institusi media terkait. Sebuah industri bisnis, media daring yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Klik atau kunjungan pembaca adalah sasaran utama, kalau tidak boleh dikatakan satu-satunya, diproduksi dan ditayangkannya sebuah berita.

Media massa merupakan salah satu elemen paling penting dalam membangun struktur persepsi publik. Keterlibatan media yang sangat besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dalam fungsinya sebagai pemenuhan sumber informasi menjadikan media berada di posisi yang sangat krusial sebagai sumber pengetahuan dan menjalankan fungsi pengawasan sosial. Salah satu fungsi media, sebagai dampak dari perannya sebagai sumber pengetahuan, adalah juga sebagai pembentuk citra, baik citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Mengacu pada pemikiran Hall (1997) dalam konsep *circuit of culture*, makna itu dibangun dari sistem tanda yang berasal dari budaya dalam masyarakat. Termarginalnya perempuan dalam berita-berita olahraga merupakan konstruksi budaya masyarakat patriarkal yang mengasosiasikan perempuan dengan keindahan dan kecantikan.

Nilai turunan dari asosiasi ini adalah sebuah tuntutan yang mutlak bahwa perempuan harus indah, harus cantik secara fisik. Tampilan fisik perempuan menjadi pusat perhatian, dinilai, didefinisikan, dan dikomentari sebagaimana terdapat dalam sampel-sampel berita yang telah dibahas.

Dengan memaknai keberadaan narasi-narasi berita yang menunjukkan bias seksisme tersebut, menunjukkan ideologi yang mendominasi kelompok masyarakat kita merupakan ideologi maskulin yang belum sepenuhnya memiliki sensitivitas gender. Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi masih dominannya budaya patriarkal dengan menampilkan narasi-narasi dalam bias seksisme pada berita-berita di Liputan6.com terkait gelaran Asian Games 2018. Berita-berita tersebut masih menempatkan perempuan

dalam posisi yang marginal dan teropresi.

Selayaknya, upaya-upaya perbaikan dilakukan untuk mendorong adanya gerakan pemberdayaan dan emansipasi yang menyeluruh, didahului dengan perbaikan-perbaikan, terutama secara ideologis yang sensitif gender, di kalangan pekerja dan manajemen perusahaan media. Tujuannya membangun sebuah masyarakat yang berkesetaraan, toleran, dan mampu mengakomodir kepentingan semua pihak, termasuk kaum perempuan.

Kalangan jurnalis dan media perlu menjadi elemen pertama yang melakukan pembenahan ini karena media massa memiliki kemampuan luar biasa untuk mempengaruhi khalayak pemirsanya di berbagai lapisan. Media massa akan mempengaruhi apa yang diketahui dan tidak diketahui masyarakat, pada tahap berikutnya, mempengaruhi masyarakat untuk mendapatkan pelajaran dari apa yang ditampilkan oleh media.

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Armando dkk (2014) media mengajarkan masyarakat bagaimana memandang dunia, bagaimana bersikap dan mengajarkan nilai dan norma. Dengan demikian, media massa adalah agen budaya yang berpengaruh pada pengetahuan, cara pandang hingga kepada perilaku masyarakat. Kemunculan berita-berita dengan bias seksisme di media massa mestinya tidak boleh dianggap remeh karena melalui pesan-pesan dan konteks di dalamnya, media massa tidak hanya menyampaikan wacana kepada masyarakat, tetapi lebih jauh lagi media massa juga mengajarkan, memberikan pembenaran, dan pada akhirnya mendukung tumbuh suburnya kondisi ketidakadilan terhadap kaum perempuan.

Media massa dan masyarakat khalayak pemirsanya memiliki hubungan timbal balik yang amat kuat. Seperti dalam pemaparan Santoso (2012), kehidupan masyarakat direkat dan dihubungkan oleh jaring laba-laba media, dalam jaringan ini, aktivitas dan interaksinya tidak dibatasi oleh otonomi negara, sehingga media memiliki pengaruh yang sangat besar pada masyarakat terutama secara sosial dan budaya.

Jika sensitivitas gender tidak dibangun dalam kultur media massa kita, maka masyarakat yang dipengaruhi oleh media massa tersebut juga tidak akan memiliki sensitivitas gender dalam pengetahuan, cara pandang, dan perilakunya. Stereotip, marginalisasi, subordinasi, dan bentuk ketidakadilan gender akan semakin mengemuka ketika media massa tidak memiliki pandangan

atau sensitivitas gender.

