

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

komunikasi menjadi suatu kebutuhan yang memegang peranan penting terutama dalam proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya. Perkembangan dunia yang sangat pesat saat ini juga mempengaruhi perkembangan media massa. Komunikasi yang menggunakan media massa disebut sebagai komunikasi massa. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima serentak pada satu waktu yang sama, maka digunakan media massa yang meliputi media cetak, media elektronik, dan media online. Media cetak terbagi beberapa macam diantaranya seperti koran, majalah, buku, dan sebagainya, begitu pun dengan media elektronik terbagi menjadi dua macam televisi dan radio, sedangkan media online meliputi media internet seperti *website*, dan lainnya. Media massa juga memiliki kemampuan untuk mengajak dan mengukuhkan norma-norma tertentu dalam masyarakat seperti gaya hidup, konstruksi identitas, dan gender yang kesemuanya itu adalah bagian dari simbol budaya populer yaitu budaya yang lahir atas kehendak media (Sunarti, 2003).

Media massa merupakan salah satu agen sosialisasi gender karena turut menyebarkan dan melestarikan ideologi gender. Media massa bukan merupakan faktor tunggal yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bias gender. Namun intensitas konsumsi masyarakat terhadap media, dimungkinkan dapat memperkuat stereotip yang memang sudah ada dalam nilai-nilai masyarakat. Media massa memang bukan melahirkan ketidaksetaraan gender, namun media

massa dapat memperkuat, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian terori “media baru” (new media), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses pada konten yang berupa isi atau informasi (Romli, 2012:31). Kemudahan mendapatkan informasi melalui media online menjadikan kehadiran media online membawa perubahan baru dalam perilaku komunikasi, baik komunikasi personal, kelompok, maupun massa. Perubahan ini membawa cara baru bagi setiap orang terutama yang berhubungan dengan internet untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Salah satunya adalah bagaimana media online kini berfungsi sebagai rujukan gaya hidup bagi kaum wanita untuk menyesuaikan perkembangan zaman. Tidak diragukan lagi perempuan makin menyukai dunia internet seiring semakin majunya internet itu sendiri dan teknologi untuk mendapatkannya. Maka tak heran muncul banyak berita atau artikel dalam situs yang membahas dunia wanita.

Keberadaan Citra perempuan dalam media massa seolah hanya berkisar diurusan rumah tangga, seperti merawat anak, membersihkan rumah, dan memasak. Dalam media lain seperti iklan pun kerap kali perempuan hanya membintangi iklan yang menampilkan dirinya mengerjakan berbagai hal dalam sektor domestik seperti produk keperluan rumah tangga, iklan alat rumah tangga dan lainnya yang termasuk dalam ruang lingkup domestik.

Stereotip gender merupakan masalah yang serius dan banyak dijumpai di kehidupan sosial masyarakat dalam berbagai aspek, salah satunya adalah dalam

media massa. Dalam tulisan ini, penulis mengkaji bagaimana Citra perempuan dalam media massa yang dipublikasi melalui media online atau situs web (*website*). Beserta pesan yang disampaikan oleh berita atau artikel tersebut.

Citra perempuan hingga saat ini tetap berkisar pada wilayah subordinatnya. Masyarakat memaknai eksistensi perempuan masih pada wilayah realitas fisik perempuan saja. Kepentingan komersialisme atau pengejaran rating tertinggi menjadi alasan utama kenapa perempuan dijadikan objek pelengkap. Namun saking seringnya dieksploitasi oleh media patriaki, perempuan tidak merasa tengah dijadikan objek fantasi lelaki. Sebaliknya, mereka merasa lebih bebas untuk berekspresi dan mengaktualisasikan dirinya di segala sendi kehidupan.

Melihat dari fenomena yang sudah dipaparkan terhadap perempuan, bahwa sebenarnya peran perempuan tak hanya di satu area saja seperti area domestik yang meliputi urusan rumah tangga saja, juga tidak selalu soal fisik dan penampilan, tapi perempuan juga punya kesempatan besar memiliki peran besar di bidang lainnya. Kaum wanita bisa mendorong perannya dalam ekonomi, politik dan di area lainnya yang mencakup kehidupan pekerjaan pada perempuan. Tidak hanya bergantung pada kaum laki-laki, yang terkadang perempuan menjadi objek yang seringkali menjadi bahan untuk dieksploitasi. Pemberitaan di media massa lebih mendominasi penggambaran kekuatan, kesuksesan, kedigdayaan kaum laki-laki dan bila mana perempuan yang berhasil di ruang publik sebagaimana kaum laki-laki, perempuan hanya dilihat sebelah mata.

Pembahasan tersebut mendorong penulis mengubah cara pandang masyarakat atau kelompok terhadap citra perempuan di media dalam stereotip

gender. Dengan menganalisis artikel dalam *website* wolipop yang didalamnya memuat banyak mengenai *lifestyle* (gaya hidup) perempuan. *Website* wolipop ini berfungsi sebagai rujukan *lifestyle* (gaya hidup) bagi kaum hawa untuk menyesuaikan perkembangan tren, terutama dalam kebebasan perempuan diranah publik mengenai *worklife* (pekerjaan) atau karir. Memang saat ini sudah tidak jarang wanita bekerja keluar dari area domestik rumah tangga, bahkan dalam artikel-artikel *worklife* banyak perempuan yang menjadi sosok inspiratif bagi kaum wanita dalam mendukung peran wanita diruang publik. Selanjutnya penulis akan menganalisis beberapa artikel untuk membahas citra perempuan yang dikonstruksi melalui peran wanita dalam *worklife* di *website* wolipop dari segi pengemasan atau bingkai tulisan artikel dengan menggunakan metode analisis framing.

Perempuan sebagai objek dalam media massa, kenyataan ini menjadi menarik untuk diamati, karena perempuan dipilih sebagai objek media massa untuk tujuan mengedukasi kepada khlayak dan untuk menjaga keseimbangan gender dan membangun citra positif pada perempuan diruang lingkup media massa terutama dalam media online wolipop. Maka berdasarkan pemaparan tersebut, penulis tertarik untuk membahas mengenai aspek perempuan dalam media massa dengan judul “ **Citra Perempuan Dalam Media Massa (Analisis Framing Willian A. Gamson dan Andre Modigliani Pada Artikel *Worklife* Di *Website* Wolipop)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah ditemukan, maka rumusan masalah yang penulis ajukan bagaimana Kontruksi Citra Perempuan Dalam bingkai Media massa pada Artikel *Worklife* di *Website Wolipop*.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kontruksi citra perempuan yang dibingkai dalam artikel *Worklife* di *website wolipop* ?
2. Bagaimana pesan perempuan yang ditonjolkan dalam tulisan artikel *worklife* di *website wolipop* ?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kontruksi citra perempuan yang dibingkai dalam artikel *worklife* di *website wolipop*.
2. Untuk mengetahui pesan perempuan yang ditonjolkan dalam artikel *worklife* di *website wolipop*.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis yang diharapkan memberikan sumbangan ilmiah dan masukan bagi semua pihak yang memiliki kepentingan untuk mengembangkan penelitian dalam ilmu komunikasi khususnya dalam penelitian tentang media dengan menggunakan metode analisis Framing. Yang menjelaskan bahwa media

mempunyai ideologi dan politik yang berbeda-beda dalam setiap penayangannya untuk mencapai tujuan masing-masing. Terutama dalam penelitian ini, yaitu dapat memberikan informasi mengenai pemaknaan dalam pengemasan berita atau artikel yang memuat citra perempuan disitus *Website Wolipop*.

1.5.2. Kegunaan Praktik

Kegunaan praktis yang diharapkan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu;

1. Bagi Media Massa

Dapat mempertahankan atau lebih menjadi media yang objektif, berimbang dan netral, juga memberikan manfaat seperti menciptakan sesuatu yang mengandung nilai edukasi kepada masyarakat dan menggeser pemberitaan negatif dalam ruang lingkup media massa.

2. Bagi masyarakat

Dapat mengetahui informasi, wawasan dan pengetahuan serta dengan menafsirkan pemaknaan dari pengemasan artikel dalam membangun citra perempuan yang dimuat dalam situs *website Wolipop* kepada masyarakat.

3. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan dengan mengidentifikasi pengemasan artikel yang dimuat dalam situs *website Wolipop* dengan menggunakan metode analisis framing model Gamson dan Modigliani mengenai Citra Perempuan.

1.6. Kerangka Pemikiran

1.6.1. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat memberikan wawasan atau konsep kepada penulis, berikut penelitian terdahulu:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

1	Nama	Hendra Wahyudi
	Judul	Perempuan Dalam Media Massa (Analisis Framing Terhadap Iklan Pompa Air Shimizu)
	Jenis karya	Skripsi
	Tahun terbit	2015
	Asal	IAIN Jember
	Metode penelitian	Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis Framing Model Pan dan Kosicki
	Persamaan	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan dan memfokuskan bagaimana media mengkontruksi perempuan
	Perbedaan	Berbeda penggunaan model analisis Framingnya dan fokus pembahasan perempuannya melalui iklan televise
2	Nama	Haryati
	Judul	Kontruksi Bias Gender Dalam Media Massa
	Jenis karya	Jurnal
	Tahun terbit	Vol. 10 No. 1 tahun 2012
	Asal	Observasi dari Badan Pengkajian dan Pengembangan dan Informatika Bandung

	Metode penelitian	Analisis perspektif pemikiran arau tinjauan. Dengan pendekatan perspektif Teori kontuktivisme
	Persamaan	Membahas Fenomena bias gender dalam media massa terhadap citra perempuan
	Perbedaan	Menfokuskan bagaimana praktik bias gender dalam media massa
3	Nama	Lestarysca dan Poppy Febriana
	Judul	Kontruksi Citra Perempuan Dalam Media Online (Analisis Framing Kategori Fashion <i>Website Wolipop</i>)
	Jenis karya	Jurnal
	Tahun terbit	Vol. 2 No. 1 tahun 2013. Hal. 1-106
	Asal	Kanal. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
	Metode penelitian	Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis Framing Gamson dan Modigliani
	Persamaan	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Analisis framing Gamson dan Modigliani. Memfokuskan bagaimana media mengkontruksi citra perempuan dan menganalisa artikel dari website wolipop
	Perbedaan	Fokus makna dari tulisan pada Kategori Fashion mengenai Citra Perempuan dalam <i>website wolipop</i>

1.6.2. Komunikasi Massa Dan Media Massa

Komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia dalam bentuk pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam Bahasa Komunikasi, pernyataan dinamakan pesan

(*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*Communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyapaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri atas dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), dan kedua adalah lambing adalah bahasa (Effendy, 2003:28).

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunika massa diartikan setiap bentuk komunikasi yang disampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (Rakhmat.1998: 188). Komunikasi termasuk proses komunikasi secara sekunder karena menggunakan, bahkan bergantung kepada peralatan teknis, baik media cetak, media elektronik, media online. Menurut kaidah komunikasi, karena sekunder, pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa bersifat searah. Linear atau searah, kita dapat segera memberikan tanggapan secara langsung sebagaimana ketika kita bertatap muka (*face to face Communication*).

McQuail (2010:10) berpendapat bahwa istilah komunikasi massa dan media massa tak dapat terpisahkan. Pada awal abad ke dua puluh, media massa mampu menggambarkan fenomena-fenomena sosial yang baru. Media massa hadir menjadi salah satu cara yang terorganisir dalam berkomunikasi secara terbuka, tak terbatas oleh jarak dan waktu untuk menyebarkan informasi dan kejadian tersebut.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, televisi dan internet (media online). Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. karakteristik media massa menurut Cangara antara lain (Hafied Cangara, 2010): Bersifat melembaga, satu arah, meluas dan serempak, memakai peralatan teknis atau mekanis, dan terbuka.

1.6.3. Kontruksi dan Realitas Sosial Dalam Media Massa

Sebuah Realitas Sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik didalam maupun diluar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna ketika realitas dikonstruksi dan dimaknai secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengonstruksi realitas sosial dan mengonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam situasi sosialnya.

Maka dari itu realitas sosial didefinisikan sebagai hasil dari konstruksi sosial dalam proses komunikasi tertentu. Membahas tentang teori konstruksi sosial (social Construction), tentu tidak lepas perannya dari teoritik yang dikemukakan oleh Peter L. Barger dan Thomas Luckman. Berawal dari istilah Konstruktivisme, konstruksi realitas sosial dikenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Barger dan Thomas Luckman (1966) melalui bukunya *“the social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge”* menjelaskan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivitas dan internalisasi.

Konstruksi sosial berlangsung dalam ruang hampa namun syarat akan kepentingan-kepentingan. Bagi kaum konstruktivisme, realitas hadir dalam keadaan subjektif. Realitas akan tercipta melalui konstruksi dengan sudut pandang dan ideologi wartawan. Sebuah teks dalam sebuah berita tidak dapat disamakan sebagai cerminan realitas. Tetapi ia harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas (Eriyanto, 2002).

Pada kenyataannya, realitas sosial itu berdiri sendiri tanpa adanya individu baik didalam maupun diluar realitas tersebut. Realitas memiliki makna, bila realitas sosial dikonstruksikan dan dimaknai secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu sendiri secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial dalam dunia nyata berdasarkan subjektivitas individu lain dalam situasi intuisi sosialnya.

Melalui konstruksi sosial media, dapat dijelaskan bagaimana media massa membuat gambaran tentang realita. Untuk itu, paradigma ini dapat digunakan sebagai pandangan dasar untuk melihat bagaimana Wolipop dalam *worklife* memaknai, memahami dan kemudian membingkai citra perempuan ke dalam bentuk teks berita.

1.6.4. Gender dan Feminisme

Gender merupakan analisis yang digunakan dalam menempatkan posisi setara antara laki-laki dan perempuan untuk mewujudkan tatanan masyarakat sosial yang lebih egaliter. Gender bisa dikategorikan sebagai perangkat operasional dalam melakukan *measure* (pengukuran) terhadap persoalan laki-laki

dan perempuan terutama yang terkait dengan pembagian peran dalam masyarakat yang dikonstruksi oleh masyarakat itu sendiri.

Konsep gender bisa dikatakan pertama kali muncul dari adanya suatu kebutuhan untuk menggambarkan atau mendefinisikan tentang konsep kondisi dan kedudukan perempuan dalam sistem sosial. Paling tidak ada beberapa alasan memasuki konsep gender dalam studi atau kajian perempuan (Ibrahim, 2007).

Beberapa kajian perempuan dilakukan lebih untuk melihat relasi laki-laki dan perempuan dalam konteks hubungan di masyarakat. Gender sendiri terbentuk melalui proses yang panjang yang dikonstruksi secara sosial dan kultural. Dengan adanya istilah gender, secara tidak sadar dan perlahan, telah menggiring ke arah praktik diskriminasi dan marginalisasi perempuan. Menurut Zakiyuddin (Muthiah umar, 2005), sikap dan diskriminatif terhadap perempuan menyiratkan relasi yang bersifat politis, yaitu relasi kekuasaan antara laki-laki dan perempuan. Relasi ini harus dipahami dalam arti yang luas, yaitu sebagai relasi dominasi dan subordinasi. Perempuan berada dalam relasi seperti ini cenderung pada posisi subordinasi.

Permasalahan gender seringkali dikaitkan dengan perempuan sebagai subjek. Konstruksi sosial dan kultural yang demikian panjang ini, lebih banyak menempatkan perempuan sebagai korban, yang ironisnya oleh berbagai institusi sosial termasuk media massa dan nilai-nilai dalam masyarakat terus dilestarikan. Pemilihan gender secara dikhotomis seksual ini terlihat pula dengan adanya istilah feminitas dan maskulinitas.

Media massa memang secara jelas telah mengidentifikasi perempuan dalam posisi yang tidak diuntungkan. media massa pula melalui pemberitaanya, menunjukkan kalau kaum perempuan belum memperoleh kesetaraan dengan kaum laki-laki. Perempuan masih digambarkan sebagai sosok yang tidak memiliki otoritas terhadap dirinya sekalipun, perempuan menjadi objek yang seringkali menjadi bahan untuk dieksploitasi. Pemberitaan di media massa lebih mendominasi penggambaran kekuatan, kesuksesan, kedigdayaan kaum laki-laki. Sehingga bila mana perempuan yang berhasil di ruang publik sebagaimana kaum laki-laki, dipandang tidak lazim, karena wilayah tersebut telah menjadi “milik” laki-laki.

Ideologi feminisme bisa dikatakan sebagai pembongkaran sistem patriarki untuk mencari musabab ketertindasan perempuan serta mencari pembebasannya dengan kata lain feminisme adalah teori untuk pembebasan perempuan. Feminisme berasal dari kata *femme*/wanita yang berjuang untuk memperjuangkan hak-hak kaum perempuan sebagai kelas sosial. Tujuan feminisme adalah keseimbangan dan interelasi gender. Ratna (1999) memberikan definisi yang luas tentang feminisme, “gerakan kaum perempuan untuk menolak segala sesuatu yang dimarginalkan, disubordinasikan, dan direndahkan oleh kebudayaan dominan, baik dalam politik dan ekonomi maupun kehidupan sosial pada umumnya”. Feminisme lahir untuk mencari keseimbangan gender serta pembebasan stereotip makhluk lemah dan menjadikan kaum perempuan menjadi manusia mandiri.

1.6.5. Framing

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang dipergunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan

menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagianmana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut. Gamson dan mondigliani menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (*package*). Menurut mereka, frame adalah cara bercerita atau gugusan ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Kemasan (*package*) adalah rangkaian ide-ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa yang relevan. *Package* adalah semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima (Eriyanto, 2002).

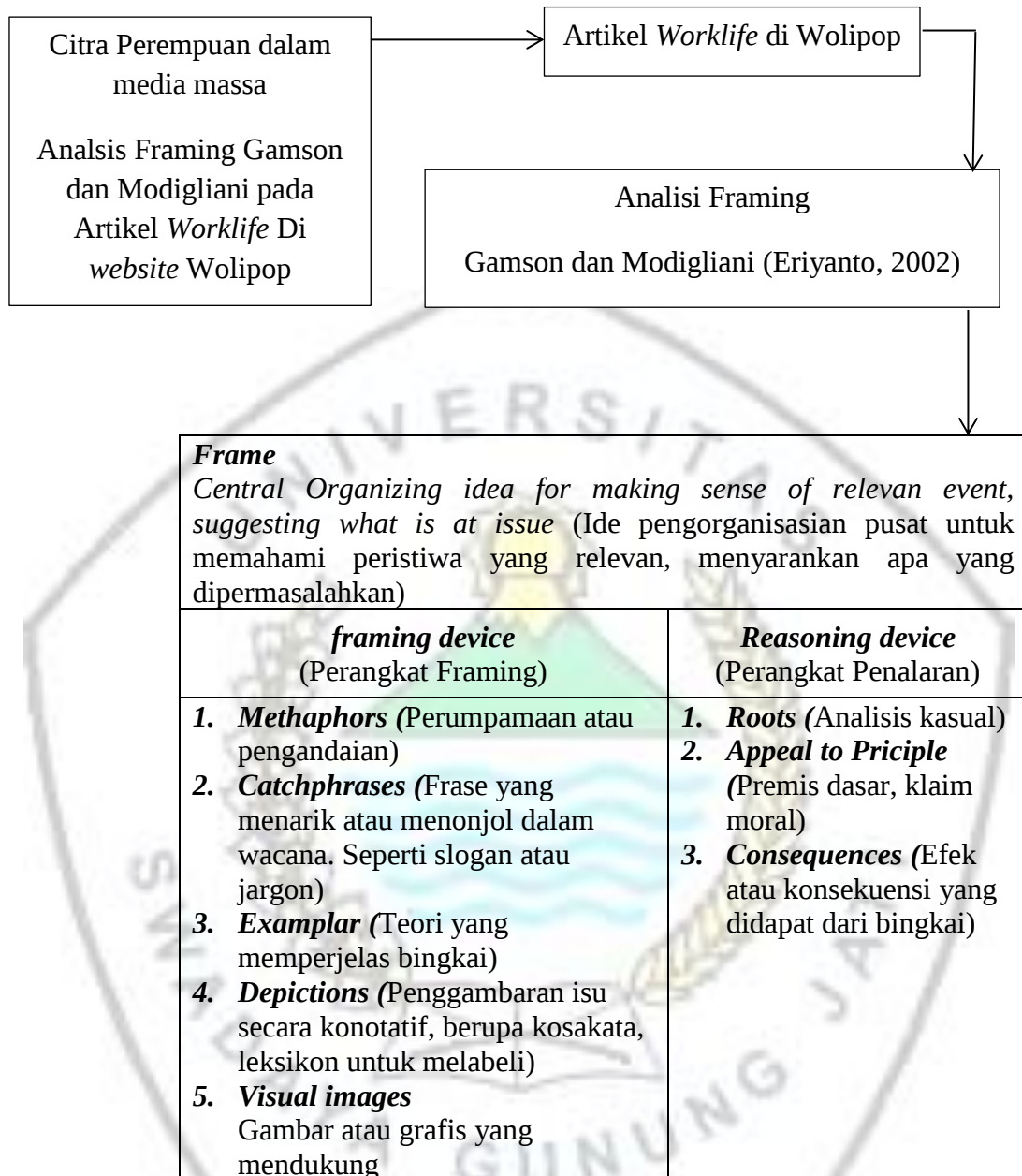
Kemasan (*package*) tersebut dibayangkan sebagai wadah atau struktur data yang mengorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan muatan-muatan di balik suatu isu atau peristiwa. Keberadaan dari suatu *package* terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat – perangkat wacana seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu, prosisi dan sebagainya. Semua elemen dan struktur wacana tersebut mengarah pada ide tertentu dan mendukung ide sentral dari suatu berita. Perangkat framing yang dikemukakan oleh gamson dan Modigliani yaitu:

Framing device (perangkat framing) yang meliputi; *methapors* (perumpamaan atau pengandaian), *catchphrases* (frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan), *exemplar* (mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian terori atau perbandingan yang

memperjelas bingkai), *Depiction* (penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. *Depiction* ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu), *visual images* (gambar atau grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan. Selanjutnya *Reasoning devices* (Prangkat Penalaran) yang meliputi; *Roots* (analisis kausal atau sebab akibat), *Appeals to Principle* (presmis dasar, klaim-klaim moral), *Consequences* (efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai).



PROSES



Gambar 1. 1 Alur Kerangka Penelitian

1.7. Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1. Definisi Konsep Penelitian

Untuk menghindari kekeliruan penafsiran terhadap variabel, kata dan istilah teknis yang terdapat dalam judul, maka penulis merasa perlu untuk mencantumkan definisi konsep operasional. Judul penelitian ini adalah “ Citra Perempuan Dalam Media Massa (Analisi Framing William A. Gamson dan Andre Modigliani Pada Artikel *Worklife* Di website Wolipop)”

1. Media Online

Media online adalah sarana komunikasi yang tersaji secara online disitus web (*Website*) internet. Media Online disebut juga media daring, media digital, media internet, dan media siber. Semua jenis kanal (*Channel*) komunikasi yang ada di Internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online. Pengertian media online secara umum meliputi semua jenis situs (*Website*) dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, web lembaga/instansi, situs jualan (*e-commerce*), media sosial, blog, email, forum, WhatsApp, Line, dan lain-lain. Media online adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak dan media elektronik. (Romli, 2012)

2. Artikel

Artikel adalah karya jurnalistik berupa tulisan yang berisi pendapat (*opinion*), gagasan (*ide*), pemikiran, serta fakta. Kata “artikel” sendiri dipahami sebagai karangan atau tulisan tentang suatu masalah berikut pendapat penulisnya. Artikel didefinisikan sebagai sebuah karangan

factual (nonfiksi) tentang suatu masalah secara lengkap, yang panjangnya tak tentu, untuk dimuat disurat kabar, majalah, bulletin, dan sebagainya, dengan tujuan untuk menyampaikan gagasan dan fakta guna meyakinkan, mendidik, menawarkan pemecahan suatu maslaah, atau menghibur

3. Citra Perempuan

Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang diperoleh dari suatu objek tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Citra adalah seperangkat keyakinan ide dan kesan seseorang terhadap objek tertentu (Ruslan, 2010:80).

Membahas mengenai feminisme erat kaitannya dengan citra Perempuan. Kata “citra perempuan” merupakan gambaran-gambaran yang ditimbulkan oleh pikiran, pendengaran, penglihatan, perabaan, atau pengecapan tentang perempuan. Namun, karena diantara berbagai macam citra itu, citra pemikiran tentang perempuan lebih dominan, citra perempuan dapat disebut juga citra pemikiran tentang perempuan.

Citra perempuan dikonstruksi dalam media massa terbentuk dua model. Pertama, model *good news* adalah sebuah konstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik dan memiliki citra yang baik sehingga terkesan lebih baik sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. Kedua, model *bad news* adalah suatu konstruksi yang cenderung memberitakan citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek berdasarkan objek pemberitaan itu sendiri. Citra yang dibentuk

oleh media akan mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan pandangan seseorang terhadap orang lain seperti halnya pandangan terhadap perempuan. Jika media mengkontruksi hal yang baik mengenai perempuan, maka masyarakat pun akan memandang perempuan tersebut baik dan sebaliknya. Menurut Soediro Satoto citra perempuan dapat diklasifikasikan berdasarkan ciri fisik, psikis, dan sosial (Satoto, 1994:45)

4. Wolipop

Wolipop adalah sebuah *website* berita dibawah naungan detik.com. *website* ini diluncurkan pada tanggal 9 Desember 2009. Situs web Wolipop ini cenderung menyajikan berita atau artikel mengenai gaya hidup (*Lifestyle*) Perempuan dari sudut pandang yang berbeda atau digambarkan melalui Kategori didalamnya , diantaranya seperti *fashion*, *hijab*, *beauty*, *entertainment*, *work and money*, *love and sex*, *wedding*, dan lain-lain.

Diantara Kategori tersebut didalamnya terbagi lagi menjadi beberapa kategori pemberitaan atau artikel yang disuguhkan, salah satunya yang penulis akan bahas yaitu artikel *worklife* yang berada dalam Kategori *Work and money*. Peneliti memilih kategori artikel *worklife* untuk menjadikan objek pembahasan dalam penelitian ini karena didalamnya banyak membahas peran perempuan yang menginspirasi, memotivasi, dan mendukung para wanita didalam media wolipop tersebut. Berikut berita atau artikel yang akan diamati dipilih berdasarkan beberapa terbitan pada bulan Maret hingga april 2021 yang berdekatan dengan momen hari

perempuan internasional dan hari kartini yang berisi tentang peran-peran perempuan yang inspiratif yang memuat bahasan dalam negeri.

Tabel 1. 2 Objek Penelitian Artikel *Worklife* Website Wolipop

Judul Artikel	Tanggal Terbit
Pesan Inspiratif Wanita yang Jadi Software Engineer : Gali Potensi Diri	Minggu, 07 Maret 2021
Bos Grab Ungkap Kesenjangan Gender dan Kiat Jadi Pemimpin Wanita	Selasa, 09 Maret 2021
Ini Alasan Bangun Bisnis Perlu Punya Mindset Positif	Selasa, 30 Maret 2021
Jadi Pemimpin Muda, Begini Cara Sylvia Gunawan Ubah Stigma Wanita Bekerja	Rabu, 14 April 2021
Hari Kartini, Pemimpin Wanita KPK Bicara Peran Wanita dalam Melawan Korupsi	Rabu, 21 April 2021

1.7.2. Operasionalisasi Konsep Penelitian

Tabel 1. 3 Opersionalisasi Konsep Penelitian

konsep	Dimensi	Parameter
CITRA PEREMPUAN DALAM MEDIA MASSA ANALISIS FRAMING WILLIAM A GAMSON DAN ANDRE MODIGLIANI PADA ARTIKEL WOKLIFE DI WEBSITE WOLIPOP	<i>Framing device</i> (perangkat framing) - <i>Methapore</i> - <i>Catchphoreses</i> - <i>Exemplar</i> - <i>Depiction</i> - <i>Visual imagess</i>	menemukan gambaran citra perempuan yang ditemukan melalui atau ditandai dengan gagasan atau ide dalam teks artikel <i>worklife</i> di website Wolipop
	<i>Reasoning device</i> (Perangkat Penalaran) - <i>Roots</i> - <i>Appeals to Principle</i> - <i>Consequencess</i>	Menerima gambaran citra perempuan melalui gagasan sebagai kebenaran , alamiah dan wajar dalam teks artikel <i>worklife</i> di website Wolipop

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif sebagaimana dikemukakan Moleong (2013:6) bahwa “penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitain kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit”.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan mengenai citra perempuan dalam media massa pada artikel *worklife* di *website* wolipop melalui analisis Framing yang diperkenalkan oleh Gamson dan Modigliani. Pendekatan yang menggunakan penelitian kualitatif yang bertujuan menggalang atau membangun prosisi atau menjelaskan makna dibalik realitas (Moleong, 2011).

Metode penelitian kualitatatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Denzim dan Licoln (Mulyana dan Solatun, 2007:5). Penelitian kualitataif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiah, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut.

1.8.2. Informan dan Teknik Informan

Teknik pemilihan informan dalam penelitian sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sebutan *purposive* menunjukkan bahwa teknik ini digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Dalam *purposive sampling*, pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sebutan *Purposive* menunjukkan bahwa teknik ini digunakan untuk mencapai tujuan –tujuan tertentu. *purposive sampling* didasarkan atas informasi yang mendahului (*purposive knowledge*) tentang keadaan populasi dan informasi ini harus tidak perlu diragu-ragukan, masih samar-samar, atau masih berdasarkan dugaan-dugaan atau kira-kira (Kuswana, 2011:139-140).

Informan ini terdiri dari informan kunci dan informan pendukung. Masyarakat yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan Kunci :
 - a. Redaktur Pelaksana Wolipop
 - b. Penulis Artikel Wolipop
2. Informan Pendukung : Pembaca Artikel Wolipop

1.8.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian yaitu dengan menggunakan metode berikut :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen – dokumen tertulis atau tidak tertulis, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penelitian. Hasil penelitian juga akan kredibel apabila didukung foto- foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, 2005:83).

2. Studi Lapangan

Teknik pengumpulan data lapangan yang digunakan:

a. Observasi

Metode yang digunakan metode observasi non partisipan struktur. Artinya dalam pengumpulan data, peneliti langsung mengamati objek penelitiannya dimana peneliti secara independen dan pengamatannya. Disamping itu, peneliti juga mengkoneksikan secara sistematis tentang apa yang diamati dalam temuannya di lapangan yang mencakup semua aspek yang diketahui peneliti terhadap objek penelitian yang meliputi kapan dan dimana penelitian berlangsung. Pengamatan dilakukan dengan cara membaca dan menelaah beberapa artikel *worklife* juga mengamati objek gambar yang ada didalamnya yang diterbitkan melalui *website* (media Online)

Wolipop. Observasi ini merupakan teknik utama yang digunakan peneliti untuk melakukan penilaian, penafsiran terhadap hal-hal yang diteliti yakni berupa artikel.

b. Dokumentasi

Penulis menghimpun dan mengamati data-data, buku-buku, foto atau gambar, video, internet dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti mendokumentasikan artikel dengan cara tangkapan layar melalui perangkat handphone dan laptop, kemudian tulisan artikel diuraikan. Peneliti kemudian menganalisis setiap kata, kalimat dan gambar yang ada didalam artikel tersebut. Analisis yang digunakan adalah metode framing.

c. Wawancara

Suatu metode pengambilan data dengan proses Tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian. jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu proses Tanya jawab antara peneliti dengan informan, dengan pedoman-pedoman wawancara yang hanya berfungsi acuan awal yang dapat dikembangkan sendiri oleh peneliti atau pengumpulan data.

1.8.4. Teknik Pengujian Keabsahan data

Dalam pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi, merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moleong, 2007: 330). Peneliti menggunakan teknik triangulasi yang akan dapat memperkuat penafsiran validitas tersebut. teknik triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (patton, 1987: 331).

1.8.5. Teknik Analisis Data

Analisi data dalam penelitian kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistematiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan.

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018:337) mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap. Berikut tahapan-tahapannya:

1. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemutusan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis lapangan. Tahapan-tahapan reduksi

data meliputi:

- a. Membuat ringkasan
- b. Mengkode
- c. Menelusurin Tema
- d. Membuat gugus-gugus
- e. Membuat partisi
- f. Menulis memo

2. Penyajian Data

Penyajian data berarti mendisplay atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

3. Penarikan kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian bisa saja dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada dilapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan interaktif dan hipotesis (Pujileksono, 2015:152).

1.9. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.9.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Cirebon. Berdasarkan observasi data, penulis menggunakan pengamatan atau dilakukan pengamatan melalui Tulisan Artikel pada situs web (*website*) wolipop, dalam penelitian ini, sebagai bahan penelitain dan mengakses artikel *worklife* dalam wolipop untuk dianalisis. Wawancara dilakukan secara virtual melalui pesan email kepada narasumber terkait.

1.9.2. Jadwal Penelitian

Peneliti melakukan penelitian yang dimulai pada bulan April 2021 hingga bulan September 2021. Mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga penyelesaian akhir. Berikut jadwal Penelitiannya:



Tabel 1. 4 Jadwal Penelitian

No	Tahun	2021					
	Bulan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
	Jenis Kegiatan						
I	Tahap Persiapan						
	1. Studi literatur & Pengamatan						
	2. Penyusunan & Bimbingan Proposal						
	3. Seminar Proposal						
II	Tahap Pelaksanaan						
	1. Penelitian & Pengelolaan hasil penelitian						
	2. Penyusunan & Bimbingan Skripsi						
III	Tahap Akhir						
	1. Seminar Draft Skripsi						
	2. Sidang Skripsi						

