

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tentunya informasi yang didapatkan bisa diakses dengan mudah dan cepat. Hal tersebut dapat dilihat pada semakin banyaknya berbagai media massa yang muncul untuk membanjiri khalayak dengan berbagai macam berita dan sajian lain setiap harinya. Tidak bisa dipungkiri media massa sebagai sarana penyalur pesan komunikasi berperan untuk mempengaruhi perubahan sosial yang terjadi di masyarakat karena perannya yang sangat potensial untuk mengangkat opini publik sekaligus sebagai wadah untuk berdialog antar lapisan masyarakat. Apalagi saat ini arus kemajuan informasi media massa mengalir begitu deras dan seolah tanpa batas, hingga kadangkala sangat menyulitkan kita untuk memilah-milah informasi mana yang sebaiknya diserap oleh pengguna media massa tersebut (McQuail, 1984:64).

Melihat semakin pesatnya perkembangan media massa khususnya internet tentunya hal ini akan menimbulkan berbagai dampak baik dampak positif maupun negatif. Bisa dilihat akhir-akhir ini ketika mulai banyak pihak yang mempertanyakan peranan media massa dalam penyebaran berbagai informasi yang menyangkut persoalan wanita dan seksualitas. Di media massa citra wanita terasa “meriah”, dan dinilai dapat menyita

sebagian besar produk jurnalistik. Pemberitaan mengenai wanita adalah salah satu pemberitaan yang paling sering muncul di media massa. Bahkan beberapa media memiliki ruang tersendiri untuk menampung berita mengenai wanita.

Di media massa permasalahan mengenai wanita dan seksualitas selalu saja menjadi topik yang sangat menarik untuk dikaji. Wanita dan seksualitas seakan tidak pernah bisa dipisahkan satu sama lain.

Michael Foucault menjelaskan bahwa “seks” adalah bentukan historis yang tidak terpisahkan dari seksualitas. Batasan ini juga mengandung arti bahwa seks bagi Foucault tidak bisa direduksi hanya pada tataran biologis dan fisik semata, melainkan ada “seksualitas”, yaitu sistem historis yang merupakan jaringan luas dari rangsangan badaniyah, intensifikasi kenikmatan (mendalamnya kenikmatan), dorongan terbentuknya wacana pembentukan pengetahuan, pengokohan, pengawasan, dan tantangan yang paling berkait sesuai sesuai dengan strategi besar pengetahuan dan kekuasaan. Artinya berbicara tentang seks berarti membicarakan pengertian “seksualitas” tersebut (Foucault, 1976).

Beberapa jenis berita mengenai wanita dan seksualitas yang muncul di media massa antara lain yaitu penampilan daya tarik seksual wanita yang disuguhkan dalam konteks wanita yang memiliki bentuk tubuh ideal yaitu langsing, wajah cantik, tidak memiliki kelebihan lemak pada bagian-bagian tubuh, perut datar, payudara kencang, pinggang

berlekuk dan pantat sintal. Penampilan tubuh wanita yang begitu mencolok di media massa tersebut seolah-olah mampu memberikan kesan bahwa yang terpenting dalam hidup ini adalah wajah yang cantik dan fisik ideal yang dapat memikat dan menarik perhatian lawan jenis.

Media massa seringkali menampilkan wanita yang hanya berfokus pada penampilan tubuh wanita yang ideal, wajah cantik, tubuh ramping, kaki yang jenjang, serta kulit putih bersih (Plous dan Neptune, 1997). Media massa lebih menekankan pada standar-standar kecantikan tertentu yang mana hal tersebut telah merasuki pikiran wanita dan tentunya sangat sulit untuk dihindari.

Wanita menghadapi masalah serius tentang isu-isu mengenai tubuh mereka yaitu mengenai standar kecantikan, berat badan dan penampilan tubuh. Wanita harus menjadi cantik karena kecantikan dan mempunyai tubuh yang ideal merupakan suatu prioritas utama. Oleh karena itu sumber-sumber media massa baik televisi, iklan, majalah maupun internet selalu dijadikan pedoman wanita untuk apa dan bagaimana menjadi menarik dan tentunya bisa diinginkan oleh para pria.

Dari berbagai informasi yang disampaikan media ada wanita yang rela merubah bentuk tubuh mereka melalui operasi, seperti yang dilaporkan oleh APS (*American Society of Plastic Surgeon*) dari tahun 2004 sampai 2013 terjadi peningkatan permintaan operasi pembesaran payudara sebanyak 65 persen, operasi pengangkatan lemak tubuh bagian

bawah sebanyak 36 persen, dan operasi pengangkatan payudara sebanyak 36 persen.

Di Indonesia sendiri terdapat peningkatan permintaan sebanyak 18 persen untuk operasi bibir, 35 persen operasi pembesaran payudara serta 42 persen untuk operasi pipi dan operasi menghilangkan kerutan (<http://nanospray.info/2014/pembesaran-dan-pengurangan-payudara> diakses pada tanggal 14 Agustus 2014 pukul 11:02).

Kecantikan tidak bisa dilepaskan dari citra tubuh dan seksualitas. Kecantikan selalu disetarakan dengan bentuk fisik, relasi atau keintiman dengan lawan jenis serta perjodohan dan hubungan seksual. Menjadi wanita berarti menjadi cantik.

Penilaian tentang daya tarik penampilan fisik wanita semata-mata disebabkan oleh stereotipe seks fisik ideal yang dianut bersama dalam masyarakat. Wanita memang selayaknya bertubuh indah karena fisik yang indah bisa menarik lawan jenis. Wanita yang secara fisik tidak indah misalnya kegemukan, akan lebih menderita oleh stigma sosial yang dikenakan padanya. Bagi wanita kegemukan itu tidak indah dan tidak menarik selain itu juga dapat menurunkan rasa percaya diri (Melliana, 2006:17).

Fenomena diatas adalah sebuah realitas yang ditampilkan media massa. Berita maupun artikel yang terdapat di media massa seolah-olah

mampu mengajak para wanita untuk mengikuti apa yang disajikan dalam berita tersebut. Sekalipun realitas yang dimaksud seringkali didasarkan pada fakta-fakta yang direkayasa. Oleh karena itu terkadang para wanita terjebak dan akhirnya mengikuti untuk meyakini bahwa informasi yang terdapat pada media massa tersebut benar adanya.

Untuk mengunggah kesadaran wanita dalam mengetahui daya tarik seksual yang mereka punyai muncul beberapa situs wanita yang akan mengulas lengkap tentang dunia wanita yang mana tidak akan membuat wanita menjadi salah kaprah lagi dalam memahami daya tarik seksual yang mereka punya. As'ad (1992:89) menyebutkan daya tarik adalah sikap yang membuat orang tertarik akan objek, situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu.

