

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perempuan memiliki daya tarik yang luar biasa bagi siapa saja. Baik kaum adam maupun bagi media. Bagi para kaum adam, perempuan sudah sejatinya memiliki daya tarik. Karena itu merupakan kodrati dari seorang laki-laki untuk tertarik pada perempuan yang merupakan lawan jenisnya. Tidak hanya para laki-laki yang terpicat pesona dari perempuan, media pun seperti itu. Bagi media, perempuan bisa dijadikan objek komoditi yang apabila diberitakan akan mendatangkan keuntungan. Marwah Daud Ibrahim (1997) dalam buku *Ecstasy Gaya Hidup* pun mengatakan hal yang serupa. Bahwa wanita kini masih saja dinilai sebagai objek seks. Dianggap sebagai komoditas yang bisa dijajakan, disewa, dan dibeli. Ini tampaknya merupakan asumsi umum yang dipertegas oleh media massa (Ibrahim dalam Ibrahim, 1997:146). Hal ini tentu dapat kita lihat dari banyaknya pemberitaan mengenai perempuan di media massa, baik itu berita positif maupun berita negatif. Pemberitaan di media massa mengenai perempuan biasanya berkutat pada masalah seks, pelecehan, diskriminasi, kekerasan, *fashion*, uang, sampai pada bidang politik.

Karena perempuan memiliki daya tarik tersendiri, maka tak sedikit wartawan yang menulis dan/atau membuat berita mengenai perempuan. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan

perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita (Sumadiria, 2005:91). Hal ini jika dilihat dari segi bisnis dapat menguntungkan, karena berita mengenai perempuan bisa saja dapat meningkatkan penjualan media mereka. Sehingga dalam sebuah media massa, baik elektronik maupun cetak bisa dipastikan memunculkan pemberitaan mengenai perempuan.

Masalah atau peristiwa yang melibatkan perempuan, tidak semuanya dapat dijadikan berita dalam suatu media massa. Setiap media akan memilah-milah peristiwa apakah yang pantas atau patut untuk diangkat menjadi sebuah berita, dengan memerhatikan kriteria umum nilai-nilai berita. Beberapa nilai berita itu adalah peristiwa yang menyangkut orang-orang penting, berdampak luas, seks, kebaruan, konflik, *human interest*, luar biasa, aktual, *proximity*, informasi, dan kejutan. Dan perempuan sering memiliki peran dalam pemberitaan yang sesuai dengan kriteria umum nilai berita tersebut. Bahkan dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Indonesia*, Haris Sumadiria (2005) mengatakan bahwa tak ada berita tanpa perempuan, sama halnya tak ada perempuan tanpa berita. Di berbagai belahan dunia, perempuan dengan segala aktivitasnya selalu layak muat, layak siar, dan layak tayang (Sumadiria, 2005:91).

Sumaidira (2005) pun mengatakan bahwa terdapat beberapa pakar jurnalistik yang berteori bahwa media tanpa seks dalam segala dimensi dan manifestasinya, sama saja dengan bulan tanpa bintang, pohon tanpa daun, kolam tanpa ikan, atau sungai tanpa air. Teori ini bahkan menimbulkan dampak yang luar biasa dengan menjamurnya penerbitan pers yang secara

khusus mengangkat berbagai isu tentang, seks, gender, kehidupan kaum perempuan dengan segala naluri, kebutuhan, keinginan, dan ambisinya terhadap lawan jenis, hal-hal psikologis, bisnis atau bahkan politis (Sumadiria, 2005:91). Dari teori tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa memang benar perempuan bagi media memiliki peran yang sangat penting, baik untuk meningkatkan minat pembaca maupun meningkatkan jumlah penjualan. Sehingga media sering mengangkat topik yang memiliki kaitan dengan perempuan sebagai berita.

Salah satu sisi perempuan yang sering menjadi pemberitaan adalah seks atau seksualitas perempuan. Baik keerotisan perempuan, seksinya tubuh perempuan, seks bebas –yang walaupun dilakukan dengan pria, tetapi tetap mengangkat perempuan sebagai bintang utama-, pelecehan seksual, sampai kekerasan seksual terhadap perempuan. Berbagai hal tersebut sering memunculkan perempuan sebagai karakter yang tertindas, lemah, penggoda, merupakan korban, dan gampang.

Selain masalah seks atau seksualitas yang sering menjadikan perempuan sebagai aktris utamanya. Ada sisi menarik lainnya dari perempuan yang juga sering menjadi topik utama dalam media, yaitu hedonisme. Dalam berbagai macam media baik elektronik maupun cetak, gaya hidup *hedone* yang selalu mengutamakan kenikmatan dan kesenangan ini juga sering diangkat dalam media massa. Misalnya mengenai *fashion*, kecantikan, dan *prestise* seorang perempuan dilihat dari koleksi barang-barang mewahnya. Dari tas bermerek yang harganya bisa mencapai ratusan juta, perhiasan,

mobil, dan pakaian. Hal ini dapat dengan mudah kita temukan dalam majalah fashion, majalah kecantikan, majalah otomotif, dan berbagai media cetak maupun elektronik lainnya. Bahkan ada beberapa media yang mengangkat topik ini dalam sebuah tayangan khusus selama sejam penuh atau beberapa halaman penuh di majalah atau koran.

Sering kita dengar pepatah “Berhati-hatilah dengan tiga godaan terbesar didunia: harta, tahta, dan wanita”. Pepatah tersebut benar adanya jika kita melihat realitas yang terjadi disekeliling kita. Perempuan dan uang seringkali menjadi sumber bencana bagi kedudukan maupun jabatan seseorang. Belakangan ini sering kita jumpai atau kita dengar pemberitaan mengenai korupsi yang dilakukan oleh anggota dewan, politisi, maupun pejabat yang pada akhirnya menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi pemerintah dan masyarakat. Sebagian besar dari kasus-kasus korupsi ini selalu menyeret satu atau lebih sosok perempuan didalam perkembangannya. Baik sebagai pelaku korupsi, sebagai pihak yang menyuap, maupun sebagai perantara atau “alat” pencucian uang.

