

BAB I

PENDAHULUAN

A. LatarBelakang

Peran film dalam masyarakat sebagai salah satu media komunikasi saat ini berpengaruh besar, karena film juga mempunyai banyak andil dalam pembentukan pola pikir masyarakat. Berbagai macam cerita yang ditampilkan di dalamnya, sedikit banyak dan secara tidak langsung bisa mengubah pola pikir masyarakat atau penonton setelah menonton film tersebut. Hal ini juga bisa dikatakan kekuatan film sebagai salah satu media komunikasi. *Content* film sendiri bisa terdiri dari berbagai macam tema, antara lain kriminalitas, heroik, seks, kekerasan, percintaan, budaya, gender dan lain sebagainya.

Isu gender sendiri telah banyak diperbincangkan dan menjadi topik utama dalam masyarakat yang juga diangkat ke dalam film, seperti beberapa film Indonesia, antara lain *Ayat-ayat Cinta*, *Perempuan Berkalung Sorban*, *Jamila dan Sang Presiden*, *Arisan!*, dan masih banyak lagi. Bahasan gender pun juga berbagai macam, mulai dari kekuasaan laki-laki atau perempuan, serta ketidak-adilan atau diskriminasi yang diterima perempuan itu sendiri. Diskriminasi muncul dalam berbagai aspek; seperti pendidikan, kehidupan sosial, budaya, agama, bahkan

sampai kepada aspek rumah tangga. Diskriminasi ini juga mencakup perbedaan peran dan hak antara perempuan dan laki-laki dalam masyarakat.

Kita bisa melihat bentuk-bentuk nyata diskriminasi tersebut yang dialami perempuan. Terlihat jelas di dalam masyarakat yang masih menganut sistem patriarki. Dalam budaya masyarakat tertentu juga masih memberikan kekuasaan kepada laki-laki untuk mengontrol. Menganggap bahwa wanita hanya bisa melakukan pekerjaan wanita saja yang biasanya hanya dilakukan di rumah, wanita harus selalu menurut kepada suami, wanita tidak pantas mendapatkan pendidikan yang lebih daripada laki-laki, wanita tidak diberi kesempatan bekerja di luar tugas seorang ibu rumah tangga, atau terkadang wanita juga mendapatkan perlakuan kekerasan di dalam rumah tangga, dan lain sebagainya.

Disinilah peran film sebagai reflektor sangat berpengaruh di dalam masyarakat. Terkadang di dalam film, hal-hal yang dimunculkan seolah-olah adalah suatu kewajaran atau mereka menganggap hal itu biasa terjadi. Tetapi di sisi lain, penonton atau masyarakat juga harus pintar memaknai film yang ada. Adapun jika kita bisa menilik lebih dalam film bertema gender saat ini, tak sedikit juga dari film-film tersebut merupakan film yang menggambarkan keadaan sosial realitas masyarakat.

Seperti halnya kekerasan dalam rumah tangga, dimana hal tersebut masih sangat sering kita temui dalam kehidupan masyarakat kita. Banyak perempuan dalam kesehariannya masih mendapat diskriminasi dalam berbagai hal, walau tak

sedikit juga dari mereka yang telah mendapatkan haknya atau sedang berjuang dan mempertahankan haknya dalam kehidupan masyarakat. Memang seharusnya perempuan di era modern seperti sekarang berhak menentukan dan mendapatkan hak dalam pendidikan dan juga pekerjaan.

Sedangkan dalam rumah tangga sendiri, sering terjadi kekerasan fisik maupun mental terhadap perempuan yang berujung perceraian. Hak pengasuhan anak pun menjadi permasalahan baru yang muncul setelahnya. Tak sedikit juga kaum laki-laki yang menginginkan hak asuh anaknya jatuh ke tangan mereka, Walaupun dalam beberapa aturan sudah disebutkan bahwa anak di bawah umur hak asuh diberikan kepada ibunya. Masalah pengasuhan anak pun menjadi ancaman tersendiri bagi perempuan.

Menurut data yang dituliskan Rita Serena Kolibonso dalam Statistik Mitra Perempuan Women's Crisis Centre tahun 2011 (hingga 10 Desember) mencatat jumlah layanan pengaduan dan bantuan diberikan kepada 209 orang perempuan dan anak-anak yang mengalami kasus kekerasan, terutama 90,43% merupakan kasus-kasus Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT) di wilayah Jakarta, Tangerang, Bekasi, Depok, Bogor dan wilayah lainnya – sebagaimana dilarang dalam Undang-Undang No. 23 tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan dalam Rumah Tangga (Kolibonso, 2011).

Demikian pula jenis kasus dan dampak kekerasan yang dialami oleh perempuan sebagai korban cukup serius. Database Kasus Kekerasan Terhadap

Perempuan tahun ini mencatat bahwa pelaku terbanyak adalah laki-laki yang mempunyai relasi perkawinan dengan perempuan yang menjadi korbannya, diantaranya suami, mantan suami, orang tua, anak, bahkan saudara/kerabat. Statistik menunjukkan bahwa teman dekat atau pacar merupakan pelaku kekerasan urutan kedua tertinggi (9,09%) sesudah suami korban (75,60%). Database juga menunjukkan bahwa profil pelaku dan korban kekerasan terhadap perempuan terutama KDRT, sangat beragam latar belakang status sosial, ekonomi, usia, etnis & agamanya (Kolibonso , 2011).

Dari data statistik di atas, kita bisa mengetahui gambaran tindak kekerasan yang terjadi terhadap perempuan. Dimana tindak kekerasan itu sering terjadi dalam rumah tangga. Pelaku terbanyak kekerasan ini adalah laki-laki yang biasanya merupakan suami korban. Ada juga orang tua, anak atau saudara / kerabat juga menjadi pelaku kekerasan. Tak jarang, pacar atau teman dekat juga bisa menjadi salah satu pelaku kekerasan terhadap perempuan, walaupun mereka tidak mempunyai relasi perkawinan.

Seperti yang digambarkan dalam film *Die Fremde (When We Leave)* yang menceritakan Umay, seorang wanita muda keturunan Turki yang mengalami kekerasan oleh suaminya, berjuang untuk hidup mandiri dan menentukan hidupnya sendiri di Jerman serta melawan tekanan dari keluarganya. Memulai perjuangannya yang dinamis, yang menghasilkan situasi yang mengancam jiwa. Film ini memenangkan beberapa penghargaan, diantaranya *Best Narrative Feature*

pada *the 9th Tribeca Film Festival*, *Best Film* di *Ghent Film Festival 37th* di Belgia, *Best Actrees* untuk *Sibel Kekilli* di *German Film Award 2011*, dan terpilih sebagai film Jerman untuk nominasi *Best Foreign Language Film* pada *The Academy Award 83rd* (www.whenweleave.com, diakses tanggal 13 Juni 2012)

Dari film ini, diharapkan masyarakat bisa menilai dan memaknai isi film tersebut. Apakah bisa disebut wajar ketika kekerasan dan diskriminasi terhadap perempuan terjadi, di tengah-tengah masyarakat kita yang telah mengenal adanya emansipasi wanita. Kekerasan terhadap perempuan tidak hanya terjadi dari perempuan oleh suaminya, tetapi juga terdapat beberapa kasus yang menjadikan pacar, kerabat bahkan keluarga seperti ayah atau kakak laki-laki sebagai pelaku kekerasan tersebut. Seperti yang diceritakan dalam film, seorang wanita Turki yang memilih pergi dari suaminya yang berlaku kasar dikatakan sebagai wanita yang tidak baik oleh masyarakat Turki yang tinggal di Jerman. Selain mendapatkan tekanan dari suami, wanita ini juga mendapatkan tekanan dan teror dari keluarganya sendiri. Sedangkan, dalam lingkungan barunya di Jerman, dia mendapat dukungan dari teman-temannya untuk membebaskan diri dari kekangan dan kekerasan yang dialaminya.