Sebagai makhluk sosial manusia selalu hidup dalam suatu hubungan (relationship) dengan manusia lainnya. Hubungan antar manusia dengan manusia yang lainnya dapat berupa hubungan antar lawan jenis yang disebut juga dengan hubungan heteroseksual. Dalam hal ini yaitu hubungan antara pria dan wanita. Bentuk interaksinya yaitu berupa menyukai, persahabatan, mencintai, pertunangan, perkawinan dan lain sebagainya. Didalam bentuk-bentuk hubungan heteroseksual seperti persahabatan, kencan sampai perkawinan masalah daya tarik memang

memiliki porsi yang cukup berarti. Sebab tidaklah mungkin terjadi hubungan antara pria dan wanita tanpa adanya ketertarikan.

Daya tarik merupakan sebuah kekuatan mutlak yang harus diperhatikan, karena berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam hal menyita perhatian orang lain sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan. Yang menjadikan seseorang untuk tertarik dengan orang lain yang belum saling mengenal adalah karena ketertarikan dengan hal-hal yang nampak (*appearance*).

Ketertarikan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karakteristik pribadi individu lain, kesamaan, keakraban, dan kedekatan. Karakteristik pribadi individu meliputi daya tarik fisik, yang meliputi wajah, tinggi badan, dan penampilan pakaian. Karakteristik pribadi yang berupa sifat meliputi ketegasan, keikhlasan, kehangatan, dan kejujuran. Kehangatan, seseorang yang hangat kepada orang lain akan memiliki daya tarik tersendiri. Kehangatan dapat mempengaruhi daya tarik antarpribadi karena akan mempengaruhi kesan pertama sebagai orang yang menyenangkan di mata orang lain. Kesamaan juga bisa menimbulkan daya tarik, baik kesamaan dalam hal sikap, nilai, minat, latar belakang maupun kesamaan sifat. Kesamaan menjadi penting dalam daya tarik antarpribadi dikarenakan kesamaan biasanya akan mendatangkan penguatan (Suyono, 2008:85).

Dewasa ini media massa-lah yang mengambil peranan terpenting dalam penyebaran informasi dan wacana termasuk wacana tentang daya tarik seksual pada wanita. Media massa membentuk opini di masyarakat tentang budaya, sosial maupun ekonomi. Hal ini menyebabkan apapun yang ditampilkan oleh media massa menjadi suatu kebenaran yang membentuk pola pikir serta mengkonstruksi kehidupan sosial mereka sehingga mampu mengubah sikap, persepsi dan perilaku sehari-hari.

Dalam kenyataannya realitas yang ditampilkan oleh media massa tidak bisa berdiri sendiri tanpa kehadiran seseorang, baik di dalam maupun diluar realitas tersebut. Realitas memiliki makna ketika dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh orang lain sehingga memantapkan realitas tersebut secara objektif. Realitas yang terdapat pada media massa membentuk pandangan berdasarkan dengan apa yang dijabarkan oleh media massa. Disini media massa berperan sebagai agen konstruksi yang mendefinisikan realitas. Maka dari itu realitas didefinisikan sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas akan tercipta melalui konstruksi dengan sudut pandang dan ideologi jurnalis (Hamad, 2004:11).

Eriyanto (2001:77) menyatakan teks bukan sesuatu yang turun dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktik wacana. Teks merupakan hasil dari suatu praktik produksi. Disinilah peranan dari jurnalis, kepentingan dan daya kritisnya di uji, yaitu apakah seorang

jurnalis mampu serta benar-benar menggunakan prinsip-prinsip kode etik jurnalistik dalam menggunakan atau memanfaatkan pemberitaan mengenai wanita dalam hal daya tarik yang mereka punyai untuk dapat menarik perhatian lawan jenisnya. Artinya, bagaimana jurnalis mengemas atau mengkonstruksi daya tarik wanita tersebut sehingga menjadi sebuah sajian berita.

Kehadiran jurnalis wanita pada beberapa tahun terakhir diharapkan semakin menurunkan isu-isu wanita yang masih kental dengan unsur seksisme dalam pemberitaannya. Jurnalis wanita juga bisa mengatasi segala bentuk stereotipe yang muncul pada wanita dalam media massa melalui teks-teks yang mereka buat, sebab media wanita (situs wanita) sebenarnya selain mempunyai fungsi sebagai sumber informasi bagi kaum wanita juga mempunyai fungsi yaitu untuk memperbaiki pemikiran wanita terutama mengenai daya tarik seksual yang mereka miliki. Selain itu, dapat juga dilihat dari sejarah munculnya situs wanita adalah sebagai media untuk menyebarkan gagasan kaum wanita serta mengubah pola pikir wanita yang kadang terlalu membelenggu.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini akan mengkaji lebih jauh mengenai teks berita mengenai daya tarik seksual wanita yaitu selama tahun 2013. Penulis memilih tahun 2013 karena pada tahun tersebut banyak teks yang sesuai dengan penelitian penulis. Selama ini penelitian terhadap analisis teks media cenderung pada pada media cetak, semisal

Solopos, Jawa Pos, Kompas, Republika dan lain sebagainya. Akan tetapi penulis tertarik untuk menjadikan salah satu situs berita online mengenai wanita sebagai objek penelitian yaitu Vemale.com.

Vemale.com adalah situs website berita berbasis *lifestyle* milik KapanLagi.com yang berdiri pada tahun 2003, muncul pertama kali dengan nama Woman Only KapanLagi yang pada awalnya adalah sebuah group pada jejaring sosial facebook. Pada tahun 2009 Vemale menjadi salah satu situs *lifestyle* yang paling sering dikunjungi versi Google Analytics. Jumlah pengunjungnya mencapai 40 juta orang (Vemale,2010).

Situs Vemale merupakan situs yang menegaskan bahwa setiap rubrik didalamnya ditujukan untuk wanita. Hampir di semua rubriknya yaitu seperti rubrik Inspiring, Body and Mind, Relationship dan Fashion membahas berita mengenai wanita, mulai dari kecantikan, tubuh, sifat, kepribadian, hobi, *fashion* sampai pekerjaan. Dalam penelitian ini, pemberitaan yang difokuskan adalah pada rubrik *Relationship*. Rubrik ini memuat pemberitaan seputar seluk beluk hubungan antara pria dan wanita dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal persahabatan, percintaan, kencan sampai pernikahan.