Salah satu kasus korupsi yang sedang marak diperbincangkan adalah kasus suap kuota impor daging sapi yang dilakukan oleh PT Indoguna kepada Luthfi Hasan Ishaq yang merupakan Presiden Partai Keadilan Sejahtera yang sekaligus menjabat sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat di Komisi I. Dari kasus tersebut muncul nama Ahmad Fathanah yang merupakan orang dekat Luthfi Hasan Ishaq yang juga ikut ditangkap oleh KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) karena disinyalir menikmati uang

suap dari PT Indoguna. Tidak berhenti sampai disini, kasus yang melibatkan petinggi PKS ini dalam perkembangan penyelidikan kasusnya menyeret beberapa nama perempuan yang disinyalir menerima uang suap tersebut dalam berbagai bentuk. Sehingga KPK memanggil sederet nama perempuan untuk dimintai keterangannya sebagai saksi. Nama-nama perempuan tersebut antara lain adalah Maharani Suciono, Vitalia Shesya, Ayu Azhari, Tri Kurnia Puspita, Sefti Sanustika, dan Darin Mumtazah. Para perempuan tersebut sebagian dijadikan sebagai alat transaksional untuk pelayanan dalam memuluskan rencana proyek impor daging sapi tersebut. Karena bagi *casanova* seperti Ahmad Fathanah dan Luthfi Hasan Ishaq, memiliki banyak perempuan dalam kehidupannya memberikan nilai tambah bagi dirinya dimata kliennya.

Sebelum kasus ini, adapun kasus lain yang menjerat Inspektur Jenderal Polisi Djoko Susilo yang menjadi terdakwa kasus korupsi proyek pengadaan alat simulator SIM. Dalam kasus itu, sederet nama perempuanpun terseret didalamnya, yaitu Suratmi yang merupakan istri sah pertama Djoko Susilo, Mahdiana yang merupakan istri sah kedua Djoko Susilo dan Dipta Anindita yang merupakan mantan Putri Solo sekaligus menjadi istri sah ketiga Djoko Susilo. Ketiga perempuan itu kini terseret di pusaran kasus dugaan tindak pidana pencucian uang (<http://news.liputan6.com/read/568479/wanita-wanita-di-pusaran-kasus-irjen-djoko-susilo>). Ini merupakan salah satu bukti bahwa perempuan seringkali menjadi tameng dalam kasus-kasus korupsi para pejabat.

Peranan pers atau media sangat besar dalam membentuk opini publik melalui hasil karya jurnalistiknya. Pemilihan kata-kata, foto, atau ilustrasi gambar dan dari mana seorang wartawan melihat sebuah peristiwa dapat menggiring opini publik untuk sepemahaman dengan penulis berita. Tak jarang pula kita dapati pers dijadikan alat kepentingan untuk mewujudkan tujuan-tujuan tertentu oleh pemilik media. Sehingga media dapat secara tidak langsung mengatur apa yang akan ditampilkan dalam media mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tebba yaitu bahwa berita yang dilaporkan oleh media ada yang bersifat ideologis, politis, dan bisnis (Badara, 2012:11).

Dalam kasus korupsi yang melibatkan perempuan-perempuan, tidak sedikit media yang kemudian memiliki minat khusus terhadap informasi perempuan-perempuan itu. Karena seperti yang telah dibahas sebelumnya, perempuan memiliki daya tarik bagi pembaca atau pemirsa. Disinilah media menjalankan perannya dalam menentukan sudut pandang yang dipakai dan bagaimana sosok perempuan diberitakan dalam karya jurnalistik mereka atau dengan kata lain media melakukan konstruksi realitas. Menurut Sujiman dalam Badara, ada tiga tindakan yang biasa dilakukan oleh pekerja media tatkala melakukan konstruksi realitas, termasuk perempuan, yang berujung pada pembentukan citra. *Pertama*, pemilihan simbol (fungsi bahasa); *kedua*, pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi *framing*); dan *ketiga*, kesediaan memberi tempat (*agenda setting*) (Badara, 2012:10).

Pada penelitian ini, penulis memilih sebuah situs berita *online* yang sangat populer di Indonesia yaitu DetikCom. Karena lebih mudah diakses

oleh penulis dan masyarakat. Pemilihan situs berita *online* berdasarkan pada fenomena *smartphone* dan *tablet-pc* yang sudah menjamur dimasyarakat. Sehingga masyarakat lebih suka mengakses berita melalui internet. Dan DetikCom menjadi salah satu situs berita aktual yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat. Dalam satu hari, jumlah pengunjung situs DetikCom bisa mencapai lebih dari 3 juta pengunjung (nusantaranews.wordpress.com).

Berdasarkan fenomena mengenai seksualitas dan hedonisme perempuan, penulis melihat realisasinya dalam sebuah kasus korupsi yang dilakukan oleh Ahmad Fathanah dan Lutfi Hasan Ishaq. Sehingga penulis merasa tertarik untuk mengangkat fenomena tersebut kedalam sebuah penelitian. Penelitian ini akan menganalisis seksualitas dan hedonisme perempuan dalam berita tentang keterlibatan perempuan dalam kasus korupsi guna untuk mengetahui unsur-unsur seksualitas dan hedonisme yang bagaimanakah yang ditampilkan DetikCom terhadap pemberitaan keterlibatan perempuan dalam kasus korupsi para pejabat negara.

Penelitian ini dilakukan dengan mengamati pemberitaan mengenai perempuan yang berkaitan dengan kasus suap impor daging sapi oleh Ahmad Fathanah dan Luthi Hasan Ishaq di situs berita DetikCom selama bulan Mei 2013. Dari pemberitaan yang menyangkut perempuan dalam kasus ini, penulis akan mengamati unsur-unsur seksualitas dan hedonisme perempuan apa saja yang ada dalam berita tersebut. Penulis akan meneliti dengan menganalisa isi berita dalam DetikCom yang mengulas perempuan dalam

kasus suap kuota impor daging sapi oleh Ahmad Fathanah dan Lutfhi Hasan Ishaq mulai dari kata-kata, tulisan dan *headline* artikel di DetikCom yang memiliki unsur-unsur seksualitas dan hedonisme. Pemilihan periode tersebut dikarenakan pada bulan tersebut pemberitaan yang muncul dapat mencakup 6 tokoh perempuan yang menjadi objek penelitian penulis.

B. Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil yang mendalam dan memiliki fokus yang jelas, maka penulis memberi batasan dalam penelitian ini, yaitu pada kemunculan tulisan (kata maupun kalimat) yang menunjukkan adanya hedonisme dan seksualitas perempuan. Sehingga pemberitaan yang diambilpun hanya berita yang menyangkut perempuan-perempuan yang memiliki kaitan dengan kasus suap impor daging sapi oleh Luthfi Hasan Ishaq dan Ahmad Fathanah di situs berita DetikCom bulan Mei 2013.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kecenderungan hedonisme perempuan dalam pemberitaan kasus suap kuota impor daging sapi oleh Ahmad Fathanah dan Luthfi Hasan Ishaq Bulan Mei 2013 di situs berita DetikCom?