Semestinya, media massa mampu mengakomodasi berbagai kepentingan dan aspirasi khalayaknya secara setara karena bagaimanapun dari segi penggunaan ruang publik, media massa adalah milik masyarakat. Media massa yang tidak mampu mengakomodasi aspirasi dan kepentingan khalayak merupakan indikasi adanya tirani media terhadap khalayak, sementara hal ini bertentangan dengan nilai-nilai demokrasi yang dianut oleh negara Indonesia, sehingga perlu untuk diminimalisir bahkan dihilangkan.

Pendidikan dan pelatihan jurnalistik berbasis kesetaraan gender, pengarusutamaan nilai-nilai feminisme, dan mendorong tumbuhnya sensitivitas gender di kalangan wartawan dan manajemen perusahaan media mutlak harus segera dilakukan. Pada tataran pekerja media, hasil penelitian Stellarosa (2009) menemukan bahwa jurnalis laki-laki masih dominan dibandingkan perempuan di sektor media, dan sedikitnya jurnalis perempuan yang berada di jajaran puncak manajemen. Posisi perempuan dalam struktur manajemen perlu diperjuangkan agar bisa berada diposisi pengambil keputusan.

Dari perspektif wartawan itu sendiri menurut penelitian Herawati (2016) memaknai dirinya berbeda dengan laki-laki dalam arti yang positif, telah berperan yang sama dengan laki-laki. Tapi dalam hal kepentingan jika ada konflik antara urusan pekerjaan dan keluarga, ia milih keluar dari pekerjaan dan mementingkan keluarga.

Artinya dari perspektif ini perempuan langsung mengalah dalam menghadapi konflik tersebut.

Menghadapi fenomena tersebut, pembinaan, pendampingan serta pengawasan oleh lembaga yang memiliki otoritas untuk memberikan sanksi terhadap tindak tanduk media yang kontra produktif dengan upaya-upaya pemberdayaan perempuan seharusnya tidak hanya menjadi wacana tetapi terlaksana secara konsisten dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Representasi perempuan dalam berita-berita tentang atlet perempuan dalam ajang olahraga Asian Games 2018, telah direduksi sedemikian rupa sehingga hanya menyisakan pembahasan dan pembangunan citra perempuan dan atlet perempuan sebagai objek estetik yang cantik saja.

Representasi perempuan yang bias dalam berita tersebut merupakan refleksi masih kuatnya kekuasaan budaya patriarkal yang memarginalkan dan mendiskriminasi perempuan. Selain itu,

representasi bias seksis dalam berita merupakan konsekuensi dari perkembangan media dewasa ini dikendalikan oleh kekuatan kapitalis, bias seksis dalam berita dibangun sebagai upaya komodifikasi, menampilkan perempuan sebagai nilai jual dengan mereproduksi selera populer yang mengandung nilai-nilai pasar, dan bukan nilai kepentingan publik.

Masih terjadinya bias gender dalam produksi berita, menunjukkan masih kurang sensitifnya jurnalis terhadap permasalahan gender, oleh karena itu secara praktis upaya penyadaran kepada para awak media tentang pengarusutamaan gender masih perlu ditingkatkan.

Orientasi bisnis media yang mengabaikan upaya membangun kesetaraan dalam berbagai bidang khususnya masalah gender, perlu terus menerus diperjuangkan untuk membangun kehidupan masyarakat yang adil dan demokratis.

Kajian-kajian tentang media dalam isu wanita dan olahraga di Indonesia termasuk yang jarang dilakukan, disarankan para peneliti untuk menyelenggarakan penelitian terkait dengan masalah dan metode yang berbeda.

Ucapan Terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih terhadap berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini dan melakukan penulisan kembali dalam bentuk artikel-artikel untuk jurnal ISIP. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada tim pembimbing dan penguji Tesis di IISIP Jakarta antara lain, bapak Dr. Asrul M Mustaqim dan ibu Dr. Mulharnetti Says.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. Hamid dan Saryono. (2009). *Kontroversi Citra Perempuan Dalam Olahraga*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Yogyakarta.
- Armando, Arivia, dkk, (2014). *Telaah Kritis Potret Perempuan di Media Massa*, Jakarta: PT. Primamedia Pustaka
- As a female athlete, I'm upset by how the media has portrayed me – and I'm determined not to be quiet anymore (2018). <https://www.independent.co.uk/voices/female-athlete-surfing-feminism-blog-post-daring-trolls-abuse-sexism-latest-a8272796.html> diunduh pada 6 Juli 2018, pukul 23:30 WIB
- Bartky, Sandra Lee, (1988). *Feminism and Foucault: Reflections on Resistance*, Boston: Northeastern University Press.

