



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A*  
*SK BAN – PT NO: 451/SK/Ban-PT/Akred/S/XI/2015*

**Representasi Positif Perempuan Dalam Media Alternatif**  
**Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus**

**Magdalene**

Skripsi

Oleh  
Dyaning Pangestika  
2013330079

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A*  
*SK BAN – PT No: 451/SK/Ban-PT/Akred/S/XI/2015*

**Representasi Positif Perempuan Dalam Media Alternatif**  
**Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus**

**Magdalene**

Skripsi

Oleh  
Dyaning Pangestika  
2013330079

Pembimbing  
Elisabeth Adyiningtyas Satya Dewi, Ph.D

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Dyaning Pangestika  
Nomor Pokok : 2013330079  
Judul : Representasi Positif Perempuan Dalam Media Alternatif Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Magdalene

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 17 Juli 2017  
Dan dinyatakan LULUS



**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Paulus Yohanes Nur Indro, Drs., M.Si.

**Sekretaris**

Elisabeth Adyiningtyas Satya Dewi, Ph.D)

**Anggota**

Sapta Dwikardana, Ph.D

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyaning Pangestika

NPM : 2013330079

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Representasi Positif Perempuan Dalam Media Alternatif Indonesia  
Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Magdalene

Dengan ini menyatakan bahwa rancangan penelitian ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 2 Agustus 2017



Dyaning Pangestika

## Ucapan Terimakasih

Jika perkuliahan diibaratkan sebagai *game* RPG, skripsi ini adalah musuh terakhir yang harus saya lawan agar saya bisa menuntaskan *game* ini dan memainkan *game* yang baru. Sama seperti sebuah *game*, skripsi ini membuat saya merasakan banyak hal: amarah, gembira, jengkel, lega, dan sebagainya. Dan ketika ia tuntas, ia meninggalkan saya dengan perasaan sentimental akan kenangan yang sudah ia berikan pada saya. Sebagaimana karakter utama pada *game* RPG, saya dibantu oleh berbagai pihak hingga akhirnya skripsi ini bisa tuntas dan membawa saya pada kelulusan. Halaman ini didedikasikan untuk mereka-mereka yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

- Pertama-tama, tentunya rasa terimakasih saya panjatkan kepada Tuhan YME karena telah menciptakan saya dan memberikan saya kemampuan yang dibutuhkan agar dapat bertahan hidup. Saya juga mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua saya—Santi Indra Astuti dan Gangsar Sukrisno—yang telah mendukung saya baik secara moral dan finansial, juga Krisna Danuaji selaku adik semata wayang saya, dan Bibi Eni yang menjaga kesehatan penulis dengan memberikan suplai makanan tak terhenti. Tak lupa juga rasa terimakasih saya persembahkan untuk kedua nenek saya yang tak lepas-lepasnya mendoakan cucunya di setiap waktu—Eyang Widyastuti dan Eyang Sukarni, skripsi ini adalah jawaban dari doa kalian.
- Kepada dosen pembimbing saya, Mbak Elisabeth ‘Nophie’ Adyiningtyas Dewi—terimakasih karena sudah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan kecermatan, meski ada kalanya saya *ndablek* dan gagal memahami masukan yang sudah diberikan. Semoga di lain waktu kita bisa diskusi seputar isu feminisme ya mbak. Terimakasih juga saya ucapkan kepada Mas Paulus Yohanes Nurindro dan Mas Sapta Dwikardana yang telah memberikan masukan agar skripsi saya bisa menjadi lebih baik lagi.
- Untuk tiga rekan setia saya di masa-masa perkuliahan—Bella Datisi, Erlangga Prawibowo dan Farizi Fatwa Salkon—saya ucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya. Di bagian Perjanjian Lama yang ada di alkitab terdapat sebuah pepatah yang berbunyi: *blood of the covenant is thicker than the water of the womb*. Bagi saya, pepatah ini tepat sekali untuk mendeskripsikan pertemanan kita. Terimakasih atas segala julukan, dukungan moral, perdebatan sepele, *inside jokes*, dan lain sebagainya. Di masa-masa perkuliahan ini saya sempat terpuruk beberapa kali, tapi kalian bertiga berhasil membuat saya tetap waras.
- Untuk Anggia Pithaloka, Rizky Aji Pratama, dan Yulfitri Pramatatya, terimakasih karena sudah menjadi rekan ‘skripsian bareng’ terbaik di UNPAR. Terimakasih kepada Gia yang senantiasa memberikan pesan mutiara dan foto Jeonghan sebagai penyemangat di kala suntuk; terimakasih kepada Aji yang sudah memberikan masukan ketika saya bingung dengan skripsi saya sendiri; dan terimakasih kepada Tya yang selalu membantu dalam proses pengerjaan skripsi baik dengan melakukan *proofreading* secara sukarela, serta memberikan motivasi (omelan) ketika semangat saya mengerjakan mulai kendor.
- Kepada Adella Ana Pratiwi, Dinda Nur Griya Kamil, Pitarini Fajrian Ramadhani, Maulydia Yusliwan, Trifitri Muhamaditta dan Vanya Marieta Fasya, terimakasih karena sudah memberikan banyak bantuan kepada penulis baik untuk urusan akademis maupun tidak. Terimakasih kepada Adel dan Dinda—yang meski sudah menjadi

alumni—masih mau saya repotkan untuk urusan curhat. Terimakasih kepada Pita yang sering saya recoki untuk menyediakan tempat menginap, untuk menjadi teman curhat, dan di saat terakhir mengecek skripsi saya meski yang bersangkutan sedang disibukkan oleh urusan lain. Untuk rekan-rekan kelompok prakdip Lebanon, terimakasih karena sudah menjadi penyuplai humor dan gosip selama perkuliahan. Ditunggu masak-masak barengnya ya.

- Kepada rekan-rekan seperjuangan di Media Parahyangan—Axel Gumilar, Katya Prijanka, Kristiana Devina, Siti Khalishah Ulfah, Veronica Dwi Lestari, Vincent Fabian Thomas Dharma, dan Zico Sitorus—semoga semangat aktivisme tetap ada dan tidak pernah mati. A luta continua!
- Untuk teman-teman satu *tongkrongan* di Coop-Space: Andrian Dharmawan, Bonifasius Dion Aditya, Diko Inastu, dan Rengga Wardhana—sukses selalu untuk kehidupan setelah perkuliahannya.
- Kepada rekan-rekan AIESEC Unpartai yang kukasihi—Uti, Dini, Cadi, Edrina, Gina, Chase, Kenny—terimakasih atas segala wejangannya mengenai dunia kerja serta bagaimana cara menjadi orang dewasa. Sayang!
- Kepada mbak Asmarani Devi dan Hera Diani dari Magdalene, terimakasih karena telah mau direpotkan oleh penulis dan menyediakan waktunya untuk wawancara. Magdalene adalah inspirasi bagi saya, dan terimakasih karena sudah menciptakannya.
- Kepada keluarga KSMPMI, sukses selalu dan terimakasih atas kerja barengnya.
- Terakhir, saya ucapkan terimakasih kepada Dyaning Pangestika selaku diri saya sendiri. Dua tahun belakangan ini bukanlah tahun-tahun yang mudah untuk kamu, dan pada beberapa kesempatan kamu sempat ingin berhenti, tapi toh pada akhirnya kamu bisa menyelesaikan perkuliahan dan menghadapi masa depan yang sempat kamu takuti. Terimakasih karena sudah mau diajak kerja sama untuk menyelesaikan skripsi ini dan urusan kehidupan lainnya.

## Abstrak

Nama : Dyaning Pangestika

NPM : 2013330079

Judul : Representasi Positif Perempuan Dalam Media Alternatif Indonesia  
Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Magdalene

---

Media massa yang baik dan benar seharusnya bersifat netral dan tidak bias terhadap ras, gender, suku maupun kebangsaan tertentu. Meski demikian, kuatnya pengaruh nilai-nilai budaya patriarki menjadikan media massa masih mempraktikkan bias terhadap gender. Adanya nilai-nilai budaya patriarki menjadikan media massa menempatkan laki-laki sebagai target utama pasar mereka. Untuk memenuhi kebutuhan akan sosok perempuan yang bisa meningkatkan konsumsi dari kaum laki-laki, media massa menciptakan standar kecantikan tertentu dan melabelinya sebagai standar kecantikan ideal yang harus dipatuhi oleh semua perempuan. Representasi yang sepihak terhadap perempuan dalam media massa memaksa perempuan untuk tunduk kepada standar kecantikan ideal yang telah diciptakan oleh lingkungan patriarki jika ingin mendapatkan representasi yang lebih positif. Akibatnya, perempuan tidak mampu mewujudkan pemberdayaan terhadap diri mereka sendiri karena mereka ditempatkan pada posisi dimana mereka membutuhkan validasi laki-laki untuk mengesahkan keberadaannya.

Berkaitan dengan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Magdalene selaku media daring menggunakan artikel-artikel yang berisikan representasi positif perempuan dalam rubrik *Health & Beauty* sebagai upaya pemberdayaan bagi perempuan. Dengan menggunakan teori *culture industry* yang Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer, pada penelitian ini dapat kita lihat bahwa eksploitasi terhadap tubuh perempuan yang dilakukan pada media massa merupakan sebuah upaya untuk menarik perhatian laki-laki sebagai target utama pasar dalam lingkungan patriarki. Sementara melalui teori *feminine writing* kita akan melihat bagaimana representasi positif yang dilakukan terhadap perempuan melalui penulisan akan memudahkan perempuan untuk mendapatkan kembali kesadaran akan identitas asli mereka yang telah diubah sedemikian rupa dalam media massa dan menjadikan kesadaran tersebut sebagai upaya untuk mewujudkan pemberdayaan terhadap kaumnya.

Kata kunci: media massa, *culture industry*, feminisme, *feminine writing*, feminisme posmodern, representasi positif perempuan, Magdalene

## Abstract

Name : Dyaning Pangestika

NPM : 2013330079

Title : *Women's Positive Representation in Indonesian Alternative Media as an Effort towards Women Empowerment: Magdalene Case Study*

---

*As a source of information for community, mass media supposed to be responsible in providing a credible information source. A good mass media supposed to have a neutral stance and not performing a bias views towards certain race, gender, ethnicity or nationality. However, the strong influence of patriarchy values in our society affecting mass media and causing them to create a bias perception towards gender in mass media. Because of the patriarchy values influence, mass media putting men as their prime consumer. To gain men attraction towards their content, mass media exploited women's body in order to raise their appeal. To fulfil their needs of women that they can exploit, mass media then created a set of beauty standard and labeled them as an ideal standard that every women needs to accomplish. As a result, the distorted figure of women that the mass media created causing women to lose their original identity. Women who disagree to obey the beauty standard that the patriarchal society creates will be portrayed negatively in mass media and thus forcing them to subject themselves to this standard suppose they want more positive representation. Thus, women became unable to empower themselves because they are put into a position where they need men's validation to justify their existence.*

*This research attempted to observe how Magdalene as an online media use the positive representation of women in their Health & Beauty rubric as an effort to empower women. Using culture industry theory from Theodor W. Adorno and Max Horkheimer, in this research we can see that the exploitation of women's body in mass media was done as an effort to gain men's interest towards their media. Through the feminine writing theory, we will see how positive representation of women through writing caused women to reclaim their original identity that was previously distorted by the media for their own benefit, in which their awareness of their own identity could serve as a tools for them to empower themselves.*

*Keywords: mass media, culture industry, feminism, Indonesia, feminine writing, postmodern feminism, representation, Magdalene*

## **KATA PENGANTAR**

Di dunia ini, tidak ada satu hal yang diciptakan secara sempurna. Skripsi ini pun adalah perwujudan dari ketidaksempurnaan tersebut. Akan tetapi, meski skripsi ini jauh dari kata sempurna, terdapat upaya di baliknya yang mengusahakan skripsi ini untuk menjadi berguna. Dan kita tahu, Tuhan mencintai umat-Nya yang berjuang lebih dari apapun.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung membantu penyelesaian skripsi ini. Rasa terimakasih terutama penulis tujukan kepada Tuhan, serta kedua orangtua penulis dan dosen pembimbing skripsi: Mbak Elisabeth Adyiningtyas Satya Dewi, Ph.D., yang sudah dengan sabar dan telaten membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa rasa terimakasih juga penulis tujukan kepada segenap teman-teman penulis yang telah memberikan motivasi dan dukungan moral.

Dalam kesempatan ini, skripsi berjudul “Representasi Positif Perempuan Dalam Media Alternatif Indonesia Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Magdalene” ini dipersembahkan oleh penulis guna memenuhi syarat kelulusan di Program Studi S1 Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila ada kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik dan masukan untuk menunjang perbaikan skripsi ini.

Bandung, 2 Agustus 2017

Dyaning Pangestika



## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
Abstract .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Ucapan Terimakasih .....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Singkatan.....	ix
<b>BAB 1: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.1 Deskripsi Masalah .....	10
1.2.2 Perumusan Masalah .....	14
1.2.3 Pembatasan Masalah .....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	15
1.4 Kajian Literatur .....	15
1.5 Kerangka Pemikiran .....	19
1.6 Metode dan Jenis Penelitian .....	24
1.6.1 Metode Penelitian .....	24
1.6.2 Jenis Penelitian .....	25
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.7 Sistematika Pembahasan .....	26
<b>BAB II: PROFIL MAGDALENE DAN PERBEDAAN PENULISAN RUBRIK KESEHATAN DAN KECANTIKAN DI MEDIA PEREMPUAN ARUS UTAMA DENGAN MAGDALENE .....</b>	<b>28</b>
2.1. Profil Magdalene .....	28
2.1.1 Rubrik Health & Beauty .....	30
2.1.1.1 Tujuan Dibentuknya Rubrik Health & Beauty .....	31

2.1.1.2 Perbedaan Rubrik Health & Beauty Magdalene dengan Rubrik Health & Beauty Pada Media Perempuan Arus Utama.....	32
2.1.1.3 Kontributor Rubrik Health & Beauty Magdalene .....	33
2.1.1.4 Proses Seleksi Konten Dalam Rubrik Health & Beauty Magdalene .....	34
2.1.2 Tanggapan Pembaca Terhadap Rubrik Health & Beauty .....	34
2.2 Perbedaan Penulisan Rubrik Kesehatan dan Kecantikan Media Perempuan Arus Utama Dengan Rubrik Health & Beauty Magdalene .....	42
<b>BAB III: UPAYA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI REPRESENTASI POSITIF PEREMPUAN DALAM MEDIA DARING MAGDALENE .....</b>	<b>48</b>
3.1 Perubahan Bentuk Media Massa .....	49
3.2 Media Digital dan Representasi Perempuan di Indonesia.....	52
3.3 Feminisme Dalam Kerangka Berpikir Posmodern.....	55
3.3.1 Bahasa dalam Perspektif Feminisme Posmodern .....	57
3.3.1.1 Luce Irigaray: Bahasa dan Pembebasan Perempuan .....	61
3.3.1.2 Judith Butler: <i>Gender Performativity</i> .....	63
3.4 Representasi Positif Perempuan Dalam Rubrik Health & Beauty Magdalene Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan .....	65
3.4.1 Perbedaan Penulisan Rubrik Health & Beauty Magdalene Dengan Rubrik Kesehatan dan Kecantikan Media Perempuan Arus Utama (Studi Kasus Femina dan Gogirl).....	66
3.4.2 Representasi Positif Perempuan Dalam Magdalene Sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan.....	73
<b>BAB IV: KESIMPULAN.....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Usia Responden Magdalene .....	34
Gambar 2.2 Jenis Kelamin Responden .....	35
Gambar 2.3 Cara Responden Menemukan Magdalene.....	35
Gambar 2.4 Preferensi Rubrik Di Magdalene.....	36
Gambar 2.5 Preferensi Terhadap Rubrik <i>Health &amp; Beauty</i> .....	37
Gambar 2.6 Pengaruh Rubrik <i>Health &amp; Beauty</i> Dalam Menimbulkan Citra Positif Terhadap Perempuan.....	38
Gambar 2.7 Pengaruh Rubrik <i>Health &amp; Beauty</i> Terhadap Peningkatan Pemahaman Isu Gender .....	38
Gambar 2.8 Pengaruh Rubrik <i>Health &amp; Beauty</i> Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Responden Perempuan.....	39
Gambar 2.9 Pengaruh Rubrik <i>Health &amp; Beauty</i> Dalam Mempersepsi Perempuan Secara Keseluruhan.....	40

## Daftar Tabel

Tabel 2.1 : Perbedaan Antar Penulisan Artikel dalam Media Daring Perempuan Arus Utama (Gogirl dan Femina) dengan Magdalene .....	42
Tabel 3.1 : Pembahasan Perbedaan Penulisan Antar Media Daring .....	67

## Daftar Singkatan

AJI	: Aliansi Jurnalis Independen
LGBTQ+	: <i>Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer</i>
NASA	: <i>National Aeronautics and Space Administration</i>
UGC	: <i>User Generated Content</i>
WACC	: <i>World Association for Christian Communication</i>

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada hakikatnya, media massa diciptakan untuk memenuhi fungsi sebagai sumber informasi. Sebagai sumber informasi, media massa wajib menyediakan informasi yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, otomatis masyarakat akan melihat media massa sebagai sumber rujukan atas informasi yang mereka butuhkan, yang mana menjadikan informasi yang dikeluarkan oleh media massa memiliki kekuatan untuk membentuk sekaligus mengubah opini masyarakat terhadap sesuatu. Maka dari itu, media massa harus bersifat netral dan tidak bersifat bias terhadap ras, gender, suku, dan kebangsaan manapun.

Sayangnya, pada praktiknya media massa masih melakukan bias, khususnya bias gender terhadap perempuan. Adanya bias gender dalam media massa merupakan masalah yang dihadapi oleh perempuan dari berbagai penjuru dunia. Saratnya budaya patriarki pada lingkungan masyarakat mengakibatkan penempatan perempuan sebagai prioritas kedua dalam media massa. Hal ini menyebabkan perempuan hanya diberikan sedikit ruang untuk menyuarakan isu-isu mereka. Pada laporan *media monitoring* yang dikeluarkan oleh *World Association for Christian Communication* (WACC) di tahun 2015, hanya 29% konten dalam media massa yang mengangkat isu-isu perempuan seperti kesenjangan upah, bias gender dalam

pekerjaan, dan lain sebagainya<sup>1</sup>. Di sisi lain, perempuan menempati sebagian besar porsi pada sektor hiburan dan gaya hidup. Tubuh perempuan seringkali dijadikan sorotan utama khususnya pada sektor hiburan, dimana perempuan yang dianggap menarik oleh media massa dilihat sebagai sebuah komoditas dan dieksploitasi untuk meraup keuntungan dari penikmat media massa tersebut.

Media massa (baik media massa arus utama maupun media massa arus utama khusus perempuan) kerap mengeluarkan konten-konten yang berusaha untuk memaksa perempuan mengikuti standar kecantikan tertentu dan pada prosesnya merendahkan perempuan-perempuan dengan ragam fisik maupun kepribadian yang tidak memenuhi standar kecantikan tersebut. Representasi yang sepihak pada perempuan ini menimbulkan adanya pelabelan negatif terhadap perempuan-perempuan yang tidak mengikuti standar kecantikan atau gaya hidup yang diperlihatkan oleh media massa.

Pada media massa di Indonesia, perempuan dituntut untuk menjadi figur yang ‘sempurna’ melalui tips-tips kecantikan dan kesehatan serta ekspos terhadap gaya hidup selebritas tertentu. Kesempurnaan ini diwujudkan melalui sosok perempuan yang langsing, berkulit putih mulus, dan memiliki rambut hitam panjang yang lurus. Konsep mengenai kecantikan ini disampaikan berulang kali dalam media massa sehingga para penikmat media massa memercayai bahwa konsep tersebut adalah perempuan yang memiliki konsep berbeda tentang kecantikan pada diri mereka dipaksa untuk tidak merasa bangga terhadap diri mereka sendiri agar mereka mau

---

<sup>1</sup> World Association for Christian Communication, *Who Makes the News: Global Media Monitoring Project 2015* (London: World Association for Christian Communication, 2015), 67.

mengubah bentuk fisik mereka. Pada kenyataannya, menjadi cantik dan pintar berdandan bukanlah satu-satunya keahlian yang dimiliki perempuan Indonesia. Kita punya Kartini, yang membangun sekolah khusus perempuan sebagai bentuk resistensi terhadap kebijakan pemerintah yang melarang perempuan untuk bersekolah. Kita punya Pratiwi Sudarmono, seorang ilmuwan Indonesia yang berhasil menjadi astronot perempuan pertama Asia dalam misi peluncuran satelit Palapa dengan *National Aeronautics and Space Administration* (NASA). Sayangnya, terlepas dari prestasi yang telah ditorehkan oleh perempuan Indonesia, tetap saja media arus utama masih memperlakukan perempuan sebagai manusia kelas dua.

Dalam beberapa kesempatan, memang ada tulisan yang membahas mengenai prestasi perempuan atau suara mereka terhadap masalah ketidaksetaraan gender di Indonesia, namun tulisan tersebut sering kali kurang mendapatkan perhatian dibandingkan tulisan-tulisan yang menunjukkan potret perempuan sebagai objek seksual, penghancur rumah tangga seseorang, atau selebriti sensasional dengan prestasi buruk. Dari kedua jenis tulisan ini, tulisan yang menggambarkan perempuan sebagai objek seksual atau peran negatif lainnya lebih banyak beredar karena memiliki lebih banyak peminat. Tidak berhenti sampai disitu saja, media juga turut berkontribusi untuk menciptakan pelabelan negatif pada perempuan melalui ilusi semu seputar figur perempuan ideal yang ditampilkan melalui berbagai macam iklan, film, berita, dan sebagainya. Bagi media Indonesia, perempuan ideal adalah perempuan dengan karakteristik yang serupa dengan Dewi Subadra—tutur kata halus, penurut, dan setia pada suami. Oleh karena itu tidak

heran jika selebriti-selebriti seperti Zaskia Adya Mecca dan Raisa begitu diagungkan dalam media. Mereka ditulis sebagai representasi dari perempuan cantik Indonesia. Dalam menjuluki kedua selebriti ini media kerap menggunakan pemilihan diksi ‘halus’, ‘anggun’, ‘cantik’, dan ‘lembut’. Hal sebaliknya justru terjadi pada selebriti seperti (alm.) Julia Perez dan Dewi Persik, yang menjadi sorotan oleh media karena perseteruan mereka atau kebiasaan mereka menggunakan pakaian yang seronok<sup>2</sup>. Tidak jarang kedua selebriti ini dideskripsikan dengan istilah seperti ‘tidak senonoh’, ‘kasar’, ‘seronok’, atau ‘terbuka’.

Di samping melakukan bias melalui pemilihan kata, media juga membatasi representasi perempuan Indonesia melalui standar-standar kecantikan tertentu. Salah satu contohnya terdapat pada promosi produk kecantikan Olay Natural White. Iklan yang mengusung slogan ‘kulit putih meronaku akan membuat hidupku lebih istimewa’ ini menggambarkan bahwa kecantikan ideal seorang perempuan tercermin dari kulitnya yang putih dan mulus. Slogan ini dapat membuahkan label negatif yang akan merugikan perempuan-perempuan dengan kondisi kulit yang berbeda dengan yang digambarkan di iklan. Karena masyarakat sudah dikondisikan untuk menerima kulit putih sebagai standar kecantikan perempuan, maka seorang perempuan berkulit gelap tidak akan terlihat cantik sebab ia tidak bisa memenuhi kualifikasi kulit putih tersebut. Meski demikian, perempuan dengan ilustrasi kecantikan seperti ini mendominasi media massa sebab tampilan seperti ini diminati

---

<sup>2</sup> Heribertus Sulis, “Julia Perez Ngamuk, Merasa Diperlakukan Serendah Ini oleh Dewi Persik”, *tribunnews.com*, <http://lampung.tribunnews.com/2016/09/19/julia-perez-ngamuk-merasa-diperlakukan-serendah-ini-oleh-dewi-persik>, 19 September 2016, diakses pada 14 Oktober 2016.

oleh orang-orang dengan demografi usia produktif, yang mana menjadikan mereka sebagai pasar terbesar media massa.

Untuk menanggulangi minimnya representasi mereka dalam media arus utama, perempuan membentuk medianya sendiri. Media perempuan hadir melalui dua bentuk: media arus utama dan media alternatif. Di Indonesia, media perempuan arus utama dapat kita temukan dalam berbagai bentuk, mulai dari majalah, tabloid, hingga dalam bentuk media daring. Di Indonesia, majalah perempuan lokal yang cukup banyak diminati adalah *Femina*, *Kartini*, *Wanita Indonesia*, serta *Gogirl* dan *Gadis* untuk pembaca remaja. Sementara dalam bentuk tabloid ada *Nova* dan *Bintang*, lalu *Vemale* dan *Ummi Indonesia* dalam kategori media daring. Meski demikian, keberadaan media perempuan arus utama tidak serta-merta menjamin terbentuknya representasi positif terhadap perempuan.

Contohnya dapat kita lihat dalam artikel berjudul “Siapa Bilang Pria Suka Perempuan yang Berdandan Menor” yang diterbitkan dalam tabloid *Nova*. Artikel ini menuliskan bahwa perempuan dengan riasan berlebih tidak akan mampu menarik perhatian laki-laki. Tidak jelas seperti apa parameter yang digunakan untuk menetapkan batasan riasan berlebih tersebut. Di samping itu, pada artikel ini sang penulis artikel mengindikasikan bahwa semua perempuan berdandan dengan satu tujuan semata: menarik laki-laki<sup>3</sup>. Karena kehadiran media perempuan arus utama masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan akan representasi positif

---

<sup>3</sup> Ridho Nugroho, “Siapa Bilang Pria Suka Perempuan yang Berdandan Menor?” *tabloidnova.com*, <http://tabloidnova.com/Keluarga/Pasangan/Siapa-Bilang-Pria-Suka-Perempuan-Yang-Berdandan-Menor>, 11 Februari 2016, diakses pada 15 Oktober 2016.

perempuan, hadirlah media perempuan alternatif untuk menjadi kanal bagi representasi positif perempuan.

Media perempuan alternatif dapat menjadi kanal bagi representasi positif perempuan sebab dalam media tersebut perempuan dapat menyuarakan pendapatnya tanpa dibayangi oleh pengaruh nilai-nilai budaya patriarki. Di samping itu, media perempuan alternatif tidak hanya menjadi wadah untuk pergerakan perempuan saja, namun juga sebagai wadah pergerakan bagi golongan minoritas yang termarjinalkan—contohnya adalah komunitas *Lesbian, Gay, Bisexual, Trans* dan *Queer* (LGBTQ+) yang hampir tidak pernah mendapatkan representasi positif dalam media arus utama. Serupa dengan media arus utama, media perempuan alternatif hadir dalam bentuk cetak maupun daring. Media perempuan alternatif di Indonesia yang hadir dalam bentuk media cetak umumnya menerbitkan karyanya dalam format *zine*<sup>4</sup>. Beberapa di antaranya adalah Kelompok Kolektif Betina, *Needle and Bitch*, dan Bisik-Bisik Kembang Goyang. Kebanyakan *zine* mereka mengambil isu-isu feminis di Indonesia seperti pernikahan anak dan pemerkosaan sebagai tema utama mereka. Berbeda dengan majalah perempuan arus utama, pemilihan diksi<sup>5</sup> dalam *zine* umumnya tidak mengikuti kaidah penulisan baku bahasa Indonesia. Pemilihan diksi profan juga menjadi salah satu karakteristik

---

<sup>4</sup> Zine merupakan sebuah majalah rumahan yang diproduksi dan dicetak secara independen. Umumnya mengambil bentuk seperti pamflet dan didesain secara manual menggunakan tangan (sumber: Brooklyn College Zine, <https://brooklyncollegezines.commons.gc.cuny.edu/zine-resources/what-is-a-zine/>).

<sup>5</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, diksi adalah pilihan kata yang tepat selaras untuk memperoleh gagasan sehingga dapat diperoleh efek tertentu sebagaimana yang diharapkan (sumber: Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi V).

utama dari *zine*. Bagi media perempuan alternatif, *zine* adalah format yang cukup diminati sebab tidak memakan banyak biaya dalam penerbitannya.

Selain muncul dalam bentuk cetak, media alternatif feminis muncul melalui format media daring. Sama seperti *zine*, media daring adalah format yang cukup populer karena tidak memakan banyak biaya namun mampu menjangkau banyak peminat. Di Indonesia, media daring yang membahas mengenai feminisme sebetulnya beragam, namun hanya sedikit yang mampu bertahan. Beberapa di antaranya adalah Konde, Merah Memudar, dan Magdalene. Di antara ketiganya, Magdalene adalah media daring berhaluan feminisme tertua dan lebih mapan dibandingkan kedua media daring lainnya. Magdalene dibentuk atas dasar kekhawatiran para pendirinya terhadap media massa yang cenderung menyudutkan perempuan yang termarginalkan. Dengan mengusung slogan '*slanted guide to women and issues*', Magdalene dibentuk sebagai wadah untuk menampung suara-suara yang tidak akan dilirik oleh media arus utama<sup>6</sup>. Maka dari itu, mayoritas dari tema konten yang dimuat di Magdalene mengandung unsur-unsur yang dianggap tabu di mata masyarakat—mulai dari isu LGBT, feminisme, kesehatan mental, hingga percakapan seputar seks. Penjelasan lebih lanjut mengenai Magdalene akan dibahas pada bab 2.

Meskipun usianya dapat dibilang masih muda karena baru didirikan pada tahun 2013, akan tetapi Magdalene sudah dapat menjangkau banyak pembaca.

---

<sup>6</sup> Devi Asmarani, "First Year's a Charm: An Anniversary Note", *Magdalene.co*, <http://magdalene.co/news-278-first-year%E2%80%99s-a-charm-an-anniversary-note.html>, 13 November 2014, diakses pada 14 Oktober 2016.

Kebanyakan tulisan diterbitkan menggunakan Bahasa Inggris, namun ada juga beberapa tulisan yang dimuat dengan Bahasa Indonesia. Uniknya, kebanyakan artikel yang terdapat di Magdalene berasal dari kiriman pembaca. Terdapat enam rubrik utama di Magdalene, yakni *Issues*, *Lifestyle*, *Health & Beauty*, *Culture*, *Wo/Men We Love*, dan *Distraction*. Bagi penulis, rubrik *Health & Beauty* adalah rubrik yang unik. Sesuai dengan namanya, rubrik ini adalah rubrik yang dirancang untuk membahas isu-isu mengenai kecantikan dan kesehatan perempuan. Dalam kebanyakan media perempuan arus utama, rubrik bertemakan serupa umumnya diisi oleh tips untuk mengubah bentuk tubuh agar dapat menyesuaikan dengan standar kecantikan ideal masyarakat. Hal tersebut tidak berlaku dalam rubrik *Health & Beauty*. Dalam rubrik ini, Magdalene justru melakukan sebaliknya—alih-alih mendorong perempuan untuk mengikuti standar kecantikan konvensional, rubrik ini meminta perempuan untuk mencintai tubuh mereka.

Contohnya dapat kita lihat pada artikel berjudul “How I Learned to Embrace My Chocolate-Colored Skin”. Artikel ini mengajak para pembaca dengan kulit coklat agar tidak malu dengan warna kulit mereka sendiri dan memberikan kata-kata dukungan agar pembaca menerima tubuh mereka apa adanya<sup>7</sup>. Contoh lainnya dapat kita lihat melalui artikel Nadila Dara yang berjudul “Raisa dan Ekspektasi Cantik Natural<sup>8</sup>”. Dalam artikel ini, Dara menuliskan mengenai betapa masyarakat sangat mengagung-agungkan konsep kecantikan natural namun di saat bersamaan

---

<sup>7</sup> Nandra Galang Anissa, “How I Learned to Embrace My Chocolate-Colored Skin”, *Magdalene.co*, <http://magdalene.co/news-907-how-i-learned-to-embrace-my-chocolatecolored-skin.html>, 24 Agustus 2016, diakses pada 15 Oktober 2016.

<sup>8</sup> Nadila Dara, “Raisa dan Ekspektasi Cantik Natural”, *Magdalene.co*, <http://magdalene.co/news-955-raisa-dan-ekspektasi-cantik-natural-.html>, 11 Oktober 2016, diakses pada 15 Oktober 2016.

mereka juga menerapkan standar ganda untuk perempuan yang menggunakan riasan. Perempuan yang tidak mengenakan riasan kerap disebut sebagai perempuan yang tidak bisa merawat diri. Di sisi lain perempuan yang mengenakan riasan dianggap jalang atau mencari perhatian dari lawan jenis. Melalui artikel ini, Dara menegaskan bahwa kebiasaan berdandan perempuan tidak dapat dijadikan parameter oleh masyarakat untuk menetapkan kecantikan ideal seorang perempuan.

Media arus utama—bahkan yang khusus ditujukan untuk perempuan sekalipun—mengalami kesulitan dalam merepresentasikan perempuan secara positif. Hal ini terjadi sebab selama ini penulisan konten dalam media arus utama mengacu pada pola pikir budaya patriarki, di mana perempuan tidak menjadi tokoh utama dalam narasi yang ditulis oleh media yang menganut budaya tersebut. Sebaliknya, perempuan dipandang sebagai tokoh pembantu, atau tidak jarang pula sebagai pemanis mata belaka. Representasi negatif yang dilakukan oleh media massa terhadap perempuan menghasilkan efek negatif terhadap bagaimana masyarakat kemudian mempersepsi perempuan. Sebab media massa berfungsi sebagai sumber informasi, maka informasi yang disediakan oleh media massa akan memengaruhi opini masyarakat terhadap isu-isu tertentu, baik secara positif maupun negatif. Di samping itu, pemilihan diksi untuk menggambarkan perempuan seringkali dilakukan secara sembarangan. Padahal label negatif mengenai perempuan dapat terbentuk dari bagaimana perempuan tersebut direpresentasikan dalam media.

Berdasarkan isu yang telah dipaparkan pada paragraf-paragraf sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut terhadap pengaruh

tulisan yang diterbitkan di media daring Magdalene terhadap representasi positif perempuan, serta bagaimana representasi positif perempuan dalam media dapat menjadi upaya untuk mewujudkan pemberdayaan perempuan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Deskripsi Masalah**

Dalam narasi yang disampaikan oleh media, perempuan tidak berperan sebagai tokoh utama, akan tetapi sebagai tokoh pembantu. Perempuan memiliki kesempatan besar untuk berperan sebagai tokoh utama ketika mereka dipotret dalam narasi yang bersifat negatif, seperti misalnya skandal seks, kasus pemerkosaan, perceraian selebriti, dan sebagainya. Mayoritas isu-isu mengenai perempuan dan gender diletakkan dalam rubrik sekunder. Bagi media massa yang menganut sistem patriarki, perempuan jarang sekali menempati halaman utama. Kurangnya representasi positif terhadap perempuan dalam media massa dapat menimbulkan munculnya pelabelan negatif terhadap perempuan. Sebab tak dapat dipungkiri, media massa memainkan peranan besar untuk membentuk opini publik.

Dalam peranannya di media massa, perempuan dianggap sebagai sebuah komoditas. Perempuan yang dianggap menarik oleh media massa harus merelakan tubuhnya dieksploitas sebagai konsumsi laki-laki, dan menjual gaya hidupnya agar menarik perempuan lain untuk menyediakan tubuh yang dapat dieksploitasi kembali oleh media massa. Distorsi terhadap identitas perempuan di media massa dapat menimbulkan bias negatif terhadap perempuan di kehidupan nyata. Dengan menciptakan imaji mengenai perempuan ideal, media massa memaksa publik untuk

memercayai imaji itu sebagai sebuah kewajiban dan menghalangi perempuan untuk memperoleh identitas yang mereka bentuk sendiri<sup>9</sup>. Pada kenyataannya, potret yang ditampilkan mengenai perempuan dalam media massa tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Ketika dijadikan komoditas oleh media massa, perempuan seakan-akan hanya memiliki dua identitas: cantik atau seksi. Padahal perempuan memiliki banyak andil baik dalam membangun keluarga maupun membentuk peradaban dunia. Namun prestasi perempuan seringkali disingkirkan untuk memberi ruang bagi tubuh mereka.

Pada media Indonesia, terdapat tiga penyebab yang menimbulkan minimnya representasi positif perempuan. Salah satunya adalah kurangnya representasi pekerja perempuan dalam industri media. Dalam sebuah seminar yang membahas mengenai kondisi pekerja perempuan dalam industri media, Aliansi Jurnalis Independen (AJI) mengungkapkan bahwa dari 14,000 wartawan di Indonesia, perempuan hanya menempati 10% di antaranya<sup>10</sup>. Hal ini juga diimbangi dengan kurangnya pendidikan perspektif gender dalam media yang seharusnya diberikan oleh redaksi pada reporter. Dalam sebuah riset yang dilakukan oleh AJI, sebanyak 17.46% responden di kota besar seperti Yogyakarta, Surabaya, dan Jakarta belum pernah mendapatkan pelatihan sama sekali, sedangkan seluruh responden asal Jayapura sama sekali tidak pernah menerima pendidikan perspektif

---

<sup>9</sup> Adhikari Sharda, "Media and Gender Stereotyping: The need for Media Literacy", *International Research Journal of Social Science* vol. 3 no. 8 (Agustus 2014): 47.

<sup>10</sup> Yudhi Malik, "Kondisi Pekerja Perempuan di Industri Media", *Ahlulbait Indonesia*, <http://www.ahlulbaitindonesia.or.id/berita/kondisi-pekerja-perempuan-di-industri-media/>, 22 April 2015, diakses pada 04 September 2016.

gender dalam media<sup>11</sup>. Hasilnya, media masa yang tidak mendapatkan pendidikan perspektif gender cenderung menuliskan perempuan melalui ilustrasi yang seksis.

Yang kedua adalah longgarnya penerapan kode etik jurnalistik oleh media daring. Tata tertib mengenai penulisan konten dalam media daring sebetulnya sudah diatur dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber<sup>12</sup>. Dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber yang disusun oleh Dewan Pers, UGC (*User Generated Content*) atau Isi Buatan Pengguna tidak diperkenankan untuk memuat konten-konten yang berisikan diskriminasi atas dasar perbedaan jenis kelamin, ras, suku, dan juga tidak diperkenankan untuk merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani. Meski demikian, tata tertib ini masih juga dilanggar oleh media daring. Salah satu contohnya dapat dilihat dari berita berjudul “Aduh Mak..Hujan Bikin Gunung Bu Bidan Kelihatan” yang diterbitkan oleh situs berita daring Jawa Pos. Judul berita ini akhirnya diubah menjadi “Bu Bidan Bertahan Karena Kehujanan” setelah mendapatkan kecaman dari sejumlah aktivis feminis dari organisasi feminis di Indonesia, Perempuan Mahardhika<sup>13</sup>.

Yang ketiga adalah pemilihan diksi yang digunakan untuk menggambarkan perempuan. Karena media daring tidak memiliki komitmen kuat terhadap tata tertib yang ditetapkan oleh Dewan Pers, otomatis diksi yang digunakan pun dilakukan secara sembarang pula. Seperti misalnya dalam berita mengenai unjuk rasa bidan

---

<sup>11</sup> Aliansi Jurnalis Independen, *Jejak Jurnalis Perempuan: Pemetaan Kondisi Kerja Jurnalis Perempuan di Indonesia* (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 2012) 37-38.

<sup>12</sup> “Pedoman Pemberitaan Media Siber”, *Tempo.co*, <http://www.tempo.co/kode-etik>, diakses pada 9 Juni 2017.

<sup>13</sup> Esy, “Bu Bidan Tetap Bertahan Meski Kehujanan,” *JPNN.com*, <http://m.jpnn.com/read/2016/09/21/468948/Aduh-Maaakkk....-Hujan-Bikin-Gunung-Bu-Bidan-Kelihatan->, 21 September 2016, diakses pada 12 Oktober 2016.

desa yang dilakukan oleh media daring Jawa Pos, diksi yang dipilih menempatkan perempuan dalam berita tersebut sebagai objek seksual. Meskipun inti dari berita tersebut seharusnya menceritakan mengenai tuntutan dari para bidan desa ketidakpastian status kepegawaian mereka, berita ini malah lebih banyak membahas mengenai pakaian dalam para bidan tersebut. Akibatnya, fokus mengenai berita ini teralihkan kepada pakaian dalam sang bidan. Objektifikasi seksual tersebut dapat dilihat dalam paragraf di bawah ini:

“...Namun, baju warna putih yang basah membuat pakaian mereka menjadi transparans. Pakaian dalam mereka -maaf kutang- jadi terlihat. Tapi para bidan itu justru saling ledek ketika pakaian dalam mereka menjadi terlihat karena baju luar yang tembus pandang lantaran basah. Ada yang pakai kutang warna merah, biru, hitam dan cokelat.”

Ketiga hal ini dapat terjadi karena kuatnya pengaruh nilai-nilai budaya patriarki pada media massa. Perempuan diceritakan melalui sudut pandang laki-laki, bukan dari sudut pandangnya sendiri. Hasilnya, perempuan dilihat sebagai objek, bukan subjek. Minimnya representasi positif perempuan akan memudahkan munculnya penindasan terhadap perempuan sebab perempuan dipandang sebagai objek yang negatif. Media akan menekan perempuan yang menyimpang dari standar perempuan tradisional untuk memenuhi standar tersebut. Di sisi lain, kecenderungan media untuk menciptakan standar kecantikan ideal bagi perempuan dapat menciptakan pelabelan negatif yang merugikan perempuan. Jika perempuan gagal untuk memenuhi tuntutan standar kecantikan ini, kegagalan tersebut akan dipandang sebagai pembenaran bagi seseorang untuk menekan perempuan, baik

dengan cara memberikan tekanan agar dapat memenuhi standar kecantikan tersebut atau melakukan kekerasan sebagai pelajaran bagi perempuan lain.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang, identifikasi masalah serta pembatasan masalah diatas, penulis akan merumuskan penelitian ini ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

**“Bagaimana rubrik *Health & Beauty* dalam Magdalene mewujudkan pemberdayaan terhadap perempuan melalui representasi positif terhadap perempuan?”**

### **1.2.3 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan analisis terhadap representasi positif perempuan dalam media alternatif Indonesia dengan menggunakan Magdalene sebagai studi kasusnya. Konten yang diteliti akan dibatasi sampai kepada konten dalam rubrik *Health & Beauty*. Dalam penelitian ini penulis juga akan menggunakan perspektif feminisme posmodern, khususnya dari teori *feminine writing* yang dikemukakan oleh Hélène Cixous. Dari perspektif media massa, penulis akan menggunakan teori industri budaya yang dikemukakan oleh Theodor Adorno dan Max Horkheimer. Selain itu penulis juga akan menggunakan artikel-artikel yang diterbitkan dalam rubrik kesehatan dan kecantikan dari media arus utama Femina dan *Gogirl* untuk membandingkan perbedaan penulisan media perempuan arus utama dengan Magdalene. Femina dan *Gogirl* dipilih sebagai

pembandingan karena dapat masing-masing dapat merepresentasikan jangkauan umur pembaca Magdalene, yakni dari usia remaja hingga dewasa.

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis ingin melihat bagaimana upaya Magdalene dalam memberdayakan perempuan melalui artikel mengenai representasi positif perempuan dalam rubrik *Health & Beauty*.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Setelah penelitian ini selesai, penulis berharap hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain yang ingin melakukan kajian akademis mengenai pengaruh *feminine writing* terhadap representasi positif perempuan dalam media massa.

### **1.4 Kajian Literatur**

Dalam pengertian Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bahasa didefinisikan sebagai “sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri”<sup>14</sup>. Pada penelitian ini, bahasa adalah salah satu aspek yang menjadi bahasan utama untuk menjelaskan mengenai kaitan antara *feminine writing* serta bagaimana *feminine writing* yang diwujudkan dalam bentuk representasi positif terhadap perempuan di

---

<sup>14</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Bahasa”, <http://kbbi.web.id/bahasa>, diakses pada 4 Juni 2017.

media dapat menjadi salah satu upaya untuk mewujudkan pemberdayaan terhadap perempuan. Dalam sejarah perkembangan bahasa, budaya patriarki berkontribusi besar dalam membentuk konsep bahasa yang kita gunakan sehari-hari. Oleh karena itu, terdapat standar ganda yang tercipta di antara laki-laki dan perempuan. Misalnya saja kata ‘memimpin’ memiliki makna yang positif untuk laki-laki; sementara bagi perempuan ‘memimpin’ diartikan sebagai sebuah sifat yang negatif. Pada laki-laki, sifat kepemimpinan dianggap sebagai sifat bawaan yang ada sejak mereka dilahirkan. Oleh karena itu, laki-laki yang memimpin dianggap sebagai sebuah situasi yang wajar. Di sisi lain, perempuan yang memiliki sifat kepemimpinan akan dipersepsi sebagai seseorang dengan perangai *bossy* atau suka mengatur<sup>15</sup>.

Dalam aspek media, munculnya seksisme dalam bahasa memicu timbulnya representasi yang negatif terhadap perempuan. Maka dari itu, dalam studi mengenai media, isu mengenai gender dipandang sebagai sebuah hal yang serius. Linda Steiner, seorang profesor Ilmu Jurnalistik dari Phillip Merrill College mengungkapkan bahwa adanya perlakuan tidak adil terhadap perempuan dalam media memicu banyaknya kontroversi mengenai bagaimana seharusnya media memperlakukan perempuan. Dalam media, perempuan kerap kali diobjektifikasi secara seksual. Dengan begitu, mudah bagi media untuk memosisikan perempuan sebagai target dari perilaku seksisme. Kepedulian feminisme terhadap media dan perempuan sebetulnya sudah dilakukan dari dulu. Pada tahun 1963, Betty Friedan

---

<sup>15</sup> Robin Lakoff, “The Meaning of Bossy”, *Huffingtonpost.com*, [http://www.huffingtonpost.com/robin-lakoff/ban-bossy-meaning\\_b\\_4958497.html](http://www.huffingtonpost.com/robin-lakoff/ban-bossy-meaning_b_4958497.html), 13 Maret 2014, diakses pada 12 Juli 2017.

menyerang sebuah majalah perempuan (yang jajaran redaksinya didominasi oleh laki-laki) atas pemujaan mereka terhadap karakteristik perempuan ideal. Di masa itu, perempuan ideal digambarkan sebagai perempuan penurut, pandai mengerjakan pekerjaan rumah tangga, dan bersifat keibuan. Premis dari majalah itu sendiri adalah perempuan baru bisa mendapatkan kebahagiaannya saat ia berhasil memenuhi karakteristik ideal tersebut<sup>16</sup>.

Oleh karena itu, para perempuan yang menginginkan representasi positif tentang mereka beralih kepada media alternatif untuk mencari sekaligus menciptakan sumber informasi yang lebih ramah dan inklusif, khususnya terhadap perempuan atau individu lain dari komunitas yang termarginalkan. Hadirnya feminisme membantu perempuan untuk mewujudkan hal tersebut. Dalam buku *Mass Media and Society*, Linda Aldoory dan Shawn J. Parry-Giles menjelaskan bahwa munculnya feminisme—khususnya feminisme gelombang ketiga—membuat studi mengenai media menjadi lebih kompleks sebab teori feminisme gelombang ketiga tidak hanya mempertimbangkan isu seputar dominasi patriarki saja, tapi juga tentang identitas gender, ras, suku, budaya, dan agama serta bagaimana hal-hal tersebut dapat membentuk persepsi media mengenai feminisme. Feminisme gelombang ketiga juga membuat para feminis berani menantang balik media yang telah melakukan penindasan terhadap perempuan dan laki-laki dengan menciptakan pelabelan positif gender melalui bentuk-bentuk media alternatif yang

---

<sup>16</sup> Linda Steiner, "Feminist Media Theory", dalam *The Handbook of Media and Mass Communication Theory 1<sup>st</sup> Edition*, ed. Robert S. Fortner dan Mark Fackler (West Sussex: John Wiley & Sons, Inc, 2014) 359 – 360.

bersifat independen. Jika sebelumnya perempuan bukan aktor penting dalam ranah media, maka dalam media alternatif, perempuan justru dapat menjadi seorang pemimpin. Sangat kontras dengan bagaimana media arus utama memandang perempuan sebagai objek, bukan sebagai subjek<sup>17</sup>.

Perbedaan dari makna bahasa yang diaplikasikan pada laki-laki dan perempuan memunculkan adanya suatu pandangan dimana laki-laki dan perempuan memiliki gaya interaksi yang berbeda. Perempuan dipandang sebagai pihak yang selalu mengedepankan emosinya dibandingkan akal sehat dalam berinteraksi, cenderung tidak mau mendengar kata orang lain, dan tidak mau disalahkan. Akibatnya, opini yang keluar dari mulut perempuan cenderung lebih tidak dihargai daripada opini yang keluar dari mulut laki-laki, sebab dalam berinteraksi laki-laki dipandang sebagai pihak yang lebih mengedepankan akal sehat dibandingkan emosi<sup>18</sup>.

Adanya seksisme dalam bahasa menjadikan perempuan mengalami kesulitan untuk memberdayakan dirinya sendiri, sebab bahasa yang digunakan oleh budaya patriarki dirancang untuk perempuan agar ia bersikap pasif sehingga tidak menghalangi pergerakan laki-laki. Maka dari itu, bagi Toril Moi, perempuan harus menciptakan bahasanya sendiri agar bisa mendapatkan representasi positifnya. Dalam artikelnya yang berjudul *Feminist, Female, Feminine*, Toril Moi menuliskan bahwa ketika perempuan menulis menggunakan bahasanya sendiri maka di saat yang bersamaan ia berhasil membebaskan dirinya dari kungkungan patriarki dan

---

<sup>17</sup> Linda Aldoory dan Shawn J. Parry-Giles, "Women and Race in Feminist Media Research: Intersections, Ideology and Invisibility", dalam *Mass Media and Society 4<sup>th</sup> Edition*, ed. James Curran dan Michael Gurevitch (New York: Oxford University Press, 2005) 336 – 340.

<sup>18</sup> Mary M. Talbot, "Feminism and Language", dalam *The Routledge Companion to Feminism and Postfeminism*, ed. Sarah Gamble (New York: Routledge, 2006) 113.

memasukan dirinya ke dalam catatan sejarah. Ketika perempuan berhasil menuliskan tentang dirinya sendiri tanpa mendapatkan sensor, maka perempuan berhasil untuk mendapatkan kembali otoritas atas tubuhnya sendiri. Disini Moi mendorong perempuan untuk menulis, sebab dengan cara itulah perempuan akan terbebas dari penindasannya<sup>19</sup>.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam menjalankan penelitian, penulis akan menggunakan kerangka pemikiran untuk membantu memaparkan dan menganalisis masalah. Penulis akan menggunakan teori dan konsep yang dipandang relevan untuk menunjang penelitian. Kerangka pemikiran sendiri akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sudah diajukan oleh penulis sebelumnya. Teori utama yang akan digunakan oleh penulis adalah teori industri budaya dari Theodor Adorno dan Max Horkheim serta teori *feminine writing* dari perspektif feminisme posmoderen.

Dalam ranah Ilmu Hubungan Internasional, media muncul sebagai salah satu aktor baru. Pada tahun 1980, seiring dengan masuknya posmodernisme ke dalam ranah hubungan internasional, media turut diperkenalkan sebagai salah satu aktor non-negara. Media dipertimbangkan sebagai aktor dalam ranah hubungan internasional sebab media memiliki kemampuan untuk menciptakan sebuah ruang komunal dimana identitas kebangsaan dapat lebur dan memengaruhi cara mereka

---

<sup>19</sup> Toril Moi, "Feminist, Female, Feminine", dalam *The Feminist Reader: Essay in Gender and Politics of Literary Criticism*, ed., Catherine Belsey dan Jane Moore (New York: Basil Blackwell, 1989) 116.

memperepsi situasi negara mereka serta negara individu lainnya. Hal ini bisa terjadi sebab informasi yang diberikan oleh media digunakan untuk membentuk pemahaman individu mengenai bagaimana cara dunia bekerja serta menentukan pendirian politik mereka<sup>20</sup>. Di samping itu, media sebagai *watchdog* memiliki peranan untuk mengawasi jalannya institusi pemerintahan dan melaporkan setiap perkembangan isu yang sedang terjadi pada masyarakat. Mengenai bagaimana besarnya dampak media terhadap konstelasi isu hubungan internasional dapat kita lihat melalui fenomena *CNN Effect*, dimana intensitas pemberitaan terhadap isu-isu tertentu dapat membangkitkan kesadaran politik individu serta membentuk opini mereka terhadap isu tertentu yang sebelumnya tidak menjadi perhatian mereka<sup>21</sup>.

Sebagaimana yang dapat kita lihat dalam fenomena *CNN Effect*, media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi tanggapan audiens terhadap isu-isu tertentu. Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer, dua orang filsuf asal Jerman, berargumen bahwa produk-produk budaya pop mampu memanipulasi konsumennya untuk bersifat pasif. Dalam esainya yang berjudul "*The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*", keduanya berpendapat bahwa produk budaya pop yang dikonsumsi oleh masyarakat hampir bersifat identik antara satu sama lain<sup>22</sup>. Film, radio, dan majalah yang kita konsumsi saat ini hampir tidak

---

<sup>20</sup> Filiz Coban, "The Role of the Media in International Relations: From the CNN Effect to the AI – Jazeere Effect", *Journal of International Relations and Foreign Policy*, Vol. 4, No. 2 (March 2016): 45, , DOI: 10.15640/jirfp.v4n2a3, diakses pada 20 Juni 2017.

<sup>21</sup> Piers Robinson, *E-International Relations*, "Media as a Driving Force in International Politics: The CNN Effect and Related Debates", *e-ir.info*, <http://www.e-ir.info/2013/09/17/media-as-a-driving-force-in-international-politics-the-cnn-effect-and-related-debates/>, diakses pada 19 Juni 2017.

<sup>22</sup> Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer, "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception", dalam *Dialectic of Enlightenment*, ed. Gunzelin Schmid Noerr (California: Stanford University Press, 2002) 94-96.

memiliki pembeda antara satu sama lain. Setiap produk budaya pop diproduksi secara masif dengan tujuan untuk meraup konsumen sehingga media massa dapat meraih keuntungan sebanyak-banyaknya dari produk budaya pop yang mereka hasilkan.

Teori industri budaya yang dikemukakan oleh Adorno dan Horkheimer ini mengadopsi gagasan *commodity fetishism* yang diungkapkan oleh Karl Marx. Melalui gagasan ini Marx mengkritik bahwa ketika sebuah benda menjadi komoditas, maka benda tersebut hanya akan dihargai berdasarkan daya fungsi dan penampilannya, bukan kerja keras yang dihasilkan oleh orang-orang yang membuat benda tersebut<sup>23</sup>. Dalam konteks industri budaya milik Adorno dan Horkheimer, *commodity fetishism* terjadi ketika sebuah produk budaya populer—film, majalah, atau siaran radio—diproduksi secara masal tanpa mengindahkan aspek seni yang seharusnya dimiliki oleh ketiga produk tersebut. Akhirnya, masyarakat menikmati ketiga produk tersebut tanpa mengkritisi makna di baliknya. Kondisi ini yang dimaksud sebagai kondisi pasif dalam industri budaya, dimana masyarakat menelan mentah-mentah produk budaya populer yang ditawarkan padanya.

Teori kedua yang akan digunakan oleh penulis, teori *feminine writing*, adalah sebuah teori yang hadir sebagai turunan dalam perspektif feminisme posmodern. Feminisme sebetulnya memiliki hubungan yang erat dengan ranah ilmu hubungan internasional. Secara garis besar, teori feminisme diperkenalkan secara

---

<sup>23</sup> Dino Felluga, "Modules on Marx: On Fetishism." *Introductory Guide to Critical Theory*, <https://www.cla.purdue.edu/english/theory/marxism/modules/marxfetishism.html>, diakses pada 4 Juli 2017.

formal ke dalam ranah hubungan internasional melalui buku Cynthia Enloe yang berjudul *Bananas, Beaches, and Bases* yang diterbitkan pada tahun 1989 lalu kemudian konferensi *Women and International Relations* yang digelar di London School of Economics pada bulan Mei 1989. Setelah konferensi tersebut diadakan, muncul sebuah pertanyaan mengenai posisi perempuan dalam narasi hubungan internasional yang didominasi oleh kaum pria. Untuk menjawab pertanyaan ini, ada dua pendekatan yang digunakan oleh feminisme. Pendekatan pertama—yang banyak dipengaruhi oleh teori liberalisme—meningkatkan jumlah perempuan sebagai aktor politik guna mengimbangi dominasi pria dalam hubungan internasional. Pendekatan kedua yang berkembang dari pendekatan sebelumnya lebih banyak dipengaruhi oleh teori posmodernisme dan lebih berfokus kepada pengalaman perempuan untuk memahami konstruksi gender dalam kancah hubungan internasional<sup>24</sup>.

Teori *feminine writing* sendiri dikemukakan oleh Hélène Cixous, seorang penyair sekaligus salah satu kontributor terbesar dalam feminisme posmodern. Gagasan utama dari feminisme posmodern adalah untuk menggali persoalan alienasi perempuan melalui pendekatan bahasa dan dekonstruksi ilmu pengetahuan. Hélène Cixous kemudian merumuskan *feminine writing* (*feminine writing*) sebagai perlawanan terhadap penulisan laki-laki yang sarat akan unsur-unsur maskulin<sup>25</sup>.

Cixous berpendapat bahwa seseorang bisa memahami pemikiran perempuan tatkala ia mampu ‘membaca’ dan ‘menulis’ dari sudut pandang

---

<sup>24</sup> Lorraine Code, *Encyclopedia of Feminist Theories* (London: Routledge, 2000) 235.

<sup>25</sup> Hélène Cixous, “The Laugh of Medusa”, *Signs* vol 1, no. 4 (Summer, 1976): 876.

perempuan. Bagi Cixous, penggunaan sudut pandang perempuan adalah upaya untuk melepaskan ilmu pengetahuan dari unsur-unsur falogosentris<sup>26</sup>. Cixous juga percaya bahwa perempuan bisa melawan penindasan dalam tingkatan politik jika mereka mampu berpikir melalui perbedaan gender antara mereka dan sang penindas. Agar perjuangan ini berhasil, maka perempuan harus mampu menuliskan narasinya sendiri dan melewati batas-batas pemikiran falogosentris, sebab menurut Cixous pemikiran falogosentris adalah penghalang bagi perempuan untuk dapat berpikir maju<sup>27</sup>.

Dalam teori *feminine writing*, Cixous mengungkapkan adanya oposisi biner di antara bahasa<sup>28</sup>. Oposisi biner sendiri adalah sepasang istilah atau konsep yang memiliki arti berlawanan satu sama lain. Cixous menuliskan beberapa kata yang diasosiasikan dengan perempuan dan laki-laki sebagai berikut:

---

<sup>26</sup> Abigail Bray, *Hélène Cixous: Writing in Sexual Differences* (New York: Palgrave Macmillan, 2004) 45.

<sup>27</sup> *Ibid.*, 49.

<sup>28</sup> Rosemarie Tong, *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction* (Colorado: Westview Press, 2014) 196.

Tabel 1.1 Contoh Oposisi Biner Dalam *Feminine Writing*<sup>29</sup>

<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>
Aktif	Pasif
Matahari	Bulan
Peradaban	Alam
Siang	Malam
Berbicara	Menulis
Tinggi	Rendah

(Sumber: Rosemarie Putnam Tong, *A Feminist Thought*)

Cixous memprotes oposisi biner ini sebagai upaya untuk membungkam perempuan. Perempuan diidentikkan dengan kata sifat yang mencerminkan sifat pasif, sementara laki-laki selalu dikaitkan dengan kata-kata yang menggambarkan mereka sebagai individu yang energik, berbudaya, dan intelek<sup>30</sup>. Adanya oposisi biner ini mengindikasikan bahwa laki-laki memiliki identitas mereka sendiri, sementara perempuan adalah sosok yang liyan—dimana perempuan dianggap tidak bisa memiliki kehadiran mereka sendiri sampai laki-laki mengesahkan kehadiran mereka atau memberikan alasan bagi mereka untuk hadir.

## 1.6 Metode dan Jenis Penelitian

### 1.6.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang berupaya untuk memahami

---

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> Ibid.

masalah-masalah sosial berdasarkan pada gambaran holistik, disertai dengan kata-kata serta laporan terperinci sesuai dengan sudut pandang akademis<sup>31</sup>.

### **1.6.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah salah satu pendekatan yang bertujuan untuk menganalisis subjek penelitian yang hendak diteliti. Penelitian ini berupaya untuk menjelaskan sebab-akibat dari suatu kasus menggunakan data-data yang telah dikumpulkan<sup>32</sup>.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Guna menunjang penelitian, penulis akan menggunakan kajian literatur sebagai data primer, serta wawancara dan kuesioner sebagai data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui analisis konten serta pengambilan data melalui jurnal, buku, laporan penelitian, dan sebagainya. Dalam metode penelitian kualitatif, analisis konten merupakan penelitian yang memusatkan objek penelitiannya terhadap karakteristik dari bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam sebuah teks serta makna kontekstual di balik teks tersebut<sup>33</sup>. Pada penelitian ini analisis konten akan dilakukan terhadap artikel-artikel pilihan dari rubrik *Health & Beauty* dalam *Magdalene*.

---

<sup>31</sup>W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7<sup>th</sup> Edition* (Harlow: Pearson Education Limited, 2014) 25

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Hsiu-Fang Hsieh, Sarah E. Shannon, "Three Approaches to Qualitative Content Analysis", *Qualitative Health Research* Vol. 15 No. 9 (November 2005): 1277-1288, DOI: 10.1177/1049732305276687, diakses pada 6 Agustus 2017.

Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara terstruktur. Pada wawancara terstruktur, peneliti mengeluarkan serangkaian pertanyaan spesifik berikut panduannya agar responden atau narasumber dapat memberikan jawaban yang diinginkan oleh peneliti<sup>34</sup>. Dalam penelitian ini, wawancara terstruktur dilakukan melalui dua bentuk: wawancara langsung dengan pimpinan redaksi Magdalene, dan kuesioner yang diberikan terhadap pembaca Magdalene.

Responden yang digunakan untuk mengisi kuesioner dipilih dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel dimana responden tidak dipilih secara acak, melainkan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti<sup>35</sup>.

## 1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian dengan susunan sebagai berikut:

- Bab I membahas mengenai latar belakang dan identifikasi masalah dari representasi negatif media arus utama terhadap perempuan serta bagaimana representasi positif terhadap perempuan dapat membantu menghilangkan penindasan budaya patriarki.
- Bab II memaparkan mengenai profil media terkait yaitu Magdalene selaku media daring yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini. Bagian ini

---

<sup>34</sup> Arthur Asa Berger, *Media and Communication Research Methods 2<sup>nd</sup> Edition* (California: Sage Publication, 2011) 113

<sup>35</sup> Michael P. Battaglia, *Encyclopedia of Survey Research Methods* (California: Sage Publications, 2011) 523

membahas mengenai asal-usul berdirinya Magdalene, tujuan, visi-misi serta proses redaksi dalam menyeleksi konten yang masuk untuk diterbitkan. Di samping memaparkan mengenai profil Magdalene, bagian ini juga diisi oleh pengaruh konten dalam rubrik *Health & Beauty* bagi pembaca Magdalene yang diwakili melalui hasil kuesioner serta perbedaan penulisan antara konten yang terdapat di rubrik kesehatan dan kecantikan media perempuan arus utama dengan konten dalam rubrik *Health & Beauty* pada Magdalene.

- Bab III diisi dengan penjelasan mengenai bentuk dan fungsi media daring serta representasi perempuan dalam media daring di Indonesia. Dalam bab ini dibahas juga mengenai analisis representasi positif perempuan melalui penggunaan bahasa dalam media ditinjau dari pemikiran feminisme posmodern.
- Bab IV berisi penutup dan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan