

KOMODIFIKASI PEREMPUAN DALAM RUBRIK JELITA SURAT KABAR RIAU POS

Oleh: Fuji Rahayu

Email: fujirhy22@gmail.com

Pembimbing: Dr. Suyanto, S.Sos, M.Sc

Konsentrasi Jurnalistik – Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru
28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The Jelita Rubrik of Riau Pos Newspaper displays information related to the hobbies, achievements and contributions of young women in Riau Province. The rubric also provides profile and photographs of objects that support the text. In writing, the writer tends to describe and emphasize the women physical aspect. Rubric Jelita is published in eight editions, and five of them raise the topic of the world of beauty. The study aims to determine women representation in the subject-object position, women representation in the writer-reader position, and the commodification process in the Rubric Jelita.

This study uses a qualitative method with the Sara Mills Discourse Analysis's which focuses on feminism, and how actors was seen in text, and also Vincent Mosco's Commodity Theory which related to process of commodification in Rubric Jelita. The paper examined using the data consist of documentation, observation, and interviewers of 6 (six) peoples. The subject in this study is Riau Pos who became the informant, with 5 (five) news as the analyst unit. This study uses two data validity checking techniques, namely triangulation source and triangulation method.

The result shows that, First, women became the object of all discourses, and found three out of five discourses subject positioned themselves as women, and two discourses positioned themselves as men. From the whole discourse, the subject seems to give the object an opportunity to present herself. Second, subject-object positioning also influences the position of writer-reader. Third, the visible commodification of content is the inspiring story of women about their contributions and achievements, especially in the pageant world. the writer involved is quite careful in writing and gives the object the opportunity to describe herself. In the commodification of audience, there is a soft selling and offer of household advertisements on the Rubric Jelita.

Keyword: *Commodification, Feminism, Sara Mills, Riau Pos Newspaper*

PENDAHULUAN

Kentalnya budaya patriarki pada sebagian besar kehidupan sosial yang menempatkan perempuan dalam struktur sosial dan keluarga pada posisi subordinasi dikonstruksi oleh media itu sendiri. Pencitraan perempuan sebagai objek dan cenderung tidak adil dapat dilihat saat media massa memproyeksikan perempuan. Menurut (Handoyo, 2016) tidak sedikit dalam media iklan, halaman depan tabloid, dan majalah hiburan yang menampilkan wajah dan bentuk tubuh perempuan sebagai daya tarik. Begitu pula dengan sinetron-sinetron dan film yang juga menggambarkan perempuan sebagai makhluk yang lemah, tergantung pada pria.

Hal ini seperti apa yang disampaikan (Suhadah, 2006) dalam bukunya bahwa jika perempuan dalam suatu masyarakat masih lebih sebagai objek, maka jangan kaget jika media memberikan gambaran yang sama tentang realitas kehidupan perempuan. Sebagai objek, perempuan menjadi pihak yang didefinisikan, bahan penceritaan dan tidak bisa menampilkan dirinya sendiri. Penempatan posisi perempuan dalam media massa memang turut mempengaruhi bagaimana pembentukan representasi perempuan dalam media tersebut.

Dalam buku (Hariyanto, 2009) mengatakan media merupakan agen budaya dan berpengaruh terhadap masyarakat karena masyarakat modern mengkonsumsi media dalam jumlah dan intensitas yang tak dapat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya, kini didukung oleh era teknologi komunikasi dan informasi.

Perkembangan media massa semakin ditandai dengan hadirnya internet, yang dewasa ini menjadi kebutuhan masyarakat secara luas. Meskipun begitu, perkembangan tersebut ternyata tidak serta merta mematikan industri media cetak, walaupun kerap kali disesaki internet dengan perangkat pintar yang mendukung dengan perpaduan teks, audio, foto, animasi, video, dan bentuk konten interaktif. Riau Pos sebagai media cetak pelopor pertama yang lahir di Bumi Lancang Kuning yang berdiri pada tahun 18 Januari 1991 sebagai wadah informasi untuk masyarakat Riau yang merupakan salah satu provinsi terkaya di Indonesia. Tahun awal berdirinya Riau Pos tentu menjadi tantangan yang sulit, dicetak dengan warna hitam-putih dan keterbatasan, berita pertama yang lahir dari surat kabar ini adalah “Perang Teluk Meletus”. Kemunculan surat kabar ini tentu mematahkan keraguan bahwa tidak mungkin ada surat kabar harian yang lahir di Riau.

Pada tahun 2011, Riau Pos yang berada dibawah naungan Jawa Pos Group berhasil menjadi market leader untuk kawasan Sumatera bagian utara, dan mengembangkan sayap hingga lima provinsi, yaitu Riau, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Kepulauan Riau, dan Nangro Aceh Darussalam (NAD). Kemudian, Riau Pos juga berhasil merebut penghargaan media terbaik se- Indonesia yang digelar oleh Indonesia Print Media Award (IPMA).

Keberhasilan tersebut tentu tidak lepas dari manajemen redaksional yang baik dan kualitas informasi dari setiap rubrik yang dihadirkan kepada pembaca. Salah satu

rubriknya yaitu “Jelita” yang disajikan satu halaman penuh, berisi informasi terkait hobi, prestasi atau kontribusi seorang perempuan, biodata, dan dilengkapi dengan beberapa foto perempuan untuk mendukung isi rubrik.

Padahal sebenarnya, selain Rubrik Jelita, Riau Pos telah menghadirkan rubrik “Ladies”, Melalui pemilihan judulnya, dapat terlihat rubrik ini erat kaitannya dengan perempuan, karena Ladies diambil dari bahasa Inggris, yang artinya wanita, istri, atau nyonya. Rubrik ini menyajikan ragam informasi seperti tips kecantikan, kesehatan, dekorasi rumah, hingga resep makanan.

Pemilihan kata “Jelita” sebagai judul rubrik menurut penulis sudah menjadi eksploitasi makna kecantikan dari perempuan itu sendiri. Maka surat kabar tersebut seakan-akan menjadikan perempuan sebagai barang (komoditas) yang dapat laku dipasaran dengan menarik perhatian para pembaca perempuan khususnya.

Kehadiran rubrik khusus yang mengangkat sosok perempuan berprestasi, dan hadir diluar lingkup peran kosmetik nampaknya menjadi perhatian diberagam media yang sering menyediakan ruang khusus untuk perempuan. Sejalan dengan fokus utama feminisme liberal yang menghendaki agar perempuan diintegrasikan secara total dalam semua peran, termasuk bekerja diluar rumah, sehingga tidak ada lagi salah satu kelompok yang lebih dominan.

Meskipun media saat ini telah banyak menyajikan hal yang positif tentang wanita dan menunjukkan

suatu peningkatan yang membangun, namun bahasa media massa dalam pemberitaan perempuan kerap kali terkesan subjektif, mengeksploitasi penampilan perempuan, bahkan tak jarang mendefinisikan apa itu kecantikan perempuan dan bagaimana cara agar semua perempuan dapat menjadi yang “ideal”.

Sebagai objek, perempuan menjadi pihak yang didefinisikan, dijadikan bahan penceritaan dan ia tidak bisa menampilkan dirinya sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media massa kita belum mengungkapkan bias gender itu. Baik media massa cetak (surat kabar, tabloid dan majalah) dan elektronik (TV dan film). Sehingga representasi ini Menurut Sara Mills, posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan akan menentukan struktur teks dan bagaimana makna diberlakukan (Eriyanto, 2001).

Pandangan Mills ditempatkan sebagai pelaku yang menggunakan bahasa. penulis sangat dipengaruhi penggunaan bahasanya melalui identitas gender yang mereka miliki, karena itu Mills menyebutkan bahwa cara menulis, menggunakan bahasa, atau gaya bahasa yang digunakan laki-laki dan perempuan akan sangat berbeda.

Melalui proses konstruksi yang dilakukan oleh media, konsep teoritik Mosco menjelaskan “aktivitas” ekonomi politik yang juga merupakan pintu masuk untuk menjelaskan fenomena ekonomi politik media atau komunikasi terdiri atas tiga bagian, yaitu:

komodifikasi (commodification) spasialisasi (spazilization, dan strukturasi (structuaction). Dalam konsep komodifikasi, komunikasi merupakan arena potensial tempat terjadinya komodifikasi, karena komunikasi merupakan komoditas yang sangat besar pengaruhnya karena yang terjadi bukan hanya komodifikasi untuk mendapatkan surplus value, tapi juga karena pesan yang disampaikan mengandung simbol dan citra yang bisa dimanfaatkan untuk mempertajam kesadaran penerima pesan (Vincent, 1996).

Melalui pemaparan di atas, peneliti bertujuan untuk menganalisa bagaimana Riau Pos memposisikan perempuan dalam Rubrik Jelita surat dengan garis besar posisi subjek-objek, dan posisi penulis-pembaca. Selanjutnya penulis akan menganalisa proses komodifikasi yang terbentuk melalui Rubrik Jelita surat kabar Riau Pos. Kemudian penulis saji penelitian ini dengan judul “Komodifikasi Perempuan dalam Rubrik Jelita Surat Kabar Riau Pos”.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Politik Media Vincent Mosco

Kajian pendekatan ekonomi politik media memusatkan pada bagaimana hubungan dominasi dan penguasa ekonomi bisa mempengaruhi institusi sosial lain, teruntuk media massa. Hubungan yang saling mempengaruhi itu tersebut yang nantinya dapat mempengaruhi sistem produksi, sistem distribusi, dan media massa. Teori ekonomi politik media Mosco memiliki tiga konsep

utama yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi.

Berdasarkan pendapat Mosco diatas dapat disimpulkan bahwa ada hubungan kekuasaan dengan kehidupan ekonomi dalam masyarakat. Dalam konsep komodifikasi, komunikasi merupakan arena potensial tempat terjadinya komodifikasi. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan komoditas yang sangat besar pengaruhnya karena yang terjadi bukan hanya komodifikasi untuk mendapatkan surplus value, tapi juga karena pesan yang disampaikan mengandung simbol dan citra yang bisa dimanfaatkan untuk mempertajam kesadaran penerima pesan (Vincent, 1996)

Adapun bentuk-bentuk komodifikasi dalam komunikasi, antara lain:

a) Komodifikasi isi media, yaitu melibatkan perubahan peran-peran dari sumber data sampai sistem pemikiran dan menjadi produk yang dapat dipasarkan. Misalnya paket produk yang dipasarkan media dengan cara pemuatan tulisan seorang penulis, artikel lain dan iklan dalam suatu paket yang bisa dijual.

b) Komodifikasi khalayak, dimana media komodifikasi memainkan dua peran sekaligus, yaitu sebagai peran langsung sebagai pencipta surplus, dan secara tidak langsung melalui periklanan dalam penciptaan nilai surplus mealui sektor lain produksi komoditas. Pengiklan juga berperan dalam menentukan isi media, sehingga menciptakan khalayak sebagai komoditas. Dalam pandangannya, proses tersebut menciptakan hubungan yang resiprokal yang mengikat antara

media, khalayak, dan pengiklan. (Vincent, 1996)

c) Komodifikasi pekerja, yang merupakan penggerak dari kegiatan produksi. Pemanfaatan tenaga dan pikiran mereka secara optimal dengan cara mengkonstruksi pikiran mereka tentang bagaimana menyenangkannya jika bekerja dalam sebuah industri media.

Analisis Wacana Sara Mills

Analisis wacana Sara Mills lebih menekankan unsur “why” atau bagaimana suatu pesan yang terkandung dalam sebuah isi media, bukan hanya unsur “what” atau apa. Dalam model analisisnya, Sara Mills lebih melihat pada bagaimana posisi-posisi aktor ditampilkan dalam teks. Posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan akan menentukan bagaimana struktur teks dan bagaimana makna diberlakukan dalam teks secara keseluruhan (Eriyanto, 2001).

Disamping itu, Sara Mills juga menaruh perhatian pada bagaimana pembaca dan penulis (dalam konteks penelitian ini yaitu pendengar dan media) di tampilkan dalam teks.

Titik perhatian dari perspektif wacana feminis adalah bagaimana teks bias dalam menampilkan perempuan. Sara Mills lebih melihat pada bagaimana posisi-posisi aktor ditampilkan dalam teks. Hal ini dalam arti, siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan akan menentukan bagaimana struktur teks dan bagaimana makna diperlakukan dalam teks secara keseluruhan. Selain posisi-posisi aktor dalam teks,

Sara Mills juga memusatkan perhatian pada bagaimana pembaca dan penulis ditampilkan dalam teks. Sehingga pada akhirnya cara penceritaan dan posisi-posisi yang ditampilkan dan ditempatkan dalam teks ini membuat satu pihak menjadi legitimate dan pihak lain menjadi illegitimate (Eriyanto, 2009)

Sara Mills juga memperkenalkan analisisnya yang menyoroiti bentuk penempatan posisi antara laki-laki dan perempuan dalam teks perempuan, bagaimana perempuan selama ini dijadikan sebagai objek, pihak yang suaranya tidak hanya dibungkam namun diambail alih dalam narator laki-laki yang sarat bias.

Tentunya model ini dapat memberikan peta rute bagi peneliti, bagaimana posisi penulis dalam merepresentasikan perempuan, apakah memilih jalan memarjinalkan perempuan atau sebaliknya justru memilih jalan yang menjadikan suara perempuan bergema dan menunjukkan perlawanan tekstualnya pada konvensi yang berlaku pada media dan masyarakat selama ini. Adapun pembagian aktor-aktor dalam analisis Sara Mills adalah:

1. Posisi Subjek-Objek

Analisis atas bagaimana posisi-posisi aktor dalam teks (program) ditampilkan secara luas akan menyingkap bagaimana ideologi dan kepercayaan dominan bekerja dalam teks. Posisi sebagai subjek atau objek dalam representasi mengandung muatan ideologi tertentu.

2. Posisi Pembaca (Pendengar)

Model yang diperkenalkan Sara Mills mengasumsikan bahwa teks adalah suatu hasil negosiasi antara penulis (media) dan pembaca

(pendengar). Oleh karena itu, Sara Mills berpandangan dalam suatu teks, posisi pembaca sangatlah penting dan harus diperhitungkan dalam teks, dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengengar diposisikan dalam program.

Bagaimana media melalui teks yang dibuat menempatkan dan memposisikan pendengar dalam subjek tertentu dalam seluruh jalinan teks. Penempatan posisi pendengar ini umumnya berhubungan dengan bagaimana penyapaan/penyebutan dilakukan dalam program yang menurut Sara Mills dilakukan secara tidak langsung melalui dua cara.

Pertama, media yaitu penempatan posisi kebenaran pada pihak/karakter tertentu. Kedua, melalui kode budaya atau nilai budaya yang berupa nilai-nilai yang disetujui bersama, yang dipakai pembaca ketika menafsirkan suatu teks.

Feminisme

Munculnya kasus marginalisasi antara perempuan dan laki-laki menjadikan kemunculan gerakan ini. Istilah feminisme menunjukkan pada sebuah ideologi pembebasan perempuan, karena yang melekat dalam semua pendekatannya adalah keyakinan bahwa perempuan mengalami ketidakadilan karena jenis kelaminnya (Kasiyan, 2008).

Feminisme hadir untuk mengkritik budaya populer dan media massa terkait dengan masalah perempuan beserta konstruksinya yang tidak adil, tidak seimbang dan eksploratif dalam konteks suatu kerangka ketidaksetaraan dan penindasan gender. Gerakan ini menuntut pencitraan perempuan yang lebih realistis, berimbang serta

menyerukan bahwa perempuan dapat lebih setara dengan laki-laki, dimana perempuan dapat mengambil keputusan atau mendapatkan pekerjaan sesuai dengan apa yang dikehendaki.

Dalam (Fakih, 2013) membagi manifestasi ketidakadilan gender, diantaranya yaitu:

- a. Terjadinya marginalisasi (pemiskinan ekonomi) terhadap kaum perempuan. Marginalisasi merupakan proses pengabaian hak-hak yang seharusnya didapat oleh pihak yang termarginalkan, namun, hak tersebut diabaikan dengan berbagai alasan demi suatu tujuan.
- b. Terjadinya subordinasi pada salah satu jenis kelamin, umumnya pada perempuan. Dalam rumah tangga, masyarakat maupun Negara, banyak kebijakan dibuat tanpa menganggap penting kaum perempuan.
- c. Pelabelan negatif (stereotype) terhadap jenis kelamin tertentu dan akibatnya terjadi diskriminasi serta pelbagai bentuk ketidakadilan lainnya
- d. Kekerasan terhadap jenis kelamin tertentu, umumnya perempuan, termasuk kekerasan fisik seperti pemerkosaan dan pemukulan, sampai kekerasan dalam bentuk yang lebih halus seperti pelecehan dan penciptaan ketergantungan.
- e. Adanya beban ganda bagi perempuan. Hal ini terjadi karena anggapan peran gender perempuan adalah dalam lingkup domestik. Maka banyak perempuan menanggung beban kerja dalam rumah tangga lebih banyak dan lebih lama.

Perempuan

Definisi perempuan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) memiliki arti orang (manusia) yang mempunyai ciri dapat menstruasi, hamil, melahirkan, dan menyusui. Pengertian ini sangat identik dengan peran-peran wanita dalam bidang domestik.

Menurut Zaitunah dalam (Subhan, 2004) kata perempuan berasal dari kata empu yang artinya dihargai. Ia juga menyebutkan pergeseran istilah dari perempuan ke wanita. Kata wanita dianggap berasal dari bahasa Sansekerta, dengan dasar kata Wan yang berarti nafsu, sehingga kata wanita mempunyai arti yang dinafsui atau merupakan objek seks.

Dalam bukunya, (Murthahari, 1995) tentang perempuan menjelaskan perempuan berdasarkan pandangan dalam kajian medis, psikologis dan sosial, terbagi atas dua faktor, yaitu faktor fisik dan psikis. Secara biologis dari segi fisik, perempuan dibedakan atas dasar fisik perempuan yang lebih kecil dari laki-laki, suaranya lebih halus, perkembangan tubuh perempuan terjdalebih dini, kekuatan perempuan tidak sekuat laki-laki dan sebagainya.

Dari segi psikis, perempuan mempunyai sikap pembawaan yang kalem, perasaan perempuan lebih cepat menangis dan bahkan pingsan apabila menghadapi persoalan berat.

menangis dan bahkan pingsan apabila menghadapi persoalan berat.

Kedudukan perempuan dalam kehidupan sosial selalu dianggap lebih minoritas, terkhusus dalam masyarakat yang bersifat patrilineal yang lebih memuliakan lelaki dalam

seluruh bidang kehidupan. Kodrat perempuan telah menjadi salah satu pokok bahasan penting dalam diskusi tentang perempuan atau tentang gender secara umum. Pembahasan ini seakan tidak habisnya untuk melihat bagaimana perempuan dalam fokus kajian dari kodrat sisi esensi, dan empirisnya.

Adanya ideologi patriarki melestarikan wujud kekuasaan dan dominasi laki-laki yang terealisasi dalam berbagai tatanan sosial termasuk dalam keluarga. Ideologi ini mencirikan bahwa laki-laki merupakan kepala rumah tangga pencari nafkah (bread winner) yang terlihat dalam pekerjaan produktif diluar rumah tangga maupun sebagai penerus keturunan.

Media Cetak

Salah satu contoh media massa yang adalah media cetak. Media cetak dapat diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, dan disampaikan secara tertulis. Media ini bisa dibuat untuk membantu fasilitator melakukan komunikasi interpersonal saat pelatihan atau kegiatan kelompok.

Media cetak juga dijadikan sebagai alat referensi atau bahan bacaan atau menjadi media instruksional atau mengkomunikasikan teknologi baru dan cara-cara melakukan sesuatu (leaflet, brosur, buklet). Selain itu, juga bisa mengkomunikasikan perhatian dan peringatan serta mengkampanyekan suatu isi dan menjadi media ekspresi dan kaya personal (posterm gambar, kartun, komik).

Adapun alur pemberitaan dalam media cetak dijelaskan dalam (Permana, 2017) menjadi empat poin dasar yaitu:

1. Penguasaan peliputan oleh redaktur kepada wartawan. Ouput yang dihasilkan adalah teks berita dan data pendukung
2. Berita yang ditulis wartawan masuk ke meja redaksi untuk penentuan headline dan pembagian berita lainnya.
3. Penyuntingan oleh redaktur
4. Penerbitan berita.

Rubrik Jelita

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), rubrik adalah karangan yang bertopik tertentu dalam surat kabar, majalah, dan sebagainya. Sedangkan menurut Onong Uchyana Effendy rubrik adalah acara tertentu imtik kelompok pembaca, pendengar, atau penonton tertentu.

Biasanya rubrik akan ditempatkan pada halaman yang tetap dan disajikan secara berkala. Sehingga pembaca yang membutuhkan akan mengetahui halamannya. Sesuai dengan fungsi media yaitu menghibur, mendidik, serta memberikan informasi, rubrik dibuat semakin variatif agar pembaca yang menjadi sasaran dapat merasakan fungsi dari media tersebut.

Rubrik juga biasa disebut sebagai kepala karangan atau ruang tetap yang akan diterbitkan setiap media cetak. Rubrik ada yang ditampilkan secara jelas dengan diberikan nama dari setiap rubric, namun ada yang tidak secara jelas ditampilkan. Namun rubrik tertentu dibuat untuk mengkategorikan ragam informasi yang ada dalam rubrik tersebut, atau

rubrik akan memuat isi pesan yang ingin dibahas khusus dan disampaikan oleh penulis (Mulyani, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Feminis Sara Mills yang berfokus pada posisi aktor ditampilkan di dalam teks, dan Teori Komodifikasi Vincent Mosco yang berfokus pada proses komodifikasi dalam Rubrik Jelita. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara 6 (enam) orang narasumber. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pihak Riau Pos yang menjadi informan, dengan 5 (lima) berita yang menjadi unit analisis. Penelitian ini menggunakan dua teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Posisi Subjek-Objek dalam Rubrik Jelita

Pemosisian subjek dan objek pada Rubrik Jelita di Riau Pos terlihat dari hasil konstruksi wacana yang dibangun oleh wartawan sebagai penulis berita. Hasil konstruksi tersebut dijadikan sebagai pemberi makna kepada para pembaca. Pembaca akan melihat alur cerita dengan bagaimana wacana tersebut diangkat, dari sudut pandang siapa pemberitaan tersebut ditulis, siapa yang menjadi pencerita (subjek) dan siapa yang diceritakan (objek).

Aktor yang ditempatkan sebagai subjek, memiliki ruang untuk menampilkan dirinya sendiri dan menampilkan aktor-aktor lainnya

dalam suatu peristiwa. Perspektif yang dimiliki subjek mengenai peristiwa ataupun objek akan dipercaya sebagai suatu kebenaran oleh penulis atau wartawan.

Melalui lima Rubrik Jelita pada Surat Kabar Riau Pos yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini, keseluruhan subjek (pencerita) adalah wartawan yang menampilkan perempuan dalam teks lewat hasil wawancara bersama objek terkait dengan konten yang diangkat.

Sebagai pihak pencerita, wartawan menggunakan kata ganti “dia”, “gadis”, “perempuan muda” ataupun sapaan akrab yang dimiliki oleh masing-masing objek. Wartawan sebagai subjek dalam hal ini merupakan seorang perempuan, dengan jelas dan leluasa menampilkan sosok perempuan lain yang prestatif dan inspiratif. Hal ini terlihat dari penceritaan objek yang memiliki alur perjuangan awal hingga mencapai prestasi dan memberikan kontribusinya terhadap masyarakat.

Dari seluruh edisi yang menjadi unit analisis, perempuan digambarkan sebagai sosok yang aktif dalam pendidikan, menjadi penyiar radio, menjadi aktivis lingkungan, hingga menjadi pengusaha muda.

Objek (yang diceritakan) dalam wacana ini adalah perempuan yang memiliki prestasi di dunia pageant atau dalam bahasa Indonesia lebih dikenal dengan sebutan kontes kecantikan yang identik dengan mahkota dan selempang.

Namun, wartawan semata-mata tidak hanya menceritakan prestasi di

dunia pageant saja, tetapi juga menyebutkan prestasi lainnya lewat kolom biodata pada sisi bawah rubrik, ini menunjukkan bahwa Riau Pos ingin menampilkan perempuan muda tidak hanya bisa menekuni satu bidang saja, misalnya modelling, namun juga bisa merambah kepada bidang yang lain. Wacana yang dituliskan semakin diperkuat dengan adanya kolom biodata objek, yang berisi informasi seperti moto hidup, cita-cita, hingga urutan prestasi lainnya yang tidak disebutkan sebelumnya.

Temuan lain dalam penulisan Rubrik Jelita, subjek seringkali menggunakan penggambaran fisik perempuan seperti kata cantik, manis, tubuh tinggi semampai hingga berkulit putih, hal tersebut menurut hasil wawancara peneliti dengan wartawan (subjek) Azura, diakui sebagai bentuk apresiasi kepada perempuan muda yang tidak hanya berprestasi, berpenampilan menarik, namun juga berprestasi.

Hal ini seperti merepresentasikan perempuan sesuai dengan konsep feminis liberal, dimana perempuan berhak tampil aktif dan berprestasi diberbagai bidang, dan menganut konsep bahwa semua orang (laki-laki dan perempuan) dengan kemampuan rasionalitasnya diciptakan dengan hak yang sama dan setiap orang harus memiliki kesempatan yang sama untuk memajukan dirinya. Termasuk perempuan-perempuan yang diangkat profilnya karena prestasi dan kontribusinya di berbagai bidang pada Riau Pos.

Posisi Subjek-Objek dalam Rubrik Jelita

Posisi pembaca yang mempengaruhi sebuah teks dibentuk melalui dua hal, yaitu suatu teks yang memunculkan wacana secara bertingkat dengan mengetengahkan kebenaran secara hirarkis dan sistematis, sehingga pembaca mengidentifikasi dirinya dengan tokoh yang digambarkan dalam teks. Kemudian, melalui kode budaya yang berlaku di benak pembaca ketika menafsirkan teks, istilah ini diperkenalkan oleh Ronald Barthes mengacu pada kode atau nilai budaya yang dipakai oleh pembaca ketika menafsirkan suatu teks diantaranya dengan menggunakan kalimat.

Melalui hasil analisa yang telah dilakukan peneliti, terdapat penemuan pada posisi penulis-pembaca Rubrik Jelita Surat Kabar Riau Pos, yaitu penulis memposisikan dirinya sebagai laki-laki melalui penyebutan objek “gadis cantik”, “gadis manis”, “berkulit putih”, “berpostur tinggi semampai” terdapat pada 2 (dua) wacana dari 5 (lima) unit analisis yang diteliti. Artinya, secara tidak langsung, subjek mereproduksi makna cantik terhadap perempuan.

Status cantik dan manis yang melekat pada diri perempuan disimbolkan dengan kulit putih, tubuh tinggi semampai, memiliki postur tubuh yang tidak besar ataupun terlalu kecil. Kemudian, ditemukan satu dari lima unit analisis yang diteliti yaitu edisi 28 April 2019, penulis tampak memiliki kuasa terhadap perempuan yang menjadi objek untuk melakukan sesuatu.

Sesuai dengan fungsi media yang yaitu menampilkan realitas sosial,

dalam Rubrik Jelita tampak pembangunan makna cantik tersebut kepada pembacanya melalui edisi 28 April 2019 dengan judul “Calon Model Profesional”, dan edisi 19 Mei 2019 “Dari Hobi Temukan Jati Diri”. Tidak hanya itu, penyebutan kondisi fisik seorang perempuan tersebut sebenarnya tidak memiliki korelasi terhadap pencapaian suatu prestasi perempuan.

Kalimat cantik dan manis yang ditujukan pada objek memiliki arti yang berbeda dalam setiap masyarakat. Temuan lainnya adalah di Rubrik Jelita edisi 28 April 2019 yang mengangkat judul “Calon Model Profesional”, penulis mengatakan bahwa objek tidak menyalahkan fisiknya yang tubuh tinggi semampai dan cantik untuk menjadi seorang model profesional, serta kemenangan yang diraihinya merupakan sebuah “nasib baik, bukan hasil dari usaha yang telah dicapai oleh objek tersebut.

Meskipun begitu, menurut hasil wawancara bersama Azura selaku penanggungjawab halaman Rubrik Jelita, selama ini tidak ditemukan keberatan atau protes dari para perempuan yang dijadikan sebagai objek atau yang diceritakan. Merupakan suatu kebanggaan tersendiri oleh objek yang berhasil terpilih untuk tampil dan Rubrik Jelita, para objek merasa diapresiasi dan didukung kegiatan yang mereka lakukan.

Proses Komodifikasi dalam Rubrik Jelita

1. Komodifikasi Isi

Firman Agus sebagai pemimpin redaksi melalui wawancara langsung mengakui bahwa hadirnya Rubrik Jelita sekaligus menjawab kebutuhan

perempuan dalam pemenuhan informasi. Fokus pada penelitian ini adalah perempuan yang mengikuti

Proses komodifikasi sudah terjadi sejak awal tim redaksi menentukan objek atau konten dalam Rubrik Jelita dengan menyeleksi sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk ditampilkan pada halaman tersebut, seperti berusia muda, belum menikah, memiliki prestasi, dan berpenampilan menarik.

Isi berita dikemas dengan mengedepankan prestasi dan kontribusi perempuan dalam bidangnya masing-masing, hal tersebut bisa dilihat melalui judul yang diangkat dalam setiap edisi. Dalam menulis teks tentang perempuan, wartawan menentukan judul yang menarik dan sesuai dengan isi yang akan dibahas. Isi rubrik Penampilan perempuan dalam teks juga dilengkapi dengan penyebutan “gadis cantik”, “gadis manis”, “berkulit putih”, dan “tinggi sempurna” yang lekat dengan kondisi fisik seorang perempuan.

Penyebutan tubuh perempuan dalam penulisan teks yang merupakan suatu produk jurnalistik merupakan sebuah simbol merupakan upaya komodifikasi tubuh perempuan, sementara bagi sebagian yang lain, para praktisi periklanan khususnya, hal ini adalah sebuah keharusan karena dibutuhkan untuk memperkuat daya jual sebuah produk. Pada pemaknaannya, kembali lagi kepada pembaca bagaimana mengidentifikasi dirinya terhadap teks tersebut.

Tidak hanya itu, penulis juga menyertakan kolom biodata objek yang berisikan nama lengkap, nama panggilan, tempat tanggal lahir,

zodiak, agama, hobi, motto hidup, tinggi badan, menu kesukaan, keahlian, ukuran sepatu, riwayat pendidikan, dan riwayat prestasi.

Melalui kolom biodata ini, pembaca bisa mengetahui informasi lebih lanjut dari teks atau narasi yang ditampilkan. Dalam riwayat prestasi yang ditampilkan, penulis mencoba menginspirasi pembaca meraih prestasi sesuai dengan bidang masing-masing seperti pada kisah objek dalam teks, sehingga tujuan penulisan rubrik ini tercapai, yaitu sebagai inspirasi untuk semua pembaca, khususnya perempuan.

2. Komodifikasi Pekerja

Melalui lima edisi Rubrik Jelita yang menjadi analisis penelitian, pekerja yang terlibat dalam pra-produksi dan pasca produksi berita, yaitu wartawan yang dalam hal ini dibantu oleh tim zetizen Riau Pos, penanggungjawab halaman Rubrik Jelita, redaktur foto, fotografer, dan pemimpin redaksi.

Wartawan selaku penulis rubrik terlihat cukup baik dalam menggali informasi dan menuliskan alur kisah objek berjuang untuk mencapai prestasi ataupun memberikan kontribusinya. Hal ini bisa terlihat dari korelasi judul dengan isi rubrik. Secara keseluruhan, berdasarkan kriteria yang dijadikan acuan untuk seorang objek dikisahkan dalam Rubrik Jelita sudah memenuhi standar, seperti berpenampilan menarik, berprestasi, dan belum menikah.

Berdasarkan hasil wawancara, setelah wartawan selaku penulis menampilkan perempuan dalam teks, tahap selanjutnya adalah teks diperiksa melalui penanggungjawab halaman, sedangkan foto-foto yang

akan dimasukkan ke dalam halaman adalah tanggungjawab redaktur foto. Adapun kriteria foto yang sesuai standar adalah resolusi foto yang bagus alias tidak pecah-pecah, sesuai dengan tema yang diangkat, dan objek berpakaian sopan.

Selanjutnya, setelah teks selesai dikerjakan, wartawan tidak lagi memegang tanggungjawab terhadap halaman tersebut, bagian redaksi akan menentukan apakah berita ini layak untuk dicetak. Teks akan melalui proses pengeditan oleh bagian redaksi.

Dalam penulisannya, wartawan terlihat cukup berhati-hati dalam membangun bahasa dan kalimat yang ditampilkan. Meskipun ditemukan adanya reproduksi makna cantik dalam edisi 28 April 2019 dan edisi 19 Mei 2019. Namun secara keseluruhan, penulis memberikan kesempatan kepada objek untuk menampilkan dirinya sesuai melalui kalimat langsung.

Penggambaran objek difokuskan pada usahanya untuk mencapai sederet prestasi dan kontribusi, meskipun tidak meninggalkan penilaian hal-hal yang berbau fisik terhadap objek perempuan. Hal ini bertujuan untuk mengapresiasi perempuan itu sendiri menurut pengakuan Azura selaku penanggungjawab halaman Rubrik Jelita.

Secara spesifik wartawan Riau Pos sudah diikutkan seminar ataupun workshop mengenai bagaimana cara meliput isu-isu perempuan, ibu, serta pembahasan tentang keluarga, bahkan tidak hanya untuk wartawan, namun juga redaktur. Hal ini dijelaskan pemred untuk menambah ilmu dari pekerja Riau Pos sendiri.

3. Komodifikasi Khalayak

Berbeda dengan media online, dimana pembaca dapat dipantau melalui aplikasi google analytic pada setiap berita yang diklik, pembaca media cetak dari Riau Pos tidak bisa dideteksi melalui aplikasi tersebut. Rubrik Jelita merupakan bagian halaman dari satu edisi surat kabar Riau Pos.

Meskipun begitu, melalui pengakuan pemred kepada peneliti, penyediaan rubrik khusus perempuan seperti Rubrik Jelita merupakan hasil dari survey kebutuhan pembaca, bahwa pembaca perempuan lumayan banyak, sehingga rubrik khusus seperti ini mampu menarik pembeli baik pada usia muda hingga yang sudah berumah tangga.

Pemred juga menambahkan bahwa salah satu alasan mengapa tidak ada iklan yang disisipkan pada halaman Rubrik Jelita adalah dengan mempertimbangkan keindahan halaman yang khusus menampilkan profil perempuan sebagai objek. Meskipun begitu, pada edisi sebelumnya, Rubrik Jelita sempat disisipkan iklan salah satu merek perabot rumah tangga.

Melalui wawancara langsung, penanggungjawab halaman Jelita, Azura mengatakan bahwa Rubrik Jelita yang menampilkan profil perempuan muda yang berprestasi mengundang soft selling melalui promosi pribadi yang dilakukan kepada orang-orang terdekat untuk membaca surat kabar yang terbit pada edisi tersebut, yang mana dalam hal ini juga berkaitan dengan komodifikasi pekerja. Rubrik ini diakuinya bertujuan untuk mengapresiasi perempuan dan mampu menjangkau semua kalangan.

PENUTUP

Kesimpulan

Melihat posisi subjek-objek dalam perspektif Sara Mills, dari 5 (lima) edisi, dua edisi diantaranya menempatkan posisi wartawan sebagai subjek (pencerita) yang memposisikan dirinya sebagai laki-laki melalui bahasa yang digunakan dengan mereproduksi makna cantik pada perempuan. Dalam penulisan, terdapat 4 (empat) dari 5 (lima) edisi tidak mengandung bias atau ketidakadilan gender yang dialami perempuan muda. Wacana yang dituliskan berfokus pada proses perjuangan seorang perempuan untuk mendapatkan deretan prestasi dan kontribusi.

Berdasarkan hasil analisa terdapat penemuan pada posisi penulis-pembaca Rubrik Jelita Surat Kabar Riau Pos, penulis memposisikan dirinya sebagai laki-laki melalui penyebutan objek yaitu perempuan yang diceritakan dalam setiap edisi dengan “gadis cantik”, “gadis manis”, “berkulit putih”, “berpostur tinggi semampai” ditemukan dalam 2 (dua) edisi. Pembaca diposisikan sebagai seorang laki-laki yang mengamati fisik seorang perempuan melalui kalimat penggambaran tersebut sehingga membangun makna cantik

Komodifikasi isi terlihat sejak ditentukannya objek ataupun tema dalam edisi yang akan diterbitkan. Riau Pos memiliki standar 3B (*beauty, brain, behaviour*). Pekerja media yang terlibat pernah diikutsertakan dalam workshop atau seminar mengenai kepenulisan isu-isu perempuan meskipun tidak secara spesifik. Sedangkan pada komodifikasi khalayak terjadi soft selling dan penawaran iklan rumah tangga, meskipun tidak langsung

ditampilkan pada halaman karena alasan keindahan.

Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis banyak terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Maka penulis dapat mengajukan saran-saran antara lain:

1. Bagi Riau Pos sebagai saran dalam menampilkan wacana perempuan agar selalu memprioritaskan nilai mutu tulis yang baik dan benar sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku, sehingga dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada khalayak pembaca dengan baik khususnya mengenai posisi perempuan dalam pemberitaan yang tidak merugikan kaum perempuan. Menampilkan tema wacana dalam pemberitaan perempuan yang lebih variatif.
2. Bagi para praktisi yang bergerak di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya Jurnalistik, seperti analisis wacana teks agar selalu mengedepankan bahasa pers yang berlaku, artinya dalam suatu wacana berita, hendaknya wartawan mematuhi etika penulisan bahasa pers, menampilkan informasi ataupun pesan sesuai dengan ketentuan bahasa jurnalistik.
3. Bagi peneliti yang ingin meneliti hal yang sama, yakni wacana perempuan, sebagai produk jurnalistik yang disajikan oleh media massa, agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan berbagai metode-metode penelitian lainnya. Demi terwujudnya pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang Ilmu Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Handoyo, P. (2016). Representasi Perempuan dalam Media. *Perempuan, Budaya, dan Perubahan*, 318.
- Hariyanto. (2009). Gender Dalam Konstruksi Media. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 167-183.
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak].
- Mahmudah, D. (2012). Representasi Perempuan dalam Teks Kekerasan Rumah Tangga pada Teks Rubrik "Nah Ini Dia" di Harian Pos Kota. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 141.
- Mulyani, H. S. (2014). Kecenderungan Isis Rubrik Surat Pembaca di Harian Umum Pikiran Rakyat. *Jurnal Visi Komunikasi*, 21.
- Murthahari, M. (1995). *Hijab Gaya Hidup Wanita Islam, Selamatkan Dirimu dari Tabaruj*. Yogyakarta: Al-Mahalli Press.
- Permana, F. Y. (2017). Mempertahankan Pasar Media Cetak Melalui Konten AR. *Jurnal Channel*.
- Subhan, Z. (2004). *Kekerasan Terhadap Perempuan*. Jakarta: Pustaka Pesantren.
- Suhadah. (2006). *Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Vincent, M. (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publications.