2. Bagaimanakah kecenderungan seksualitas perempuan dalam pemberitaan kasus suap kuota impor daging sapi oleh Ahmad Fathanah dan Luthfi Hasan Ishaq Bulan Mei 2013 di situs berita DetikCom?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah kecenderungan hedonisme perempuan dalam pemberitaan kasus suap kuota impor daging sapi oleh Ahmad Fathanah dan Luthfi Hasan Ishaq Bulan Mei 2013 di situs berita DetikCom.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah kecenderungan seksualitas perempuan dalam pemberitaan kasus suap kuota impor daging sapi oleh Ahmad Fathanah dan Luthfi Hasan Ishaq Bulan Mei 2013 di situs berita DetikCom.

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis tentunya berharap bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat bagi peneliti dan orang lain, serta dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Adapun manfaat dari penelitian ini yang terbagi dalam beberapa aspek:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan menambah pengetahuan serta keterampilan peneliti dalam Ilmu Komunikasi khususnya analisis isi media (situs berita *online*). Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau rujukan dalam aspek pendidikan maupun akademis. Serta dapat menjadi sarana pengembangan pengetahuan dan wawasan tentang seksualitas dan hedonisme perempuan dalam media khususnya situs berita *online*.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yakni dapat memberikan wawasan baru bagi peneliti mengenai Ilmu Komunikasi terutama analisis isi media (situs/portal berita) dan menambah wawasan penulis mengenai seksualitas dan hedonisme perempuan.

b. Untuk Pengelola Media Massa

Memberikan pertimbangan dan landasan pemikiran bagi pekerja jurnalistik, pengelola media massa dalam penerbitan hasil karya jurnalistiknya. Dimana hasil karya jurnalistik dalam situs berita DetikCom hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan pemenuhan informasi yang diharapkan bagi para pembacanya.

c. Untuk Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menilai berita mengenai seksualitas dan hedonisme perempuan

sehingga mereka memiliki sikap yang baik dalam menilai perempuan.

d. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi, serta acuan dalam menganalisis isi seksualitas dan hedonisme perempuan dalam pemberitaan dimedia massa oleh mahasiswa pada khususnya, serta para pengkaji ilmu komunikasi pada umumnya.

F. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, adapun beberapa teori yang berkaitan dengan penelitian penulis, yang sekaligus akan dijadikan landasan pemikiran penulis dalam penelitian ini. Teori-teori tersebut adalah sebagai berikut.

1. Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan. Karena melalui komunikasi, kita bisa menyampaikan pesan kepada orang lain. Begitu pula dalam penelitian ini, komunikasi merupakan suatu hal yang penting dilakukan oleh seorang jurnalis dalam menyampaikan fakta dari suatu kejadian/peristiwa yang merupakan kebutuhan informasi masyarakat.

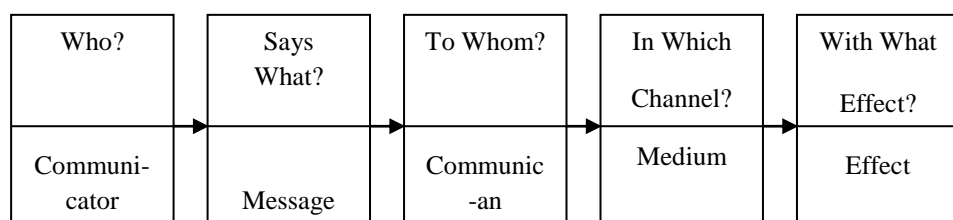
Para ahli komunikasi memiliki penjelasan yang berbeda-beda mengenai definisi komunikasi itu sendiri. Namun tetap mengacu pada adanya komunikator sebagai pemberi pesan, pesan itu sendiri, dan komunikan atau penerima pesan. Menurut McQuail & Windahl

komunikasi berkaitan erat dengan unsur-unsur seperti; pengirim pesan, media saluran, pesan-pesan, penerima dan terjadi hubungan antara pengirim dan penerima yang menimbulkan efek tertentu, atau kaitannya dengan kegiatan komunikasi dan suatu hal dalam rangkaian penyampaian pesan-pesan. Dan terkadang, komunikasi dapat terjadi pada seseorang atau semuanya, mulai dari yang melakukan aksi kepada, atau terjadi interaksi dan reaksi dari satu pihak kepada pihak lainnya (McQuail & Windahl dalam Ruslan 2008:90-91).

Sedangkan menurut Harold Lasswell cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *“Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?”* atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2009:69).

Dari pengertian komunikasi menurut Lasswell diatas oleh McQuail & Windahl dalam Ruslan (2008:99) dikenal dengan nama *“Lasswell Formula”* atau formulasi Lasswell. Formulasi tersebut kemudian ditransormasikan kedalam bentuk diagram dibawah ini:

Diagram 1.1 Formulasi Lasswell dalam Unsur-Unsur Proses Komunikasi



Sumber : Ruslan (2008:99)

2. Definisi Komunikasi Massa

Secara sederhana komunikasi massa bisa didefinisikan sebagai komunikasi melalui media massa, baik media cetak maupun elektronik. Jay Black dan Frederik C. Whitney dalam Nurudin (2009:12) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/banyak itu disebarkan kepada massa penerima pesan/komunikasikan yang luas, anonim dan heterogen.

Sedangkan dalam bukunya Ilmu Komunikasi, Deddy Mulyana (2009) mendefinisikan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas.

Adapun ciri tersendiri yang dimiliki komunikasi massa menurut Hafied Cangara (2006:36) yaitu: sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun segi kebutuhan. Sumber dan penerimanya dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (cetak maupun

elektronik) dimana pesan yang diproduksi banyak dan disebarakan kepada orang banyak dimanapun berada, anonim dan heterogen. Pesan yang dikirimkan kepada penerima cepat dan serempak, timbal baliknya pun bisa dilakukan secara cepat, mengingat perkembangan teknologi yang sangat maju sekarang ini.

Seiring perkembangan teknologi informasi, media massa bukan hanya merujuk pada media cetak (surat kabar, majalah, tabloid atau buku) dan media elektronik (radio dan televisi) saja. Dalam dunia *cyber* saat ini internet juga bisa dikatakan sebagai salah satu media massa. Karena melalui internet tayangan televisi dan radio juga bisa dilihat secara langsung dengan *live streaming*. Surat kabar, majalah dan buku pun bisa diakses melalui internet dengan banyaknya portal *web* yang menyediakan surat kabar/harian digital (*e-paper*), majalah elektronik (*e-magazine*) dan juga buku elektronik (*e-book*) yang bisa diunduh secara gratis maupun berbayar dan dapat dibaca melalui *tablet pc* atau *smartphone*.

3. Situs Berita *Online* dan Jurnalisme *Online*

Meningkatnya pengguna internet saat ini, menimbulkan khalayak yang tidak hanya ada didunia nyata tetapi juga ada di dunia maya. Jumlahnya pun tidak kalah besar dengan khalayak didunia nyata. Penemuan WWW (*world wide web*) secara teknis merupakan titik paling fundamental akan kemunculan jurnalisme *online* (Santana, 2008:136). Dengan munculnya web dan adanya pangsa pasar potensial dalam

konsumen media nyatanya disadari oleh pemilik-pemilik media untuk membuat media berbasis *world wide web* dengan membuat situs-situs berita *online*. Sehingga dapat mencakup khalayak dunia maya.

Namun secara profesional, *moment* tersebut dimulai dari pecahnya berita mengenai Druge Report yang menyangkul skandal Lewinsky, ketika sebuah *e-mail* dikirimkan ke 50 ribu pelanggan pada tanggal 18 Januari 1998. Dalam setiap aspek penting kisah ini, menurut Lasica ketika menulis *Internet Journalism and the Clinton-Lewinsky Investigation*, medium internet digunakan untuk “membongkar berita-berita skandal, menyuarakan tuduhan-tuduhan baru dan merilis secara keseluruhan laporan final *Starr* atas investigasinya”. Hingga timbul pertanyaan apakah berita ini adil dan akurat perlu dikesampingkan untuk menjangkau (fakata) fenomena jurnalisme *online* telah hadir? Jurnalisme *online* telah memicu *tren* alternatif, mengklaim bahwa jurnalisme *online* telah mengubah segala aktifitas jurnalistik dan kegiatan lama profesi jurnalisme. Sejak itu, jurnalisme *online* telah maju secara dramatis (Santana, 2008:136).

Terdapat tiga kelompok situs berita dalam kaitannya dengan isi (Santana, 2008:136):

- a. Model situs berita secara general yang kebanyakan digunakan oleh media berita tradisional sekedar merupakan edisi *online* dari medium induknya. Isi orisinilnya diciptakan kembali oleh internet dengan cara mengintensifkan isi dengan kapabilitas-kapabilitas teknis dari

cyberspace. Sejumlah fitur interaktif dan fungsi-fungsi multimedia ditambahkan. Isinya *diupdate* lebih sering daripada medium induknya.

- b. Model situs yang kedua, bentukan situs Web-nya berisikan orisinalitas indeks, dengan cara mendesain ulang dan merubah isi dari berbagai media berita. Situs ini memendekkan portal-portal pemberitaan melalui indeksisasi dan kategorisasi, hasil seleksi berbagai media berita dan isi mereka. Berbagai model dan situs ini mefokuskan isu-isu spesifik, melayani kepentingan komunitas dan kelompok-kelompok tertentu, serta membuat saluran pertukaran pikiran dan diskusi interaktif dengan pembacanya.
- c. Model situs yang ketiga berisi diskusi dan komentar-komentar pendek tentang berita dan media. Mereka menjadi saluran untuk diskusi masyarakat mengenai permasalahan yang mencuat.

Jurnalisme *online* merupakan jenis baru jurnalisme dan karakteristik yang berbeda dari jurnalisme tradisional (Santana, 2008:137). Dalam jurnalisme *online*, memiliki fitur-fitur yang menarik seperti gambar atau video dari peristiwa yang diberitakan. Lebih *up-to-date* dibandingkan dengan media tradisional dan memungkinkan adanya *feedback* secara langsung dari pembacanya.

Rafaeli dan Newhagen dalam Santana mengidentifikasi lima perbedaan utama yang ada diantara jurnalisme *online* dan media massa tradisional:

- a. Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media;

- b. Kurangnya tirani penulis atas pembaca;
- c. Tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak;
- d. Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung;
- e. Interaktifitas web.

Weir dalam santana menambahkan, karakteristik yang paling luar biasa dari media baru adalah kecepatannya secara keseluruhan, yang menarik sekaligus menakutkan.

4. Hedonisme

Hedonisme merupakan hal yang sangat dekat dengan gaya hidup manusia. Secara etimologis, hedonisme berasal dari bahasa Yunani yaitu *hedone* yang berarti kenikmatan dan *hedys* yang berarti enak atau menyenangkan. Dari kata inilah muncul istilah hedonisme. Hedonisme bertolak dari anggapan bahwa manusia hendaknya hidup sedemikian rupa sehingga ia dapat semakin bahagia (Magnis & Suseno, 1993:113).

Prinsip dari aliran ini menganggap, bahwa sesuatu itu dianggap baik, sesuai dengan kesenangan yang didatangkannya. Jadi sesuatu yang hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan atau tidak menyenangkan, dengan sendirinya dinilai tidak baik oleh aliran ini. Orang-orang yang menganut aliran ini, dengan sendirinya menganggap atau menjadikan kesenangan itu sebagai tujuan hidupnya. Mereka biasanya hidup boros, memburu kesenangan tanpa menghitung halal-haramnya (Salam, 1997). Hidup boros, memburu kesenangan dapat diartikan penulis sebagai gaya hidup yang konsumeristis. Hidup boros dengan membeli

pakaian yang bermerek, perhiasan bermerek, mobil bermerek, dll hanya untuk memburu kesenangan duniawi saja dan mendapat *prestise* yang tinggi dimata orang lain tanpa memperhitungkan halal-haramnya dan prestise yang dihadapan Allah SWT.

Dalam kamus filsafat (1995) yang ditulis oleh tim penulis Rosda, ada beberapa definisi hedonisme yaitu: hedonisme menurut Aristippus adalah pandangan bahwa tujuan kehidupan adalah usaha mencapai segala kenikmatan fisik setinggi mungkin, sesering mungkin dengan cara apapun tanpa memperhatikan konsekuensi yang dialami. Sedangkan hedonisme menurut Epicurus adalah pandangan bahwa kebaikan tertinggi dalam kehidupan adalah tiadanya (a) rasa sakit dan (b) gangguan terhadap kenikmatan yang membawa rasa sakit atau ketidaknakan sebagai konsekuensinya. Tujuan hidup haruslah *Axtraxia*: (tidak adanya kekhawatiran) ketentraman badani, pikiran dan ruh.

Epicurus membedakan keinginan menjadi tiga macam yaitu: (a) keinginan alamiah yang perlu (seperti makanan), (b) keinginan alamiah yang tidak perlu (seperti makanan yang enak), dan (c) keinginan yang sia-sia (seperti kekayaan). Bagi Epicurus hanya keinginan yang pertama saja yang harus dipuaskan dan pemuasaannya secara terbatas menghasilkan kesenangan yang paling besar. Hal ini dikarenakan Epicurus menganjurkan pola hidup yang sederhana (Bertens, 2000:238).

Namun pada kenyataannya pola hidup sederhana sudah banyak ditinggalkan oleh manusia. Saat ini manusia lebih mementingkan *prestise*

daripada hanya sekedar pemenuhan kebutuhan. Pola hidup hedonisme yang diterapkan dalam kehidupan, menjadikan manusia menjadi konsumtif. Cenderung memilih makanan yang enak dan mahal hanya untuk memenuhi kebutuhan makannya. Padahal makanan sederhana dan murahpun sebenarnya bisa memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan akan alat transportasi juga tidak hanya dilihat dari kegunaannya, manusia hedonis akan memilih alat transportasi yang bermerek dan mahal untuk menunjukkan *prestise*-nya. Begitupun dengan perhiasan, bukan hanya tas biasa, gelang biasa, jam tangan biasa, tapi segala sesuatunya harus memiliki merek tertentu dan terkenal. Harganya pun bisa mencapai puluhan bahkan ratusan juta untuk membeli satu item tas/perhiasan. Disini dapat dilihat bahwa pola hidup konsumtif sangat lekat dengan pola hidup hedonisme.

Dalam tesis yang ditulis oleh Daniel Michael Weijers (2012:16-17), ketika istilah 'hedonisme' digunakan dalam sastra modern, non-filsuf cenderung menganggap hedonis sebagai seseorang yang berusaha menyenangkan diri mereka sendiri tanpa memperhatikan kesejahteraan masa depan mereka sendiri, atau untuk kesejahteraan orang lain. Menurut non-filsuf, hedonis yang stereotip adalah seseorang yang tidak pernah melewatkan kesempatan untuk memanjakan diri dari kenikmatan seks, narkoba, dan *rock 'n' roll*, bahkan jika kesenangan atau kegembiraan tersebut cenderung menyebabkan masalah hubungan, masalah kesehatan, penyesalan, kesedihan atau untuk diri sendiri atau untuk orang lain.

Kesenangan dianggap berharga karena, bahkan jika hal tersebut tidak menimbulkan manfaat lainnya, tapi baik untuk pengalaman. Uang adalah contoh yang baik dari instrumen kesenangan, nilai bagi kita berasal dari apa yang bisa kita lakukan dengan itu (apa yang kita dapat beli dengan itu). Fakta bahwa jumlah uang yang berlebihan tidak memiliki nilai jika tidak ada yang menjual sesuatu mengungkapkan bahwa uang tidak memiliki nilai intrinsik. Nilai Hedonisme mengurangi segala nilai kesenangan. Misalnya, nilai hedonisme akan menjelaskan nilai instrumental uang dengan menjelaskan bagaimana hal-hal yang bisa kita beli dengan uang, seperti makanan, tempat tinggal, dan barang-barang yang menandakan status, membawa kita kepada kesenangan atau membantu kita untuk menghindari rasa sakit (Weijers, 2012:17).

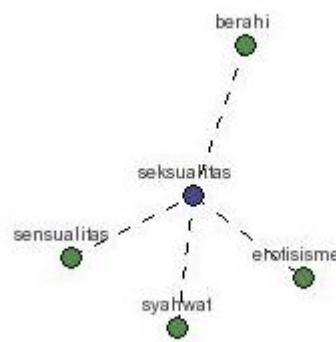
Dalam jurnal yang berjudul “*The Nature of British Media Reporting of Hedonistic Tourism*” oleh Brunt dan Davis, Swarbrooke dan Horner (1999) menjelaskan pariwisata hedonistik sebagai motivasi dari keinginan untuk kesenangan sensual dan diringkas oleh empat S (*Sea, Sand, Sun and Sex*). Dari penjelasan tersebut, dalam bidang apapun, hedonisme sangat erat kaitannya dengan kesenangan, *having-fun*, dan *sex*. Hal ini jelas berkaitan dengan definisi-definisi mengenai hedonisme yang telah dijelaskan sebelumnya.

5. Seksualitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia seksualitas memiliki arti (1) ciri, sifat, atau peranan seks; (2) dorongan seks; (3) kehidupan seks (

<http://kamusbahasaIndonesia.org/seksualitas#ixzz2WULyR3Pj> diakses pada tanggal 17 Juni 2013, pukul 22:45 WIB). Adapun visualisasi dari seksualitas seperti dibawah ini yang menggambarkan bahwa seksualitas mencakup beberapa hal yaitu birahi, sensualitas, syahwat dan erotisme.

Gambar 1.1
Visualisasi Seksualitas



Sumber : <http://www.artikata.com/arti-349563-seksualitas.html> yang diakses tgl 17 Juni 2013 pada pukul 22.47 WIB

Seksualitas juga didefinisikan sebagai ekspresi fisiologis dan psikologis dari perilaku seksual. Periode usia bayi, remaja, dewasa dan post-klimakterik memiliki manifestasi karakteristik seksualitas berbeda. Seksualitas adalah istilah komposit yang mengacu pada totalitas kedirian. Seksualitas menunjukkan karakter manusia kita, bukan hanya tindakan seksual kita dan memiliki implikasi tentang arti total sebagai pria atau wanita. Seksualitas berkaitan dengan variabel biologis, psikologis, sosiologis dan spiritual dari kehidupan yang mempengaruhi perkembangan kepribadian dan hubungan interpersonal. Hal ini termasuk persepsi diri, harga diri, sejarah pribadi, kepribadian, konsep cinta dan

keintiman, citra tubuh, dll (<http://kamuskeehatan.com/arti/seksualitas/> diakses tgl 17 Juni 2013 pukul 22.48 WIB).

Menurut Muhammad, dkk dalam Fiqh Seksualitas (2011:34), seksualitas memiliki banyak dimensi, seperti dimensi relasi, rekreasi, prokreasi, emosional, fisik, sensual dan spiritual. Hal-hal tersebut saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa seksualitas menjelaskan sebuah bentuk komunikasi yang sangat intim, baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain, terlepas dari apapun jenis kelamin atau gendernya. Seksualitas merupakan bentuk interaksi yang menyenangkan, erotis, romantis, penuh gairah dan kreatif.

Dari beberapa penjelasan diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa seksualitas bukan hanya merupakan hubungan seks saja, melainkan segala sesuatu yang menyangkut tindakan seks, dorongan seks, perilaku seks, nafsu/birahi/gairah, sensualitas/erotisme, romantisme yang diberkaitan dengan variabel biologis (fisik), psikologis , sosiologis (relasi) dan spiritual.

Dalam beberapa hal, seksualitas juga memiliki hubungan dengan rasa cinta. Zick Rubin (1970) mengungkapkan bahwa cinta romantis terdiri atas tiga unsur, yaitu: keterikatan (*attachment*), kepedulian (*caring*) dan keintiman (*intimacy*). Keterikatan adalah kebutuhan untuk menerima perhatian dan kontak fisik dengan orang lain. Kepedulian adalah kemampuan yang dimiliki untuk menghargai dan memberikan kebahagiaan untuk orang lain. Dan keintiman adalah kebutuhan untuk

berbagi pemikiran, keinginan dan perasaan dengan orang lain. Dari ketiga unsur tersebut maka bisa dinyatakan bahwa cinta juga memiliki keterkaitan dengan seksualitas (<http://www.duniapsikologi.com/teori-cinta-4-teori-yang-menjelaskan-tentang-cinta/>).

Seksualitas juga mengundang adanya tindakan/perilaku seksual terhadap seseorang (Muhammad, dkk, 2011:20). Perilaku seksual adalah cara seseorang mengekspresikan hubungan seksualnya. Hal ini bisa ditunjukkan misalnya dengan mencium, menyentuh, memeluk atau melakukan hubungan seks.

Bicara mengenai seksualitas maka akan terlintas mengenai sensualitas atau erotisme. Dalam jurnal *Konstruksi Erotisme Dalam Karya Eksperimental Media Audio Visual* yang ditulis oleh Zuhdan Aziz, Hoed (2010) mengatakan bahwa Erotisme adalah penggambaran perilaku, keadaan, atau suasana yang didasari oleh libido sehingga dapat menimbulkan nafsu birahi. Lebih lanjut Aziz menjelaskan bahwa makna erotisme lebih mengarah pada “penggambaran perilaku, keadaan atau suasana yang didasari oleh libido dalam arti keinginan seksual” (2010:118).

Seksualitas selalu erat kaitannya dengan politik tubuh, terutama tubuh perempuan. Tubuh perempuan yang dijadikan objek seksualitas haruslah memiliki citra tubuh yang mumpuni. Menurut Rudd dan Lennon (2000) citra tubuh merupakan gambaran mental yang kita miliki tentang tubuh kita. Selanjutnya Rudd dan Lennon menjelaskan gambaran mental

ini meliputi dua komponen, yaitu komponen perseptual (ukuran, bentuk, berat, karakteristik, gerakan dan performasi tubuh) dan komponen sikap (apa yang kita rasakan tentang tubuh kita dan bagaimana perasaan ini mengarahkan pada tingkah laku).

6. Teori *Agenda Setting*

Teori *agenda setting* adalah salah satu teori komunikasi massa yang bisa dikatakan sangat dekat dengan kegiatan manusia. Hal ini bertolak dari fakta yang menunjukkan bahwa setiap harinya manusia mengkonsumsi media, baik cetak maupun elektronik. Maxwell E. McCombs dan Donald Shaw dalam Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis (2010) mengatakan penafsiran mereka mengenai *agenda setting*, yaitu dalam memilih dan menampilkan berita, editor, staff, dan penyiar memainkan peran penting dalam membentuk realitas politik. Pembaca belajar tidak hanya mengenai isu tertentu, tetapi seberapa penting untuk terikat pada isu tersebut berdasarkan jumlah informasi yang ada di berita ... media massa barangkali menentukan isu mana yang penting-media mengatur agenda dari media (Mc Combs dan Shaw dalam Baran dan Davis, 2010:347).

Nurudin menjelaskan teori *agenda setting* mengasumsikan bahwa media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting.

Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung (Nuruddin, 2009:196).

Daring dan Rogers dalam Denis McQuail (2011) menawarkan beberapa generalisasi mengenai agenda setting, yaitu:

- a. Media yang berbeda cenderung setuju atas kepentingan relatif dan seperangkat isu.
- b. Agenda media tidak begitu sesuai dengan indikator ‘dunia nyata’. Karena yang penting bukanlah signifikansi absolut dari suatu isu, tetapi kekuatan yang relatif dari kekuasaan dan masyarakat yang mencoba mendefinisikan dan mempromosikan suatu isu.
- c. Posisi isu dalam agenda media secara penting menentukan bahwa isu itu penting dalam agenda publik. (McQuail, 2011:277-278).

G. Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh penulis dalam proses penelitian ini. hal tersebut dapat dilihat dalam daftar tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Tinjauan Pustaka

	Skripsi 1	Jurnal 1	Jurnal 2	Skripsi Penulis
Tema	Humanisme dalam berita feature	Sifat media Inggris dalam memberitakan pariwisata hedonistik.	Persamaan Peluang obyektifikasi? Seksualisasi Pria dan	Hedonisme dan seksualitas perempuan dalam harian digital terkait kasus Luthfi

			Wanita di Sampul Rolling Stone.	Hasan Ishaq & Ahmad Fathanah.
Penulis	Apriyani Widyaningsih	Paul Brunt dan Claire Davis	Errin Hatton dan Mari Nell Trautner	Rani Setyawati
Tujuan	Mengetahui kecenderungan nilai humanise dalam berita feature di Rubrik Kisah Tabloid Nyata dan mengetahui bagaimana cara wartawan menuliskan berita feature di Rubrik Kisah Tabloid Nyata terkait dengan penerapan nilai Humanisme	Menguji sifat dan tingkat pelaporan media Inggris mengenai pariwisata hedonistik.	Mengetahui apakah laki- laki atau perempuan yang sering atau intens menjadi objek seksualisasi di sampul majalah Roring Stone.	Mengetahui bagaimanakah kecenderungan nilai-nilai hedonisme dan seksualitas perempuan dalam pemberitaan kasus suap impor daging sapi AF & LHI di situs berita <i>online</i> DetikCom dan mengetahui bagaimanakah kecenderungan nilai-nilai hedonisme

				perempuan dalam pemberitaan kasus suap impor daging sapi Luthfi Hasan Ishaq & Ahmad Fathanah di situs berita <i>online</i> DetikCom pada bulan Mei 2013.
Unit Analisis	Frekuensi, yaitu jarang kerapnya nilai humanisme yang muncul dalam pemberitaan Rubrik Kisah Tabloid Nyata.	Gaya bahasa pemberitaan di 5 (lima) sumber media.	Frekuensi dan intensitas seksualisasi.	Frekuensi kata/kalimat yang menunjukkan hedonisme dan seksualitas.
Hasil	Nilai humanisme yang ditemukan dalam pemberitaan Rubrik Kisah Tabloid Nyata adalah nilai kepekaan sebesar	Ada sedikit perbedaan dalam bahasa yang digunakan antara surat kabar dan	a. Seksualisasi perempuan dan laki-laki meningkat. b. Frekuensi seksualisasi perempuan	-

86,17%, nilai solidaritas sebesar 7,28% dan nilai historis sebesar 6,55%. Secara umum dapat terlihat bahwa penerapan nilai humanisme yang paling dominan adalah nilai kepekaan.	tabloid, dan antara surat kabar dan sumber media <i>online</i> dan website pariwisata.	lebih tinggi dari pada laki-laki. c. Perempuan lebih mungkin untuk di- <i>hypersexuali zed.</i>	
---	--	---	--

Dari penelitian diatas, dapat dilihat bahwa penelitian penulis yang berjudul Perempuan Dalam Media (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Mengenai Hedonisme dan Seksualitas Perempuan Dalam Kasus Korupsi Kuota Impor Daging Sapi Oleh Ahmad Fathanah Dan Luthfi Hasan Ishaq Di Situs Berita *Online* DetikCom Bulan Mei 2013) ini memiliki permasalahan yang belum terjawab atau belum terpecahkan dan merupakan penelitian yang belum pernah diteliti oleh orang lain.

H. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat teks (baik kata maupun kalimat) yang menunjukkan adanya hedonisme dan seksualitas dalam

pemberitaan perempuan yang memiliki kaitan dengan kasus suap impor daging sapi oleh Lutfhi Hasan Ishaq dan Ahmad Fathanah di situs berita *online* DetikCom pada bulan Mei 2013.

I. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

a. Hedonisme

Hedonisme adalah pandangan bahwa tujuan kehidupan adalah usaha mencapai segala kenikmatan fisik setinggi mungkin, sesering mungkin dengan cara apapun tanpa memperhatikan konsekuensi yang dialami (Aristippus) atau pandangan bahwa kebaikan tertinggi dalam kehidupan adalah tiadanya (a) rasa sakit dan (b) gangguan terhadap kenikmatan yang membawa rasa sakit atau ketidaknyamanan sebagai konsekuensinya (Epicurus), selain itu hedonisme pada sekarang ini sering dikaitkan dengan pola hidup konsumerisme.

Epicurus membedakan keinginan menjadi tiga macam yaitu: (a) keinginan alamiah yang perlu (seperti makanan), (b) keinginan alamiah yang tidak perlu (seperti makanan yang enak), dan (c) keinginan yang sia-sia (seperti kekayaan). Bagi Epicurus hanya keinginan yang pertama saja yang harus dipuaskan dan pemuasaannya secara terbatas menghasilkan kesenangan yang paling besar. Hal ini dikarenakan Epicurus menganjurkan pola hidup yang sederhana (Bertens, 2000:238).

Kesenangan dianggap berharga karena, bahkan jika hal tersebut tidak menimbulkan manfaat lainnya, tapi baik untuk pengalaman. Uang adalah contoh yang baik dari instrumen kesenangan, nilai bagi kita berasal dari apa yang bisa kita lakukan dengan itu (apa yang kita dapat beli dengan itu). Fakta bahwa jumlah uang yang berlebihan tidak memiliki nilai jika tidak ada yang menjual sesuatu mengungkapkan bahwa uang tidak memiliki nilai intrinsik. Nilai Hedonisme mengurangi segala nilai kesenangan. Nilai hedonisme akan menjelaskan nilai instrumental uang dengan menjelaskan bagaimana hal-hal yang bisa kita beli dengan uang, seperti makanan, tempat tinggal, dan barang-barang yang menandakan status, membawa kita kepada kesenangan atau membantu kita untuk menghindari rasa sakit (Weijers, 2012:17).

b. Seksualitas

Seksualitas merupakan segala sesuatu yang menyangkut tindakan seks, dorongan seks, perilaku seks, nafsu/birahi/gairah, sensualitas/erotisme, romantisme yang dikaitkan dengan variabel biologis (fisik), psikologis, sosiologis (relasi) dan spiritual. Hal ini termasuk persepsi diri, harga diri, sejarah pribadi, kepribadian, konsep cinta dan keintiman, citra tubuh, dll.

Rasa cinta dalam seksualitas dapat dilihat dari penjelasan Zick Rubin mengenai cinta, bahwa cinta romantis terdiri atas tiga unsur, yaitu: keterikatan (*attachment*), kepedulian (*caring*) dan keintiman

(*intimacy*). Keterikatan adalah kebutuhan untuk menerima perhatian dan kontak fisik dengan orang lain. Kepedulian adalah kemampuan yang dimiliki untuk menghargai dan memberikan kebahagiaan untuk orang lain. Dan keintiman adalah kebutuhan untuk berbagi pemikiran, keinginan dan perasaan dengan orang lain.

Seksualitas juga mengundang adanya tindakan/perilaku seksual terhadap seseorang (Muhammad, dkk, 2011:20). Perilaku seksual adalah cara seseorang mengekspresikan hubungan seksualnya. Hal ini bisa tunjukkan misalnya dengan mencium, menyentuh, memeluk atau melakukan hubungan seks.

Dalam jurnal Kosntruksi Erotisme Dalam Karya Eksperimental Media Audio Visual yang ditulis oleh Zuhdan Aziz, Hoed mengatakan bahwa Erotisme adalah penggambaran perilaku, keadaan, atau suasana yang didasari oleh libido sehingga dapat menimbulkan nafsu birahi. Lebih lanjut Aziz menjelaskan bahwa makna erotisme lebih mengarah pada “penggambaran perilaku, keadaan atau suasana yang didasari oleh libido dalam arti keinginan seksual”.

Tubuh perempuan yang dijadikan objek seksualitas haruslah memiliki citra tubuh yang mumpuni. Menurut Rudd dan Lennon citra tubuh merupakan gambaran mental yang kita miliki tentang tubuh kita. Gambaran mental ini meliputi dua komponen, yaitu komponen perseptual (ukuran, bentuk, berat, karakteristik, gerakan dan performansi tubuh) dan komponen sikap (apa yang kita rasakan tentang

tubuh kita dan bagaimana perasaan ini mengarahkan pada tingkah laku).

2. Definisi Operasional

a. Hedonisme

Nilai instrumental uang dengan menjelaskan bagaimana hal-hal yang bisa kita beli dengan uang, seperti makanan, tempat tinggal, dan barang-barang yang menandakan status, membawa kita kepada kesenangan.

- 1) Nilai uang : jumlah uang yang menunjukkan nilai uang yang tinggi, termasuk yang menunjukkan kepemilikan uang (kaya).
- 2) Tempat tinggal : baik yang merupakan tempat tinggal tetap (rumah mewah) atau yang bersifat sementara (hotel mewah).
- 3) Kendaraan : mobil mewah (dengan atau tanpa menyebutkan merek mobil), taksi (yang merupakan angkutan umum kelas menengah keatas)
- 4) Perhiasan : gelang, jam tangan, cincin (dengan penyebutan merek, atau bahan dasar dari perhiasan tersebut misalnya emas atau berlian)

b. Seksualitas

Seksualitas merupakan segala sesuatu yang menyangkut tindakan seks, dorongan seks, perilaku seks, nafsu/birahi/gairah, sensualitas/erotisme, romantisme yang berkaitan dengan variabel

biologis (fisik), psikologis , sosiologis (relasi) dan spiritual. Hal ini termasuk persepsi diri, harga diri, sejarah pribadi, kepribadian, konsep cinta dan keintiman, citra tubuh, dll

- 1) Konsep cinta dan keintiman : mesra, sayang, cinta.
- 2) Perilaku/tindakan seks : peluk, cium, hubungan intim.
- 3) Sensualitas/erotisme : sensual, seksi.
- 4) Citra tubuh : cantik, manis, hidung mancung, bibir merah, dan kata yang menunjukkan keindahan wajah atau tubuh seseorang.

J. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis berupa statistik (Sugiyono, 2012:7). Sedangkan untuk metodenya, penulis menggunakan metode analisis isi. Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks) (Eriyanto, 2011:10). Klaus Krippendorff mendefinisikan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan shahih data dengan memperhatikan konteksnya (Krippendorff, 1993:15)

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio,

film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi (Eriyanto, 2012:11). Dipilihnya metode analisis isi, karena metode ini memungkinkan penulis dalam memperoleh keterangan isi dari kalimat atau kata-kata yang terdapat pada artikel yang telah dikumpulkan penulis, sehingga penulis dapat mengetahui pesan atau nilai-nilai secara menyeluruh.

Menurut Bambang Setiawan, dalam penelitian analisis isi (*content analysis*) memiliki 6 tahapan yaitu:

- a. Merumuskan pertanyaan penelitian dan hipotesis.
- b. Melakukan sampling (secara eksplisit dan tepat) terhadap sumber-sumber data yang telah dipilih.
- c. Pembuatan kategori yang dipergunakan dalam analisis isi.
- d. Pembacaan suatu sampel dokumen yang telah dipilih, melakukan ‘coding’ dan meringkas isi-isi yang relevan. (*Coding* adalah proses dimana data mentah ditransformasikan secara sistematis dan dikelompokkan dalam unit-unit yang memungkinkan membuat deskripsi karakteristik isi yang relevan. Setelah coding adalah penyeleksian unit-unit isi misalnya artikel, kata-kata, simbol-simbol, tema, paragraf, kalimat, atau item-item khusus).
- e. Penskalaan item-item berdasarkan frekuensi, penampakan, intensitas, atau kriteria-kriteria lainnya (luas kolom, ukuran huruf, penekanan, fokus).

f. Penginterpretasian data dalam kaitannya dengan hipotesis dan teori yang digunakan.

2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah artikel yang memberitakan mengenai perempuan-perempuan yang terkait dalam kasus suap impor daging sapi oleh Luthfi Hasan Ishaq dan Ahmad Fathanah di situs berita *online* DetikCom pada bulan Mei 2013.

3. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa beberapa teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data yang akan diteliti, yaitu:

a. Dokumentasi

Merupakan informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi yang ada berupa tulisan ataupun gambar baik itu kebijakan perusahaan, foto, gambar hidup, dan lain sebagainya. Peneliti mendokumentasikan artikel yang memberitakan perempuan (objek peneliti) dari situs berita *online* DetikCom pada bulan Mei 2013.

b. *Internet Searching*

Peneliti juga menggunakan internet sebagai bahan acuan atau referensi dalam menemukan fakta atau teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

“Internet searching atau pencarian secara *online* adalah pencarian dengan menggunakan komputer yang dilakukan melalui internet dengan alat atau *software* pencarian tertentu

pada server-server yang tersambung dengan internet yang tersebar di berbagai penjuru dunia”. (Sarwono, 2006:229)

Peneliti mengutip artikel berita yang berkaitan dengan objek penelitian peneliti di <http://news.detik.com/>.

c. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti (Bungin, 2011:144). Dengan data yang telah dikumpulkan atau didokumentasikan oleh penulis, penulis melakukan pengamatan terhadap data-data tersebut.

4. Populasi, Sampel dan Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80). Pada penelitian ini, populasinya adalah semua artikel berita mengenai perempuan (Maharani Suciono, Vitalia Shesya, Ayu Azhari, Tri Kurnia Puspita, Sefti Sanustika, dan Darin Mumtazah) yang terkait kasus suap impor daging sapi Luthfi Hasan Ishaq dan Ahmad Fathanah di situs berita DetikCom pada bulan Mei 2013. Dari periode tersebut terdapat 608 artikel yang membahas perempuan yang terkait kasus suap impor daging sapi Luthfi Hasan Ishaq dan Ahmad Fathanah.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2012:81).

Untuk mendapatkan *sample* yang representatif, maka harus dilakukan perhitungan secara pasti seberapa besar jumlah sampel untuk populasi tersebut. Untuk itu peneliti menggunakan pertimbangan dari Arikunto (1989:107) yaitu apabila subyek penelitiannya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15%, atau 20-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti.

Berdasarkan pertimbangan diatas, peneliti mengambil *sample* sebesar 10% dari jumlah populasi. Berdasarkan hasil perhitungan dari jumlah populasi sebanyak 608 artikel berita, diperoleh sampel sebesar 60,8 atau dibulatkan menjadi 61 sampel penelitian. Untuk memilih jumlah sampel tersebut dari jumlah populasi yang ada, peneliti menggunakan teknik sampel random atau sampel acak. Teknik sampling ini dalam pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subyek-subyek di

dalam populasi sehingga subyek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel (Arikunto, 1989:107).

5. Unit Analisis

Krippendorff dalam Eriyanto (2011:59) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis dalam penelitian ini adalah frekuensi kalimat yang menunjukkan adanya nilai-nilai hedonisme dan seksualitas dalam artikel berita sesuai dengan kategori yang telah dibuat oleh penulis.

6. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang ada dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis isi atau *content analysis*. Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi (Eriyanto, 2012:11).

Untuk menjamin adanya validitas data yang dianalisis oleh penulis, maka penulis menggunakan uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini dilakukan oleh dua pengkoder, penulis sendiri dan pengkoder lain. Hal ini dilakukan untuk membandingkan hasil perhitungan data penelitian sehingga kebenaran atau kevaliditasan data terjaga. Dalam penelitian ini,

penulis menggunakan rumus untuk menghitung data yang diperoleh oleh pengkoder. Rumus untuk mengukur reliabilitas adalah sebagai berikut (Kriyantono, 2010:237) :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR : Coefficient Reliability (Koefisien Reliabilitas)

M : Jumlah pernyataan yang disetujui dua orang pengkode

N1 : Jumlah pernyataan yang diberi oleh pengkode 1

N2 : Jumlah pernyataan yang diberi oleh pengkode 2