Menurut peneliti, film ini merupakan film yang sedikit banyak menggambarkan kondisi masyarakat kita yang masih menganut sistem patriarki. Dengan kasus tersebut, apakah masyarakat menganggap masalah yang timbul adalah sesuatu yang sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan di era modern ini?

Apakah hal ini bisa ditoleransi di tengah banyaknya emansipasi wanita yang muncul secara global? Sedangkan di luar lingkungan mereka banyak sekali wanita yang muncul sebagai sosok pemimpin untuk masyarakatnya.

Disinilah peran khalayak sangat penting dalam memaknai apa yang mereka konsumsi dari media. Budaya yang ada pada kehidupan sekitar mereka mungkin saja bertentangan dengan apa yang ditampilkan oleh media. Khalayak merupakan produk konteks sosial (yang mengarahkan pada kepentingan budaya, pemahaman dan kebutuhan informasi yang sama) serta respon kepada pola pasokan media tertentu. Sering kali keduanya berada pada saat yang bersamaan, ketika sebuah media dirancang untuk menarik anggota kategori sosial tertentu atau penduduk di wilayah tertentu. Penggunaan media juga mencerminkan pola yang lebih luas dari penggunaan waktu, ketersediaan, gaya hidup dan rutinitas sehari-hari (McQuail, 2011: 144)

Orang menggunakan media dan konten media tertentu secara spesifik dengan harapan mendapatkan atau memuaskan kebutuhan tertentu. Teori khalayak aktif tidak mencoba untuk memahami apa yang dilakukan media kepada orang-orang, tetapi berfokus untuk menilai apa yang orang-orang lakukan dengan media (Baran & Davis, 2010; 285).

Penggunaan metode analisis resepsi sendiri digunakan karena sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan yang di dapat dari para penonton wanita yang sudah menikah,

sedangkan analisis resepsi merupakan sebuah metode yang memang digunakan untuk mendapatkan pemaknaan dari khalayak.

Pada penelitian yang sudah ada milik Husninatul Ghasani (2010) yang berjudul “Kekerasan Terhadap Perempuan: Analisis Semiotika Film *Jamila dan Sang Presiden*”, mempunyai tujuan untuk menjawab permasalahan tentang kekerasan terhadap perempuan. Film ini menghadirkan gambaran problematika kaum perempuan seperti perdagangan, pelecehan seksual, dan prostitusi. Metode yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes dengan fokus penelitian bagaimana representasi kekerasan terhadap perempuan dalam film *Jamila dan Sang Presiden*. Hasil penelitian menunjukkan kekerasan terhadap perempuan dimanifestasikan dalam berbagai bentuk seperti kekerasan fisik, seksual, ekonomi, perampasan kemerdekaan dan kapitalisme menjadi latar belakang ideologi yang mendominasi tindak kekerasan.

Selanjutnya penelitian milik Anna Puji Lestari (2011) yang berjudul “Analisis Resepsi Penonton Perempuan Terhadap Citra Seksualitas Kontestan Perempuan di *Take Him Out*”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya visualisasi yang bias gender di media. Budaya media yang kental dengan nuansa patriarki cenderung menampilkan perempuan sebagai objek seks daripada sebagai subjek dengan segala potensinya. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi para penonton perempuan yang menyaksikan *Take Him Out* terhadap citra seksualitas kontestan perempuannya. Untuk menganalisis resepsi digunakan teori komunikasi

televisual Stuart Hall tentang *encoding-decoding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan, para penonton meresepsi ke dalam dua tipe, yakni oposisi dan oposan (negosiasi). Informan yang berada pada posisi oposan, melihat pengarahannya seksualitas kontestan perempuan *Take Him Out* sebagai daya tarik acara. Sementara itu, informan yang berada pada posisi oposisi menyatakan pengarahannya seksualitas, kritik fisik dan colesan-colesan di area-area seksual adalah bentuk-bentuk penindasan bagi kontestan perempuan.

Dibandingkan dengan dua penelitian di atas, penelitian ini mempunyai perbedaan. Pada penelitian pertama menggunakan metode semiotika, tetapi pada penelitian kami menggunakan analisis resepsi. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan-informan yang ada. Sedangkan pada penelitian kedua, kami mempunyai kesamaan metode tetapi dengan perbedaan yang terletak pada tema. Peneliti di atas mengangkat tema tentang citra seksualitas perempuan. Tetapi pada penelitian kami, kami memilih tema kekerasan terhadap perempuan untuk diangkat.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana penonton perempuan yang sudah menikah memaknai kekerasan yang terjadi pada perempuan dalam film *Die Fremde (When We Leave)*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian dengan judul “Analisis Resepsi Penonton Perempuan Yang Sudah Menikah Terhadap Kekerasan Pada Perempuan di Film *Die Fremde (When We Leave)*” adalah untuk mengetahui pemaknaan yang dipahami penonton perempuan yang sudah menikah terhadap kekerasan yang terjadi pada perempuan dalam film *Die Fremde (When We Leave)*.

b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan menjadi pertimbangan bagi perkembangan dan pendalaman lebih lanjut studi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memiliki manfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran mengenai analisis resepsi maupun hal-hal yang berhubungan mengenai kekerasan terhadap perempuan dan hak-hak perempuan.

D. Kerangka Teori

a. Komunikasi Massa dan Film

Komunikasi adalah proses pernyataan pikiran, ide, dan pendapat antar-manusia melalui bahasa sebagai transmisi. Dalam studi komunikasi, terdapat dua mazhab utama. Mazhab pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*), dan dengan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Mazhab pertama ini tertarik dengan hal-hal seperti efisiensi dan akurasi. Dalam mazhab ini juga melihat komunikasi sebagai suatu proses yang dengannya seorang pribadi mempengaruhi perilaku atau *state of mind* pribadi yang lain. Mazhab ini disebut juga sebagai mazhab proses (Fiske, 2010: 8-9).

Mazhab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Mazhab kedua ini berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna; yakni, berkenaan dengan peran teks dalam kebudayaan kita. Mazhab ini menggunakan istilah-istilah seperti pertandaan (*signification*), dan tidak memandang kesalah pahaman sebagai bukti yang penting dari kegagalan komunikasi – hal itu mungkin akibat dari perbedaan budaya antara pengirim dan penerima (Fiske, 2010: 8-9).

Pakar komunikasi lain mengemukakan komunikasi sebagai transaksi. Transaksi yang dimaksudkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan secara integral dengan elemen lain (Devito dalam Suprpto, 2006: 5).

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, terdapat unsur-unsur komunikasi, diantaranya : *a) sender*, sumber merupakan komunikator yang menyampaikan pesan kepada sejumlah orang; *b) message*, sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima; *c) media*, alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima; *d) receiver*, pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber; *e) response*, perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan; *f) feedback*, tanggapan komunikan yang telah tersampaikan ataupun disampaikan oleh komunikator; *g) noise*, gangguan dari proses mengirim dan menerima pesan (Cangara, 2006: 23-25).

Dengan demikian komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari satu pihak yang disebut komunikator ke pihak lain yang disebut komunikan, untuk mendapatkan kesepahaman dan atau saling mempengaruhi satu sama lain.

Dari berbagai macam cara melakukan komunikasi dalam masyarakat, salah satu yang biasa dilakukan adalah komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan menggunakan media tertentu yang ditujukan kepada khalayak. Definisi lain dikemukakan oleh Joseph A. Devito yaitu:

“Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang bertujuan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio surat kabar, majalah, film, buku dan pita” (Nurudin, 2007: 11-12).

Dalam proses komunikasi massa, banyak sekali media yang biasa digunakan dalam penyampaian pesan kepada khalayak. Yang termasuk media komunikasi antara lain televisi dan radio yang lebih dikenal dengan media elektronik. Surat kabar dan majalah, yang keduanya disebut sebagai media cetak. Serta penambahan internet sebagai media komunikasi massa dan juga film yang bisa disebut salah satu media komunikasi massa.

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini (Ardianto & Erdinaya, 2005: 134). Film merupakan produksi media yang mempengaruhi

perkembangan sosial dan budaya. Lahirnya jenis media tertentu mempengaruhi cara berpikir manusia tentang dunia. Manusia merespon perubahan social dan budaya di sekitarnya sesuai dengan media apa yang digunakan. Media bekerja dalam berbagai cara untuk segmen-segmen masyarakat yang berbeda, audiens tidak semuanya terpengaruh, tetapi berinteraksi dengan cara yang khusus dengan media (Littlejohn, 2009: 410).

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya (Sobur, 2004: 127).

Saat ini, banyak orang memilih film sebagai media yang dipilih. Selain sebagai hiburan, film juga bisa menjadi media penyalur hobi yang menyenangkan dan banyak digemari. Pemilihan media film dianggap mudah dan terjangkau, dan kita bisa memilih sendiri film seperti apa yang akan kita nikmati.

b. Kekerasan Terhadap Perempuan

Diantara kasus kekerasan dalam rumah tangga, sebagian besar korban atau pihak yang dirugikan adalah perempuan. Tidak hanya kekerasan fisik yang menyebabkan luka pada tubuh yang biasa mereka alami, tetapi juga kekerasan secara *verbal* dan atau penyiksaan secara

batin, yang bisa menyebabkan pengaruh kepada psikologi kejiwaan dari korban tersebut.

Kekerasan digambarkan sebagai nilai-nilai sosial yang mengandung kecenderungan agresif untuk melakukan perilaku yang merusak. Dalam pengertian luas, banyak kekerasan kolektif dilakukan oleh segerombolan orang dan kumpulan orang banyak yang dalam pengertian sempitnya dilakukan oleh gank. Namun dalam kekerasan kolektif di dalamnya terdapat bentuk kekerasan seperti serangan dengan memukul, pembunuhan, pemerkosaan serta tindakan kekerasan individu seperti bunuh diri (Santoso, 2002: 9).

Secara spesifik, tindak kekerasan muncul atas dasar perbedaan etnis, suku, religi, bahkan berbasis gender. viktimasi terjadi pada kasus-kasus pembunuhan, perkosaan, perampokan dan berbagai bentuk serangan kejahatan secara tiba-tiba (Karmen dalam Sihite, 2007: 48).

Berbagai kekerasan spesifik gender tidak dapat dilepaskan dari konteks nilai-nilai dan pandangan kultural secara ideologi patriarki yang selalu memosisikan wanita sebagai objek dan berada di pihak yang tertindas dimana hal tersebut telah memasuki semua struktur kehidupan (Sihite, 2007: 49).

Tindak kekerasan dapat menimpa siapapun dan dimanapun. Namun bila ditelusuri secara seksama dalam kehidupan sehari-hari, angka

tindak kekerasan yang khas ditujukan pada perempuan cenderung meningkat dan membawa dampak yang sangat serius seperti kekerasan seksual, fisik dan jiwa yang mayoritas tujuannya kepada perempuan. Kekerasan tersebut dipahami sebagai kekerasan yang berbasis gender atau *violence based gender*. Konsep ini sejatinya mengacu pada posisi subordinasi perempuan karena relasi keduanya mencerminkan *powerless* dan *powerful*, dengan kata lain, terdapat ketimpangan antara perempuan dan laki-laki (Sihite, 2007: 225-226).

Seseorang dikatakan sebagai korban kekerasan apabila menderita kerugian fisik, mengalami luka atau kekerasan psikologis, trauma emosional, tidak hanya dipandang dari aspek legal, tetapi juga sosial dan kultural (Sihite, 2007: 227).

Pelaku kekerasan berbasis gender yang kebanyakan dialami perempuan ini biasanya tidak jauh dari orang-orang terdekat yang ada. Paling banyak adalah dilakukan oleh suami, ayah atau saudara kandung sendiri. Bahkan pacar yang belum mempunyai ikatan pun bisa melakukan kekerasan tersebut.

Kajian tentang kekerasan yang berperspektif juga memasuki komunitas yang paling *privacy*, yakni keluarga yang selama ini dianggap tempat yang paling aman dan bebas dari tindakan kekerasan, ternyata tak terbukti. *Domestic violence*, yakni kekerasan yang terjadi dalam rumah

tangga, dilakukan antar anggota keluarga seperti *abuse of wife, child abuse, marital rape* dan tindak kekerasan antar-anggota keluarga lainnya kerap terjadi dalam rumah tangga (Sihite, 2007: 234).

Kekerasan yang dilakukan oleh suami terhadap istri disebut juga kekerasan domestik (*domestic violence*). Kekerasan domestik atau kekerasan dalam rumah tangga juga disebut kekerasan keluarga. Sebenarnya kedua istilah tersebut mengandung arti yang tidak sama. Pengertian keluarga adalah adanya hubungan darah antara orang-orang dalam rumah tangga sedangkan dalam pengertian rumah tangga adalah di dalam rumah tangga yang bersangkutan di samping antara anggota rumah tangga adanya hubungan darah ada juga orang lain di rumah tangga itu karena hubungan ekonomi. Oleh karena demikian rumah tangga mengandung lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan lingkup keluarga (Sukerti, -- : 5).

Kekerasan terhadap perempuan adalah kekerasan yang dilakukan oleh suami terhadap istri atau juga dikenal dengan kekerasan dalam rumah tangga (Carwoto dalam Sukerti, -- : 5).

Kekerasan adalah sebuah fenomena lintas sektoral dan tidak berdiri sendiri atau terjadi begitu saja. Secara prinsip ada akibat tentu ada penyebabnya. Dalam kaitan itu, Fathul Djannah mengemukakan beberapa faktornya yaitu :

1. Kemandirian ekonomi istri. Secara umum ketergantungan istri terhadap suami dapat menjadi penyebab terjadinya kekerasan, akan tetapi tidak sepenuhnya demikian karena kemandirian istri juga dapat menyebabkan istri menerima kekerasan oleh suami.
2. Karena pekerjaan istri. Istri bekerja di luar rumah dapat menyebabkan istri menjadi korban kekerasan.
3. Perselingkuhan suami. Perselingkuhan suami dengan perempuan lain atau suami kawin lagi dapat melakukan kekerasan terhadap istri.
4. Campur tangan pihak ketiga. Campur tangan anggota keluarga dari pihak suami, terutama ibu mertua dapat menyebabkan suami melakukan kekerasan terhadap istri.
5. Pemahaman yang salah terhadap ajaran agama. Pemahaman ajaran agama yang salah dapat menyebabkan timbulnya kekerasan terhadap perempuan dalam rumah tangga.
6. Karena kebiasaan suami, dimana suami melakukan kekerasan terhadap istri secara berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan (Djannah dalam Sukerti, -- : 9-10)

Sementara itu Aina Rumiati Azis mengemukakan faktor-faktor penyebab terjadinya kekerasan terhadap perempuan yaitu :

1. Budaya patriarki yang mendudukan laki-laki sebagai makhluk superior dan perempuan sebagai makhluk inferior.
2. Pemahaman yang keliru terhadap ajaran agama sehingga menganggap laki-laki boleh menguasai perempuan.
3. Peniruan anak laki-laki yang hidup bersama ayah yang suka memukul, biasanya akan meniru perilaku ayahnya (Aziz dalam Sukerti, -- : 10).

Dari berbagai macam faktor-faktor penyebab terjadinya kekerasan terhadap perempuan, budaya patriarki menjadi faktor yang mendominasi adanya kekerasan terhadap perempuan. Terutama kekerasan yang dialami dalam rumah tangga

c. Gender dalam Media

Kesenjangan gender banyak sekali terjadi di kehidupan kita. Menurut Ace Suryadi, kesenjangan gender yang terjadi di lingkungan sosial disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya:

1. Sifat feminin dan maskulin, sifat feminin dan maskulin bukanlah pembawaan yang kodrati, namun lebih disebabkan karena faktor budaya dari pada faktor fisik yang memang terdapat perbedaan. Proses pembudayaan sifat feminin dan maskulin dapat tersosialisasi melalui perbedaan bentuk

pakaian, model potongan rambut, perlakuan, sebutan-sebutan atau bahasa yang berbeda untuk laki-laki dan perempuan.

2. Pembagian peran publik dan domestik, pemilihan peran publik dan domestik adalah sebuah proses budaya. Perempuan dengan sifat-sifat femininnya dipandang oleh budaya masyarakat selayaknya untuk berperan di sektor domestik, sebaliknya laki-laki dengan sifat maskulinnya sudah sepatutnya berperan di sektor publik. Pekerjaan sektor domestik dipandang membutuhkan kehalusan, kesabaran dan kearifan karena akan melahirkan sifat-sifat atau perilaku yang dicontoh oleh anaknya. Sebaliknya pekerjaan sektor publik yang dipandang oleh masyarakat penuh dengan resiko membutuhkan sifat maskulin.
3. Posisi mendominasi dan tersubordinasi, sikap kaum perempuan yang sudah terbentuk pasif (*nerimo*) mendorong untuk menyerahkan segala urusan yang sulit kepada kaum laki-laki (Suryadi dan Idris, 2004: 73)

Dari kondisi inilah muncul dominasi kaum laki-laki terhadap kaum perempuan, baik dalam kehidupan rumah tangga dan masyarakat. Efek negatif pemilihan peran sosial (gender) dari budaya patriarki kemudian memunculkan adanya ketidakadilan gender, diantaranya adalah:

1. Diskriminasi perempuan, adalah bentuk ketidakadilan gender yang lebih mengutamakan laki-laki. Diskriminasi terhadap perempuan sudah terbentuk sejak dalam lingkungan keluarga terutama bagi keluarga yang secara ekonomi tidak mampu yang memiliki anak laki-laki dan perempuan. Mereka cenderung untuk menyekolahkan anak laki-laki pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi.
2. Eksploitasi kaum perempuan, terutama dari keluarga yang secara ekonomi kurang mampu banyak sekali terjadi. Perempuan yang berasal dari keluarga kurang mampu identic dengan karakteristik perempuan berpendidikan rendah, kurang pengalaman dan cenderung *nerimo*. Kondisi perempuan seperti ini sangat rentan dengan perlakuan tidak adil. Salah satu perlakuan tidak adil kaum perempuan adalah dalam bentuk eksploitasi, pemaksaan dan penjajahan hak.
3. Marginalisasi perempuan, bentuk marginalisasi perempuan pada jaman modern tidak hanya karena harus bersaing dengan kaum laki-laki. Namun bersamaan dengan itu muncul pergantian dengan teknologi yang menggantikan peran pekerja perempuan oleh mesin, akibatnya perempuan dengan tingkat

pendidikan rendah dan ekonomi lemah berperan pada sector yang tidak terjamah dan ditinggalkan oleh laki-laki dan mesin.

4. Subordinasi perempuan, memandang bahwasanya perempuan adalah makhluk lemah sehingga selalu harus berada di bawah kekuasaan laki-laki. Bentuk subordinasi di beberapa daerah berbeda-beda. Dahulu di Jawa, perempuan dipandang tidak perlu sekolah tinggi-tinggi karena nantinya hanya akan mengurus dapur saja.
5. *Stereotype* jenis kelamin, adalah pelabelan kepada perempuan dengan berbagai jenis pembatasan berupa keharusan atau kewajiban atau pelarangan tertentu yang menuntut ditaati berdasarkan adat budaya masyarakat dan apabila dilanggar akan mendapat semacam sanksi sosial.
6. Beban kerja lebih berat, salah satu efek dari pemilihan peran sosial yang menimpa kaum perempuan adalah beban kerja yang lebih berat.
7. Kekerasan terhadap perempuan, bentuk ketidakadilan yang sering juga terjadi adalah kekerasan terhadap perempuan. Kekerasan terhadap perempuan berbentuk kekerasan fisik atau kekerasan non-fisik (Suryadi dan Idris, 2004: 76).

Bias gender sering kali ditampilkan dalam media. Banyak film atau acara yang memberikan sebuah hiburan yang menyinggung atau merendahkan salah satu gender. Seperti dengan menampilkan laki-laki dengan dandan wanita beserta sikap yang menyerupai wanita. Atau yang banyak dialami wanita, banyak dari mereka hanya menjadi bahan eksploitasi oleh media. Media menampilkan seksualitas wanita atau menampilkan wanita sebagai sosok teraniaya atas pria, tak jarang wanita ditampilkan sebagai sosok yang lemah.

Konsep gender, yakni suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Terbentuknya perbedaan-perbedaan gender dikarenakan oleh banyak hal, diantaranya dibentuk, disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksi secara sosial dan kultural, melalui ajaran keagamaan maupun negara (Fakih, 1996: 8-9)

Gender sebagai perbedaan perempuan dengan laki-laki berdasarkan *social construction* tercermin dalam kehidupan sosial yang berawal dari keluarga. Perempuan disosialisasikan dan diasuh secara berbeda dengan laki-laki. Ini juga menunjukkan adanya ekspektasi sosial yang berbeda terhadap anak perempuan dengan laki-laki (Morris dalam Sihite, 2007: 230)

Perbedaan gender sesungguhnya tidaklah menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender (*gender inequalities*). Namun yang menjadi persoalan, ternyata perbedaan gender telah melahirkan berbagai ketidakadilan. Ketidakadilan gender termanifestasikan dalam berbagai bentuk ketidakadilan, yakni: marginalisasi atau pemiskinan ekonomi, subordinasi atau anggapan tidak penting dalam keputusan politik, pembentukan *stereotype* atau melalui pelabelan negatif, kekerasan (*violence*), beban kerja lebih panjang dan lebih banyak, serta sosialisasi ideologi nilai peran gender (Fakih, 1996; 11-12)

Ideologi patriarki melestarikan wujud kekuasaan dan dominasi laki-laki yang terealisasi dalam berbagai tatanan sosial termasuk dalam keluarga. Ideologi patriarki mencirikan bahwa laki-laki merupakan kepala rumah tangga pencari nafkah yang terlibat dalam pekerjaan produktif di luar rumah maupun sebagai penerus keturunan (Sihite, 2007; 231)

Media mencerminkan tiga tema yang berkaitan dengan gender. Pertama, perempuan dan minoritas kurang terwakili. Kedua, laki-laki dan perempuan digambarkan terutama dalam cara yang mencerminkan stereotip dan mereproduksi pandangan konvensional gender. Ketiga, hubungan antara pria dan wanita biasanya digambarkan sebagai konsisten dengan peran gender dalam hubungannya kekuasaan (Wood, 2007: 258)

Media yang paling sering mewakili anak laki-laki dan laki-laki sebagai aktif, petualang, kuat, agresif secara seksual, dan sebagian besar tidak terlibat dalam hubungan manusia, dan mewakili anak perempuan dan perempuan sebagai muda, tipis, indah, pasif, tergantung, dan sering tidak kompeten (Wood, 2007: 259).

Meskipun media terkadang menghadirkan wanita dalam peran non-tradisional atau dengan kualitas non-tradisional, sebagian besar media mencerminkan terbentuknya *stereotype* budaya perempuan dan feminitas. *Stereotype* yang paling banyak adalah perempuan sebagai objek seks, dan itu terus mendominasi media (Wood, 2007: 262)

d. Khalayak

Salah satu unsur yang ada dalam komunikasi massa adalah khalayak yang merupakan penerima dari pesan yang disampaikan oleh media. Khalayak juga bisa dikatakan sebagai pihak yang mengonsumsi apa yang diproduksi oleh media.

Konsep khalayak menunjukkan adanya sekelompok pendengar atau penonton yang memiliki perhatian, reseptif, tetapi relatif pasif yang terkumpul dalam latar belakang yang kurang lebih bersifat publik. Penerimaan sesungguhnya dari media massa sangat beragam dan merupakan pengalaman yang berantakan dengan hanya sedikit konsistensi dan tidak cocok dengan versi ini. Hal ini berlaku pada saat mobilitas,

individualisasi, dan berlipatgandanya penggunaan media. Kedua, munculnya media baru telah memperkenalkan sejumlah bentuk baru perilaku, melibatkan interaktivitas dan pencarian, bukan hanya menonton atau mendengarkan saja. Ketiga, batasan antara produsen dan khalayak telah menjadi kabur karena alasan-alasan yang telah diberikan sebelumnya.

Khalayak merupakan produk konteks sosial (yang mengarah pada kepentingan budaya, pemahaman, dan kebutuhan informasi yang sama) serta respon kepada pola pasokan media media tertentu. Sering kali keduanya berada pada saat yang bersamaan, ketika sebuah media dirancang untuk menarik anggota kategori sosial tertentu atau penduduk di wilayah tertentu. Penggunaan media juga mencerminkan pola yang lebih luas dari penggunaan waktu, ketersediaan, gaya hidup, dan rutinitas sehari-hari (McQuail, 2011: 144).

Khalayak dapat didefinisikan ke dalam cara yang berbeda-beda, misalnya berdasarkan tempat, masyarakat, umur, gender, keyakinan politik. Bisa juga didefinisikan kedalam media atau *channel* yang digunakan, isi media atau waktu penerbitan atau penayangan.

Terdapat cara lain untuk mencirikan jenis-jenis khalayak yang berbeda yang muncul seiring dengan perubahan media dan waktu.

Nightingale (2003) mengajukan tipologi baru yang menangkap fitur utama dari keragaman yang baru, menyatakan empat jenis berikut:

- a. *Khalayak sebagai 'kumpulan orang-orang'*. Utamanya, kumpulan ini diukur ketika menaruh perhatian pada tampilan media atau produk tertentu pada waktu yang ditentukan. Inilah yang dikenal sebagai 'penonton'.
- b. *Khalayak sebagai 'orang-orang yang ditujukan'*. Merujuk pada kelompok orang yang dibayangkan oleh komunikator serta kepada siapa konten dibuat. Hal ini juga diketahui sebagai khalayak yang 'terlibat' atau 'terinterpelasi'.
- c. *Khalayak sebagai 'yang berlangsung'*. Pengalaman penerimaan sendirian atau dengan orang lain sebagai peristiwa interaktif dalam kehidupan sehari-hari, berlangsung dalam konteks tempat atau fitur lain.
- d. *Khalayak sebagai 'pendengar' atau 'audisi'*. Utamanya merujuk pada pengalaman khalayak yang berpartisipasi, ketika khalayak ditempelkan di dalam sebuah pertunjukan atau diperbolehkan untuk berpartisipasi melalui alat yang jauh atau memberikan respons di saat yang bersamaan (Nightingale dalam McQuail, 2011: 145).

Khalayak massa adalah besar, heterogen, dan sangat tersebar, dan anggotanya tidak saling mengenal dan tidak dapat mengenal satu sama lain. Pandangan mengenai khalayak massa yang lain kurang berupa penggambaran realitas daripada penekanan jenis-jenis tertentu dari kondisi produksi dan distribusi massal dari berita dan hiburan (McQuail, 2011: 147).

Khalayak sering kali terbentuk berdasarkan kesamaan kebutuhan, kepentingan, dan selera individu. Banyak dari kesamaan terlihat memiliki asal mula sosial atau psikologis. 'Kebutuhan' semacam itu, misalnya untuk informasi, relaksasi, pertemanan, pengalihan atau 'melarikan diri'. Khalayak untuk media dan jenis konten media tertentu sering kali dapat dicirikan menurut jenis motivasi yang luas (McQuail, 2011: 173-174).

Orang menggunakan media dan konten media tertentu secara spesifik dengan harapan mendapatkan atau memuaskan kebutuhan tertentu. Teori khalayak aktif tidak mencoba untuk memahami apa yang dilakukan media kepada orang-orang, tetapi berfokus untuk menilai apa yang orang-orang lakukan dengan media (Baran & Davis, 2010: 285)

Jensen dan Rosengren (1990) membedakan lima penelitian khalayak dapat diringkas sebagai yang berkaitan dengan berikut: efek, penggunaan dan gratifikasi, kritik literaty, kajian budaya dan analisis resepsi. Untuk tujuan ini, akan lebih mudah untuk menggunakan tipologi

penelitian khalayak, dengan mengidentifikasi tiga macam pendekatan utama di bawah judul "struktural", "perilaku", dan "sosiokultural" (McQuail, 1997; 16).

Jay G. Blumler (1979) menawarkan beberapa saran sebagai macam dari aktifitas khalayak dimana konsumen media dapat menggunakan. Mereka adalah *utility*, *intentionality*, *selectivity*, dan *imperviousness to influence*. *Utility* adalah bagaimana media menggunakan orang-orang, dan orang-orang dapat meletakkan media dalam kegunaannya. Lalu *intentionality* terjadi ketika motivasi utama orang-orang mengkonsumsi media dengan melihat isi dari media tersebut. Yang ketiga adalah *selectivity*, dimana berarti khalayak menggunakan media karena mencerminkan ketertarikan dan pilihan mereka pada hal-hal tertentu. Dan yang terakhir adalah merujuk kepada khalayak menkonstruksi maknanya tersendiri dari isi media (Blumler dalam West & Turner, 2007: 431).

Penelitian terhadap penonton dalam tradisi *cultural studies* kemudian memunculkan sebuah paradigma yaitu *active audience*. Dalam paradigma ini berpandangan bahwa penonton bukanlah orang bodoh secara kultural melainkan produsen makna aktif dalam konteks kultural mereka sendiri. Jadi, ketika seseorang menonton sebuah tayangan dengan membawa pengalaman mereka, maka makna yang terbentuk pun akan sesuai dengan pengalaman mereka. Penonton televisi bukanlah hanya

sekedar massa yang terdiri dari kumpulan individu, namun menonton televisi adalah sebuah aktifitas yang terkait dengan produksi makna. Penonton adalah pencipta kreatif makna dalam kaitannya dengan televisi dan dalam penciptaan makna tersebut mereka akan membawa kompetensi kultural yang dimilikinya yang dibangun melalui relasi sosial dan konteks bahasa. Penonton yang terbentuk dengan cara berbeda maka akan menghasilkan makna yang berbeda pula (Barker, 2009: 286).

Dalam studi komunikasi, penelitian khalayak menempatkan pengalaman manusia sebagai pusat penelitian. Khalayak (*audience*) sebagai penerima pesan dianggap penting untuk dijadikan sebagai objek penelitian karena meneliti khalayak media dan budaya memungkinkan kita menyelidiki manfaat sosial media. Dengan mencermati bagaimana sebuah teks diterima, kita akan mampu memahami dampak, efek, dan pengaruh media. Penelitian khalayak juga memungkinkan kita meneliti apa yang diperoleh orang-orang media, mereka sukai/tidak sukai, serta mengapa (Stokes, 2007: 131).

e. *Encoding - Decoding*

Film *Die Fremde (When We Leave)* dapat memberikan resepsi yang berbeda-beda kepada penontonnya. Khalayak penonton yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda bisa saja memaknainya dengan berbeda pula.

Khalayak telah mengembangkan situasi sosial individu dimana yang menikmati akan terbingkai oleh pemaknaan yang telah ada dan pengalaman. Pada tingkatan dimana khalayak membagi kode-kode budaya dengan *producer/encoder*, mereka akan memaknai pesan dalam kerangka yang sama. Tapi bagaimanapun, khalayak disituasikan dalam posisi sosial yang berbeda (seperti kelas atau gender) dengan sumber budaya yang berbeda (Barker, 2000).

Model yang dapat digunakan dalam penelitian resepsi khalayak salah satunya adalah studi Ien Ang. Yang seorang kritikus budaya berkebangsaan Belanda, melakukan penelitian resepsi pada acara opera sabun *Dallas*. Ang memasang iklan pada sebuah majalah perempuan Belanda: “Saya suka menonton acara TV *Dallas*, namun saya sering mendapat reaksi-reaksi ganjil. Bisakah Anda menceritakan kepada saya mengapa Anda suka menontonnya atau tidak menyukainya?”. Menyusul iklan tersebut, kemudian Ang mendapatkan empat puluh dua surat. Berdasarkan surat-surat tersebut, kemudian Ang menyelidiki bahwa adanya sebuah ideology budaya massa (*ideology of mass culture*). Ideologi tersebut berpandangan bahwa budaya pop merupakan produk dari kapitalitas dimana mereka meraup keuntungan bagi para produsernya. Dari pandangan tersebut, Ang menemukan ada 3 kategori penonton Dallas

yang memiliki karakter berbeda-beda, yaitu *Dallas-haters*, *Dallas-lovers*, dan *Dallas-ironists* (During, 1994: 403).

1. *Hating Dallas*

Dari penulis surat yang membenci *Dallas*, mereka banyak yang menghujat bahwa tayangan *Dallas* dengan istilah-istilah negative seperti; *worthless*, *rubbish*, *a stupid serial*, *the biggest nonsense*, *annoying*, *ridiculous*, *etc.* Mereka yang membenci *Dallas* melihatnya sebagai tayangan sampah. Pada kategori ini, penonton juga beranggapan bahwa ini adalah tayangan *commercial*, sebuah tayangan itu hanyalah demi meraup keuntungan besar bagi produser, karena ini adalah produk dari budaya massa. Untuk meningkatkan jumlah penonton, banyak hal yang ditonjolkan seperti; seks, kecantikan, harta, kekerasan, dll.

2. *The Ironic Viewing Attitude*

Tidak semua penonton yang melihat ideology budaya massa untuk membenci sebuah tayangan (*Dallas*). Terdapat sebuah kontradiksi yang beranggapan bahwa tayangan tersebut buruk, mereka tahu bahwa apa yang mereka tonton adalah tayangan sampah, akan tetapi pada saat menonton itu merupakan pengalaman yang menyenangkan bagi mereka. Mereka yang “ironis” menyukai menonton tayangan tersebut, akan tetapi mereka tetap menganut ideology budaya massa, yang

beranggapan bahwa tayangan hanya meraup keuntungan sebesar-besarnya. Budaya massa itu sendiri mereka anggap sebagai sesuatu yang buruk. Penonton ironi ini akan mengesampingkan ideologi budaya massa mereka dan lebih mementingkan kesenangan mereka dalam menonton sebuah acara.

3. *Loving Dallas*

Kategori penonton yang terakhir adalah “*loving*” yaitu orang yang benar-benar menyukai tayangan *Dallas*. Dalam kategori ini penonton diidentifikasi sebagai seorang yang “tertipu” oleh budaya massa. Mereka tetap bertahan melawan ideologi budaya massa. Penonton yang benar-benar menyukai tayangan ini dipengaruhi oleh ideologi populisme, dimana mereka mempertahankan dirinya dengan alasan bahwa mereka berhak menikmati tayangan apapun sesuai dengan keinginan mereka. Ang mengungkapkan bahwa inti dari ideologi populis adalah bahwa selera seseorang mempunyai nilai yang sama dengan selera orang lain. Jadi, ideologi inilah yang kiranya akan menjadi ideologi paling ideal untuk membela kesenangan seseorang terhadap tayangan *Dallas*. Namun, yang mengherankan adalah ketika penonton ditanya mengapa mereka suka atau membenci suatu tayangan, para responden masih sulit terlepas dari wacana ideologi budaya massa.

Dalam model komunikasi televisual Hall (1973), sirkulasi ‘makna’ dalam wacana televisual melewati tiga momen yang berbeda: ‘masing-masing punya kondisi eksistensi dan modalitasnya yang spesifik’. Pertama-tama para profesional media memaknai wacana televisual dengan suatu laporan khusus mereka tentang, misalnya, sebuah peristiwa sosial yang ‘mentah’. Pada momen dalam sirkuit ini, serangkaian cara melihat dunia (ideologi-ideologi) berada ‘dalam kekuasaan’ (Storey, 2006: 12).

Momen produksi media dibingkai seluruhnya oleh makna-makna dan ide-ide; praktik pengetahuan yang menyangkut rutinitas produksi, secara historis mendefinisikan keahlian teknis, ideologi profesional, pengetahuan institutional, definisi dan asumsi, asumsi tentang khalayak dan seterusnya membingkai komposisi program melalui struktur produksi ini. Lebih lanjut, meskipun struktur produksi televisial yang memulai wacana televisi, ia bukan merupakan sistem tertutup (Storey, 2006: 12)

Dengan demikian, para profesional media yang terlibat didalamnya menentukan bagaimana peristiwa sosial ‘mentah’ di-*encoding* dalam wacana. Akan tetapi, pada momen kedua, segera sesudah makna dan pesan berada pada wacana yang bermakna, yakni, segera sesudah makna dan pesan itu mengambil bentuk wacana televisual, aturan formal bahasa dan wacana ‘bebas dikendalikan’ (Storey, 2006: 13)

Akhirnya, pada momen ketiga, momen *decoding* yang dilakukan khalayak, serangkaian cara lain dalam melihat dunia (ideologi) bisa dilakukan dengan bebas. Seorang khalayak tidak dihadapkan dengan peristiwa sosial 'mentah' melainkan dengan terjemahan diskursif dari suatu peristiwa. Jika suatu peristiwa menjadi 'bermakna' bagi khalayak, pastilah peristiwa itu menyertakan interpretasi dan pemahaman terhadap wacana. Jika tidak ada 'makna' yang diambil, maka boleh jadi tidak ada 'konsumsi'. Jika makna tidak diartikulasikan dalam praktik, pasti tidak ada efek. Jika seorang khalayak bertindak atas dasar *decoding*-nya, maka tindakan ini menjadi praktik sosial itu sendiri, sebuah peristiwa sosial 'mentah', yang siap untuk di-*encoding* dalam wacana lainnya. Jadi, melalui sirkulasi wacana, produksi menjadi reproduksi untuk menjadi produksi lagi. Sirkuit bermula dalam yang sosial dan berakhir, untuk selanjutnya memulai lagi, dalam yang sosial (Storey, 2006: 14).

Dengan kata lain, makna dan pesan tidak sekedar ditransmisikan, keduanya senantiasa diproduksi: pertama oleh sang pelaku *encoding* dari bahan 'mentah' kehidupan sehari-hari; kedua, oleh khalayak dalam kaitannya dengan lokasinya pada wacana-wacana lainnya. Setiap momen itu 'sudah pasti', beroperasi dalam kondisi produksinya sendiri. Selain itu, bagaimana dijabarkan Hall, momen *encoding* dan *decoding* mungkin tidak benar-benar simetris. Tidak ada yang niscaya berkenaan dengan hasil dari

proses (apa yang dimaksudkan dan apa yang diterima boleh jadi tidak klop). Para profesional media mungkin menginginkan *decoding* sama dengan *encoding*, namun mereka tidak bisa memastikan atau menjamin hal ini. *Encoding* dan *decoding* terbuka bagi resiprositas yang berubah-ubah, ditentukan oleh kondisi eksistensi berbeda. Senantiasa ada kemungkinan kesalahpahaman (Storey, 2006: 14).

Tahapan *decoding* yaitu pada proses memproduksi makna dan membagikan kepada orang lain. Hall menurunkan dan mengelaborasi gagasan Parkin mengenai 3 sistem pemaknaan dasar yang digunakan individu untuk menafsirkan atau memberi respon terhadap persepsinya mengenai kondisi dalam masyarakat. Ia menunjukkan bahwa 3 sistem tersebut terkait dengan cara pembaca men-*decode* teks media. Ketiga sistem itu adalah sebagai berikut (Barker, 2000: 270) :

1. Sistem Dominan (*Dominant Readings*), merupakan salah satu sistem atau kode yang dihasilkan ketika situasi sosial yang mengelilingi pembaca menyerupai *preferred readings*.

2. Sistem Subordinat (*Negotiated Readings*), merupakan sistem atau kode yang dinegosiasikan. Dalam hal ini, nilai-nilai dominan dan struktur yang ada dalam *preferred readings* diterima, namun nilai-nilai tersebut digunakan sebagai penegasan bahwa situasi sosial yang ada perlu diperbaiki

3. Sistem Oposisional (*Oppositional Readings*), merupakan sistem atau kode yang menolak versi dominan dan nilai-nilai sosial dari *preferred readings*. Pembaca menempatkan pesan dalam sistem makna yang secara radikal berlawanan dengan makna dominan.’

Decoding adalah interpretasi khalayak pada wacana media yang spesifik yang menjadi bagian penting dalam analisis resepsi. Dalam penelitian kultural, bagaimana makna diproduksi dan dibagikan serta hubungan yang menentukan pemaknaan merupakan suatu perhatian, terutama dalam penelitian resepsi (Jensen, 1993: 162).

f. *Reception Studies*

Reception Analysis adalah sebuah metode yang membandingkan antara analisis tekstual wacana dan media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan konteks atas isi media lain (Jensen, 1993: 139)

Reception Analysis merupakan pengkajian atas makna isi media berdasarkan persepsi khalayak, bagaimana proses persepsi tersebut dilakukan oleh khalayak, bagaimana penggunaan media tersebut oleh khalayak, dan bagaimana peranan persepsi khalayak terhadap isi media tersebut. *Reception Analysis* memandang khalayak sebagai khalayak aktif dan dikaji menggunakan metode kualitatif mendalam berdasarkan isi

media dan perilaku khalayak yang dijadikan informan (McQuail, 1997: 19-20)

Analisis resepsi memfokuskan perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atau teks media, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Baran dalam Hadi, 2008: 3)

Penggunaan metode penelitian *reception analysis* digunakan dalam melakukan penelitian ini, yang dimana data didapat dari mengembangkan pertanyaan-pertanyaan (wawancara) kepada objek melalui *in-depth interview*.

Penerimaan analisis berita seperti yang dijelaskan Graber (1984) dan Jensen (1988) menjelaskan dalam McQuail (1997), bahwa kerangka kerja untuk berita pemahaman sangat tergantung pada posisi sosial dan pandangan dari penerima, yang mampu dan kuat cenderung sesuai dengan "fakta" sebagai dilaporkan ke frame lokal dan pribadi dari interpretasi dan relevansi. Para penonton untuk berita selalu sibuk membangun dan mengembangkan versi kognitif dan evaluatif "nyata" peristiwa sejalan dengan perspektif sendiri di dunia (McQuail, 1997: 102)

Ada 3 fase dalam studi resepsi. Tiga generasi yang dibicarakan disini harus dipahami secara bertahap juga diartikan bahwa tradisi dari penelitian *cultural media* adalah yang paling longgar dan sejak tergabung

bertahun-tahun dalam penelitian di bidang lain sebagai bagian yang berpengaruh dari “tradisi” (Alasuutari, 1999: 2)

Generasi pertama yaitu penelitian resepsi. Kemunculan dari *reception studies* pada penelitian komunikasi massa yang ditandai kembali oleh Stuart Hall (1974), *Encoding-Decoding* dalam Wacana Televisi. Apa yang diketahui sebagai penelitian resepsi pada studi media pada awalnya sangat berkaitan dengan studi budaya, walau kemudian menunjukkan bahwa penelitian resepsi juga memiliki akarnya sendiri ” (Alasuutari, 1999: 2)

Ketika dibandingkan dengan model komunikasi yang lebih awal (misalnya Gerbner, 1956; Lasswell, 1948; Shannon and Weaver, 1963), model *encoding-decoding* Hall sebenarnya bukanlah perubahan yang radikal. Seperti model yang lama, pendekatan komunikasi massa ini sebagai sebuah proses dimana pesan tertentu yang dikirim dan kemudian diterima dengan efek tertentu ” (Alasuutari, 1999: 3)

Hall (1974) menyarankan bahwa ada empat posisi “tipe ideal” dari *decoding* komunikasi massa yang bisa dibuat oleh khalayak: *the dominant or hegemonic code*, level konotatif dari pesan yang di-*decoding* pada hubungan yang dominan dari *preferred meaning*; *the professional code* adalah apa yang *professional broadcasters* digunakan ketika mentransisikan pesan yang sudah diartikan pada sebuah sikap yang

hegemoni; *the negotiated code* berisi campuran dari elemen adaptif dan oposisi; dan *oppositional code* adalah posisi dimana seorang penonton dengan sempurna mengerti secara harfiah dan perubahan konotatif yang diberikan pada suatu peristiwa, tapi menentukan untuk meng-*decode* pesan dalam sebuah cara yang bertentangan secara keseluruhan” (Alasuutari, 1999: 4)

Generasi kedua yaitu etnografi khalayak. Apa yang sekarang diketahui sebagai kualitatif khalayak studi resepsi berarti bahwa satu analisis sebuah program dan studi resepsi diantara khalayak khusus dengan melaksanakan wawancara mendalam kepada para penonton ” (Alasuutari, 1999: 4)

Orang-orang mewakili generasi kedua dari studi resepsi untuk menekankan bahwa mereka seharusnya melakukan studi kasus etnografi yang tepat dari ‘komunitas interpretatif’. Dalam hal lain, apa yang disebut ‘studi etnografi’ seringkali jumlah yang sederhana untuk dilakukan *in-depth interview* dari sebuah kelompok, dimana tentu saja sangat bisa dimengerti dalam satu pikiran yang kebanyakan memperlihatkan televisi atau video mempunyai tempat di *setting* yang sangat kecil dan pribadi ” (Alasuutari, 1999: 5-6).

Generasi ketiga memerlukan sebuah *frame* yang meluas yang memahami media atau penggunaan media. Satu yang tidak seharusnya

meninggalkan studi kasus etnografi dari khalayak atau analisis program tersendiri, tapi fokus utamanya bukan membatasi untuk menemukan tentang resepsi atau *'reading'* dari sebuah program dengan keterangan-keterangan dari khalayak. Selain itu, tujuannya untuk menggenggam budaya media kontemporer, khususnya ini bisa dilihat dalam peran media dalam kehidupan sehari-hari, keduanya sebagai topik dan sebagai aktifitas yang terstruktur (Alasuutari, 1999: 6)

Analisis penerimaan mengatakan bahwa teks dan penerima adalah satu kesatuan yang saling melengkapi dalam satu area penelitian. Menurut Klaus Bruhn Jensen dan Nicholas W. Jankowski dalam bukunya mengatakan, *"In two words, reception analysis assumes that there can be no 'effect' without 'meaning'"*. Yaitu pesan yang dikonstruksikan oleh pengirim pada dasarnya telah mengharapkan adanya efek yang diterima oleh penerima pesan, akan tetapi pada konteks *reception*. Pesan yang diterima oleh khalayak tidak selalu linier seperti apa yang diharapkan oleh produsen pesan tersebut (Jensen & Jankowski, 2003: 135)

E. METODOLOGI PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis resepsi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali

pemaknaan khalayak atau informan mengenai film *Die Fremde (When We Leave)*. *Reception Analysis* adalah sebuah metode yang membandingkan antara analisis tekstual wacana dan media dan wacana khalayak yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan konteks atas isi media lain (Jensen, 1993: 139).

Penelitian dengan menggunakan analisis resepsi dapat melihat bagaimana khalayak atau informan memaknai isi dari film *Die Fremde (When We Leave)*, dengan latar belakang mereka yang berbeda-beda.

b. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian analisis resepsi ini adalah khalayak yang telah menonton objeknya, yakni film *Die Fremde (When We Leave)*, yang selanjutnya disebut sebagai informan. Para informan ini dipilih secara *purposive sampling* untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Untuk teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel tidak secara acak, tetapi dipilih dengan sengaja pada informan yang memenuhi kriteria sesuai dengan kebijaksanaan peneliti (Patton, 2002: 243).

Wanita yang sudah menikah dianggap tepat untuk menjadi informan dalam penelitian ini, karena film ini yang menceritakan tentang seorang perempuan yang telah menikah. Latar belakang yang berbeda-beda

dari para informan bisa memberikan pemaknaan tersendiri dari setiap informan yang telah menonton film tersebut.

Adapun kriteria dalam menentukan sampling ini adalah penonton wanita yang sudah menikah. Informan berasal dari latar belakang, yaitu ibu rumah tangga, wanita pekerja kelas menengah dan juga mahasiswa dengan usia rata-rata 20-30, karena pada film tersebut diceritakan seorang ibu muda berusia 25 tahun. Pada khususnya, ibu rumah tangga warga Rt.01/Rw.14 Mlinjon Tonggalan Klaten, wanita pekerja yang bekerja pada bagian pelayanan dan administrasi PT. PLN (Persero) Area Klaten, sedangkan untuk mahasiswa adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi UMS.

Alasan memilih para informan tersebut adalah karena kriteria-kriteria tersebut dianggap cukup mewakili para wanita dengan latar belakang yang berbeda, seperti ibu rumah tangga yang sepenuhnya dirumah menjalankan segala pekerjaan rumah tangga. Wanita pekerja kelas menengah yang dianggap lebih fleksibel untuk menentukan keinginannya dalam berkarir yang tidak terlalu sibuk dengan posisinya sebagai ibu rumah tangga. Sedangkan mahasiswa merupakan informan yang juga bisa dikatakan mempunyai tanggung jawab yang lebih antara rumah tangga dan kegiatan akademisnya yang dilakukan bersamaan yang rata-rata dari mereka berusia relatif muda.

c. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu primer dan sekunder.

a. Data primer

Data ini yang berkaitan langsung dengan subjek penelitian. Data diperoleh dari wawancara kepada informan secara mendalam (*in-depth interview*). Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada informan yang telah menonton film *Die Fremde (When We Leave)* untuk mengetahui pemaknaan informan dari film tersebut.

Wawancara adalah percakapan antara peneliti (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Berger dalam Kriyantono, 2008; 98)

b. Data Sekunder

Selain data primer, pengumpulan data juga diperoleh melalui data sekunder. Yaitu melalui studi kepustakaan. Studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan data dan teori yang relevan dengan penelitian dan menambah atau mendukung bukti. Sumber

lain yang di ambil adalah buku-buku, catatan-catatan, rekaman arsip, foto, gambar atau diagram, dan informasi non manusia lain.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

- a. Wawancara kepada informan dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) dengan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan keterkaitan dengan objek penelitian.
- b. Peneliti menulis hasil wawancara mendalam itu dan menulis hasil analisis, bagaimana penerimaan khalayak terhadap film *Die Fremde (When We Leave)*.

e. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen, analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2008: 248)

Teknik analisis data yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Menyeleksi

Peneliti memilih dan melakukan wawancara kepada informan yang sesuai dengan kriteria dari peneliti.

2. Mengklasifikasi

Peneliti menetapkan posisi *reception* informan (*accepting*, *negotiated*, *oppositional*) dan aspek perbedaan latar belakang (mahasiswi, wanita pekerja, ibu rumah tangga)

3. Menganalisis

Selanjutnya, peneliti akan menganalisis adegan-adegan tersebut dengan analisis penerimaan serta hasil wawancara dan penerimaan para informan yang kemudian ditulis dalam bentuk laporan tertulis. Dari hasil analisis akan didapatkan para informan tersebut termasuk dalam jenis yang mana dalam memahami kekerasan dalam rumah tangga.

F. Interview Guide

1. Nama dan usia Anda?
2. Apa pekerjaan atau aktifitas Anda selain sebagai ibu rumah tangga?
3. Apa pendidikan terakhir Anda?
4. Berapa jumlah anak yang Anda miliki sekarang? Dan berapa usianya?
5. Bisakah Anda bercerita sedikit tentang latar belakang Anda?
6. Apakah Anda suka menonton film?
7. Film dengan tema apa yang sering Anda tonton?
8. Apa Anda tertarik dengan film bertema gender? Atau pernah menonton film dengan tema gender sebelumnya?
9. Menurut Anda, apa yang berbeda dari film *Die Fremde (When We Leave)* ini dengan film bertema gender lainnya?
10. Ada atau tidak adegan dalam film *Die Fremde (When We Leave)* yang bisa membuat Anda terbawa emosi?
11. Menurut Anda, perempuan seperti apakah karakter Umay dalam film *Die Fremde (When We Leave)* ini?
12. Menurut Anda, apakah hal yang dilakukan keluarga Umay terhadapnya adalah hal yang benar? Kenapa?
13. Apakah film tersebut mewakili realita dalam kehidupan yang ada, terutama di lingkungan sekitar Anda?

G. Kerangka Pemikiran

