



DEPARTEMEN
ILMU KOMUNIKASI
FISIP UNHAS



PROSIDING KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA 2021

151325468024163461346

**"Mewujudkan Media Komunikasi dan Industri
Penyiaran yang Sehat, Tangguh, dan Berbasis
Kemanusiaan"**

PROSIDING
KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA
"Mewujudkan Media Komunikasi dan Industri Penyiaran yang
Sehat, Tangguh, dan Berbasis Kemanusiaan"

15-16 September 2021
Hotel The Rinra Makassar

Penerbit



PROSIDING KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA

"Mewujudkan Media Komunikasi dan Industri Penyiaran yang Sehat, Tangguh, dan Berbasis Kemanusiaan"

PANITIA PELAKSANA KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA 2021

- Pembina** : - Dekan FISIP Unhas
- Wakil Dekan I FISIP Unhas
- Wakil Dekan II FISIP Unhas
- Wakil Dekan II FISIP Unhas
- Penanggung Jawab** : Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
- Pengarah** : 1. Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc.
2. Prof. Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si.
3. Drs. Abd. Gafar, M.Si.
4. Dr. M. Farid, M.Si.
5. Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si.
6. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si.
7. Dr. Kahar, M.Hum.
8. Dr. Mursalim, M.Si.
9. Dr. Muh. Akbar, M.Si.
10. Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil, Ph.D.
11. Dr. Muliadi Mau, M.Si.
12. Dr. Rahman Saeni, M.Si.
13. Andi Subhan Amir, S.Sos., M.Si.
- Ketua Pelaksana** : Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.
- Sekretaris** : Dr. Indrayanti, S.Sos., M.Si.
- Bendahara** : Sartika Sari Wardhani Dh Pasha, S.Sos., M.Si.
- Divisi Acara** : 1. Dr. Tuti Bahfiarti, M.Si.
2. Rahmatul Furqan, S.I.Kom., MGMC.
3. Janisa Pascawati Lande, S.Sos., M.I.Kom.
- Divisi Transportasi dan Akomodasi** : 1. Dr. Das'ad Latief, S.Ag., M.Si. Ph.D.
2. Dr. Arianto, M.Si.
3. Faiz Poerwita
4. Efrizal
- Divisi Publikasi dan Dokumentasi** : 1. Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.
2. Muhammad Ihtasul Amal, S.I.Kom.
3. Muh. Fayed
4. Maldhi
5. Indra

Divisi Konsumsi

1. Sitti Murniati Muchtar, S.Sos., M.I.Kom.
2. Nurul Ichsani, S.Sos., M.I.Kom.
3. Satima, S.Sos.
4. Suraidah
5. Herman

DAFTAR NAMA REVIEWER

Dr. Muliadi Mau, M.Si. (Koordinator)
Dr. Ni Made Ras Amanda
G Amida Yusriana, M.I.Kom.
Dewi Utami, S.IP., M.S.
Ronald Alfredo, S.Sos., M.I.Kom.
Drs. Hendra Harahap, M.Si., Ph.D.
Sri Astuty, S.Sos., M.Si.
Drs. Bono Setyo, M.Si.
Awang Dharmawan, S.I.Kom., M.A.
Revi Marta, M.I.Kom.

EDITOR

Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.
Janisa Pascawati Lande, S.Sos., M.Si.
Muhammad Ihlasul Amal, S.I.Kom.

ISBN 978-979-530-329-9

CETAKAN I, 2021

PENERBIT

Unhas Press

KEANGGOTAAN

IKAPI Nomor: 002/SSL/01

APPTI Nomor: 005.026.1.03.2018

ALAMAT PENERBIT

Gedung UPT Unhas Press Kampus Unhas Tamalanrea,

Jln. Perintis Kemerdekaan Km.10, Makassar

Telepon: 0411-8997706 | HP/WA: 085353555591

Email: unhaspress@gmail.com

Laman: unhaspress.unhas.ac.id

*Dilarang memperbanyak isi buku ini, baik sebagian maupun seluruhnya
dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penulis/penerbit.*

KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA 2021
Makassar-Indonesia, 15-16 September 2021

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.



Era keterbukaan informasi terbukti telah menghadirkan banyak tantangan. Sejak berkembangnya teknologi digital, media komunikasi khususnya industri penyiaran dituntut untuk berinovasi dalam menghadapi era tersebut. Digitalisasi informasi mengakibatkan tersebarnya informasi menjadi lebih cepat sehingga masyarakat akhirnya disuguhkan pada lebih banyak pilihan sumber informasi. Terlebih di tengah kondisi Pandemi Covid-19 ini, penyebaran informasi palsu atau hoaks pun kian marak di masyarakat. Ini dapat memicu berbagai masalah yang mengancam stabilitas nasional dan merugikan masyarakat luas.

Industri Penyiaran perlu melakukan pengembangan strategi menghadapi kesimpangsiuran informasi tersebut. Di tengah tantangan ini, industri penyiaran dan media harus menjadi garda terdepan mempertahankan kualitas penyiaran di Indonesia, serta menyajikan konten-konten yang berkualitas bagi masyarakat. Konferensi dan Seminar Nasional menjadi wadah ilmiah bagi para akademisi dan peneliti dari berbagai disiplin ilmu khususnya disiplin Ilmu Komunikasi untuk berbagi ide, gagasan, penelitian, praktik dan pengalaman untuk memecahkan permasalahan dan tantangan tersebut.

PROSIDING KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA 2021 akhirnya hadir sebagai kumpulan ringkasan hasil penelitian para akademisi dan peneliti yang telah dipresentasikan pada Konferensi Penyiaran Indonesia 2021. Kegiatan ini terlaksana atas kerja sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dengan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Mengusung tema "Mewujudkan Media Komunikasi dan Industri Penyiaran yang Sehat, Tangguh dan Berbasis Kemanusiaan", konferensi ini dilaksanakan pada tanggal 15-16 September 2021 di Hotel Rinra, Makassar (terlaksana secara *hybrid*).

Panitia konferensi menerima lebih dari 40 artikel yang telah melalui proses *review* di mana artikel tersebut nantinya akan diterbitkan pada Jurnal Bereputasi Nasional. Kami berharap semua artikel yang telah dipresentasikan pada konferensi ini memberikan kontribusi pada perbaikan dan pengembangan strategi media dan industri penyiaran.

Atas nama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, kami menyampaikan ucapan terima kasih kami kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), seluruh pembicara, penulis, peserta, *reviewer* dan seluruh anggota panitia Konferensi Penyiaran Indonesia 2021.

Makassar, September 2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin,

Prof. Dr. Armin, M.Si

PENGANTAR KOMISIONER
KOMISI PENYIARAN INDONESIA (KPI) PUSAT



Pertama-tama marilah kita mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas ridha dan kuasa-Nya kita dapat diberikan kekuatan untuk menghasilkan sebuah karya manusia yang akan dibaca dalam setiap generasi. Karya itu berupa renungan pemikiran, ide dan gagasan dari para tokoh, ilmuwan, maupun praktisi yang memiliki perhatian khusus dalam bidang komunikasi dan penyiaran. Apresiasi setinggi-tingginya dan saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para tokoh yang telah berkontribusi melalui karya ini sehingga konferensi penyiaran Indonesia yang tahun ini dipusatkan di Makassar saya yakin memberikan manfaat besar dalam merespons dinamika dan perkembangan terbaru dalam dunia komunikasi, teknologi termasuk penyiaran.

Konferensi penyiaran sebagai bagian dari implementasi riset indeks kualitas program siaran televisi yang dikawal KPI sejak 6 tahun ini diharapkan banyak pihak menghasilkan berbagai pemikiran maupun ragam perspektif yang kuat atas isu-isu aktual dari *stakeholders* penyiaran karena berbasis pada data ilmiah dan riset. Selain itu melalui konferensi penyiaran ini, publik pun menaruh harapan besar semakin banyak para ilmuwan di Indonesia yang terus mengembangkan bentuk penelitian-penelitian lain untuk merespons perubahan dunia komunikasi, media, teknologi termasuk penyiaran apalagi pada awal November tahun 2022 Indonesia akan bermigrasi dari analog ke digital. Digitalisasi penyiaran jelas memunculkan berbagai fenomena-fenomena baru di bidang penyiaran baik aspek regulasi, teknologi, pengawasan, industri, konten, selera menonton publik, dan sebagainya, ini tantangan kita semua.

Dalam konteks itulah, konferensi penyiaran yang mengusung tema "Mewujudkan Media Komunikasi dan Industri Penyiaran yang Sehat, Tangguh dan Berbasis Kemanusiaan" hasil kerja sama Komisi Penyiaran Indonesia dan Universitas Hasanuddin yang mempertemukan berbagai pemangku kepentingan di Indonesia memiliki posisi yang strategis untuk menjawab berbagai tantangan-tantangan di atas.

Akhir kata, saya ucapkan selamat atas terselenggaranya dengan baik konferensi penyiaran Indonesia tahun 2021, terima kasih Unhas yang sudah mengawal konferensi ini dengan baik, serta terima kasih yang setinggi-tingginya kepada para tokoh dan pemangku kepentingan penyiaran di Indonesia yang sudah berkontribusi besar bagi kemajuan dunia media penyiaran di negeri yang kita cintai ini

Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat
Yuliandre Darwis, Ph.D.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	vii
Pengantar Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat	viii
Daftar Isi	ix
Kelas Paralel 1 “Urgensi Penyiaran dalam Penguatan Nilai-nilai Kemanusiaan”	
<i>Ayu Lestari</i> Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Perajin Tradisional Baduy Luar pada Masa Pandemi Covid-19	1
<i>Immanuel Deny Krisna Aji, Kuncoro Dewi Rahmawati, Rainer Yesaya Christa</i> Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Dwi Tunggal Madiun Sebagai Bentuk Komunikasi Antar Pribadi Berkelanjutan	6
<i>Astri Wulandari, Rosalia Prismarini Nurdiarti, Dita Paundriyani</i> Identitas Kultural Kesenian Sunda Buhun: Identity Management dalam Ritual Hajat Lembur	12
<i>Monica Teguh, Paula Ratih Silvana, Patrisia Amanda Pascarina, Burhan Bungin, Muhammad Aryagading Pangestu</i> Penerapan Digital Public Relations pada Akun Instagram @surabaya	18
<i>Nosakros Arya, Alem Febri Sonni, Rastina Oktavia</i> Representasi Komunikasi Kelompok dalam Menghadapi Penderita Penyakit Mental pada Film Lars and The Real Girl	24
<i>Rahmatul Furqan</i> Penggunaan User Generated Content dalam Pemberitaan Pandemi (Jurnalisme Partisipan pada Stasiun TV Berita)	30
<i>Sudirman Karnay, Nosakros Arya, Sara Meilvinsa, Fauzan Hidayatullah</i> Pola Komunikasi Pasangan Suami Istri Beda Agama di Kota Makassar	36
Kelas Paralel 2 “Menguatkan Kemampuan Literasi Masyarakat Indonesia”	
<i>Yovita Sabrina Sitepu, Mickhael Rajagukguk</i> Menakar Kompetensi Literasi Digital Masyarakat Kota Medan	43

KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA 2021
Makassar-Indonesia, 15-16 September 2021

<i>Hilda Yunita Wono, Irmawati Oktavianingtyas, Kirana Ratu Kedaton</i> Habitualisasi Ulang Makna Transgender di Media Sosial	56
<i>H. Muchsin al-Fikri, Sandra Irawaty, Tresia Wulandari</i> Strategi Literasi Digital Mafindo dalam Memerangi Hoaks di Dunia Maya	73
<i>Nur Annisa Fitri Syahrir, Muh. Akbar, Alem Febri Sonni</i> Pemanfaatan Instagram sebagai Media Informasi dalam Upaya Memperkenalkan Hasil Rebranding Browcyl	78
<i>Bianca Michelle Datubara, Yuliandre Darwis, Andi Andrianto</i> Industri Endorser sebagai Dampak Social Media Marketing.....	86
<i>Muh. Akbar, Andi Nur Annisa M., Alem Febri Sonni</i> Pengaruh Tagline KFC "Jagonya Ayam" Terhadap Keputusan Membeli Masyarakat.....	93
<i>Indrayanti, Janisa Pascawati Lande</i> Dampak E-Learning pada Perilaku Anak (Studi Fenomenologi Komunikasi Keluarga di Kota Makassar	100
<i>Citra Rosalyn Anwar, Arnidah, Nurpadillah Junaid, Andriani</i> Media Sosial, Khayalan Popularitas dan Kekerasan Berbasis Gender Online pada Remaja.....	105
Kelas Paralel 3 "Optimalisasi Fungsi Penyiaran dalam Penyebaran Informasi dan Penguatan Good Governance"	
<i>Aguswandi, Firdaus Muhammad</i> Dampak Monopoli Kepemilikan Media di Indonesia dalam Pembangunan Opini Publik.....	111
<i>Louisa Christine Hartanto, Reina Putri Listiand Adityaningrum, Sasha Kurnia Njotoharsojo</i> Pengelolaan Instagram untuk Pemasaran UMKM Makanan di Surabaya (Studi pada Pemasaran Instagram Kukikoe)	116
<i>Roni Tabroni, Adi Permana Sidik</i> Mediasi Pembaruan Politik Muhammadiyah di Era Reformasi (Studi Pesan Tajdid di "Suara Muhammadiyah" dan Respons Persyarikatan Muhammadiyah)	122

KONFERENSI PENYIARAN INDONESIA 2021
Makassar-Indonesia, 15-16 September 2021

<i>Yanti Dwi Astuti, Nadhiroh, Bono Setyo</i> Menyoal Stereotip Negatif Perempuan di Media Sosial yang di Angkat dalam Pemberitaan Televisi.....	126
<i>Tri Rahayu Mayasari</i> Penguatan Kelembagaan TVRI dan RRI untuk Mengurangi Konflik Internal Lembaga Penyiaran Publik	133
<i>Das'ad Latif, Muhammad Ruslan Ramli, Aswar Hasan</i> Analisis Pembungkahan Berita Pandemi Covid-19 pada Tempo.co dan Bharian.com.my	143
<i>Alem Febri Sonni, Hasrullah, Fauzan Hidayatullah, Sudarmin</i> Mekanisme Produksi Program Siaran Berita di Celebes TV	148
Kelas Paralel 4 "Menyongsong Digitalisasi Penyiaran; Peluang & Tantangan Era Digital"	
<i>Ismojo Herdono, Gabriela LD Swastika, Maghfira D. Anisa, Bunga Feby Nabilla</i> Strategi Dhoho TV di Era Digitalisasi	155
<i>Siantari Rihartono</i> Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-tengah Perkembangan Teknologi Internet.....	160
<i>Sigit Surahman, Annisarizki</i> Menyongsong Digitalisasi Penyiaran di Indonesia	166
<i>Sitti Utami Rezkiawaty Kamil, Sartika Sari Wardanhi Dh Pasha</i> Resiliensi Pembelajaran Daring Berbasis Media Sosial	172
<i>Nursatyo, Adi Prakosa, Thomas Bambang Pamungkas</i> Akankah Media Digital Menjadi Ancaman Serius Media Penyiaran.....	179
<i>Dessy Trisilowaty, Yuyun Wahyuni Izzati Surya</i> Teks dan Eksistensi di Media Sosial	189
<i>Fera Tri Susilawaty, Sartika Sari Wardani Dh Pasha, Faturachman Alputra Sudirman, La Ode Herman Halika</i> Persuasi Fitur Instagram: Stay on Screen	198
<i>Sartika Sari Wardanhi Dh Pasha, Fera Tri Susilawaty, Sherry Adelia</i> Kreativitas Program Radio dalam Pemasaran Sosial Vaksin Covid-19	205

MENYOAL STEREOTIP NEGATIF PEREMPUAN DI MEDIA SOSIAL YANG DI ANGKAT DALAM PEMBERITAAN TELEVISI

Yanti Dwi Astuti

Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: yanti.astuti@uin-suka.ac.id

Nadhiroh

Komunikasi Penyiaran Islam, STAIMAS Wonogiri

Email: nadespos@gmail.com

Bono Setyo

Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: bono.setyo@uin-suka.ac.id

Pendahuluan

Mengutip konten media sosial ke dalam media *mainstream* saat ini merupakan fenomena jurnalisme kontemporer. Tren baru ini tidak hanya terjadi Indonesia, menurut hasil penelitian yang telah dilakukan di berbagai belahan dunia telah menemukan tren jurnalisme yang cenderung sama. Di Eropa misalnya *Cision Europe and Canterbury Christ Church University* (2015) melakukan survei daring terhadap perilaku, penggunaan, dan persepsi tentang media sosial terhadap jurnalis di Britania Raya. Hasilnya mayoritas responden menggunakan media sosial untuk pekerjaan mereka dan lebih dari separuhnya mengatakan tidak dapat melakukan kerja jurnalistiknya tanpa media sosial. Hal yang sama juga ditemukan oleh Mansour yang meneliti penggunaan media sosial sebagai sumber berita oleh jurnalis di Mesir. Penelitiannya menemukan bahwa lebih dari tujuh puluh persen jurnalis di Mesir menggunakan media sosial dengan 97% di antaranya digunakan untuk tujuan mencari informasi (Mansour, 2018). Keberadaan platform media sosial ini menjadikan proses dan perkembangan liputan lebih bernuansa dan berperan sebagai saluran vital untuk mencari ide berita, menghubungi narasumber hingga mempromosikan merek-merek tertentu (Ehrlich, 2010). Media sosial menyediakan konten-konten yang seolah memperdengarkan suara-suara yang jarang terliput oleh media-media tradisional (Mansour, 2018).

Sekarang perilaku sudah berubah, apabila dulu informasi dari media *mainstream* masuk ke sosial media, namun sekarang banyak informasi media sosial yang masuk ke dalam industri penyiaran. Televisi yang merupakan media *mainstream* seharusnya menjadi garda terdepan sebagai sumber informasi yang valid bagi masyarakat karena memiliki aturan main yang sangat ketat dalam proses penyajian berita. Namun televisi saat ini banyak yang menayangkan konten mengandung informasi dari sejumlah media sosial yang belum jelas kebenarannya (Darwis, 2018) seperti pemberitaan pelanggaran lalu lintas yang di duga

memberikan stereotip negatif kepada perempuan dalam program CSI (Catatan Seputar Investigasi) di RTV. Menurut Sherif & Sherif, stereotip adalah kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok terhadap gambaran tentang kelompok lain berikut anggota-anggotanya. Kecenderungan dari seseorang atau kelompok untuk menampilkan gambar atau gagasan yang keliru (*false idea*) (Sobur, 2009). Sementara menurut Narwoko & Suyanto, stereotip adalah pelabelan terhadap pihak atau kelompok tertentu yang selalu berakibat merugikan pihak lain dan menimbulkan ketidakadilan (Narwoko, 2009). Stereotip dapat menimbulkan pengkambinghitaman (Johnson, 2009). Stereotip terhadap perempuan seperti lebih mudah dijelaskan dengan bertitik tolak pada wacana yang menempatkan perempuan pada posisi yang negatif dan tak berdaya (Astuti, 2016). Dari beberapa pengertian stereotip tersebut bisa dikatakan bahwa stereotip merupakan pemberian label tertentu kepada seseorang atau kelompok orang berdasarkan atas subjektivitas yang bisa bersifat positif atau negatif.

Stereotip negatif "The Power of Emak-emak" di jalan raya sudah lama viral di media sosial. Penelitian yang dilakukan Astuti (2017) mengungkap bahwa fenomena *meme* emak-emak naik motor yang viral di berbagai media sosial lebih menekankan unsur parodi, satire yang mengandung unsur pelabelan negatif perempuan yang tidak tertib berkendara motor di jalan raya, emosional, ugul-ugulan dan sebagai ancaman di jalan raya.



Gambar 1. Meme Ibu-ibu Naik Motor yang Viral di Media Sosial

Sumber: Astuti, 2017

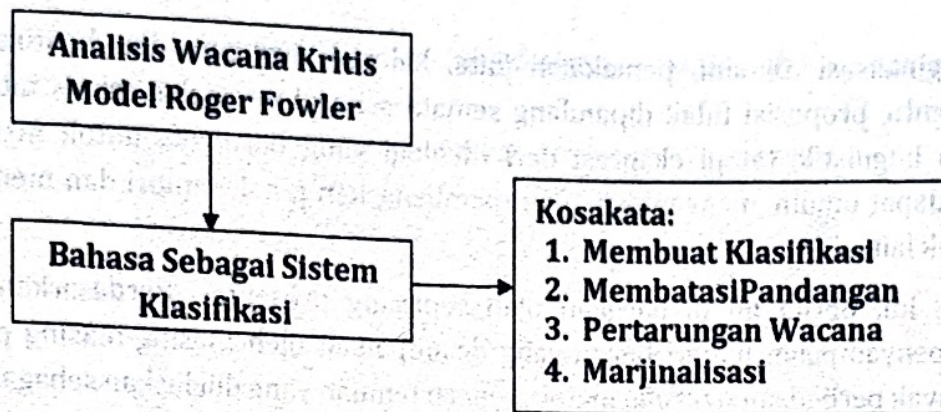
Meme emak-emak naik sepeda motor dalam batas-batas tertentu menggambarkan perempuan sebagai objek dominasi pria dalam media massa. Stereotip ini sayangnya juga di teguhkan kembali ke dalam berita televisi seperti pemberitaan pelanggaran lalu lintas yang di duga memberikan opini dan stereotip negatif kepada emak-emak yang mengendarai motor dalam program CSI (Catatan Seputar Investigasi) di RTV pada 5 Mei 2021. Dalam program tersebut berjudul "Truk Nyaris Tabrak Pengendara Motor dan Serempet Pengendara lain". Presenter berita menyajikan informasi yang langsung menghakimi tersangka dalam hal ini emak-emak naik motor dengan memberi label negatif tanpa cross check dan verifikasi terlebih dahulu apalagi sumber beritanya tidak lengkap,

masih sepotong-sepotong dan berasal dari media sosial. Bahkan unsur beritanya (5 W+1H) juga tidak lengkap.

Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena isunya yang kontemporer dan belum banyak penelitian serupa dilakukan di Indonesia. Kendati media sosial menjadi bagian integral pada alur kerja jurnalistik mulai dari *news gathering*, *news production*, hingga *news distribution* (Bowd, 2016). Namun masyarakat masih butuh informasi yang benar sesuai data, fakta, dan terverifikasi yang disajikan media konvensional di Indonesia. Jurnalis media *mainstream* bekerja mencari, mengolah, dan menyebarkan informasi dengan kerangka etis, mereka mengabarkan fakta, bukan fantasi. Maka dari itu, riset ini menjadi penting dilakukan untuk mempersoalkan bagaimana stereotip negatif perempuan yang menjadi *trending* di perbincangkan warganet di media sosial lalu justru stereotip ini di langgengkan juga di media penyiaran? Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menguak persoalan berita viral stereotip negatif ibu-ibu pengendara motor yang viral di media sosial yang kemudian diangkat dalam berita televisi.

Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis studi deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kritis, penelitian terhadap teks berita dalam video pemberitaan. Menjelaskan bagaimana teks video berita dapat mengantarkan ideologi redaksi kepada masyarakat melalui nilai dan stereotip tertentu kepada masyarakat yang disalurkan dalam media massa. Obyek penelitian ini adalah stereotip perempuan di pemberitaan televisi. Sementara subyeknya adalah pemberitaan pelanggaran lalu lintas yang memberikan stereotip kepada perempuan dalam program CSI (Catatan Seputar Investigasi) di RTV pada 5 Mei 2021 yang bersumber dari media sosial. Unit analisisnya berupa teks, video dan audio yang terdapat pada subyek penelitian dengan mengambil kalimat yang dianggap mewakili perempuan kemudian kalimat tersebut dianalisis untuk mengetahui ideologi yang berada dibalik media tersebut. Teknik analisa data menggunakan teknik analisis wacana kritis Roger Fowler, Data yang terkumpul berupa data deskriptif tentang pilihan kosakata dan tata bahasa. Roger Fowler, dkk memandang bahasa sebagai sistem klasifikasi. Bahasa menggambarkan bagaimana realitas dunia dilihat, memberi kemungkinan seseorang untuk mengontrol dan mengatur pengalaman pada realitas sosial. Berikut format analisis bahasa sebagai sistem klasifikasi:



Gambar 2. Format Analisis Model Roger Flower

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis wacana kritis model Roger Fowler sebagai metodenya menunjukkan bahwa stereotip perempuan yang di tayangkan dalam judul pemberitaan “pelanggaran lalu lintas” pada program CSI (Catatan Seputar Investigasi) di RTV pada 5 Mei 2021 yang beritanya bersumber dari media sosial Instagram @warung-jurnalis. Saat ini banyak perusahaan media berusaha mengadopsi media sosial ke dalam alur kerja mereka hingga sulit menemukan media yang tidak melakukan hal serupa. Media sosial menjadi bagian integral pada alur kerja jurnalistik mulai dari *news gathering*, *news production*, hingga *news distribution* (Bowd, 2016). Pada *news gathering*, Ehrlich (2010) menjelaskan keberadaan platform media sosial ini menjadikan proses dan perkembangan liputan lebih bernuansa dan berperan sebagai saluran vital untuk mencari ide berita, menghubungi narasumber hingga mempromosikan merek-merek tertentu.

1. Analisis Wacana Kritis Model Roger Fowler

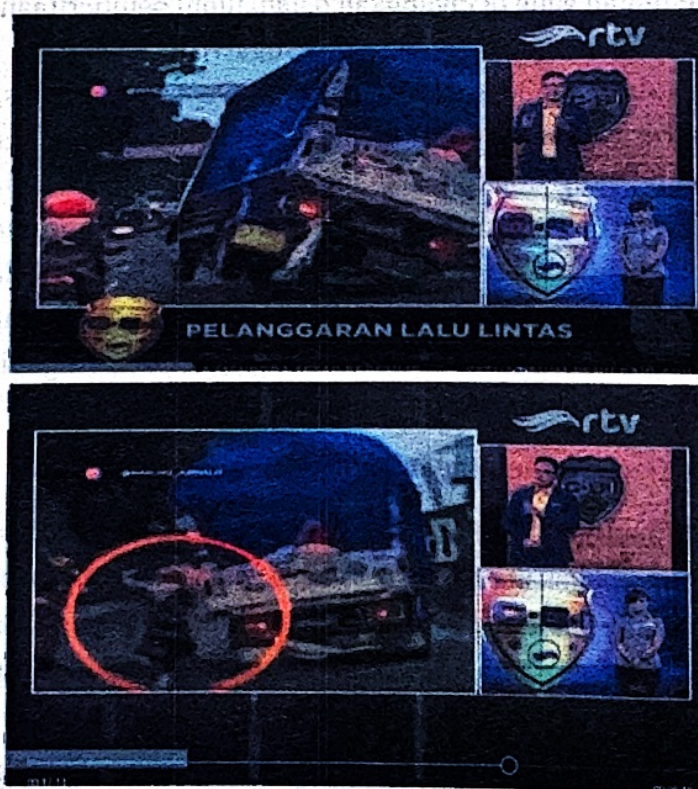
- a. **Klasifikasi.** Arti penting klasifikasi ini dapat dilihat dari bagaimana sebuah peristiwa yang sama dapat dibahasakan dengan bahasa yang berbeda. Klasifikasi ini bermakna peristiwa seharusnya dilihat dari sisi yang satu bukan yang lain. Pemberian kosakata tertentu oleh sebuah wacana adalah untuk melabeli tindakan yang dilakukan atau membentuk klasifikasi dengan realitas tertentu.
- b. **Membatasi pandangan.** Kosakata yang digunakan suatu media juga menunjukkan adanya pembatasan pandangan yang dilakukan. Kosakata berpengaruh terhadap bagaimana kita memahami dan memaknai suatu peristiwa. Hal ini karena khalayak tidak mengalami atau mengikuti suatu peristiwa secara langsung.
- c. **Pertarungan wacana.** Penggunaan kosakata juga pada gilirannya menggambarkan pertarungan wacana antarpihak yang berkepentingan dalam wacana tersebut.

- d. Marginalisasi. Di sini, pemakaian kata, kalimat, susunan, dan bentuk kalimat tertentu, proposisi tidak dipandang semata sebagai persoalan teknis tata bahasa atau linguistik, tetapi ekspresi dari ideologi yang berupaya untuk membentuk pendapat umum, meneguhkan, dan membenarkan pihak sendiri dan mengucilkan pihak lain.

Pada kasus ini, Berita ini di bacakan oleh sepasang presenter. Berdasarkan analisa, klasifikasi penyampaian materi berita yang disampaikan oleh masing-masing presenter terlihat banyak perbedaan *stressing* materi, seperti temuan yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Sentimen Gender (Presenter Pria)

- 1) Bahwa ibu-ibu berkendara motor di jalan dengan ceroboh sehingga membahayakan pengendara lainnya
- 2) Opini emak-emak berkendara di jalanan yang tidak taat aturan lalu lintas
- 3) Stereotip negatif *the power of* emak-emak yang *rating* kanan namun belok kiri



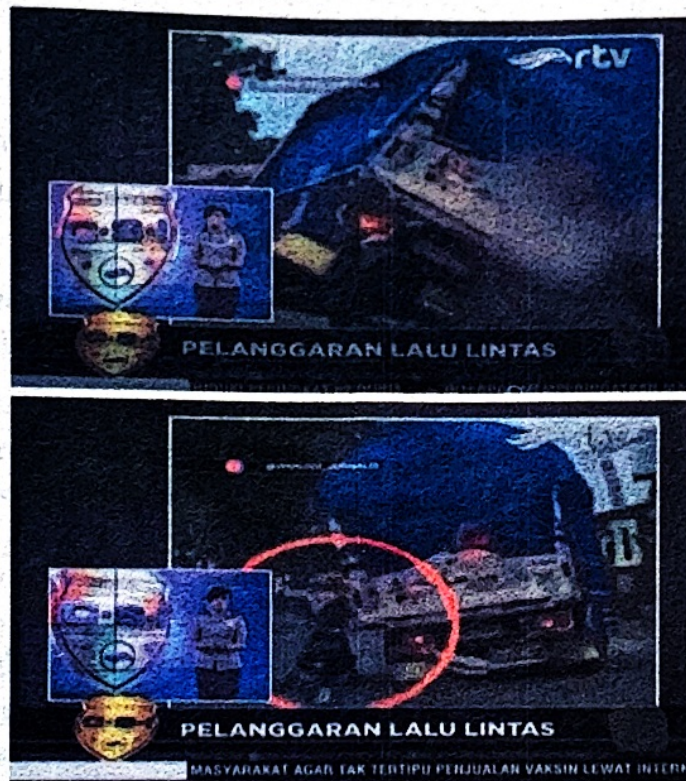
Gambar 3. Presenter Pria Menjelaskan Berita dengan Opini Stereotip Perempuan

Sumber: koleksi video berita RTV KPI Pusat

b. Nasehat Etis di jalan raya (Presenter Perempuan)

- 1) Secara umum disampaikan pentingnya mengetahui cara berkendara agar selamat

- 2) Jaga jarak dalam berkendara baik dari ibu-ibu pengendara motor maupun dari pengendara truk di belakangnya



Gambar 4. Presenter Perempuan Membacakan Berita dengan Sudut Pandang Kedua Belah Pihak

Sumber: video berita RTV KPI Pusat

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa stereotip perempuan dalam berita televisi berjudul "pelanggaran lalu lintas" cenderung ke arah negatif dan kembali mereproduksi dan meneguhkan stereotip perempuan yang selama beberapa tahun ini telah beredar dan viral di media sosial seperti dalam *meme*, status dan cerita digital lainnya. Berita ini hanya berupa cuplikan konten dari media sosial dan tidak memenuhi unsur penting berita. Apalagi ketika pembacaan berita disampaikan oleh presenter pria yang memberikan opini label negatif kepada emak-emak naik motor. Meskipun begitu, terdapat sisi lain dari pemberitaan ini, yaitu ketika presenter perempuan yang membacakan berita cenderung tidak melakukan penghakiman namun justru mengulas berita dari sisi supir truk dan ibu-ibu pengendara motor yang awalnya di labelkan ceroboh oleh presenter pria. Di sini perempuan sering kali menjadi korban baik dalam pemberitaan maupun dalam tayangan-tayangan media massa yang tidak sensitif gender. Beberapa asumsi yang dipercaya ikut mempengaruhi hal tersebut adalah karena *chain of activities* media massa cenderung dikuasai dan didominasi

pihak yang tidak peka gender. Aktivitas berantai itu dimulai dari kreator, fotografer, reporter, editor, *layouter*, kolomnis, dewan redaksi, loper, juga konsumennya.

Referensi

- Astuti, Yanti Dwi (2017). *Konstruksi Perempuan dalam Media Baru: Analisis Semiotik Meme Ibu-Ibu Naik Motor di Media Sosial*. Palastren Jurnal Studi Gender. Vol 10. No. 2, hal.225- 247
- Astuti, Yanti Dwi (2016). MEDIA DAN GENDER (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik Jurnal Komunikasi* Vol.09. No. 02
- Bowd, K. (2016). Social Media and News Media: Building New Publics or Fragmenting Audiences? In M. Griffiths & K. Barbour (Eds.), *Making Publics, Making Places* (pp. 129-144). Australia: University of Adelaide Press.
- Cision. (2015). *Social Journalism Study 2015*. United Kingdom
- Darwis, Yuliandre (2018). *Ketua KPI Sebut Media Mainstream Bisa Sebarkan Hoaks dari Media Sosial*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/ketua-kpi-sebut-media-mainstream-bisa-sebarkan-hoaks-dari-media-sosial.html>. Diakses 21 Juli 2021
- Ehrlich, B. (2010). *How Journalists are Using Social Media for Real Results*. Retrieved from <http://mashable.com/2010/04/12/journalists-gist/#f.qZret2k8qX>
- Johnson, D. W. & Johnson, F. P. (2000). *Joining Together: Group Theory And Group Skill*. New York: Pearson Education Company
- Mansour, E. (2018). The Adoption and Use of Social Media as A Source of Information By Egyptian Government Journalists. *Journal of Librarianship and Information Science*, 50(1), 48-67. <https://doi.org/10.1177/0961000616669977>
- Narwoko & Suyanto. (2009). *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan Sobur, Alex*. (2009). Psikologi Umum. Bandung: CV. Pustaka Setia

Penerbit



Unhas Press

Gedung UPT Unhas Press (Depan Fakultas Hukum)
Telp. 0411 - 8997706 | HP/WA 0853 5355 5569
Kampus Unhas Tamalanrea
Jl. Perintis Kemerdekaan, KM. 10. Makassar - 90245
Email: unhaspress@gmail.com
Laman: unhaspress.unhas.ac.id

ISBN 978-979-530-329-9