- Beauvoir, Simone de., (2003). *Second Sex: Fakta dan Mitos*, Surabaya: Pustaka Prometheus
- Bourdieu, Pierre, (2010). *Dominasi Maskulin*, Yogyakarta: Jalasutra
- Bungin, Burhan, (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*, Jakarta: Kencana
- Burton, Graeme, (2012). *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Bysse, Jo Ann dan Embser-Herbert, Melissa Sheridan. (2004). "Constructions of Gender in Sport: An Analysis of Intercollegiate Media Guide Cover Photographs" dalam *Gender & Society*, Vol. 18, hlm. 66-8
- Eastman, Susan Tyler dan Billings, Andrew C. (2000). "Sportscasting and Sports Reporting: The Power of Gender Bias" dalam *Journal of Sport and Social Issues*, Vol. 24, hlm. 192-213
- Eriyanto, (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKis Grup
- Foucault, Michel, (1997). *Seks dan Kekuasaan*, Terjemahan Rahayu S. Hidayat, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hall, Stuart (ed.), (1997). *Representation, Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage Publications Ltd
- Hall, Stuart, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, and Paul Willis (ed.), (2011). *Budaya, Media, Bahasa*, Yogyakarta: Jalasutra
- Hasan, Sandi Suwardi, (2011). *Pengantar Cultural Studies: Sejarah, Pendekatan Konseptual, & Isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Herawati, Maimon (2016). *Pemaknaan Gender Perempuan Pekerja Media*, Jurnal Kajian Komunikasi, 4(1), 85-95. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7851/4248>
- Listorini, Dina, (2009). *Modul Mahasiswa Media, Gender dan Seksualitas*, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Mosco, Vincent, (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and renewal*, London: SAGE Publications Ltd.
- Olafsson, Kjartan. (2006). *Sports, Media and Stereotypes: Women and Men in Sports and Media*. Iceland: Centre for Gender Equality
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna, (2006). *Kajian Budaya Feminis, Tubuh, Sastra dan Budaya Pop*, Yogyakarta: Jalasutra
- Rusadi, Udi, (2015). *Kuasa Media Dalam Masyarakat: Sebuah Kerangka Teoritik*, Jakarta: Kominfo.
- Santoso, Widjajanti M, (2011). *Sosiologi Feminisme; Konstruksi Perempuan dalam Industri Media*, Yogyakarta: LKiS
- Stellarosa, Yolanda, dan Martha Warta Silaban, (2019). *Perempuan, Media, dan Profesi Jurnalis*, Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 7, No. 1, Juni 2019, hlm.97-109
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- The most sexist moments at the Olympics (2018). <https://www.telegraph.co.uk/women/life/the-most-sexist-moments-at-the-olympics--summed-up-in-10-tweets/>, diunduh pada 3 September 2018, pukul 13:30 WIB
- Tong, Rosemarie Putnam, (2006). *Feminist Thought; Pengantar Paling Komprehensif kepada Arus Utama Pemikiran Feminis*, Yogyakarta: Jalasutra.

Bahan Penelitian (sampel).

- 5 Atlet Cantik Kazakhstan di Asian Games 2018 (2018). <https://www.liputan6.com/asian-games/read/3636429/5-atlet-cantik-kazakhstan-di-asian-games-2018>, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB
- Emilia Nova Buka Rahasia Performa Kinlong di Asian Games 2018 (2018). <https://www.liputan6.com/asian-games/read/3636585/emilia-nova-buka-rahasia-performa-kinlong-di-asian-games-2018>, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB
- FOTO: Yuk, Intip Deretan Atlet Cantik di Asian Games 2018 (2018). <https://www.liputan6.com/asian-games/read/3634077/foto-yuk-intip-deretan-atlet-cantik-di-asian-games-2018?page=1>, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB
- Misi di Asian Games 2018 Sukses, Wewey Wita Segera Menikah (2018). <https://www.liputan6.com/asian-games/read/3636587/misi-di-asian-games-2018-sukses-wewey-wita-segera-menikah>, diunduh pada 3 November 2018, pukul 20:00 WIB