

Representasi Perempuan dalam Majalah Pria (Analisa Wacana pada Majalah Male Emporium)

Poppy Octavia S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285032&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menggunakan analisa wacana kritis yang melihat bagaimana majalah pria merepresentasikan perempuan. Majalah yang dianalisis adalah Majalah Male Emporium, yang mempunyai segmen pasar utama yaitu pria berusia 30-45 tahun. Penelitian ini berusaha menggambarkan kemungkinan laki-laki yang selama ini oleh feminis perempuan ibarat "sleeping with enemy" bisa ikut berpartisipasi mendongkrak kesetaraan gender. Latar belakang yang diambil dalam penelitian ini adalah adanya permasalahan gender yang dikonstruksikan secara sosial dalam masyarakat. Permasalahan gender ini ternyata membawa ketidakadilan pada perempuan dengan munculnya beberapa permasalahan seperti gender dan beban kerja, pembagian wilayah peran yang tegas antara domestik dan publik, gaji buruh yang rendah, pelecehan seksual dan menjadikan perempuan sebagai komoditi atau objek seks dalam media. Dengan menggunakan metode analisis wacana milik Gimson dan Modigliani, penulis berusaha menemukan "bagaimana Majalah Male Emporium merepresentasikan perempuan sebagai salah satu daya pikat pembelinya dan ideologi apa sebenarnya yang mempengaruhi Male Emporium dalam memberikan representasi perempuan tersebut?" Selain itu pertanyaan penelitian juga untuk membuktikan apakah ada kemungkinan bagi majalah pria yang diasuh oleh pria dan untuk pria mempunyai artikel-artikel yang ikut meningkatkan sensitifitas gender (gender sensitiveness) pembacanya. Hal ini juga akan terkait dengan kemungkinan bagi laki-laki untuk menjadi seorang feminis (Male Feminist). Perspektif yang dipakai dalam kerangka pemikiran adalah paradigma kritis yang banyak dipengaruhi oleh Teori Strukturalisasi Giddens. Kemungkinan majalah pria ikut serta dalam perubahan dan meningkatkan sensitifitas gender dapat dilihat melalui teori strukturalisasi ini. Sedangkan paradigma kritis berusaha melihat media sebagai sarana dimana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan bahkan memarginalkan mereka dengan menguasai dan mengontrol media. Penelitian dalam tradisi ini terutama melihat media sebagai kekuatan besar yang berperan dalam memanipulasi kesadaran dan kenyataan. Dalam kerangka teori, penelitian ini meujuk pada konsep gender dan permasalahan—permasalahan gender. Berkaitan dengan media, juga ikut dibahas bagaimana selama ini media merepresentasikan perempuan. Teori konstruksi realitas dan Denis McQuail menjadi salah satu rujukan yang menyatakan bahwa media berpengaruh pada pembentukan realitas semu (realitas kedua/pseudo reality). Dan begitu juga sebaliknya bagaimana realitas yang ada di masyarakat bisa mempengaruhi isu di media. Di sini media tidak bisa dianggap institusi yang berlaku secara objektif, karena seringkali latar belakang pekerja-pekerja di media ternyata sangat mempengaruhi cara pandang mereka dalam memberitakan realitas yang ada. Selain itu pengaruh sistem dimana media itu berada juga sangat mempengaruhi media dalam merepresentasikan perempuan. Fenomena perempuan sebagai objek seks, dalam penelitian ini dilihat dari sudut pandang politik ekonomi tubuh perempuan. Dimana, tubuh atau anggota tubuh perempuan dijadikan komoditi yang punya nilai jual (added value) sebagai daya, pikat untuk meningkatkan laba atau keuntungan. Tubuh perempuan dijadikan pembawa makna (sign bearer) dan bukan menciptakan makna (sign creator). Hal ini tidak terlepas dari sistem ekonomi kapitalis, yang ternyata juga

mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan industri secara global. Saat ini, media tidak hanya sebagai institusi redaksional tetapi juga sebagai industri yang bertumpu pada peningkatan capital. Dengan menggunakan teknik analisis framing Gamson dan Modigliani, penulis berusaha melihat representasi perempuan lewat teks yang ada dalam artikel Women We Love, Man Issue, Man of The Month dan Women's Secret. Sedangkan Critical Discourse Analysis (CDA) digunakan untuk menganalisis tingkat yang lebih luas yaitu pada discourse analysis dan socio cultural analysis. Analisis ini untuk memperlihatkan kaitan teks dengan konteks social masyarakat dimana media itu berada. Pada tahap selanjutnya, dilakukan juga analisis order of discourse untuk melihat secara keseluruhan kaitan ketiga level tersebut. Dari hasil analisa ditemukan bahwa, Majalah Male Emporium masih menggunakan perempuan sebagai sex sells, walaupun dalam bentuk frame perempuan yang lebih berkelas dan anggun. Suatu yang menarik adalah dalam majalah yang sex sells ini, beberapa artikel di kolom Man Issue dan Man Of the Month pernah membahas masalah kesetaraan gender. Male Emporium juga lebih fleksibel pada peranan perempuan di dunia publik dibandingkan dunia domestik. Walaupun, Male Emporium dalam beberapa hal masih harus terjebak pada ideologi patriarki yang sudah mengakar dalam masyarakat. Pengangkatan isu gender dalam majalah ini, dilihat penulis sebagai salah satu motivasi pria untuk menumbuhkan perasaan sensitifitas gender (gender sensitive). Disini Male Emporium masih dalam tahap motivasi asal gender. Dalam kesimpulan dan implikasi teoritis dikemukakan bagaimana kemungkinan laki-laki bisa menjadi seorang feminis laki-laki (male feminist). Karena permasalahan gender bisa diperbaiki ketika semakin banyak laki-laki atau perempuan yang berpikir patriarkis keluar dari struktur yang ada dan masuk dalam kesadaran diskursif (discursive consciousness).