

ANALISIS WACANA FEMINISME SARA MILLS PROGRAM TUPPERWARE SHE CAN! ON RADIO

(Studi Kasus Pada Radio Female Semarang)

Septian Widya Wardani¹⁾

Daru Purnomo²⁾; John R Lahade³⁾

ABSTRACT

Mass media has a big role in forming and changing society's mind, feeling, attitude, opinion and behavior about women. However, women representation in mass media still shows negative stereotype. The existence of radio stations with female target audience which is aimed to empower women is a new hope for women related with the formation for positive image of women through the programs. Female Radio Semarang became one of the radio with female target audience who helped take the role in the formation of positive image of women through a program called Tupperware She Can! on Radio. All of their efforts are absolutely not separated from Female Radio Semarang ideology as a mass media based on gender perspective. This research will analyze how the discourse strategies that apply in the Tupperware She Can! on Radio in representing women.

The type and the approaches of this research is a qualitative-descriptive methods with critical discourse analysis method which developed by Sara Mills, which is also often referred to as critical discourse analysis with 'feminist' perspective. By analyzing the transcript of the Tupperware She Can! on Radio, using Sara Mills theory on the subject-object position and the listener's position, this study aims to describe the discourse strategies that apply in the Tupperware She Can! on Radio in representing women.

The result of this thesis research shows that Female Radio Semarang through its program Tupperware She Can! on Radio has been trying to represent women positively. In the course Tupperware She Can! on Radio, women are not only positioned as the object but also given a lot opportunity to become the subject of conversation. As a result, the women representation that formed in the program showed a positive image. In the lead of role in the public sector (productive or social), women appear as a figure no less with men, yet in the domestic sector women still perform her responsibilities for carrying out her role as mother and wife as well.

Keywords : Representation, Women, Discourse Analysis, Program Tupperware She Can! on Radio

¹⁾ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

²⁾ Staff Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

³⁾ Staff Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

1. PENDAHULUAN

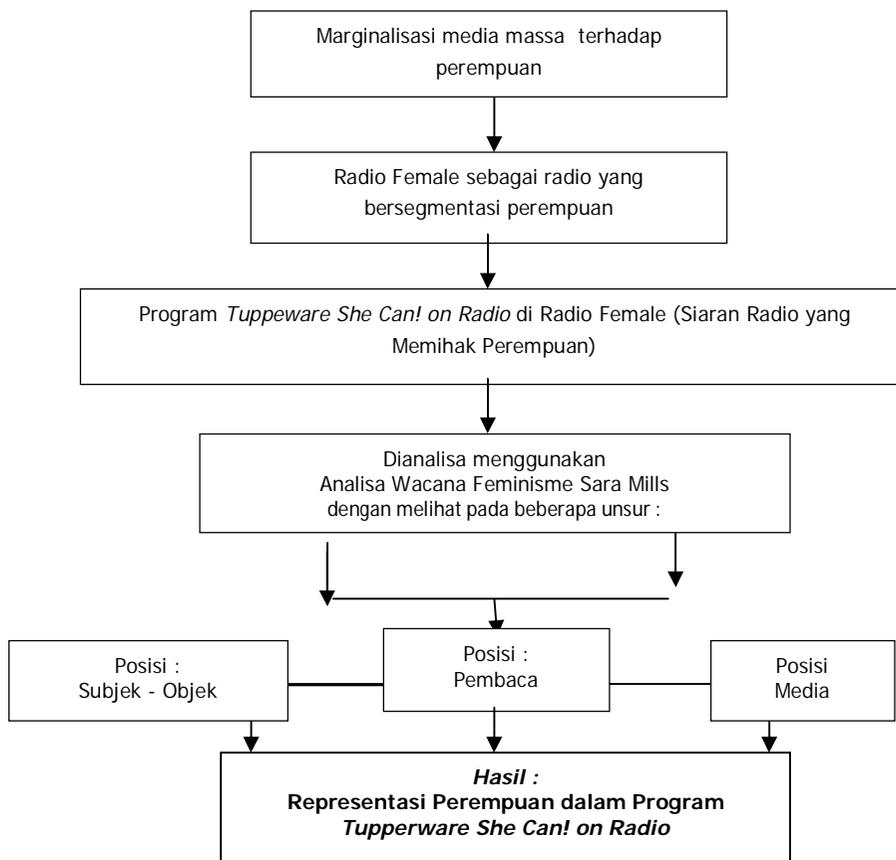
Perkembangan kebutuhan para perempuan terhadap informasi dan hiburan telah membuka sebuah peluang bagi berkembangnya media massa bersegmentasi perempuan, termasuk radio-radio bersegmentasi perempuan. Namun bermunculannya radio-radio bersegmentasi perempuan tersebut belum dapat mereduksi praktik diskriminasi gender yang dilakukan dalam media massa. Representasi perempuan dalam media massa justru masih mengkhawatirkan dimana salah satunya disebabkan karena perempuan selalu berada pada posisi yang kurang menguntungkan, yaitu lebih sering menjadi objek. Hal ini seperti apa yang disampaikan Suhadah (2006:44) dalam bukunya bahwa jika perempuan dalam suatu masyarakat masih lebih sebagai objek, maka janganlah kaget jika media memberikan gambaran yang sama tentang realitas kehidupan perempuan. Penempatan posisi perempuan dalam media massa memang turut mempengaruhi bagaimana pembentukan representasi perempuan dalam media tersebut. Menurut Sara Mills, posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan akan menentukan struktur teks dan bagaimana makna diberlakukan (Eriyanto, 2001:200). Sebagai objek, perempuan menjadi pihak yang didefinisikan, dijadikan bahan penceritaan dan ia tidak bisa menampilkan dirinya sendiri.