Setiap artikel maupun berita yang tertulis di situs ini mampu dengan mudah memberikan pengetahuan. Penulisannya sederhana dan mudah dimengerti. Vemale memberikan berita yang gamblang serta terkesan tidak ditutup-tutupi (misalnya penyebutan payudara). Dan dari

sekian banyak situs sejenis, hanya Vemale yang memberi sapaan *ladies* pada setiap artikel didalamnya. Sehingga terkesan akrab dan santai, dan menghadirkan suasana yang sangat wanita sekali.

Vemale banyak mengandung pesan yang dapat menggugah kesadaran dan dapat memberikan sentilan kepada para wanita untuk lebih memahami akan dirinya sendiri terlebih terhadap daya tarik yang dimiliki. Situs ini dapat dipahami sebanyak apa pesan dan nilai yang terkandung di dalamnya tentu dengan membaca dan mengulas wacana teks berita daya tarik seksual pada wanita dari berita-berita maupun artikel-artikel di situs Vemale secara langsung.

Dan penelitian terdahulu yang digunakan untuk mendukung penelitian ini antara lain adalah skripsi dengan judul “Analisis Wacana Mengenai Konstruksi Gaya Hidup Wanita Metropolis Dalam Novel Indiana Cronicle Blues Karya Clara Ng” milik Khairia Rahmatika dari Universitas Sumatera Utara tahun 2010 dengan perumusan masalah yaitu bagaimana konstruksi gaya hidup wanita Metropolis dalam novel Indiana Cronicle Blues karya Clara Ng. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana realita yang ada dalam kehidupan wanita metropolis pada zaman sekarang dikemukakan secara gamblang serta dikemas dengan sangat baik oleh pengarang. Serta terdapat ideologi dari pengarang yang ingin memberikan sudut pandang baru, pencerahan dan cara berpikir yang kreatif untuk pembaca.

Judul skripsi yang kedua adalah “Analisis Wacana Konstruksi Citra Perempuan Dalam Rubrik Fashion Website Wolipop” milik Poppy Febriana dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tahun 2011 dengan perumusan masalah yaitu bagaimana konstruksi citra perempuan dalam rubrik fashion website Wolipop. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian yaitu bahwa perempuan selalu ingin tampak muda, mudah terpengaruh dan pemburu fashion.

Dan penelitian yang dilakukan oleh penulis ini melanjutkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai wanita di media massa. Akan tetapi penelitian ini lebih memfokuskan bagaimana media massa tersebut membentuk dan membangun konstruksi mengenai daya tarik seksual pada wanita dalam setiap artikel maupun beritanya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi daya tarik seksual wanita pada situs Vemale rubrik Relationship periode 2013 oleh jurnalis wanita?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana konstruksi daya tarik seksual wanita pada situs Vemale rubrik Relationship periode 2013 oleh jurnalis wanita.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi para wanita agar mengetahui bagaimana dan apa saja yang menjadi daya tarik dalam dirinya di mata pria. Serta dapat digunakan sebagai bahan acuan teori komunikasi dan menjadi referensi bagi penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang membuat berita dalam situs Vemale guna untuk semakin membuat berita yang berisikan informasi-informasi yang bermanfaat mengenai kehidupan seputar wanita.

E. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Komunikasi

Komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat : *persuasif*, *edukatif* dan *informatif*. Dengan adanya komunikasi maka manusia akan sangat mudah dalam berinteraksi, pertukaran pemikiran sehingga dapat mencapai tujuan bersama. Komunikasi berasal dari bahasa latin “*communication*” yang berarti “pemberitahuan” atau pertukaran pemikiran. Dengan demikian maka secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran

pikiran atau pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan) (Effendi, 2000:3).

Menurut Hovland (Effendi, 2000:10) menyatakan komunikasi adalah suatu proses yang memungkinkan seorang komunikator menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (*communitate*).

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dalam Effendi (2000:13), menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dalam kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meaning*) yang pernah diperoleh komunikan.

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa yang dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat (2005:37) menyatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Pendapat lain dikemukakan oleh Nurudin, komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca atau pendengar atau penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka (Nurudin, 2007:2).

Komunikasi massa memiliki fungsi-fungsi, seperti yang diungkapkan Dominick yaitu :

a. Pengawasan

Pada fungsi media yang satu ini memungkinkan lebih jelas atau nyata. Pengawasan merujuk pada peraturan yang lebih cenderung pada berita dan informasi dari media.

b. Penafsiran

Media massa tidak hanya memberikan fakta-fakta dan data-data. Media juga menyediakan informasi pokok penjelasan dan arti pada momen tersebut.

c. Hubungan

Media massa dapat bekerjasama dengan elemen-elemen dari masyarakat secara langsung untuk menyambung hubungan komunikasi antarpersonal.

d. Pengiriman nilai-nilai

Pengiriman nilai-nilai merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas. Pengiriman nilai-nilai ini tidak dapat dihindari, karena selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu.

e. Hiburan

Dalam fungsi-fungsi yang menduduki posisi terlaris adalah hiburan. Terutama televisi sebagai hiburan dengan kira-kira tiga perempat dari acara yang disuguhkan oleh media (Dominick, 1987 : 32).

Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara yaitu : komunikasi media massa secara langsung seperti radio, surat kabar, TV dan sebagainya atau tanpa melalui media massa misalnya ceramah atau pidato di lapangan terbuka. Dimana sasaran komunikasi massa adalah kelompok orang dalam jumlah yang besar, umumnya tidak dikenal. Komunikasi massa yang baik harus : pesan disusun dengan jelas, tidak rumit dan tidak bertele-tele, bahasa yang digunakan mudah dimengerti atau dipahami, dan bentuk gambar yang baik.

Komunikasi massa menurut Elizabeth – Noelle Neuman yang membedakannya dengan komunikasi interpersonal, yaitu *pertama*, bersifat tidak langsung, artinya melalui teknis. *Kedua*, bersifat satu arah artinya tidak ada interaksi antar peserta komunikasi. *Ketiga*, bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim. *Keempat*, memiliki unsur publik yang secara geografis tersebar. Gerbner memberi pengertian komunikasi massa dengan sebuah definisi singkat yaitu sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dipunyai orang dalam masyarakat industri (Sunarjo, 1995:193).

3. Media Online

Media online adalah sebuah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet) yang didalamnya terdapat portal, website (situs web). media online yang paling sering digunakan adalah

berupa situs berita atau portal berita, yang dimana *content*-nya berisi layanan interaktif yang terkait informasi secara langsung misalnya tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dan lain lain dan atau yang tidak berhubungan sama sekali dengannya, misalnya games, chat, kuis.

Santana (2005:137) menyatakan dengan media massa manusia memenuhi kebutuhannya akan berbagai hal. Salah satunya dengan media online yang tergolong media paling baru. Media massa online tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubstitusinya. Media online merupakan tipe-tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Dalam karakteristik media online, Santana (2005:37) menjelaskan terdapat lima perbedaan utama antara media massa online dan media massa tradisional yaitu :

- a. Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media.
- b. Kurangnya tirani penulis atas pembaca.
- c. Tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak.
- d. Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung berkesinambungan.
- e. Interaktifitas web.

f. Kecepatannya secara keseluruhan.

Everett M. Roger (1986) dalam bukunya *Communication Technology; The New Media in Society*, mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal empat era komunikasi, yaitu era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi, dan era komunikasi interaktif. Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, videotext, teletext, TV kabel dan sebagainya.

Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet.

Internet disebut sebagai media komunikasi baru, yang mempunyai ciri sebagai berikut : *Pertama*, teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung. *Kedua*, kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang berlimpah. *Ketiga*, kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu. *Keempat*, kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

Internet menawarkan potensi komunikasi yang lebih terdesentralisasi dan lebih demokratis dibandingkan yang ditawarkan oleh media massa sebelumnya. Selain itu menurut LaQuey, yang membedakan internet dari teknologi komunikasi lainnya adalah tingkat interaksi dan

kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Internet adalah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronik.

4. Berita Sebagai Konstruksi Sosial Media Massa

Ibnu Hamad (2004:11) mendefinisikan konstruksi secara konseptual sebagai upaya penyusunan beberapa peristiwa, keadaan atau benda secara sistematis menjadi sesuatu yang bermakna. Istilah konstruksi sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial Berger dan Luckman melihat media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivikasi dan internalisasi. Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang sangat cepat dan sebarannya merata yang terkonstruksi juga membentuk opini massa.

Konstruksi sosial media massa yang dikembangkan oleh Berger ini tidak hanya berkuat pada makna dan sosial yang erat dengan fenomenologi akan tetapi lebih pada sosiologi pengetahuan. Peneliti dalam cakupan ini menitikberatkan pada realitas dan pengetahuan. Dimana dalam realitas meliputi fenomena-fenomena yang tidak tergantung pada kehendak individu manusia.

Dalam proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Seluruh

media, baik cetak maupun elektronik tentu menggunakan bahasa baik itu bahasa *verbal* maupun *non verbal* seperti gambar, grafis, foto, angka, tabel, maupun gerak-gerik. Seperti yang ditulis oleh Ibnu Hamad (Hamad, 2004:12) bahwa begitu pentingnya bahasa, maka tidak ada berita, cerita ataupun ilmu pengetahuan tanpa bahasa.

Berita adalah hasil akhir dari media di dalam melakukan pekerjaan merekonstruksi realitas sosial. Pekerjaan merekonstruksi realitas sosial menjadi sebuah berita sebelum disiarkan kepada khalayak harus melewati beberapa proses. Mulai dari pengumpulan fakta yang relevan, penulisan, penyuntingan, hingga penyiaran berita.

Untuk membentuk sebuah realitas sosial, bahasa adalah hal yang terpenting dalam sebuah berita. Bahasa adalah alat pokok untuk menarasikan sebuah realitas. Menurut Bignel bahasa juga ikut mengkonstruksi opini *audience*.

Berita sebagai konstruksi sosial media, dimulai dengan persiapan materi oleh redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media massa memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media massa. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi. Pertama, keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Kedua, keberpihakan semu kepada masyarakat, dan ketiga, keberpihakan kepada kepentingan umum.

Umumnya nilai yang dikonstruksi oleh media massa adalah nilai yang bersumber dari redaktur dan para desk media massa. Jika dikatakan, bahwa media massa adalah replika dari masyarakat di sekitarnya, maka artinya replika itu diwakilkan oleh nilai-nilai dan norma yang ada pada redaktur dan para desk media (Bungin, 2007:205)

Dalam proses kerja redaksional berita suatu media massa, setelah seluruh materi terhimpun, maka dilakukanlah penulisan dan penyuntingan (editing). Dalam tahap akhir, sambil dilakukan penyuntingan, dilakukan pula pemerikayaan terhadap berita.

Media massa berperan dalam mengkonstruksi wanita dengan identitas gendernya yang disebut feminitas, melalui berita yang berperan besar dalam pembentukan opini publik. Feminitas merupakan wacana yang membentuk subjektivitas praktik-praktik sosial yang menciptakan identitas wanita, menata hidupnya, mengatur hubungan-hubungan sosialnya dengan sesama wanita maupun dengan pria atau bahkan mengintervensi tubuhnya. Sebagaimana dikatakan Cludette Baldacchino dalam Subono (2003:56) mengatakan bahwa gender bukanlah sekedar sebuah aspek penting dari cara “orang lain” melihat “kita” melihat dan memahami “diri kita sendiri”.

Menurut May Lan (2002:9-10) konstruksi wanita dalam berita di media menunjukkan kecenderungan-kecenderungan sebagai berikut: *Pertama*, materi berita tentang wanita yang disajikan dalam media massa

masih sering menampilkan wanita sebagai objek yang dieksploitasi karena keperempuannya. *Kedua*, wanita dalam berbagai berita di media massa menunjukkan bahwa wanita masih belum mengalami kesetaraan sebagaimana yang diperjuangkan. *Ketiga*, frekuensi berita berkaitan dengan isu wanita dan pemberdayaan tidak berjalan secara kontinyu, misalnya Hari Kartini dan Hari Ibu. *Keempat*, wanita mendapat porsi yang kecil dalam pemberitaan di media massa.

Pemberitaan dalam media massa pada umumnya masih bias gender. Hal ini terjadi karena ideologi besar yang bersumber dari budaya patriarki tentang kesetaraan yang masih memasung sikap dan pemikiran para pekerja pers yang didominasi kaum pria. Berdasarkan catatan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) jumlah pekerja pers masih berkisar 9,8% atau 461 pekerja pers wanita dari 4.687 pekerja pers pria (Lan, 2002:129). Oleh sebab itulah ukuran-ukuran pemberitaan di media massa masih menggunakan ukuran pria. Persoalan ini berpengaruh pada penggunaan kosa kata yang seksis dalam pemberitaan di media massa. Seksisme dalam bahasa terjadi karena wanita tidak banyak dilibatkan dalam proses pembentukan bahasa.

5. Daya Tarik Seksual Pada Wanita

Daya tarik seksual atau *sex appeal* adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk terlihat menarik dimata orang lain dan bersifat bawaan. Menurut Karen Elskamp dan Alfred Munzert dalam

bukunya "*Test Your Sex Appeal*" menyatakan bahwa daya tarik seseorang merupakan kesatuan dari kombinasi sikap atau pribadi seseorang yang bisa tampak dari penampilan seseorang.

Pendapat lain dari Onong Uchana Effendi bahwa daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi (Effendi, 1998:18).

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa daya tarik akan muncul dari dalam diri komunikan apabila orang atau lembaga yang menyampaikan pesan memiliki kekuatan dalam berkomunikasi. Kekuatan komunikator akan menarik perhatian komunikan, yang dalam tahap proses komunikasi merupakan tahap awal dari adanya komunikasi yang efektif dan dinamis.

Menurut Clore (1996) faktor-faktor yang berpengaruh terhadap daya tarik adalah variabel-variabel yang berhubungan dengan aktor, subyek, serta lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Beberapa hal penting dari aktor adalah daya tarik fisik, kondisi psikologis seperti kepribadian dan nilai-nilai hidupnya. Dua hal yang penting dari hubungan heteroseksual yang mempengaruhi daya tarik adalah kesamaan sikap dan perasaan saling menyukai (Gonzales, 1998). Di lain pihak masalah lingkungan yang sering dikaitkan adalah masalah kedekatan.

Sejalan dengan konstruksi sosial media massa model Peter L Berger, dalam situs Vemale rubrik Relationship bangunan konstruksi realitas oleh jurnalis wanita merupakan titik sentral dalam situs tersebut. Daya tarik seksual wanita digambarkan sedemikian rupa dengan menggunakan bahasa yang menarik. Baik secara *verbal* maupun *non verbal*. Jurnalis wanita mengetahui cara membangun konstruksi daya tarik seksual wanita dalam berita melalui teks-teks yang tidak menyudutkan wanita.

Seksualitas pada situs Vemale rubrik Relationship tidak lantas dikaitkan dengan penampilan fisik ideal yang menyebutkan bahwa wanita menarik apabila memiliki bentuk tubuh ideal yaitu langsing, wajah cantik, tidak memiliki kelebihan lemak pada bagian-bagian tubuh, perut datar, payudara kencang, pinggang berlekuk dan pantat sintal yang selama ini seringkali ditonjolkan pada media massa bukan juga pada aktivitas seks antara pria dan wanita pada hubungan antara suami dan istri. Aktivitas seksual wanita yang diperlihatkan dalam situs Vemale rubrik Relationship adalah melalui cara berjalan, cara berbicara, cara memandang, cara bersikap dan cara mengenakan pakaian pada wanita yang menunjukkan sisi seksualitasnya serta sebagai kemampuan untuk memikat lawan jenis.

6. Analisis Wacana

Kata wacana banyak digunakan oleh berbagai bidang ilmu pengetahuan mulai dari ilmu bahasa, psikologi, sosiologi, politik, komunikasi, sastra dan sebagainya. Wacana (*discourse*) berasal dari

bahasa latin *discurrere* (mengalir kesana kemari) dari nominalisasi kata *discursus* (mengalir secara terpisah yang ditransfer maknanya menjadi ‘terlibat dalam sesuatu’ atau ‘memberi informasi tentang sesuatu’) (Titscher, 2009:42). Menurut Fowler (1997) wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai, dan kategori yang masuk didalamnya; kepercayaan disini mewakili pandangan dunia; sebuah organisasi atau representasi dari sebuah pengalaman.

Guy Cook menyebutkan ada tiga hal yang sentral dalam pengertian wacana : teks, konteks, dan wacana. Teks adalah semua bentuk bahasa bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar efek suara, citra dan lain sebagainya. Konteks memasukkan semua situasi dan hal yang berada di luar teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan dalam bahasa, situasi dimana teks tersebut di produksi, fungsi yang dimaksudkan dan lain sebagainya. Wacana disini, kemudian dimaknai teks dan konteks bersama-sama. Titik perhatian dari analisis wacana adalah menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam suatu proses komunikasi (Eriyanto, 2008:9).

Jadi wacana adalah proses komunikasi menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa di dalam sistem kemasyarakatan yang luas melalui pesan-pesan komunikasi seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar dan lain sebagainya. Eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya,

konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatar belakangi keberadaanya dan lain-lain.

Menurut Eriyanto (2008:5) analisis wacana sendiri adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Wacana merupakan praktik sosial (mengkonstruksi realitas) yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis antara peristiwa yang diwacanakan dengan konteks sosial, budaya, ideologi tertentu. Disini bahasa dipandang sebagai faktor penting untuk merepresentasikan maksud si pembuat wacana.

Analisis wacana kritis memahami wacana tidak semata sebagai studi bahasa. Analisis wacana memang menggunakan bahasa dalam teks untuk dianalisis, tetapi bahasa yang dianalisis agak berbeda dengan studi bahasa. Bahasa bukan digambarkan semata dari aspek kebahasaan, tetapi juga menghubungkan dengan konteks. Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis melihat wacana -pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan- sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis diantara peristiwa tertentu dengan situasi, institusi dan struktur sosial yang membentuknya.

Mengikuti Guy Cook, analisis wacana kritis juga memeriksa dari komunikasi : siapa yang mengkomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana

perbedaan tipe dari perkembangan komunikasi dan hubungan untuk setiap masing-masing pihak (Bungin, 2009:8-9).

Analisis wacana kritis melihat bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan yang terjadi dalam masyarakat. Mengutip Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versi masing-masing (Eriyanto, 2007:7-8). Berikut ini karakteristik penting dalam analisis wacana kritis:

1. Tindakan

Prinsip pertama, wacana dipahami sebagai sebuah tindakan (*action*). Dengan pemahaman semacam ini mengasosiasikan wacana sebagai bentuk interaksi. Dengan pemahaman seperti ini, ada beberapa konsekuensi bagaimana wacana harus dipandang. Pertama wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, apakah untuk mempengaruhi, mendebat, membujuk, menyangga, bereaksi dan sebagainya. Seseorang berbicara atau menulis mempunyai maksud tertentu, baik besar maupun kecil. Kedua, wacana dipahami sebagai sesuatu yang diekspresikan secara sadar, terkontrol bukan sesuatu diluar kendali atau diekspresikan diluar kesadaran.

2. Konteks

Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks dari wacana, seperti latar, situasi, peristiwa dan kondisi. Konteks memasukkan semua situasi dan hal yang berada diluar teks dan mempengaruhi pemakaian

bahasa seperti partisipan dalam bahasa, situasi dimana teks itu diproduksi, fungsi yang dimaksudkan dan sebagainya.

3. Historis

Menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu, berarti wacana diproduksi dalam konteks tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyer takan konteks yang menyertainya. Salah satu aspek penting untuk bisa memahami teks adalah menempatkan wacana itu dalam konteks historis tertentu. Pemahaman mengenai wacana teks ini hanya akan diperoleh jika kita bisa memberikan konteks historis dimana teks itu diciptakan.

4. Kekuasaan

Analisis wacana kritis juga mempertimbangkan elemen kekuasaan dalam analisisnya. Disini, setiap wacana yang muncul dalam bentuk teks, percakapan atau apapun tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar dan netral tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dan masyarakat. Kekuasaan dalam hubungannya dengan wacana, kontrol salah satu hal penting untuk dilihat. Satu orang atau kelompok mengontrol orang atau kelompok lain melalui wacana. Kontrol tidaklah harus dalam bentuk fisik dan langsung tetapi juga secara mental dan psikis. Bentuk kontrol tersebut bisa bermacam-macam, bisa berupa kontrol atas konteks yang secara mudah dilihat dari siapakah yang boleh dan harus berbicara dan siapa pula yang hanya mendengarkan dan mengiyakan.

5. Ideologi

Ideologi juga konsep yang sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini karena teks, percakapan dan lainnya adalah bentuk praktik ideologi atau pencerminan ideologi tertentu. Wacana dalam pendekatan seperti ini dipandang sebagai medium melalui mana kelompok yang dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominan yang mereka miliki, sehingga tampak abash dan benar. Wacana tidak dipahami sebagai sesuatu yang netral dan berlangsung secara alamiah, karena setiap wacana selalu terkandung ideologi untuk mendominasi dan berebut pengaruh. Oleh karena itu, analisis wacana tidak bisa menempatkan bahasa secara tertutup, tetapi harus melihat konteks terutama bagaimana ideologi dari kelompok-kelompok yang ada tersebut berperan dalam membentuk wacana.

Adapun analisis wacana kritis yang digunakan untuk dijadikan perangkat analisis dalam penelitian ini adalah analisis wacana Sara Mills. Sara Mills memusatkan perhatiannya pada wacana mengenai feminisme : bagaimana wanita ditampilkan dalam teks, baik dalam novel, gambar, foto ataupun berita. Titik perhatian dari perspektif wacana feminis adalah menunjukkan bagaimana teks bias dalam menampilkan wanita (Eriyanto, 2008:199).

Analisis wacana perspektif feminis banyak dipengaruhi oleh pemikiran Foucault mengenai relasi kekuasaan. Mills menyatakan bahwa pemikiran Foucault sangat relevan untuk mengkaji wacana dari sudut

pandang feminis. Menurut Mills (2002:69-71) konsep relasi kekuasaan yang dikemukakan oleh Foucault berhubungan erat dengan pandangan feminis. Pandangan feminis berusaha untuk melawan suatu bentuk kekuasaan patriarki.

Lois McNay dalam *Foucault And Feminism*, seperti yang dikutip dalam buku *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialog on Language and Identity* menyatakan bahwa konsep pemikiran Foucault berkontribusi dalam kajian feminis untuk melawan dominasi patriarki yang selalu memposisikan wanita sebagai korban yang lemah. Pemahaman terhadap bentuk dominasi kekuasaan diperlukan ketika suatu pihak berusaha untuk melawan dominasi kekuasaan tersebut. Konsep kekuasaan Foucault mampu menjelaskan bagaimana kekuasaan mendominasi suatu kelompok masyarakat tertentu (Barker dan Galasinski, 2001:14).

Budianta (2002:201-202) menyatakan bahwa kajian-kajian feminis menyoroti cara-cara media massa mengkonstruksi berbagai stereotipe mengenai wanita sekaligus mempelajari bagaimana suatu teks mengandung pesan perlawanan terhadap ideologi yang dominan, yaitu ideologi patriarki. Ideologi patriarki memposisikan wanita sebagai subordinat pria.

Analisis wacana perspektif feminis memusatkan perhatian pada gender. Gender dalam hal ini dipahami sebagai cara pandang terhadap pria dan wanita dari sudut pandang non biologis. Gender merupakan konsep

sosial yang merupakan konstruksi feminitas dan maskulinitas yang tercermin dalam perilaku, keyakinan, organisasi, sosial, bahkan pembagian kerja (Ryan, 2010:26-27). Penggambaran gender dalam suatu teks dinilai bias karena adanya bentuk dominasi kekuasaan yang menekan dan merugikan salah satu pihak (Baxter, 2003:49).

Menurut Sara Mills elemen penting yang harus diperhatikan dalam menganalisis permasalahan mengenai gender dalam suatu teks adalah gaya bahasa. Pilihan bahasa yang digunakan untuk menggambarkan pria dan wanita dalam sebuah teks akan memberikan penjelasan tentang pemaknaan terhadap gender terkait dengan budaya (Mills, 2005:1-2). Oleh karena itu perlu dilakukan interpretasi ulang terhadap pembahasan gender di dalam suatu teks. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan penggambaran antara pria dan wanita termasuk pihak atau subjek mana yang ditampilkan lebih dominan dalam suatu teks.

Mills telah memetakan konsep terkait dengan analisis mengenai gender. Menurutnya analisis dalam skala wacana tidak harus terikat pada gaya bahasa, melainkan lebih memperhatikan konteks yang luas dan struktur narasi teks. Berkaitan dengan struktur narasi suatu teks, Mills telah menganalisis aspek kerangka seperti karakter tokoh, *fragmentation*, *focalization* dan *schemata* (Mills, 2005:123). Keempat aspek tersebut mampu memberikan pemahaman lebih jelas mengenai bias gender dalam suatu teks.

Unsur pertama yang dianalisis oleh Mills adalah karakter tokoh dalam suatu teks. Mills menilai bahwa karakter tokoh merupakan sesuatu yang dibentuk (Mills, 2005:123). Pemaknaan mengenai gender telah membuat penggambaran yang berbeda antara karakter tokoh pria dan wanita. Wanita cenderung ditampilkan sebagai pihak yang lemah, sensitif, pasif dan tidak mandiri. Sedangkan pria adalah pihak yang sempurna, pelindung, aktif dan kuat. Penggambaran karakter wanita yang demikian dianggap telah ditentukan oleh stereotipe (Mills, 2005:132).

Selanjutnya yang dianalisis oleh Mills yaitu *fragmentation*. *Fragmentation* mengacu pada pengkotak-kotakan tubuh dalam hal penggambaran tokoh terutama wanita (Mills, 2005:133). Wanita ditampilkan dalam teks bukan dalam bentuk fisik yang utuh melainkan hanya pada bagian-bagian tubuh tertentu. Bagian tubuh wanita yang ditampilkan dilihat berdasarkan sudut pandang pria. Secara umum, di dalam suatu teks hampir tidak pernah ditemukan penggambaran fisik wanita yang dilihat berdasarkan sudut pandang wanita itu sendiri.

Menurut Rimmon-Kennan, *fragmentation* tidak dapat dipisahkan dari sudut pandang, tetapi unsur-unsur yang berkaitan dengan sudut pandang dijelaskan lebih rinci dalam *focalization*. Rimmon-Kennan menjelaskan *focalization* dan *point of view* merupakan dua unsur dalam penceritaan. Umumnya keduanya memang dikenal sebagai sudut pandang pengarang dalam menceritakan objek, tetapi *focalization* lebih dipahami sebagai kedekatan teks terhadap objek dan cara teks menceritakan objek

tersebut. Kedekatan tersebut akan terlihat sangat jelas dalam *focalization* yang memposisikan narator sebagai pihak yang terlibat langsung di dalam cerita (Rimmon-Kennan, 2003:73-76). Dalam *focalization* dapat dilihat posisi ideologi sebuah teks karena salah satu aspek penting dalam *focalization* adalah representasi ideologi (Rimmon-Kennan, 2002:84).

Sara Mills melihat bahwa analisis wacana mengenai gender harus harus memahami bentuk *focalization* untuk mengetahui penggambaran wanita dan pria dalam teks. Penggambaran bentuk dominasi dapat diketahui dari porsi suara yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Porsi suara yang dimaksud bukan hanya sebatas kesempatan berbicara yang dimiliki oleh wanita dan pria dalam suatu teks melainkan mencakup penggambaran keseluruhan keduanya. Jika ditinjau dari asal kata *focalization* berarti *to focalize* yang berarti fokus. Sehingga *focalization* dapat dipahami sebagai fokus teks. Sara Mills menyebut hal yang demikian sebagai prioritas teks (Mills, 2005:143). Prioritas dalam hal ini berhubungan dengan penggambaran detil wanita dan pria mulai dari fisik, peran, emosi serta perkembangan yang dicapai di sepanjang teks.

Kerangka terakhir yang menjadi fokus analisis Mills adalah *schemata*. *Schemata* merupakan kerangka yang paling luas berhubungan dengan cara berpikir, cara pandang dan kepercayaan dalam masyarakat secara umum. *Schemata* merupakan gambaran secara kultural (Mills, 2005:148). Mills melihat bahwa masyarakat telah memiliki pola pemikiran mengenai pemaknaan gender, contohnya seksisme.

Dari penjelasan diatas analisis wacana Sara Mills lebih fokus melihat bagaimana posisi-posisi aktor ditampilkan dalam teks. Posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek pencerita dan siapa yang menjadi objek yang diceritakan akan menentukan bagaimana struktur teks dan bagaimana makna diperlakukan dalam teks secara keseluruhan. Analisis atas bagaimana posisi-posisi yang ditampilkan ini secara luas akan bisa menyingkap ideologi dan kepercayaan yang dominan dalam teks. Posisi sebagai subjek atau objek pada dasarnya mengandung muatan ideologi tertentu. Selain posisi subjek dan objek, Mills juga memusatkan perhatian pada bagaimana pembaca mengidentifikasi dan menempatkan dirinya dalam penceritaan teks. Posisi ini akan menempatkan pembaca pada salah satu posisi dan mempengaruhi bagaimana teks itu hendak dipahami dan bagaimana pula aktor sosial ini ditempatkan. Pada akhirnya cara penceritaan dan posisi-posisi yang ditempatkan dan ditampilkan dalam teks ini membuat satu pihak menjadi *legitimate* dan pihak lain menjadi *illegitimate* (Mills, 2005:183).

Mills berpandangan, dalam suatu teks posisi pembaca sangatlah penting dan haruslah diperhitungkan dalam teks. Menurut Mills, bahwa teks merupakan suatu hasil negosiasi antara penulis dan pembaca. Oleh karena itu pembaca disini tidaklah dianggap semata sebagai pihak yang menerima teks, tetapi juga ikut melakukan transaksi sebagaimana akan terlihat dalam teks. Pandangan Mills tersebut dengan sendirinya menolak pandangan banyak ahli yang menempatkan dan mempelajari konteks

semata dari sisi penulis, sementara sisi pembaca diabaikan. Mills membangun suatu model yang menghubungkan antara teks dan penulis di satu sisi dengan teks dan pembaca di sisi lain (Sobur, 2006:51).

Bagi Mills model ini mempunyai kelebihan. *Pertama*, model seperti itu lebih komprehensif melihat teks bukan hanya berhubungan dengan faktor produksi melainkan juga resepsi. *Kedua*, posisi pembaca di sini ditempatkan di dalam posisi yang penting. Hal ini karena teks memang ditujukan untuk secara langsung atau tidak “berkomunikasi” dengan khalayak.

Dalam membangun teorinya mengenai posisi pembaca, Mills mendasarkan teori yang dikemukakan oleh Althusser. Gagasan Althusser banyak mengilhami Mills dalam analisis teksnya, terutama pemosisian pembaca di dalam teks dan bagaimana penulis melalui teks yang dibuatnya memosisikan pembaca dalam subjek tertentu dalam keseluruhan jalinan teks. Penempatan posisi pembaca ini umumnya dihubungkan dengan pemakaian kata ganti “kamu atau anda”. Pembaca di sini disapa atau disebut secara langsung oleh teks. Penyapaan tersebut merupakan proses bagaimana teks berkomunikasi dengan pembaca dan bagaimana pembaca diposisikan oleh teks dalam posisi tertentu (Sobur, 2006:52).

Pemakaian kata ganti saya, anda, kami atau kita dalam teks jelas menempatkan pembaca dalam menjadi bagian integral dalam keseluruhan teks. Bagian yang integral ini bukan hanya khalayak dipandang ada,

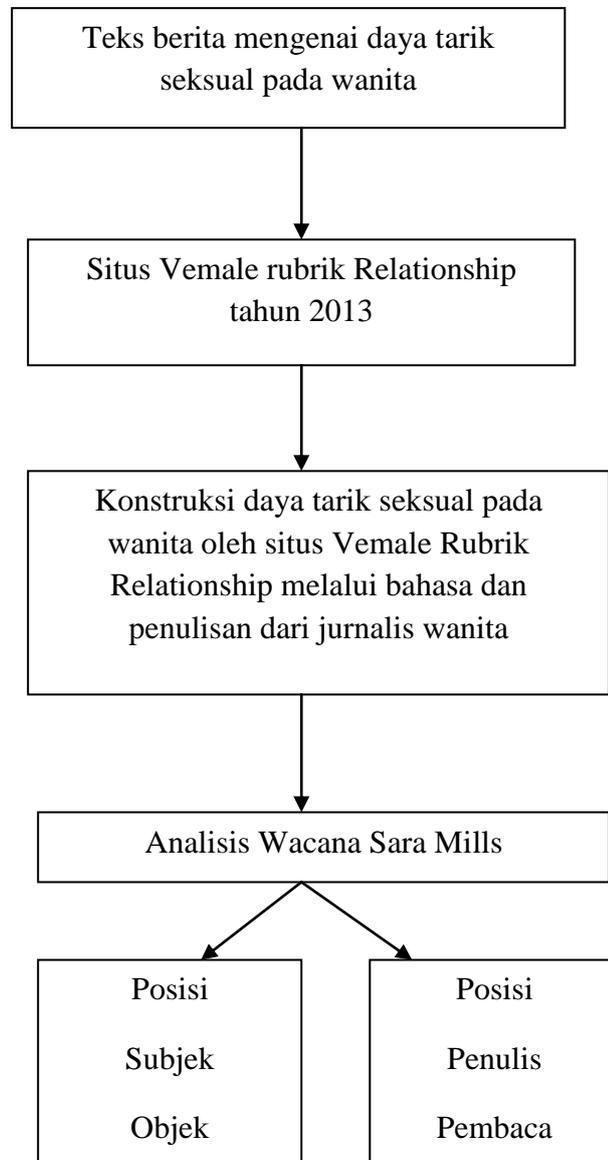
melainkan juga ketika redaksi menulis, redaksi secara tidak langsung memperhitungkan keberadaan pembaca. Kehadiran yang diperhitungkan itu bisa untuk mencari dukungan, menekankan atau untuk menarik simpati pembaca atau meyakinkan.

Menurut Mills dalam Eriyanto (2008:208) penyapaan atau penyebutan tersebut pada umumnya bukan langsung melainkan melalui penyapaan tidak langsung, penyapaan tidak langsung tersebut bekerja melalui dua cara. *Pertama*, mediasi, suatu teks umumnya membawa tingkatan wacana. Posisi kebenaran ditempatkan secara hirarkis sehingga pembaca akan menyejajarkan atau mengidentifikasi dirinya sendiri dengan karakter atau apa yang tersaji dalam teks. *Kedua*, kode budaya, istilah tersebut diperkenalkan oleh Roland Barthes, mengacu pada kode atau nilai budaya yang dipakai oleh pembaca ketika menafsirkan suatu teks. Menurut Barthes seperti dikutip oleh Mills, kode budaya dapat ditemukan misalnya dengan pernyataan: “seperti kita tahu bersama” atau “kenyataannya” mensugestikan sejumlah informasi yang dipercaya dan diakui secara bersama, dianggap sebagai kebenaran bersama. Kode budaya ini membantu pembaca menempatkan diri terutama dalam orientasi nilai yang disetujui dan dianggap benar oleh pembaca.

Dari berbagai posisi yang diberikan kepada pembaca, Mills memusatkan perhatian pada gender dan pemosisian pembaca. Dalam banyak kasus pria dan wanita mempunyai persepsi yang berbeda ketika

membaca suatu teks. Mereka juga berbeda dalam menempatkan posisi dirinya dalam teks (Sobur, 2006:53).

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Peneliti

(Sumber : Olahan Peneliti)

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak mengadakan perhitungan atau juga dengan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas (Kriyantono, 2010:56).

Pendekatan deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat akan objek tertentu. Penelitian ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2008: 67-68).

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu teks berita mengenai daya tarik seksual pada wanita dalam situs Vemale rubrik Relationship selama rentang waktu 12 bulan dari bulan Januari hingga Desember 2013 yang berjumlah 480 buah. Kemudian dari 480 buah berita dan artikel tersebut dilakukan pemilihan berdasarkan berita yang berhubungan mengenai daya tarik seksual pada wanita dan didapatkan yaitu berjumlah 12 buah

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan melalui observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah observasi yang dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam sebuah peristiwa atau kejadian.

Pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data berupa artikel-artikel yang terdapat dalam situs Vemale rubrik Relationship selama tahun 2013 serta sejumlah data lain yang terikat dengan objek penelitian seperti dokumen, berita-berita dan lain-lain.
- b. Penelitian pustaka yang mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti untuk mendukung asumsi sebagai landasan teori yang dibahas.
- c. Penelusuran data online, yaitu menelusuri data dari media online (internet). Peneliti memilih sumber-sumber data online yang kredibel serta dikenal banyak orang.

4. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis teks berita mengenai daya tarik seksual pada wanita dalam situs Vemale rubrik Relationship, penelitian ini menggunakan pendekatan wacana yang dikembangkan oleh Sara Mills. Mills berbeda dengan analisis dari tradisi *critical linguistic* yang memusatkan perhatian pada struktur kata atau kalimat tetapi melihat bagaimana satu pihak, kelompok, orang, gagasan atau peristiwa ditampilkan dengan cara tertentu dalam wacana yang mempengaruhi

pemaknaan ketika diterima oleh khalayak. Dengan kata lain Mills melihat posisi-posisi aktor ditampilkan dalam teks, posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek penceritaan dan yang menjadi objek penceritaan akan menentukan bagaimana struktur teks dan bagaimana makna diperlakukan dalam teks secara keseluruhan.

Selain posisi-posisi aktor atau posisi subjek objek, Sara Mills juga memusatkan perhatian pada bagaimana pembaca dan penulis ditampilkan dalam teks. Mills menganggap pembaca merupakan bagian penting yang mempengaruhi teks. Pembaca tidak dianggap sebagai yang hanya menerima teks, tetapi juga ikut melaksanakan transaksi sebagaimana terlihat dalam teks.

Dalam membangun teorinya mengenai posisi pembaca Mills menggunakan analisis Althusser. Gagasan Althusser menempatkan posisi pembaca yang dihubungkan dengan bagaimana penyapaan penyebutan yang dilakukan dalam teks. Ini akan membantu peneliti dalam memaknai teks, produksi dari teks dan pemaknaan yang disesuaikan dengan tingkat posisi subjek-objek dalam teks dan posisi penulis-pembaca.

5. Teknik Validitas Data

Dalam penelitian ini peneliti memeriksa keabsahan data dengan cara serius membaca, mengecek, dan mengintensifkan analisis data. Selain itu hasil analisis secara teoritis dikaitkan lagi dengan teori-teori lainnya (triangulasi teori). Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data, berusaha menggunakan berbagai sumber yang ada.

Dengan cara tersebut, kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.