

## **BAB II**

### **INDUSTRI MEDIA, JURNALIS PEREMPUAN DI MEDIA, DAN SEJARAH PERKEMBANGAN FEMINISME DI INDONESIA**

Perempuan telah lama berkecimpung dalam dunia industri media dan menjalankan perannya sebagai seorang jurnalis. Media yang dikenal sebagai tempatnya para maskulin, tidak menghalangi keinginan perempuan untuk turut berpartisipasi dalam memberikan gagasannya di bidang jurnalistik. Meskipun begitu, perempuan kerap mendapatkan perlakuan diskriminasi dalam tempat kerjanya sendiri. Hal ini tentu tidak jauh disebabkan oleh identitas gender yang dibawanya, yakni sebagai seorang perempuan. Pada penulisan bab ini akan membahas tentang gambaran umum dari subyek penelitian meliputi jenis industri media, jurnalis perempuan, serta perkembangan dan gerakan feminisme di Indonesia.

#### **2. 1. Industri Media Massa**

Media memiliki peranan yang penting dalam penyampaian berita yang dikonstruksikan oleh jurnalis yang akan disebarluaskan kepada masyarakat. Industri media sendiri kian mengalami perkembangan dan perubahan dari waktu ke waktu. Secara sederhana, media yang dimaksud dalam penelitian ini yakni sarana yang digunakan oleh manusia untuk mendapatkan informasi. Sebagaimana yang diambil dalam pengertian media massa yaitu sarana untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima melalui medium yakni surat kabar, film, radio, dan televisi (Canggara, 2002: 134).

Di Indonesia, industri media yang pertama kali berkembang adalah media cetak yang kemudian disusul dengan radio dan televisi. Setelah itu, muncul jaringan internet yang memiliki jangkauan luas, sehingga menghadirkan new media atau media baru dalam proses penyebaran hasil produksi berita yang akan disampaikan kepada masyarakat. New media menghasilkan media berbasis online yang memiliki karakteristik tertentu jika dibandingkan dengan jenis media

sebelumnya. Terdapat empat karakteristik yang dimiliki oleh media online menurut Yayan Sopian (dalam Nurudin, 2009: 18), antara lain:

- a. Akses informasi dari segi waktu yang dipemudah. Sebuah perusahaan media cetak yang juga memiliki media online dapat dengan bebas mentransformasikan berita dari media cetak ke media online di jam-jam tertentu, sesuai dengan kebijakan perusahaannya.
- b. Media online menggunakan konsep *real time* di mana sang pengelola website untuk berita online dapat dikelola setiap saat sehingga pembaca dapat langsung menerima informasi.
- c. Sajian berita yang disampaikan dalam bentuk yang beragam dan memiliki unsur multimedia yang lebih kaya seperti adanya ilustrasi.
- d. Media online menyediakan fitur yang dapat digunakan oleh pembacanya untuk dapat memberikan interaksi.

Penggunaan media yang dikonsumsi oleh masyarakat saling melengkapi, baik itu media konvensional maupun media baru. Perusahaan global yang bergerak dalam bidang informasi serta media, yaitu Nielsen melakukan sebuah riset terkait penggunaan media digital dan media konvensional pada Generasi Z (10-19 tahun), Milenial (20-34 tahun), Generasi X (35-49 tahun), dan *Baby Boomers* (50-64 tahun). Hasilnya menyebutkan bahwa masing-masing Generasi Z hingga *Baby Boomers* mengonsumsi internet, televisi, radio, dan media cetak memiliki persentase yang berbeda dalam tiap kategorinya.

Kesimpulan yang dapat diambil melalui riset tersebut adalah televisi dan internet menjadi media yang paling sering dikonsumsi, sementara itu media cetak dan radio memiliki jumlah persentase yang lebih kecil dengan total kisaran 30%. Meskipun begitu, jenis-jenis media massa tersebut masih menjadi konsumsi publik sehingga media tentunya memegang kendali atas wadah di mana masyarakat dapat memperoleh informasi (Ika, 2018).

## **2. 1. 1. Jenis Industri Media Massa**

### **2.1.1.1. Media Cetak**

Media cetak dapat dikatakan sebagai pionir media massa di Indonesia dalam membagikan informasi kepada publik. Media cetak memiliki unsur kata-kata dan

gambar sebagai pelengkap. Jenis media ini terdiri atas tinta kertas dalam bentuk fisik yang diterima oleh para pembacanya. Secara umum media cetak terbagi menjadi surat kabar/koran, majalah, dan buku (Paxson, 2010: 92).

Media cetak di Indonesia pada awalnya disebut sebagai pers. Dalam sejarah perkembangannya pers di Indonesia memiliki ciri khusus yang berhubungan dengan keadaan masyarakat, kebudayaan, dan politik pada saat itu. Indonesia memiliki tiga bentuk pers yang dikenal pada masa penjajahan yaitu pers Belanda, pers Melayu-Tionghoa, dan pers Indonesia. Ketiga pers tersebut merepresentasikan bahasa yang berbeda dan tidak jarang memberikan pendapat yang mendukung suatu ideologi tertentu. Pers Belanda penyebarannya terbatas hanya pada kota-kota administrasi atau pusat perdagangan. Isi dari pers ini berorientasi pada kepentingan Eropa yang ingin tetap berada di Indonesia dalam hubungan kolonial. ANETA atau kantor berita Belanda pada saat itu memegang kendali distribusi berita karena mendapat dukungan dari pemerintah Hindia Belanda. Disebutkan bahwa pers Belanda tidak peduli dengan seluruh kegiatan dari pers Indonesia, bahkan ia juga tidak segan untuk meneror surat kabar Belanda yang tidak sesuai dengan kaidah penyiaran politik pemberitaan ANETA (Departemen Penerangan RI, 2002).

Sebaliknya, pers Melayu-Tionghoa lebih berfokus kepada mencari keuntungan dengan menyediakan jasa pemasangan iklan di surat kabar mereka. Pers ini lebih makmur sebab lebih mudah dalam mendapatkan syarat usaha percetakan dan penerbitan. Nilai kekeluargaan dan kekompakan dari golongan Tionghoa pada umumnya lebih kuat dalam dunia usaha sehingga tidak heran bahwa pers tersebut mampu berjuang dan mempertahankan idealismenya. Sementara itu pers Indonesia diawali dengan beberapa pers daerah dan bahasa Melayu yang menjadi satu dan memiliki ciri yang kentara di masyarakat majemuk. Redaksi surat kabar daerah biasanya merupakan hasil kerja sama yang baik antara golongan Belanda, peranakan Tionghoa, dan rakyat Indonesia. Perkembangan pers Indonesia pun banyak dipengaruhi oleh usaha percetakan milik pers Belanda dan pers Melayu-Tionghoa. Bentuk pers Indonesia yang terkenal di awal kemunculannya adalah *Medan Prijaji* yang dipimpin oleh R.M. Tirtohadisoerjo,

seorang wartawan pertama di Indonesia dan kini dikenal dengan sebutan Bapak Wartawan Indonesia. Setelah banyaknya organisasi pemuda seperti Budi Utomo, Sarekat Islam (SI), *Indische Partij* yang menerbitkan medianya sendiri, pemerintah Hindia Belanda menyadari bahwa pengaruh pers di Indonesia akan semakin lebar dan membahayakan (Departemen Penerangan RI, 2002).

Meskipun ada banyak pers Indonesia yang digagas oleh organisasi-organisasi pemuda, fokus yang menjadi perhatian tetap satu yakni membela kepentingan rakyat yang memiliki masalah atas kolonialisme di Indonesia. Dapat dikatakan bahwa pers Indonesia merupakan pers nasional dengan memperhatikan masalah yang timbul akibat penjajahan. Setelah Indonesia merdeka, pers Indonesia menjadi satu-satunya sumber informasi rakyat. Namun mulai dari tahun 1950 pers mengalami stagnasi, di mana banyak surat kabar kehilangan uang dan kegiatannya berhenti dan tidak aktif. Hal ini disebabkan pada tahun 50an, Indonesia mulai memasuki era Orde Lama yang menganut sistem liberal sehingga berdampak pada keberlangsungan pers yang digunakan sebagai alat komunikasi pemerintah politik. Keadaan membaik ketika mulai hilangnya pers sayap kiri dan bangkitnya berbagai surat kabar dengan jenis dan waktu yang beragam. (Burton, 2012: 15)

Seiring dengan kemudahan untuk menggunakan teknologi jenis media cetak tidak hanya terbatas pada surat kabar, majalah, dan buku saja, melainkan ada tabloid dan bulletin dengan visualisasi yang lebih menarik. Keberadaan media cetak telah ada sejak masa penjajahan Belanda hingga saat ini. Meskipun begitu, media cetak telah mengalami penurunan dari segi pembaca yang cukup signifikan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan adanya penurunan pembaca surat kabar atau majalah dari 18,94 ke 17,66. (Kusuma, 2016)

Tetapi disisi lain, media cetak juga memiliki keunggulan yang menjadi karakter khas dari produk berita di media cetak. Karakter tersebut antara lain berita yang disajikan sangat jelas dan komponen nilai beritanya terperinci. Selain itu, media cetak telah bertahan cukup lama sehingga tidak mudah dilupakan. Meski sedikit yang membaca, media cetak tetap memiliki pembaca setia yang menikmatinya. (Kusuma, 2016)

Dalam ekonomis bisnis yang berjalan pada media cetak pun pada dasarnya mendorong pertumbuhan lapangan kerja. Baik secara langsung maupun tidak langsung, penciptaan lapangan pekerjaan pada bisnis media cetak meroket mulai dari perkembangan profesi seperti penulis, editor, wartawan, *layouter*, hingga industri yang berkaitan seperti industri kertas, tinta, transportasi, dan lainnya. (Noor, 2012: 24)

#### **2.1.1.2. Media Televisi**

Di lain sisi, televisi yang mulai memasuki masyarakat menjadi salah satu industri media yang terus mengalami perubahan dan perkembangan dari awal keberadaannya. Mulai dari televisi kabel yang masih menggunakan sensor warna hitam putih kemudian transformasi menjadi televisi digital yang memiliki banyak saluran dan jangkauan lebih luas. Televisi memiliki jenis-jenis program seperti berita, drama, situasi komedi, dan *variety shows*. (Paxson, 2010: 56)

Perkembangan televisi di dunia sempat mengalami kendala yang disebabkan adanya Perang Dunia II sehingga penemuan sistem televisi tersendat dan sementara dihentikan. Meskipun begitu di tahun 1960, teknologi televisi mulai berfungsi dengan mengandalkan radar dan penggunaan pemancar berkekuatan tinggi. Teknologi ini diproduksi secara massal sehingga harganya murah dan dapat dijangkau oleh masyarakat. Seiring berjalannya waktu, pemanfaatan secara televisi pun berubah. Tidak hanya sebagai media penerangan, hiburan, dan promosi, tetapi juga dimanfaatkan untuk bidang pendidikan baik di negara maju maupun negara berkembang (Subroto, 2016: 63).

Sementara itu di Indonesia, pemerintah di tahun 1961 memutuskan untuk membuat proyek baru yakni media massa televisi ke dalam acara Asian Games. Kemudian berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan No.20/E/M/1961 dibentuk Panitia Persiapan Pembangunan Televisi di Indonesia. Hal tersebut menghasilkan Surat Keputusan Presiden No.215/1963 yang menyebutkan pembentukan Yayasan Televisi Republik Indonesia dan berlaku sejak tanggal 20 Oktober 1963. Televisi Republik Indonesia (TVRI) siar pertama kali pada tanggal 24 Agustus 1962 dan menjadi satu-satunya media televisi nasional yang menyiarkan berbagai macam informasi publik kepada masyarakat. Pemerintah

Indonesia pun mengembangkan secara masif jumlah stasiun penyiaran dilengkapi dengan pengembangan jaringan siarannya. Di samping itu, usaha yang dilakukan untuk dapat menjangkau seluruh wilayah dipersiapkan dengan meluncurkan beberapa mobil unit yang berfungsi sebagai stasiun produksi keliling dan ditempatkan di Padang, Lampung, Semarang, Pontianak, Banjarmasin, Kupang, dan Irian Jaya (Subroto, 2016: 64).

Kemudian pada tahun 1969, televisi di Indonesia memasuki era satelit di mana televisi tidak hanya berjalan sesuai dengan perkembangan teknologi tetapi juga mampu memberikan pelayanan dalam bidang telekomunikasi. Akhirnya pada tahun 1976, Indonesia mulai menjelajah era satelit komunikasi domestik dengan meluncurkan satelit Palapa sebagai upaya untuk dapat menjangkau siaran televisi sekaligus sistem komunikasi. Selain itu dengan adanya satelit Palapa memungkinkan kawasan yang sebelumnya tidak terjangkau dengan satelit bisa membangun stasiun bumi kecil untuk berhubungan secara langsung dalam jaringan telekomunikasi (Subroto, 2016: 65)

Adapun di tahun 90an muncul televisi swasta berskala nasional seperti RCTI, SCTV, TPI, dan ANTV. Memasuki era 2000an semakin banyak televisi swasta berskala nasional yang memberikan pilihan program unggulannya seperti Trans TV, Trans 7, Global TV, TV One, dan sebagainya. Sebagai stasiun televisi swasta tentunya memiliki orientasi yang bertuju pada nilai komersil. Sehingga harapannya dalam menyajikan program dapat membantu kesejahteraan rakyat yang tengah dilanda era globalisasi (Subroto, 2016: 66).

Media televisi sampai saat ini masih menjadi media yang ditonton oleh masyarakat. Waktu penayangan program acara televisi biasanya disesuaikan dengan segmentasi dari program tersebut. Oleh karenanya, ketika menonton televisi para penonton diharapkan dapat menonton secara bijak agar tidak mudah terkena dampak negatif dari tayangan televisi.. meskipun begitu televisi sendiri dinilai menjadi media yang mampu diakses oleh seluruh usia dan segala kalangan (Canggara, 2003: 135).

Sementara itu, industri media televisi yang saat ini masuk ke dalam media penyebaran bersifat elektronik memiliki prospek ekonomi media yang lebih luas

cakupannya daripada media cetak. Tidak hanya dalam menciptakan lapangan kerja yang tersedia, media televisi tidak menutup kemungkinan untuk menambah pilihan pekerjaan yang beragam bagi masyarakat. Berbagai jenis bisnis maupun lapangan yang muncul dengan adanya penyiaran televisi antara lain adalah bisnis dalam sektor produksi dan perangkat yang mendukungnya, perangkat keras dan sistem yang mengoperasikannya, manajemen televisi untuk dapat meningkatkan target konsumsi medianya, serta bidang kreatif yang mampu mengembangkan konsep dari program acara di televisi (Noor, 2010: 25).

### **2.1.1.3. Media Online**

Menginjak era globalisasi, istilah *new media* yang terbuka melalui jaringan internet yang luas menciptakan bentuk media baru, dalam hal ini biasanya lebih dikenal dengan sebutan media online. Kehadiran media online dalam ranah industri media merupakan tren terbaru dalam dunia jurnalistik, mulai dari penyebaran informasi melalui blog hingga jaringan media sosial seperti twitter. Oleh karenanya *new media* sendiri lebih menekankan kepada cara komunikasi baru dengan target marketnya melalui pendekatan interpersonal dan interaktif (Paxson, 2010: 151).

Kehadiran media online di Indonesia diawali dengan adanya konvergensi media cetak ke media online. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi agar media cetak tidak mengalami kemunduran. Selain itu dengan adanya media online dunia jurnalistik melahirkan istilah baru yakni jurnalistik online atau *cyber journalism*. Secara teknis, media online terbagi menjadi beberapa kategori media seperti portal, website (situs web dan sosial media), radio dan televisi online, serta email (Romli, 2012: 30).

Media online memberikan informasi berita kepada pembaca dalam tenggat waktu yang ditentukan oleh kebijakan perusahaan medianya. Dengan adanya hal ini, media online diminta untuk dapat memberikan informasi dan menciptakan bacaan berita yang inovatif. Internet sebagai jembatan dari media online beroperasi dapat memperluas informasi melalui jaringan yang multidimensi (Santana, 2005: 140).

Media online memiliki dampak terhadap perkembangan media massa baik dalam segi ekonomis, politik, dan lingkungan secara umum. Selain itu biasanya media online juga dilandasi gagasan tentang kepemilikan dan dominasi komersial di dalamnya. Meskipun begitu dalam media online sendiri terdapat tiga pasang karakteristik dari internet dalam produksi media online yaitu yang pertama adalah kecepatan dan ruang. Pernyataan ini berasal dari sebuah pemikiran yakni dengan adanya banyak ruang maka akan banyak juga berita yang dihasilkan. Ruang dalam hal ini dikategorikan di berbagai bidang seperti ruang untuk multimedia serta cakupan geografi yang memungkinkan untuk menjangkau wilayah secara lebih luas. Sementara itu kecepatan dalam media online diartikan sebagai kecepatan jaringan internet yang dapat membantu jurnalis untuk mendapatkan data tanpa harus meninggalkan ruang redaksi. Namun istilah kecepatan dan ruang mendapatkan penilaian negatif karena lebih memfokuskan kepada penyebaran berita tanpa melihat kualitas beritanya (Fenton, 2010: 7).

Kedua adalah multiplisitas dan polisentralitas. Dalam hal ini adanya ruang memberikan kesempatan untuk penyedia berita pluralitas mengancam monopoli penyebaran berita dan membuka kesempatan bagi seluruh warga untuk memproduksi berita dengan akses komputer juga perangkat lunak yang mendukung. Banyaknya orang yang melihat berita dengan berbagai sudut pandang dan suara yang berbeda diklaim dapat menjaga berita di media online tetap pada arahnya dan munculnya transparansi berita. Namun multiplisitas tidak selamanya sama dengan perbedaan. Kemudian yang terakhir adalah interaktivitas dan partisipasi di mana pengguna media online dapat berinteraksi dan berpartisipasi dalam proses penyebaran berita, bahkan memproduksi beritanya sendiri yang seringkali disebut dengan *citizen journalism*. Dengan memanfaatkan teknologi dan keterampilan penulisan berita, warga dapat menuangkannya di dalam blog pribadi atau pun jenis sosial media lainnya (Fenton, 2010: 11).

Sebagai media yang cukup interaktif, media online dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, menawarkan berbagai macam kesempatan untuk dapat mengoptimalkan konsep ekonomi media dalam menjalankannya. Penciptaan lapangan kerja akan semakin luas khususnya dalam bidang kreatif dan

pemrograman media. Tidak hanya itu, dunia periklanan juga menjadi salah satu ranah yang dapat dijangkau oleh media online untuk dapat mengembangkan prinsip ekonomi medianya (Noor, 2012: 26).

### 2. 1. 2. **Konsep Ekonomi Media Massa**

Sebagai sebuah industri, media pun memiliki kepentingan bisnis yang dijalankan demi mendapatkan keuntungan. Istilah kegiatan ekonomi yang berperan besar dalam kepentingan media di berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, politik, keamanan, dan lainnya dikenal dengan ekonomi media. Pada dasarnya istilah ini juga berkaitan dengan segala kepentingan bisnis meliputi strategi, kebijakan harga, persaingan, serta aspek berpengaruh lainnya dalam industri media (Noor, 2010: 13).

Bisnis media dikelola secara ekonomis dalam rangka mencari keuntungan serta memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, organisasi, masyarakat, maupun pemangku kepentingan lainnya. Nilai *output* dari bisnis media berbeda dengan bisnis lainnya, di mana *output* dari bisnis media seperti berita, lagu, dan film dapat disiarkan kembali di lain waktu. Sementara pada bisnis lainnya akan habis terbatas oleh konsep ruang dan waktu. Pendapatan media lebih banyak dihasilkan dari iklan. Tim pemasaran dari media umumnya akan menysasar perusahaan atau pihak-pihak yang memiliki sesuatu untuk disiarkan kepada publik agar tertarik untuk memasang iklannya di media. Adapun rating dari suatu media tidak ditentukan oleh kualitasnya, melainkan kuantitas pemirsa yang menggunakan media tersebut. Hal inilah yang menyebabkan banyak media lebih mengejar target untuk memperbanyak daripada memperbaiki kualitas media mereka (Noor, 2010: 15).

Selain itu hal yang perlu diperhatikan dalam polemik industri media adalah bagaimana struktur politik masuk ke dalam ranah media melalui level kepemilikan, penyiaran berita, perkembangan industri media dan periklanan, hubungan yang menentukan kondisi ekonomi politik suatu negara, bahkan pada tingkat global. Sampai saat ini permasalahan media yang masih ada mencakup ekonomi dan politik, oleh sebabnya praktisnya industri media juga membutuhkan

pengamatan yang didasarkan pada pendekatan ekonomi serta politik (Sudibyo, 2004: 2).

#### **2.1.2.1. Karakteristik Ekonomi Media Massa**

Dalam penerapan ilmu ekonomi dalam sebuah media, terdapat beberapa hal yang perlu disesuaikan dengan karakteristik media itu sendiri. Hal ini berfungsi agar terjadinya keselarasan konsep ekonomi media untuk dapat menghasilkan keuntungan dari sebuah media. Karakteristik tersebut antara lain adalah sebagai berikut (Noor, 2010: 15).

1. Mengelola dua kelompok pasar yakni pasar produk untuk para pembaca, pendengar, dan pemirsa serta pasar untuk pemasang iklan.
2. Menghasilkan dua jenis produk yakni isi dan konsumen yang akan menghasilkan *rating* untuk modal dalam mencari pemasang iklan.
3. Tidak dibatasi oleh sumber daya dalam menghasilkan produknya.
4. Tidak secara spesifik menghasilkan konten komersial suatu produk, namun memproduksi nilai kultural dalam masyarakat. Sehingga ekonomi media pada dasarnya justru mampu memberikan pencerahan dan wawasan kepada masyarakat.
5. Menghasilkan produk yang memiliki pesan, makna, lambang, dan nilai di masyarakat. Kemudian produk yang dihasilkan pun bersifat non fisik sehingga sulit untuk didefinisikan.
6. Produk hasil media tidak akan habis dan berkurang bahkan setelah dikonsumsi oleh konsumennya. Dengan demikian produk media disebut termasuk ke dalam klasifikasi barang publik yang dapat terus digunakan sewaktu-waktu.
7. Menyajikan produk secara terus menerus kepada konsumen yang lain.
8. Tidak membutuhkan pertimbangan biaya tambahan untuk memberikan produk tambahan kepada konsumen.
9. Media tidak dapat melakukan pengurangan biaya produksi ketika konsumen tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan. Sebab biaya untuk produksi suatu produk dalam bisnis media memiliki nilai yang

tetap meskipun bisnis lainnya dapat melakukan penghematan biaya produksi.

## **2. 2. Jurnalis**

Kata jurnalis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat dimaknai sebagai pekerjaan seseorang yang berhubungan dengan mengumpulkan, menulis, dan atau memproduksi suatu peristiwa menjadi sebuah berita. Jurnalis dalam konsep jurnalisme adalah pekerjaan yang didedikasikan untuk menyebarkan informasi yang transparan kepada publik. Meskipun telah banyak ditemukan konsep teknologi yang baru, peran seorang jurnalis tidak dapat tergantikan sebab kegiatan jurnalistik membutuhkan rangkaian pertemuan secara fisik dalam membahas sebuah isu terkini (Kovach&Rosenstiel 2014: 3).

Di Indonesia, jurnalis kian berkembang seiring dengan perubahan yang disesuaikan oleh aspek kehidupan masyarakatnya. Kegiatan jurnalistik yang dijalankan oleh seorang jurnalis berhubungan dengan segala bidang kehidupan masyarakat seperti halnya politik, ekonomi, budaya, dan lain sebagainya. Hal ini kemudian dipadukan dengan teknologi yang memiliki keterlibatan dalam proses penyebarannya, seperti gelombang radio, saluran televisi, dan jaringan internet. Jurnalis dalam industri media disebut memiliki peranan penting untuk menyampaikan informasi, menjaga nilai dan norma dalam masyarakat (Yudhaprimesti, 2015).

Secara garis besar, jurnalis memiliki kesamaan arti dengan wartawan dan reporter, yakni sebagai profesi yang tidak jauh dari kata mencari, meliput, dan memproduksi berita dengan nilai-nilai kaidah tertentu untuk menyebarluaskannya kepada khalayak melalui media massa. Perbedaan ketiganya lebih dicirikan melalui media yang menaunginya. Wartawan diidentikkan dengan media cetak, reporter adalah sebutan di media televisi dan radio, sedangkan jurnalis merupakan sebutan untuk wartawan asing (Yosef, 2009: 44).

### **2. 2. 1. Jurnalis Perempuan di Media**

Sementara industri media dikenal sebagai dunianya para maskulin, keterlibatan perempuan sebagai seorang jurnalis bukanlah sebuah perkara baru. Sebab profesi

jurnalis adalah pekerjaan umum yang dapat dilakukan oleh setiap orang tanpa memandang jenis kelaminnya. Bahkan dalam perkembangan sejarah pers Indonesia, terdapat perempuan yang telah berkecimpung dan turut berpartisipasi dalam kebangkitan pers di masa kemerdekaan, yaitu Ruhanna Kudus.

Melalui tulisan-tulisan dalam surat kabar *Sunting Melayu* yang didirikannya, Ruhanna Kudus membagikan pemikiran kepada rakyat Indonesia serta membantu dalam proses perlawanan politik terhadap masa penjajahan Belanda. Hingga wafatnya pada 17 Agustus 1972, beliau telah mengabdikan diri untuk memajukan pendidikan Indonesia dan berkontribusi dalam bidang jurnalistik, bisnis, juga politik. Pada tahun 2019, Presiden Jokowi memberikan gelar kepada Ruhanna Kudus sebagai Pahlawan Nasional yang juga merupakan jurnalis perempuan pertama di Indonesia. (Tobing, 2019)

Hadirnya perempuan dalam industri media sejatinya dapat menambah wawasan baru dan menciptakan berita yang sensitif gender. Pada saat ini dapat dilihat bagaimana media membingkai berita yang berkaitan dengan perempuan menggunakan kata-kata yang tidak semestinya. Oleh sebabnya para feminisme yakin bahwa perempuan harus ikut berperan dalam industri media demi menciptakan keadilan dan kesetaraan gender serta mewujudkan jurnalisme berspektif gender. (Tahrin, 2016: 120)

Pada hakikatnya perempuan tidak memiliki batas maksimal di mana ia akan mengembangkan karirnya. Ketika menjadi seorang jurnalis, perempuan harus dapat menyeimbangkan perannya tanpa harus meninggalkan nalurinya. Dalam hal ini perempuan memaknai pekerjaan sebagai seorang jurnalis menjadi tiga kategori yang berbeda yakni integritas, tanggungjawab, dan idealisme. Tanpa menghilangkan nalurinya sebagai seorang perempuan, para jurnalis perempuan harus selalu mengembangkan kompetensi dirinya untuk tidak tertinggal dalam lingkungan yang didominasi kaum pria ini. Selain itu, mereka pun berusaha untuk mengikuti kode etik profesi jurnalistik yang berlaku dalam menjalankan kewajibannya sebagai seorang pekerja media. (Yuniarti *et al.*, 2012: 521)

### **2. 2. 2. Jurnalis Perempuan dan Jurnalis Laki-Laki**

Diketahui bahwa hanya terdapat 30 hingga 35 persen saja jumlah perempuan yang bekerja sebagai seorang jurnalis profesional di Indonesia. Maka tidak heran, ketimpangan jumlah yang dilengkapi dengan tidak adanya perempuan yang menduduki jabatan ini menimbulkan ketidaksetaraan gender dan tidak terpenuhinya hak-hak yang seharusnya diterima. Pembahasan yang tidak pernah luput tentang perempuan sebagai pekerja media selalu berkaitan dengan bagaimana perempuan dipandang dalam realita sosial. Perempuan sukar mengekspresikan dirinya karena terkukung oleh pikiran yang menjebak perannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Jurnalis perempuan memiliki peranan yang sama pentingnya dengan jurnalis laki-laki dalam industri media. Seorang jurnalis, baik itu laki-laki maupun perempuan, menjadi penyalur dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Adapun dalam konteks organisasinya, jurnalis perempuan masih mendapatkan pembatasan ruang lingkup pengembangan dirinya. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya perempuan yang berkecimpung dalam dunia media, sehingga menyebabkan adanya hambatan mengenai pemenuhan hak yang belum sempurna serta perlakuan diskriminasi yang diterima.

Sementara itu, dalam ranah industri seringkali masih terjadi diskriminasi gender terhadap kaum perempuan. Realita sosial yang telah terbentuk di mana perempuan dianggap sebagai sosok yang lemah menyebabkan perbedaan perlakuan antara perempuan dan laki-laki di tempat kerja. Diskriminasi yang terjadi dalam ruang lingkup media umumnya tidak jauh dari bagaimana media tersebut memandang jurnalis perempuannya.

### **2. 2. 3. Kesetaraan Gender Jurnalis Perempuan**

Gender pada hakikatnya bukan sesuatu yang menjadi kodrat atau ketetapan yang dibawa oleh manusia sejak lahir. Meskipun memiliki arti yang sama seperti jenis kelamin, secara harafiah makna gender lebih mengacu kepada peran yang telah dikonstruksikan oleh lingkungan masyarakat. Istilah gender pun lebih dekat kepada makna sosial dan struktural tentang peran perempuan dan laki-laki yang dibedakan dalam maskulinitas dan feminitas tertentu.

Sedangkan makna gender bervariasi dan tidak bisa ditetapkan hanya karena struktur sosial. Hal ini berkaitan dengan hidup individu dalam rentang waktu budaya tertentu. Karena cakupan budaya yang luas, maka manusia umumnya memiliki cara tersendiri dalam menentukan arti gender di hidupnya. (Wood&Fixmer, 2019: 25)

Ketidakadilan berkaitan dengan gender umumnya dapat diterima oleh jenis kelamin apapun dalam bentuk yang berbeda-beda di setiap tingkatannya. Faktanya, diskriminasi gender dapat terjadi dalam seluruh aspek kehidupan manusia di berbagai negara, bahkan negara maju sekalipun. Meskipun semua orang dapat menjadi korban, setidaknya perempuan dan anak seringkali menanggung beban yang lebih berat. (Kemenppa, 2017)

Untuk itu, dalam rangka upaya meningkatkan kesetaraan gender maka dibuat sebuah Agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan yang dapat dijadikan dasar dan acuan pemberdayaan perempuan dengan menjunjung tinggi HAM, antara lain sebagai berikut. (Kemenppa, 2017)

1. Menghapus segala bentuk diskriminasi yang menjerat kaum perempuan.
2. Mengakhiri segala bentuk kekerasan, termasuk perdagangan dan eksploitasi seksual terhadap perempuan, baik itu dalam ruang publik maupun pribadi.
3. Menghapus praktek yang membahayakan perempuan seperti pernikahan di bawah umur.
4. Memberikan kesempatan yang sama terhadap perempuan di setiap tingkatan kehidupannya.
5. Menyediakan akses yang terbuka kepada perempuan untuk memperluas pengetahuannya.

#### **2. 2. 4. Perlindungan Hak Bagi Jurnalis Perempuan**

Sebagai pekerja dari sebuah media, jurnalis perempuan memiliki persamaan haknya dengan pekerja laki-laki yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28D ayat (2). Di mana dalam pasal tersebut ditegaskan bahwa setiap warga negara yang bekerja berhak mendapatkan imbalan

dan perlakuan yang adil di tempat kerjanya. Namun tak dapat dipungkiri bahwa perempuan yang bekerja, tidak hanya di industri media, mendapatkan tindakan diskriminasi. Padahal jelas bahwa negara Indonesia menjamin adanya bentuk kesetaraan gender dengan perlakuan yang adil baik itu jenis pekerjaan, kesempatan dalam penempatan jabatan, maupun pemberian upah. Perlindungan terhadap hak bagi tenaga kerja secara umum dibagi menjadi tiga jenis menurut Soepomo (1976) antara lain sebagai berikut.

1. Perlindungan dari segi ekonomis yang mencakup adanya jaminan sosial bagi tenaga kerja dalam bentuk upah dan jaminan kerja lain seperti jaminan kecelakaan kerja, kematian, hari tua, dan pemeliharaan kesehatan.
2. Perlindungan sosial seperti kesehatan kerja yang berkaitan dengan sosial kemanusiaan agar atasan tidak berlaku semaunya kepada bawahan. Kesehatan kerja ini dimaksudkan untuk melindungi pekerja dari hubungan kerja yang merugikan kesehatan dan nilai kesusilaan.
3. Perlindungan teknis yakni perlindungan terhadap pekerja agar terhindar dari bahaya yang ditimbulkan oleh alat atau sistem kerja.

Sementara itu untuk menjamin perlindungan bagi para pekerja perempuan, telah ditetapkan sebuah aturan yang terdapat dalam *Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women* (CEDAW) dan telah diratifikasi dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1984. Dalam Konvensi CEDAW tersebut, perlindungan bagi pekerja perempuan tercantum pada Pasal 11 ayat 1 huruf d, e, dan f yang intinya berbunyi sebagai berikut.

1. Menerima upah yang sama, termasuk tunjangan dan perlakuan bagi pekerja perempuan.
2. Mendapatkan hak jaminan sosial meskipun statusnya adalah seorang perempuan.
3. Mendapatkan perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja, termasuk di dalamnya hak yang berkaitan dengan fungsi reproduksi bagi pekerja perempuan.

Pada dasarnya perempuan yang bekerja mengharapkan adanya jaminan hak yang dapat melindungi dan meningkatkan kesejahteraannya. Isu yang terus digaungkan oleh pekerja perempuan hingga saat ini adalah haknya yang digolongkan menjadi beberapa bidang mulai dari bidang reproduksi hingga bidang sistem pengupahan. Berikut adalah klasifikasi hak pekerja perempuan yang disertakan dengan rincian haknya. (Susiana, 2017: 215)

1. Hak pekerja perempuan di bidang reproduksi meliputi cuti haid, cuti hamil dan keguguran, serta kesempatan untuk memberikan ASI bagi anaknya.
2. Hak pekerja perempuan di bidang kesehatan dan keselamatan kerja yakni pencegahan kecelakaan kerja, penetapan waktu sesuai dengan aturan yang berlaku, istirahat yang cukup.
3. Hak pekerja perempuan di bidang kehormatan perempuan yaitu adanya petugas keamanan, toilet yang layak dan dipisah dengan laki-laki.
4. Hak pekerja perempuan di bidang sistem pengupahan antara lain adanya upah yang setara dengan laki-laki untuk pekerjaan yang sama serta cuti yang dibayar.

### **2. 3. Sejarah Perkembangan Feminisme di Indonesia**

Sejarah perkembangan feminisme di Indonesia tidak terlepas dari perjuangan para perempuan di masa penjajahan. Pandangan tentang gerakan feminisme juga dipengaruhi oleh situasi yang tengah dihadapi. Umumnya gerakan-gerakan tersebut bertujuan untuk membela hak kaum perempuan dalam berbagai bidang mulai dari sektor tenaga kerja, perekonomian, pendidikan, dan teknologi informasi komunikasi. Bahkan seiring berjalannya waktu bukan hanya berfokus kepada isu gender semata, namun gerakan feminisme juga mampu membela anak-anak dan kaum marginal lainnya.

Secara umum, gerakan feminisme di Indonesia diawali pada masa kolonial sekitar akhir abad 19 dan awal abad 20. Dikutip dalam Djoeffan (2001), berikut ini adalah pergerakan kaum feminis di Indonesia mulai dari masa kolonial hingga era reformasi.

### **2. 3. 1. Kolonial (akhir abad 19 dan awal abad 20)**

Pada masa kolonial, dari banyaknya tokoh yang ikut berperan untuk membela kepentingan rakyat terdapat tokoh perempuan yang turut serta tampil untuk memberikan kontribusinya membela kaum perempuan pada masanya. Beberapa di antaranya adalah RA Kartini. Ia memelopori sejarah feminisme di era kolonialisme. Karena perlakuan tidak adil yang diterimanya dalam lingkungan keluarganya, RA Kartini membuka program pendidikan yang bertujuan untuk mencerdaskan kaum wanita. Tidak hanya kartini, masih ada beberapa tokoh perjuangan perempuan lain yang berusaha untuk membela kaum perempuan seperti Dewi Sartika, Cut Meutia, dan Martha Tiahahu.

Pada masa kolonial juga semakin marak bertumbuhnya organisasi kewanitaan. Organisasi perempuan pertama yang berdiri adalah Poetri Mardika pada tahun 1912 dan masih terhubung dengan organisasi nasional pertama yaitu Boedi Oetomo. Setelah itu muncul organisasi-organisasi perempuan lain yang bergerak dalam kemajuan pendidikan kaum perempuan, edukasi perkawinan, serta penghapusan perdagangan perempuan dan anak. Organisasi perempuan dikatakan sangat berkembang pada tahun 1930an.

### **2. 3. 2. Pendudukan Jepang**

Dalam masa pendudukan Jepang, beredar organisasi perempuan yang diperalat oleh pemerintahan Jepang untuk menentang sistem politik dan pemerintahan Belanda. Selain itu, pada masa ini terdapat organisasi perempuan yang populer yaitu Fujinkai, yang bertujuan untuk memberantas buta huruf dan berorientasi pada pekerjaan sosial.

### **2. 3. 3. Kedatangan Belanda**

Di tahun 1846-1949 kedatangan Belanda kembali ke Indonesia tepat setelah Indonesia mengumumkan kemerdekaan, Kongres Wanita Indonesia (KWI) telah berupaya untuk menyuarakan kepentingan kaum perempuan. Hal-hal yang diminta oleh KWI antara lain pendidikan untuk perempuan, upah kerja yang setara, serta hukum perkawinan yang harus diperbaiki. Para perempuan di Indonesia dapat berkontribusi untuk kepentingan Indonesia Merdeka dengan bergabung pasukan bersenjata serta mengikuti perang gerilya.

#### **2. 3. 4. Pasca Kemerdekaan (Orde Lama)**

Era pasca kemerdekaan terdapat sebuah organisasi yang bergerak di tengah menurunnya organisasi perempuan, yaitu GERWANI (Gerakan Wanita Indonesia). Organisasi ini tersebar di seluruh penjuru Indonesia dan di kalangan lapisan menengah ke bawah. Pada dasarnya beberapa catatan penting dari pergerakan GERWANI selaras dengan kampanye politik yang dilakukan oleh PKI seperti sukseskan pemilu, anti perkosaan dan hukuman berat bagi yang melakukannya, memberantas buta huruf, peningkatan kesadaran perempuan dalam segala bidang seperti pendidikan dan politik, serta lainnya. Selain itu muncul Organisasi Perempuan Islam dan Nasionalis yang berbasis tentang agama dan sistem-sistem politik dalam bentuk balai, bank, surau, dan majalah perempuan. Kemudian muncul juga organisasi PERWARI (Persatuan Wanita Republik Indonesia).

#### **2. 3. 5. Orde Baru**

Di masa Orde Baru seluruh kegiatan rakyat yang dianggap berbahaya dinonaktifkan oleh pemerintah. Tidak heran beberapa organisasi, termasuk organisasi pergerakan perempuan dikekang dalam segala aktivitasnya. Meskipun tidak semua organisasi yang hilang seperti misalnya PERWARI yang dilebur masuk ke dalam bagian Golkar dan muncul organisasi besar pemerintahan seperti Dharma Wanita yaitu wadah untuk istri para anggota PNS, Dharma Pertiwi bagi mereka istri seorang angkatan bersenjata, dan PKK. Organisasi jenis ini banyak mendapatkan dukungan pemerintah baik dalam kemudahan akses transportasi dan dana, karena kegiatan yang dilakukan mendukung kepentingan para suami yang bekerja di instansi pemerintahan.

#### **2. 3. 6. Era Reformasi**

Orde Baru yang telah runtuh setelah 32 tahun menduduki pemerintahan Indonesia membawa kabar baik bagi seluruh rakyatnya. Segala hal yang berkaitan dengan kebebasan berpendapat, berorganisasi, dan beraktivitas kembali terbuka seiring dengan istilah demokrasi yang terus digaungkan oleh masyarakat. Maka tak heran jika pada era reformasi, organisasi-organisasi bangkit kembali, salah satunya organisasi perempuan.

Ada begitu banyak organisasi perempuan yang memperjuangkan kepentingan kaum perempuan dengan permasalahan yang lebih kompleks dari masa-masa sebelumnya. Tidak hanya membela kaumnya sendiri, para pejuang feminis juga membela kepentingan para kaum marginal, membela hak anak, membela wanita dari kekerasan dan kejahatan melalui supremasi hukum, serta memfasilitasi perempuan untuk bergerak dalam bidang politik dan agama.

#### **2. 4. Gerakan Feminisme dalam Media**

Di era saat ini, permasalahan gender masih menjadi perhatian utama bagi para pejuang feminis. Isu kesetaraan gender adalah hal yang senantiasa diperjuangkan agar perempuan tidak terjebak dan menjadi korban dari ketidaksetaraan gender di masyarakat. Setidaknya terdapat delapan permasalahan sosial yang dihadapi oleh perempuan antara lain masih sedikitnya perempuan yang menempati posisi pengambil keputusan, korban dari kekerasan dan pelecehan seksual masih belum mendapatkan perlindungan hukum, upah yang lebih sedikit daripada laki-laki, lingkungan kerja menjadi tempat pelecehan seksual, perempuan yang dijadikan sebagai obyek di media massa, belum ada hukum yang melindungi para pembantu rumah tangga, eksploitasi perempuan yang dikirim menjadi TKW, serta tidak dipenuhinya hak khusus bagi pekerja perempuan. (Djoeffan, 2001)

Melalui data yang telah disebutkan, enam dari delapan prioritas persoalan perempuan dirasakan sendiri oleh perempuan dalam sektor industri media. Isu tentang jumlah jurnalis perempuan yang sedikit hingga ke level penentu kebijakan, perlindungan hukum yang kurang bagi perempuan korban kekerasan dan pelecehan seksual, upah yang lebih sedikit dari laki-laki, pelecehan seksual yang kerap menimpa jurnalis perempuan di lingkungan kerja, perempuan yang cenderung dijadikan sebagai objek pemberitaan dengan kata-kata bersifat seksual di media, serta pemenuhan hak-hak pekerja perempuan yang belum tercukupi. Isu lainnya yang sampai saat ini masih butuh perhatian khusus adalah perbedaan jenis kerja yang didasarkan status jenis kelaminnya serta beban ganda yang harus menimpa pekerja perempuan di media. (Halidi, 2020)

Dengan adanya isu-isu permasalahan bagi pekerja perempuan di media yang masih belum ditangani dengan baik, maka tak heran dalam dunia jurnalistik dan media pun timbul gerakan feminisme yang bertujuan untuk membela kepentingan kaum perempuan di media. Gerakan tersebut biasanya terdapat dalam organisasi yang menaungi jurnalis seperti Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia yang tidak hanya memiliki kepedulian pada kesejahteraan jurnalis dan kebebasan pers, tetapi juga terkait isu gender dan perempuan. AJI Indonesia dalam melawan ketidakadilan terhadap perempuan melakukan kegiatan edukatif di antaranya kampanye, advokasi, training, diskusi, seminar, dan lain-lain. Selain itu, ada juga organisasi jurnalis yang khusus menaungi jurnalis perempuan yakni Forum Jurnalis Perempuan Indonesia (FJPI) yang berusaha untuk mewadahi jurnalis perempuan dalam bekerja di industri media, melalui berbagai macam program kerja yang diselaraskan dengan kepentingan pekerja perempuan di media.

Sementara itu, gerakan feminisme di era modern juga berkembang seiring dengan berbagai polemik gender yang harus dihadapi oleh perempuan. Saat ini semakin marak berkembangnya media online yang memiliki fokus pemberitaan tertentu, sebagai wadah pemberi informasi yang efektif dan edukatif terhadap suatu isu seperti *Konde.co*, di mana media tersebut merupakan media yang mengusung pemberitaan dengan perspektif perempuan dan minoritas.