Radio Female Semarang menjadi salah satu radio bersegmentasi perempuan yang berusaha menjawab kekhawatiran tersebut dengan menyiarkan sebuah program *talkshow* yang berjudul *Tupperware She Can! on Radio* yang berusaha menampilkan perempuan sebagai sosok yang memiliki gagasan, inspiratif serta mampu membuat suatu perubahan, yang dikuatkan dengan slogan 3E-nya yaitu *enlighten*, *educate* dan *empower*. Tujuan untuk menghadirkan perempuan dengan citra positif tersebut tentu dicapai melalui strategi wacana tertentu yang diterapkan dalam program ini, yang salah satunya berkaitan dengan bagaimana perempuan diposisikan dalam program

tersebut. Oleh karena itu, dengan menggunakan teori analisis wacana Sara Mills yang memperhatikan posisi subjek-objek dan posisi pembaca (pendengar) dalam teks (program), akan dilihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh program ini dalam merepresentasikan perempuan, sehingga program ini mampu menghadirkan citra yang positif mengenai diri perempuan.

Dari uraian latar belakang di atas, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah “bagaimana strategi wacana yang dilakukan program *Tupperware She Can! on Radio* dalam membangun representasi perempuan (dianalisa dengan menggunakan analisis wacana model Sara Mills)?”, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk: “menggambarkan strategi wacana yang dilakukan dalam membangun representasi perempuan”.

Kerangka Pikir Penelitian



Media massa memiliki peran penting dalam membentuk pikiran, perasaan, sikap, opini dan penentuan yang dapat mencerminkan status perempuan di mata masyarakat. Tetapi kenyataannya di dalam media massa, perempuan masih cenderung termarginalkan sehingga terbentuk stereotip negatif tentang diri perempuan. Salah satu penyebabnya adalah karena perempuan ditempatkan pada posisi yang kurang menguntungkan yakni sebagai objek. Pilihan untuk menempatkan perempuan dalam posisi subjek atau objek sendiri dipengaruhi oleh ideologi yang dipilih oleh suatu media. Radio Female Semarang melalui program siarannya yang berjudul *Tupperware She Can! on Radio* pun hadir untuk meminimalisir marginalisasi terhadap perempuan. Pencapaian tujuan itu tentunya tidak terlepas dari strategi wacana yang dilakukan di dalam program, yang salah satunya dipengaruhi oleh ideologi yang dimiliki oleh Radio Female Semarang sebagai media massa yang bersegmentasi perempuan. Melalui transkrip program *Tupperware She Can! on Radio* yang diteliti menggunakan analisis wacana feminis model Sara Mills akan diketahui mengenai bagaimana representasi perempuan dihadirkan dalam program *Tupperware She Can! on Radio*.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Analisis Wacana

Analisis wacana (*critical discourse analysis*) adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi bahasa (Tarigan, 1993:24). Penelitian dengan menggunakan analisis wacana menurut Potter (1996:137), dimaksudkan untuk menemukan dimensi-dimensi sosial dan ideologis dari bahasa atau beberapa sistem representasi seperti bahasa lain, misalnya film atau program televisi, termasuk juga program radio.

Dari sekian banyak model analisis wacana yang berkembang hingga saat ini, model Sara Mills merupakan model analisis wacana yang menaruh titik perhatian utama pada wacana mengenai feminisme. Seperti analisis wacana yang lain, Sara Mills menempatkan representasi sebagai bagian terpenting dalam analisisnya. Bagaimana suatu pihak, kelompok, orang, gagasan, atau peristiwa ditampilkan dengan cara tertentu dalam wacana yang mempengaruhi pemaknaan ketika diterima oleh khalayak.

2.2. Analisis Wacana Sara Mills (Analisis Wacana Perspektif Feminis)

Dalam model analisisnya, Sara Mills lebih melihat pada bagaimana posisi-posisi aktor ditampilkan dalam teks. Posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan akan menentukan bagaimana struktur teks dan bagaimana makna diberlakukan dalam teks secara keseluruhan (Eriyanto, 2001:200). Disamping itu, Sara Mills juga menaruh perhatian pada bagaimana pembaca dan penulis (dalam konteks penelitian ini yaitu pendengar dan media) ditampilkan dalam teks.

1. Posisi Subjek-Objek

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

Pertama, posisi ini akan menunjukkan batas tertentu sudut pandang penceritaan. Artinya sebuah peristiwa atau wacana akan dijelaskan dalam sudut pandang subjek sebagai narator dari suatu peristiwa. Dengan demikian, pemaknaan khalayak akan tergantung kepada narator sebagai juru warta kebenaran.

Kedua, sebagai subjek representasi narator bukan hanya memiliki keleluasaan dalam menceritakan peristiwa tetapi juga menafsirkan

berbagai tindakan yang membangun peristiwa tersebut, dan kemudian hasil penafsirannya mengenai peristiwa itu digunakan untuk membangun pemaknaan dia yang disampaikan kepada khalayak.

Ketiga, proses pendefinisian tersebut bersifat subjektif, maka perspektif dan sudut pandang yang dipakai tersebut akan turut berpengaruh terhadap bagaimana sebuah peristiwa didefinisikan.

Dalam wacana feminis, posisi (subjek-objek) dalam wacana akan turut menempatkan posisi perempuan ketika ditampilkan dalam sebuah wacana.

2. Posisi Pembaca (Pendengar)

Model yang diperkenalkan oleh Sara Mills mengasumsikan bahwa teks adalah suatu hasil negosiasi antara penulis (media) dan pembaca (pendengar). Oleh karena itu, Sara Mills berpandangan dalam suatu teks posisi pembaca sangatlah penting dan harus diperhitungkan dalam teks, dalam penelitian ini yaitu bagaimana pendengar diposisikan dalam program. Bagaimana media melalui teks yang dibuat menempatkan dan memposisikan pendengar dalam subjek tertentu dalam seluruh jalinan teks. Penempatan posisi pendengar ini umumnya berhubungan dengan bagaimana penyapaan/penyebutan dilakukan dalam program yang menurut Sara Mills dilakukan secara tidak langsung (*indirect address*) melalui dua cara. *Pertama*, mediasi yaitu penempatan posisi kebenaran pada pihak/karakter tertentu sehingga pendengar akan mensejajarkan dirinya sendiri dengan karakter yang tersaji dalam teks. *Kedua*, melalui kode budaya atau nilai budaya yang berupa nilai-nilai yang disetujui bersama, yang dipakai pembaca ketika menafsirkan suatu teks.

3. Posisi Media

Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksikan realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan

keberpihakannya. Seperti yang dikatakan oleh Tonny Bennett, media dipandang sebagai agen kontruksi sosial yang mendefinisikan realitas sesuai dengan kepentingannya (Eriyanto, 2001:36). Disini, media bukan sarana yang netral melainkan memiliki keberpihakan terhadap suatu hal tertentu. Di dalam media, ideologi yang dianut akan menentukan apa yang baik dan apa yang buruk untuk dimapankan kepada khalayak. Oleh karena itu, ideologi menjadi salah satu faktor yang penting bagi media dalam menentukan arah programnya.

2.3. Representasi

Di dalam analisis wacana, seseorang atau suatu kelompok dapat mengunggulkan diri sendiri atau memarjinalkan kelompok lain. Pada titik inilah representasi menjadi penting untuk dilihat. Istilah representasi sendiri merujuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan (Eriyanto, 2001:200). Dalam representasi ini terdapat dua hal penting. *Pertama*, apakah seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Penggambaran yang buruk misalnya, akan cenderung memarjinalkan seseorang atau satu kelompok tertentu serta menyingkirkan sisi atau citra yang baik. *Kedua*, bagaimana representasi tersebut ditampilkan. Hal ini dapat dilihat dengan kata, kalimat, aksentuasi dan bantuan visual apakah seseorang, satu kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan pada teks atau pemberitaan kepada khalayak.

2.4. Gerakan Feminisme

Media massa seringkali menjadikan perempuan sebagai pasar yang potensial. Perempuan seringkali dicitrakan selalu berketat dalam kegiatan-kegiatan seputar rumah tangga, kecantikan atau hal-hal yang berhubungan dengan keindahan semata. Pandangan sebelah mata serta beragam anggapan buruk (*stereotype*) yang dilekatkan kepada perempuan inilah yang setidaknya menjadi salah satu penyebab utama timbulnya gerakan feminis. Definisi feminis sendiri jika dilihat dalam KKBI (2003) adalah gerakan wanita yang

menuntut persamaan hak sepenuhnya antara kaum wanita dan pria. Feminisme hadir untuk mengkritik budaya populer dan media massa terkait dengan masalah perempuan beserta konstruksinya yang tidak adil, tidak seimbang dan eksploratif dalam konteks suatu kerangka ketidaksetaraan dan penindasan *gender*. Gerakan ini menuntut pencitraan perempuan yang lebih realistis, berimbang serta menyerukan bahwa perempuan dapat lebih setara dengan laki-laki, dimana perempuan dapat mengambil keputusan atau mendapatkan pekerjaan sesuai dengan apa yang dikehendaki.

2.5. Radio

Radio merupakan salah satu media massa yang sangat familiar bagi masyarakat. Radio juga memiliki karakteristik yang khas dibanding dengan media massa jenis yang lain, yaitu :

1. Modal radio adalah suara; tidak ada visualisasi nyata sehingga keberhasilan radio adalah apabila khalayak pendengar mampu menerima suatu informasi dengan sempurna secara makna dan persepsi.
2. Informasinya muncul selintas; sehingga tantangannya adalah bagaimana agar pendengar dapat menerima dan mengerti informasi tersebut dalam sekali mengudara.
3. Unggul dalam kecepatan; karena karakter proses produksinya yang singkat menjadikannya yang paling utama dalam kecepatan distribusi informasinya.
4. Imajinatif; karena karakter 'suara' akan mengundang imajinasi pendengar untuk menginterpretasikannya dalam benak mereka masing-masing.

Dibalik keterbatasannya yang tidak mampu memberikan visualisasi gambar, radio juga menjadi media massa yang sangat fleksibel, karena pendengar dapat menikmati siaran radio tanpa harus meluangkan waktu khusus sembari melakukan aktivitas yang lain.

Program siaran dalam sebuah stasiun radio dapat dikatakan sebagai produk yang akan dijual atau disajikan kepada masyarakat. Program radio sendiri, terbagi dalam beberapa jenis, yaitu (Masduki, 2004:39):

1. Musik
2. Berita dan informasi
3. Diskusi Publik (*talkshow*); biasanya disajikan dalam beragam topik. Bagi kalangan pendengar dewasa, program semacam ini dapat menjadi arena untuk menyampaikan gagasan dan kritik terhadap situasi sosial, ekonomi dan politik (Masduki, 2004:42).
4. *Feature* (liputan mendalam); program yang membahas suatu topik persoalan melalui berbagai pandangan yang saling melengkapi, bahasanya bergaya cerita dan sifat laporannya yang investigatif (Masduki, 2001:72)
5. Majalah Radio; merupakan program warna-warni yang memadukan berbagai topik, namun penyiarannya ditujukan kepada satu khalayak (Masduki, 2001:59).

2.6. Ideologi

Definisi ideologi menurut Raymond William adalah sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu (Eriyanto, 2001:87). Dalam organisasi yang besar, media massa kerap menjadi suatu sarana yang sangat efektif untuk mensosialisasikan ideologinya, karena media sering dianggap mengilhami publik dengan nilai-nilai dan kepercayaan yang berlaku dalam kebudayaan mereka (Rivers, 1994:16). Selain bersifat mempengaruhi, ideologi sebuah media massa dapat dipengaruhi oleh keadaan di lingkungan tempat ia (media massa) berkembang. Keadaan politik, agama, peluang periklanan dan beberapa faktor lain berperan penting dalam pembentukan ideologi tersebut.

Dalam sebuah media massa, termasuk juga radio siaran, ideologi yang dimiliki akan menjadi arah dan patokan yang jelas dalam proses pengambilan keputusan, tindakan dan biasanya tertuang dalam visi misi mediana. Radio bertarget pendengar perempuan sendiri dalam perannya sebagai media massa memiliki kekuatan dalam mempengaruhi dan menginspirasi pendengar melalui ideologi gendernya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, sedang jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang bertujuan membuat dekripsi secara sistematis tentang fakta dan fenomena-fenomena dari objek yang diteliti (Kriyantono, 2007:69). Dengan menggunakan metode ini peneliti ingin menggambarkan strategi yang dilakukan di dalam program *Tupperware She Can! on Radio* dalam merepresentasikan perempuan. Sebagai unit amatan dalam penelitian ini adalah program *Tupperware She Can! on Radio*, termasuk di dalamnya para pengisi acara yang terdiri dari penyiar, narasumber dan pendengar yang hadir dalam program ini. Unit analisis yang diteliti dalam program *Tupperware She Can! on Radio* ini adalah transkrip empat edisi program, yang di dalamnya dapat dilihat beberapa elemen pembangun representasi, antara lain posisi media, posisi subjek objek dan posisi pendengar.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan merekam empat edisi program *Tupperware She Can! on Radio* yang disiarkan di Radio Female Semarang, setiap hari Kamis pukul 11.00 WIB. Proses perekaman dilakukan selama bulan November 2010, dengan cara mengakses program *streaming* melalui alamat www.femaleradio.com. Hal ini dilakukan karena akses jaringan Radio Female Semarang yang kurang diterima dengan baik. Rekaman program ini menjadi data utama yang dianalisa dalam penelitian ini. Sedangkan sebagai

pelengkap dalam proses analisis penulis mencari, membaca dan mengutip data-data pendukung melalui buku-buku pedoman serta bahan pustaka lain yang berhubungan dengan penelitian.

Setelah berhasil mendapatkan data yang akan dianalisis dalam penelitian ini, langkah yang dilakukan selanjutnya adalah analisis data. Tahapan-tahapan analisis yang dilakukan adalah :

1. Rekaman empat edisi program *Tupperware She Can! on Radio* ditranskripkan ke dalam bentuk tulisan, tanpa mengubah isi percakapan atau wawancara dalam rekaman.
2. Hasil transkrip tersebut kemudian disusun dalam bentuk tabel dialog untuk selanjutnya dilakukan proses pengkodean. Proses pengkodean ini dilakukan untuk mempermudah penulis dalam proses analisis data. Teknik pengkodean yang digunakan adalah sebagai berikut:
 - o Digit pertama (I, II, III, IV); merupakan nomor urut edisi siaran sesuai dengan urutan program disiarkan.
 - o Digit kedua (1, 2, 3, dst); merupakan nomor urut kalimat wawancara dalam setiap edisi siaran.
 - o Digit ketiga (a, b, dst); menandai petikan kalimat yang relevan sebagai bukti representasi perempuan dalam program. Kode ini diberikan apabila penggalan dialog terlalu panjang untuk dikutip secara utuh padahal hanya beberapa penggal saja yang relevan dengan topik mengenai representasi perempuan dalam program.
3. Data yang telah disusun secara sistematis dalam tabel kemudian dianalisa menggunakan teori analisis wacana Sara Mills, dengan melihat elemen-elemen posisi media, posisi subjek-objek, dan posisi pendengar.
4. Setelah dilakukan proses analisis kemudian diinterpretasikan mengenai bagaimana perempuan direpresentasikan dalam program *Tupperware She Can! on Radio* sehingga dapat digambarkan strategi wacana yang dilakukan dalam membangun representasi tersebut.

5. Hasil analisis dan interpretasi tersebutlah yang dilaporkan sebagai hasil penelitian dan kemudian ditarik kesimpulan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Radio Female Semarang

Radio Female Semarang merupakan salah satu cabang dari jaringan Radio Female yang berpusat di Jakarta. Radio Female sendiri merupakan stasiun radio pertama yang membidik segmentasi pendengar perempuan. Di Semarang, Radio Female mulai mengudara sejak tanggal 21 April 2005 dan mengudara pada frekuensi 96.1 FM. Radio Female Semarang memiliki visi dan misi sebagai dasar acuan dalam penentuan langkah perusahaan, termasuk dalam penyiaran program.

Visinya adalah "memberdayakan dan memberikan pencerahan kepada pendengar dengan cara menyediakan hiburan, informasi dan gaya hidup positif yang berkualitas melalui siaran radio yang dirancang secara kreatif, dan memberikan solusi kepada mitra usaha secara komprehensif dalam jejaring melalui keunggulan jasa, teknologi dan SDM (Sumber Daya Manusia)". Misinya adalah "menjadi jejaring (*network*) radio siaran terbaik di Indonesia" (Sumber: Radio Female Semarang).

Radio Female Semarang mengusung slogan "*fresh style with soul*" yang menggambarkan bahwa Radio Female Semarang merupakan radio dengan konsep sebagai sahabat wanita yang mapan, modern, aktif, dinamis dan mampu mengekspresikan dirinya, namun tetap bangga memiliki jiwa Indonesia dalam dirinya. *Jingle*-nya yang berbunyi "*good times good music*" memiliki arti untuk menemani para pendengarnya, Radio Female Semarang

memiliki berbagai program siaran yang memenuhi kebutuhan mereka akan musik yang berkualitas.

1. Program *Tupperware She Can! on Radio*

Program *Tupperware She Can! on Radio* adalah program radio yang berisi tentang kisah inspiratif mengenai kesuksesan tokoh-tokoh perempuan tentang dedikasi mereka dalam memajukan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Program yang dibawakan oleh Shahnaz Haque dan Gilang Pambudhi ini mengusung filosofi *3E*, yaitu *Enlighten* (mencerahkan), *Educate* (memberi pengetahuan), dan *Empower* (memberdayakan). Secara sederhana maksud dari filosofi *3E* yaitu wanita yang inspiratif adalah mereka mampu memberikan pencerahan dengan membuka dan memperluas wawasan mereka sehingga mereka dapat saling berbagi dan melakukan pembelajaran dengan para perempuan lain. Dengan tujuan untuk membuka dan memperluas wawasan para perempuan, program ini telah mengangkat beragam topik seperti tentang kesehatan, politik, pendidikan, pelestarian lingkungan, kesenian, pembangunan masyarakat dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini, analisis wacana dilakukan terhadap empat edisi program *Tupperware She Can! on Radio* yang disiarkan selama bulan November 2010, yang terdiri dari :

1. Edisi Murti Bunanta

“Cerahkan anak bangsa dengan dongeng dan karya sastranya”

Kecintaan pada buku dan dongeng sejak kecil membuat Murti menekuni sastra anak. Doktor sastra ini tercatat sebagai pengarang buku anak Indonesia pertama yang karyanya diterbitkan serta diterjemahkan di luar negeri. Selain merintis Festival Dongeng ASEAN, ia aktif memberi pelatihan dan seminar tentang buku anak.

2. Edisi Listiyani Ritawati

"Finalis Bidan Terbaik Pos Bhakti Bidan Srikandi Award 2009"

Khawatir akan keselamatan ibu hamil akibat ketiadaan air bersih, menginspirasi Bidan Lis untuk membangun sumur bor dan menara air di Desa Sambirejo, Gunung Kidul, pada tahun 2008. Finalis Bidan Terbaik Pos Bhakti Bidan Srikandi Award 2009 ini rutin memberikan penyuluhan kesehatan dan edukasi gaya hidup sehat bagi warga desanya. Kini, sumur bor sedalam 60 meter ini menjadi satu-satunya sumber air bersih guna mengatasi masalah kesehatan warga, terutama masalah air bersih.

3. Edisi Valerina Daniel

"Cinta lingkungan sejak kecil"

Kecintaan akan lingkungan yang telah tertanam sejak kecil, membuat *Runner Up* Puteri Indonesia 2005 ini dinobatkan sebagai Duta Lingkungan Hidup. Kecintaannya pada anak-anak membuat Val berbagi pengalaman dan tips seputar gaya hidup ramah lingkungan melalui buku-buku yang ditulisnya khusus untuk anak-anak. Ia pun terjun langsung dalam program pemulihan anak-anak korban Situ Gintung tahun 2009.

4. Edisi Irma Hikmayanti

"With English We Touch The World"

Keterbatasan fisik tak menghalangi semangat Irma untuk terus berkarya dan memberi kontribusi positif bagi lingkungannya. Ia eksis sebagai penerjemah Bahasa Inggris lepas di beberapa badan sosial tingkat lokal dan global, juga rutin mengajar Bahasa Inggris bagi para tuna netra di Yayasan Mitra Netra. Wanita yang meraih gelar S2 dari St. Thomas University, Amerika Serikat tahun 2003 ini, sukses menggagas "With English We Touch The World", sebuah kompetisi Bahasa Inggris tuna netra pertama di Indonesia.

2. Analisis Posisi Media

Dengan disiarkannya program *Tupperware She Can! on Radio* di Radio Female Semarang dapat dilihat bahwa radio ini sedang berusaha untuk menjadi sebuah media massa yang bukan saja membidik sasaran pendengar berdasarkan *gender* tertentu (khususnya perempuan), tetapi juga mampu menerapkan perspektif *gender* sebagai dasar dalam menyajikan program siaran yang berkualitas kepada pendengarnya, atau dapat dikatakan Radio Female Semarang merupakan media massa yang berperspektif gender. Media massa yang berperspektif gender yaitu media massa yang mampu melakukan perubahan paradigma berkaitan dengan pencitraan perempuan yang selama ini dipakai. Pencitraan perempuan dalam media, yang selama ini cenderung seksis, objek iklan, objek pelecehan dan ratu dalam ruang publik perlu diperluas wacananya menjadi subjek dan mampu menjalankan peran-peran publik dalam ruang publik (Siregar, 2002:19). Hal inilah yang dilakukan dalam program *Tupperware She Can! on Radio* yang dengan slogan *3E*-nya yaitu *enlighten*, *educate* dan *empower* (mencerahkan, memberi pengetahuan dan memberdayakan) telah mampu menghadirkan para perempuan sebagai sosok yang mampu dan berhasil menjalankan peran-peran publik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa posisi Radio Female Semarang dalam program ini adalah berpihak pada perempuan.

Analisis Posisi Subjek-Objek

Penempatan posisi perempuan dalam program *Tupperware She Can! on Radio* ini pada dasarnya juga dipengaruhi oleh konsep program yang berupa program *talkshow*, dimana dalam program semacam ini terjadi dialog atau proses bertanya dan menjawab diantara penyiar maupun perempuan sebagai narasumber dalam program tersebut. Sebagai hasilnya, dalam program ini perempuan menempati dua posisi sekaligus yaitu sebagai objek (yang diceritakan) serta subjek (pencerita).

Pertama, perempuan menjadi objek karena kisah yang diulas dalam program ini adalah kisah mengenai pengalaman perempuan dalam meraih keberhasilan, sehingga mampu menjadi 'wanita inspiratif', sebagai sebutan bagi perempuan tersebut dalam program *Tupperware She Can! on Radio*. Pada posisi ini, penyiar menjadi pihak yang menjadi pencerita (subjek) dan menuturkan serta menuntun jalannya penceritaan berkaitan dengan sisi mana yang ingin diangkat atau diulas.

Kedua, perempuan juga berposisi menjadi subjek karena dengan konsep *talkshow* yang dihadirkan dalam program ini, maka bukan hanya kisahnya saja yang diulas tetapi sang narasumber yang juga pelaku kisah kesuksesan tersebut juga dihadirkan dan diberikan kesempatan untuk menyampaikan cerita tentang kesuksesannya secara langsung kepada pendengar. Karena diceritakan langsung oleh sang pemilik cerita, maka kisah kesuksesan ini akan sangat berpihak pada diri dan kepentingan perempuan berkaitan dengan bagaimana dirinya akan dikenal oleh publik, karena secara logis setiap orang akan berusaha dikenal oleh orang lain dengan citra yang positif. Namun, meskipun disini perempuan berposisi sebagai subjek atas kisahnya sendiri, tetapi apa yang mereka ceritakan pun lebih kepada menjawab apa yang ditanyakan oleh penyiar. Dengan kata lain disini andil penyiar masih cukup besar dalam mengendalikan alur penceritaan selama *talkshow* berlangsung.

Dalam program ini, penyiar sendiri bukan merupakan pihak yang netral, karena apapun yang mereka sampaikan tentu dipengaruhi oleh ideologi yang diusung dalam program *Tupperware She Can! on Radio*, yaitu berusaha untuk membangun pencitraan perempuan yang positif. Oleh karena itu representasi perempuan yang terbentuk dalam program ini akan sangat dipengaruhi oleh peran penyiar dalam mendefinisikan peristiwa mengenai kisah kesuksesan 'wanita inspiratif' tersebut dalam kerangka ideologi yang diusungnya.

Berdasarkan hasil analisis, fokus dari penceritaan yang dipilih oleh penyiar dapat diklasifikasikan ke dalam tiga hal, yaitu membahas mengenai sepak terjang 'wanita inspiratif' dalam bidang karir (peran produktif/publik), peran mereka dalam bidang kemasyarakatan (peran sosial) serta peran mereka di dalam keluarga/rumah tangga (peran domestik). Sehingga representasi perempuan yang terbentuk dalam program *Tupperware She Can! on Radio* ini pun berkisar pada ketiga hal tersebut.

1. Representasi Perempuan di Bidang Karir

Strategi yang dilakukan penyiar (sebagai subjek) dalam menggambarkan kesuksesan 'wanita inspiratif' dalam bidang karir adalah dengan mengarahkan pembicaraan pada hal-hal yang berkaitan dengan karir yang dijalani oleh para 'wanita inspiratif'. Salah satu caranya adalah dengan menceritakan mengenai latar belakang pendidikan yang pernah ditempuh 'wanita inspiratif' tersebut. Di samping itu, penyiar juga mengajukan pertanyaan-pertanyaan seputar pendidikan dan karir kepada 'wanita inspiratif' itu sendiri. Hal ini menjadi sebuah strategi yang tepat karena pendidikan sendiri merupakan salah satu faktor yang mendukung kesuksesan karir para 'wanita inspiratif' tersebut, sebab pada dasarnya setiap lapangan pekerjaan memerlukan tenaga kerja yang terdidik dan terampil, sehingga pendidikan atau keterampilan seseorang akan menentukan bidang pekerjaan yang mungkin dapat dimasukinya (Arbain, 2007:52).

Para 'wanita inspiratif' yang hadir dalam program ini memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi, mulai dari S1 hingga S3, namun bidang pendidikan yang mereka masuki masih berkisar pada bidang pendidikan yang dianggap identik dengan perempuan, yaitu penulis, bidan, jurnalis ataupun guru/pendidik. Meskipun demikian, jika ditinjau dari pencapaian yang berhasil mereka lakukan dapat dibuktikan bahwa mereka adalah perempuan-perempuan yang berprestasi dan sisi

keberhasilan inilah yang lebih ditonjolkan dalam program ini. Hal ini dapat dilihat ketika penyiar lebih banyak memfokuskan pembicaraan pada prestasi yang diraih oleh 'wanita inspiratif' dalam karir mereka.

Shahnaz : "Dan dengan pengetahuan dan pengetahuan yang dimiliki di bidang dongeng anak, beliau pun menjadi penulis dongeng anak dan merupakan pengarang buku anak Indonesia pertama lho, yang karya-karyanya mendapat penghargaan internasional di luar negeri. Sebut aja ya Polandia dan Perancis. Dan beliau juga menjadi pengarang buku anak Indonesia pertama yang karyanya diterbitkan di luar negeri."

Dengan mengangkat sisi keberhasilan dan prestasi yang diraih 'wanita inspiratif' dalam karirnya, penyiar dalam program ini mampu menggambarkan bahwa perempuan pun memiliki keinginan dan kemampuan untuk bekerja secara profesional sehingga mereka dapat meraih prestasi yang luar biasa dalam karirnya tersebut. Melalui penggambaran tersebut juga dapat dikatakan bahwa anggapan yang mengatakan perempuan adalah makhluk kelas dua (Budiman, 1982:6) sehingga tidak dapat menjadi pekerja yang berprestasi menjadi terpusus, karena mereka justru mampu menunjukkan bahwa perempuan merupakan sosok pekerja yang berprestasi dalam karirnya.

2. Representasi Perempuan di Bidang Kemasyarakatan (Pembangunan)

Perempuan berperan dalam pembangunan masyarakat saat ini bukanlah hal yang asing lagi. Peran ini umumnya disebut sebagai peran sosial. Peran ini jugalah yang tengah dilakukan oleh para 'wanita inspiratif' dalam program *Tupperware She Can! on Radio*. Untuk menggambarkan peran perempuan dalam bidang sosial ini, penyiar mengaitkan antara keberhasilan karir para 'wanita inspiratif' dan kontribusinya terhadap kemajuan masyarakat.

Gilang : "Seperti yang kita ketahui, bidan telah memainkan peran yang penting dalam pembangunan masyarakat dan lebih dari itu Ibu Lis ini mencari solusi agar warga desa bisa mendapatkan air"

bersih, terutama untuk Ibu hamilnya. Nah, Ibu Lis pun tidak habis akal untuk mencari donor proyek untuk membangun sumur bor dan menara air di desanya."

Dengan mengangkat peran 'wanita inspiratif' dalam bidang sosial, penyiar mampu membawa sisi lain dari kesuksesan seorang perempuan, bahwa selain sukses menorehkan prestasi dalam karirnya, para 'wanita inspiratif' tersebut juga berusaha untuk memberikan kontribusi dalam kegiatan/program sosial yang bertujuan untuk memajukan masyarakat di sekitarnya. Sehingga representasi perempuan yang hadir dalam program ini adalah sosok perempuan yang memiliki kemampuan untuk berperan serta dalam program pembangunan masyarakat.

Partisipasi 'wanita inspiratif' dalam bidang sosial yang diangkat dalam program ini membuktikan anggapan bahwa mereka yang umumnya perempuan karir merasa terpanggil untuk mendarmabaktikan bakat dan keahliannya bagi perkembangan bangsa dan negara mereka (Soetrisno, 1997:61), sehingga karir yang mereka jalani bukan hanya menjadi pekerjaan yang bersifat komersial saja, namun juga menjadi pekerjaan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat/lingkungan di sekitarnya.

3. Representasi Perempuan di Bidang Rumah Tangga

Program *Tupperware She Can! on Radio* pada dasarnya berusaha untuk mengangkat sisi keberhasilan para 'wanita inspiratif' dalam karirnya, namun tidak dapat dihindari munculnya pembicaraan mengenai kehidupan rumah tangga sang 'wanita karir' baik sebagai istri maupun ibu, karena mereka adalah para perempuan yang telah berumah tangga (menikah). Umumnya, pembicaraan mengenai peran para 'wanita inspiratif' dalam rumah tangga diutarakan oleh 'wanita inspiratif' sendiri dan terjadi ketika penyiar menanyakan sesuatu yang berkaitan dengan dukungan keluarga terhadap karir mereka.

Sebagai seorang istri, dalam program ini perempuan tampil sebagai sosok yang masih membutuhkan dukungan dari suaminya dalam berkarir. Hal ini terlihat cukup jelas dalam edisi Listiyani Ritawati (bidan) yang mengatakan sendiri bahwa keberhasilannya dalam merintis pembangunan sumur bor di desanya tidak dicapainya seorang diri tetapi juga didukung oleh semangat dari suaminya. Kesan yang timbul dari pernyataan ini adalah adanya pengakuan dari perempuan bahwa sebesar apapun kemampuan yang dimilikinya sebagai seorang perempuan, laki-laki masih memegang andil dalam mengantarnya menuju keberhasilan. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Shahnaz sebagai penyiar

"...bahwa sekuat-kuatnya wanita pasti di belakangnya ada laki-laki yang penuh inspirasi, yang menyuntikkan inspirasi. Entah itu pasangan Anda, suami Anda...".

Akibatnya, sebagai istri, perempuan dalam program ini tercitra sebagai perempuan yang belum mandiri (dalam karir) dan patuh kepada suaminya. Patuh disini bukan berarti lemah atau dikuasai suami, melainkan para perempuan tersebut berusaha untuk menempatkan diri mereka secara bijaksana agar tidak terkesan seolah-olah kesuksesan mereka telah melampaui kemampuan sang suami.

Sebagai seorang ibu, perempuan tercitrakan sebagai sosok perempuan yang mampu memadukan tugasnya di bidang karir dan sebagai seorang ibu, hal ini salah satunya ditunjukkan dalam edisi Valerina Daniel, yang pada saat itu menceritakan sendiri salah satu keberhasilannya dalam mendidik putrinya untuk menjaga kebersihan:

"Yang pertama kalau kita punya, misalnya kita punya rizki ke-Islaman ya, kan disebutkan bahwa menjaga kebersihan adalah sebagian dari iman. Jadi itu kita usahakan ditanamkan sejak kecil, jadi mudah-mudahan itu berlanjut sampai dia dewasa. Karena kalau untuk anak saya pribadi, kita kan di rumah menyapu sendiri ya, jadi dia pun kalau kita menyapu dia pun ikutan menyapu. Kemudian kalau sekarang sudah mengerti bahwa kalau ada sampah dia ambil lalu masukkan ke dalam kotak sampah. Jadi

walaupun awalnya waktu bayi kita kan mikir, ah ini masih jauh ni, tapi kalau kita mencontohkan mudah-mudahan bisa benar-benar dia terapkan dan itu benar-benar terjadi. Sekarang kalau kita nyapu, dia yang ambil sapunya, dia yang pengen nyapu sendiri, padahal sapunya lebih besar dari dia."

Keberhasilan yang dilakukan Valerina dalam mendidik anaknya tersebut, mempuskan anggapan yang mengatakan bahwa wanita karir/ibu karir sebagai salah satu sumber ketidakberhasilan pendidikan anak mereka (Sutrisno dalam Ridjal, 1993:108).

Analisis Posisi Pendengar

Sesuai dengan teori analisis wacana Sara Mills, aspek lain yang juga penting untuk dianalisa adalah mengenai posisi pendengar. Pendengar merupakan salah satu elemen penting yang harus diperhitungkan dalam sebuah program radio, karena program radio sendiri pada dasarnya ditujukan untuk berkomunikasi dengan pendengarnya. Penempatan posisi pendengar ini berhubungan dengan penyapaan/penyebutan kepada pendengar yang dilakukan di dalam program, yang menurut Sara Mills dilakukan secara tidak langsung (*indirect address*), yaitu melalui 'mediasi' dan 'kode budaya'.

Proses mediasi terjadi ketika program secara tidak langsung mensugestikan kepada pendengar agar menempatkan posisinya pada karakter tertentu yang terdapat dalam program. Dalam program *Tupperware She Can! on Radio* ini proses mediasi dilakukan adalah dengan menempatkan posisi kebenaran pada diri perempuan (wanita inspiratif). Penempatan posisi kebenaran ini dapat dilihat melalui keberpihakan terhadap sikap maupun pandangan 'wanita inspiratif'. Dengan materi dan cara penceritaan yang selalu menonjolkan sisi positif 'wanita inspiratif', maka pendengar dituntun untuk memposisikan dirinya pada pihak perempuan.

Pendekatan kode budaya sendiri merujuk pada nilai-nilai yang dipercaya/diakui bersama dan dianggap sebagai kebenaran bersama oleh masyarakat. Hal ini salah satunya tampak dalam pernyataan Shahnaz, yaitu :

"Seperti yang kita ketahui, bidan telah memainkan peran yang penting dalam pembangunan.."

Dengan menggunakan kata "*seperti yang kita ketahui*", penyiar berusaha untuk menanamkan kepada pendengar bahwa pernyataannya tersebut memang sudah diakui bersama kebenarannya sehingga pendengar dituntun untuk turut menyetujui pendapat tersebut.

Disamping melalui proses mediasi dan pendekatan kode budaya, penempatan posisi pendengar juga dapat dilihat melalui pembacaan dominan (*dominant reading*) dalam program yang berkaitan dengan apakah teks cenderung ditujukan bagi perempuan atau laki-laki dan bagaimana pendengar menafsirkan teks.

Pertama berkaitan dengan *dominant reading*, dalam program *Tupperware She Can! on Radio* sendiri, kisah kesuksesan 'wanita inspiratif' dalam bidang publik (karir/sosial) menjadi materi yang mendominasi selama *talkshow* berlangsung. Dalam menceritakan kisah kesuksesan ini pun, tokoh yang menjadi narasumbernya adalah perempuan yang menjadi pelaku dari kisah itu sendiri, sehingga kisah yang hadir sangat dipengaruhi oleh persepektif perempuan dan cenderung ditujukan untuk pendengar perempuan.

Kedua berkaitan dengan bagaimana pendengar menafsirkan teks, pada program ini pendengar baik laki-laki ataupun perempuan umumnya memosisikan diri mereka pada pihak perempuan yaitu 'wanita inspiratif'. Hal ini dapat dilihat dari komentar-komentar yang disampaikan oleh pendengar yang umumnya memberikan dukungan kepada para 'wanita inspiratif' baik untuk karir maupun kegiatan sosialnya, yang salah satunya disampaikan oleh

salah satu pendengar dalam edisi Irma Hikmayanti yang bernama Satrio berikut ini:

"Saya mau mengucapkan terimakasih aja ke Mbak Irma. Saya tadinya, kan saya lagi sekolah lagi, sempat down juga karena dari awal 'nggak ngerti sekolahnya mau kemana ini tapi ketika, saya saat ini sedang membaca makalahnya Petter Barker mengenai 'Managing Own Self' Mengelola Diri Sendiri, bahwa ada sekitar 6 poin yang dikembangkan oleh Petter ini bener ada dalam diri Mbak Irma dan itu membuat saya semangat lagi. Jadi pembuktian karena saat ini saya sedang membaca, apa sih, apa bener itu, ternyata 'where do I belong, where do I contribute' dan sebagainya 'tu memang ada di Mbak Irma dan terimakasih bisa membuat semangat lagi dan saya akan selesaikan secepatnya."

Dari komentar yang disampaikan oleh Satrio di atas terlihat bahwa penyiar dapat menuntun pendengar untuk memposisikan dirinya pada pihak perempuan, sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa posisi pendengar yang tampak pada program *Tupperware She Can! on Radio* adalah berada pada pihak perempuan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa pada dasarnya program *Tupperware She Can! on Radio* ini berusaha untuk menghadirkan citra yang positif mengenai perempuan dengan menempatkan perempuan bukan hanya menjadi objek (yang diceritakan) tetapi sekaligus sebagai subjek (pencerita) dalam program tersebut. Melalui strategi ini, maka dihasilkan representasi perempuan dalam citra yang positif, karena mereka (perempuan) yang memiliki kisah kesuksesan tersebut dan dalam program ini mereka juga dilibatkan dalam menceritakan kisah kesuksesannya. Hal ini juga didukung oleh peran penyiar (sebagai subjek) dalam memilih topik yang mengangkat kiprah perempuan dalam berbagai bidang, baik bidang publik (produktif/sosial) maupun domestik.

Penempatan posisi pendengar dalam program ini juga menjadi salah satu faktor yang membantu terbentuknya representasi perempuan yang positif, karena dengan mengikuti pembacaan dominan (*dominant reading*) dalam program ini, maka pendengar dituntun untuk meposisikan dirinya untuk berpihak pada sosok 'wanita inspiratif' tersebut.

Melalui strategi wacana yang dilakukan di atas maka dapat dilihat bahwa representasi perempuan yang terbentuk dalam program ini menunjukkan citra yang positif. Di bidang publik (produktif/sosial) perempuan telah berhasil menunjukkan bahwa mereka adalah makhluk yang setara dengan laki-laki, yang memiliki potensi dan berprestasi. Sementara di bidang domestik representasi yang terbentuk menunjukkan bahwa perempuan tetap menjalankan perannya sebagai ibu dan istri dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program *Tupperware She Can! on Radio* ini telah berhasil menjadi ruang publik yang memberikan informasi yang mencerahkan (*enlighten*), mendidik (*educate*) dan memberdayakan (*empower*) bagi pendengarnya, sehingga program ini turut mempengaruhi hadirnya representasi perempuan yang lebih baik di dalam media massa.

6. PENUTUP

Sebagai penutup, maka berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran kepada pihak media untuk kembali mempertimbangkan jam siar program *Tupperware She Can! on Radio* agar disiarkan pada hari dan jam yang lebih efektif menjangkau pendengar, misalnya pada akhir minggu. Di samping itu, bagi para pengelola radio, khususnya radio yang bersegmentasi perempuan, program *Tupperware She Can! on Radio* ini dapat dijadikan sebagai contoh dalam membuat sebuah program siaran yang informatif, inspiratif dan memberikan gambaran yang baik mengenai perempuan, sehingga apabila program-program sejenis ini

dikembangkan maka bukan tidak mungkin program tersebut menjadi program unggulan bagi stasiun radio yang bersangkutan. Bagi para peneliti selanjutnya, penelitian ini masih dapat dikembangkan lagi dengan memperhatikan beberapa aspek yang lain, misalnya dengan mengamati proses produksi program secara teknis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbain, Armini. 2007. *Citra Wanita Pekerja dalam Novel-Novel Indonesia: Analisis Kritik Sastrafeminis*. Padang: Universitas Andalas
- Budiman, Arief. 1982. *Pembagian Kerja Secara Seksual*. Jakarta: Gramedia
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2003. Jakarta: Balai Pustaka
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LkiS
- Potter, W. James. 1996. *Kodrat, Martabat dan Harkat Wanita dalam* Lugina Setyawati dan Anastasia Endang (ed). *Media Massa dan Wanita*. Jakarta: FISIP UI dan Unifem
- Rivers, William L & Mathews, Cleve. 1994. *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk Melanggarnya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Soetrisno, Loekman. 1993. *Profik Wanita Indonesia dan Proses Pembangunan dalam* Ridjal (ed). *Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Soetrisno, Loekman. 1997. *Kemiskinan, Perempuan dan Pemberdayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Suhadah. 2006. *Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Tarigan, Henry Guntur. 1993. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa