

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi yang pesannya disampaikan melalui media massa. Pesan atau informasi yang ada pada komunikasi massa disampaikan oleh suatu kelompok dan didistribusikan kepada masyarakat secara luas, sehingga masyarakat lebih mudah mengakses informasi melalui media massa.

Media massa bisa memberikan informasi tentang sesuatu yang bahkan belum diketahui. Informasi yang disampaikan oleh media massa, terkadang cenderung untuk diterima sehingga bermunculan stereotipe yang dibuat oleh media massa dan diterima masyarakat, termasuk stereotipe gender.

Media dan gender selalu menjadi hal yang berhubungan satu sama lain. Dalam *media portrayal* di ranah pendeskripsian gender, stereotipe perempuan sering dideskripsikan sebagai seorang yang bergantung pada orang lain dan membutuhkan perlindungan lawan jenis, sehingga seringkali konsep kekuasaan tidak dilekatkan dengan perempuan.

Perempuan pada perspektif media massa masih kerap diasosiasikan dengan ranah domestik dan tidak bisa digantikan dengan alasan gender, serta perilaku generalisasi gender yang dilakukan oleh media massa akan terus menjadi ideologi patriarki yang tumbuh di masyarakat yang bisa menimbulkan fenomena atau isu kesetaraan gender. (Zarra & Muhammad, 2022)

Kesetaraan gender selalu menjadi isu yang akan terus diangkat di kalangan masyarakat. Secara data tertulis, bahwasanya terhitung lebih dari 850 juta perempuan saat ini sedang mengalami hal-hal yang membatasi

dirinya, termasuk pada pernikahan dini, pemaksaan terkait hal kehamilan, serta bagaimana mereka, para perempuan dibatasi dari pendidikan.

Isu kesetaraan gender sendiri menjadi salah satu isu permasalahan dunia yang dijadikan salah satu goals atau tujuan dari SDGs (*Sustainable Development Goals*), tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa – Bangsa (PBB) agar mendapatkan kehidupan bermasyarakat yang lebih baik, terdiri dari 17 tujuan yang salah satunya adalah mewujudkan kesetaraan gender dan juga pemberdayaan bagi para perempuan.

Adapun berdasarkan data yang diungkapkan oleh Equal Measures 2030, koalisi milik lembaga masyarakat. bahwasanya belum ada satu pun negara yang mencapai indeks kesetaraan gender milik SDGs sampai saat ini. Bahkan di antara tahun 2019 sampai 2022, hamper sebanyak 40% negara di dunia mengalami penurunan terkait kesetaraan gender yang dimana negara tersebut memiliki sebanyak lebih dari 1 miliar kaum Perempuan didalamnya.

Indonesia tentu saja tidak luput pada isu kesetaraan gender ini. negara Indonesia menjadi posisi ke 107 dari 156 negara di dunia dalam Indeks Kesetaraan Gender secara global, dan di ranah ASEAN, Indonesia berada dibawah beberapa negara lainnya yaitu Filipina, Laos, dan Vietnam. (Forum Ekonomi Dunia, 2021)

Secara Indeks Pembangunan Gender mengalami tren yang positif, namun Indeks Kesetaraan Gender atau Gender Equality Index di Indonesia masih belum membaik melihat dari data yang telah dipaparkan diatas. Data tersebut dilihat dari beberapa aspek yaitu perekonomian dan peluang perempuan di ranah pendidikan, kesehatan, dan juga termasuk keberdayaan politik.

Peraturan atas kesetaraan gender sudah ada pada Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 yang menyetujui pencapaian kesetaraan gender pada Sustainable Development Goals (SGDs), serta upaya program-program yang telah dilakukan untuk mencapai kesetaraan gender, namun masyarakat

Indonesia masih sering memandang perempuan lebih rendah daripada laki-laki, sehingga penerapan kesetaraan gender masih belum tercapai dengan baik. (Judiasih, 2022)

Dalam konteks lokal ditemukan juga bahwa masih rendahnya kesetaraan gender seperti di Kabupaten Sampang. Berdasarkan data BPS Kabupaten Sampang (2024), angka melek huruf perempuan (65,73%) masih lebih rendah dibandingkan laki-laki (76,58%), dan tingkat partisipasi pendidikan tinggi perempuan hanya mencapai 2,88%. Hal ini memperlihatkan bagaimana ketimpangan gender dalam memiliki akses pendidikan yang terbatas.

Dalam ranah politik, keterwakilan perempuan juga terbatas, yakni hanya empat orang dari total 45 anggota DPRD, sedangkan kebutuhan dari partisipasi perempuan dalam ranah politik adalah sebesar 30% dari total keseluruhan anggota. Kondisi diatas menunjukkan bahwa isu kesetaraan gender masih menjadi persoalan penting juga di tingkat lokal. (Zebua, 2023)

Tidak jarang nyatanya, banyak masyarakat Indonesia yang mulai sadar akan hal ini dan berusaha untuk mengedukasi atau hanya sekedar menyuarakan isu ini kepada masyarakat lainnya melalui media, karena pada dasarnya media sendiri merupakan sebuah wadah yang bisa memberikan penggambaran dunia secara cepat dan diserap oleh manusia.

Sebagai bagian dari media komunikasi massa, Di Indonesia sendiri, jenis new media berkembang dengan cukup pesat, termasuk platform Youtube. Sebagai new media, Youtube bisa dinilai cukup populer di Indonesia dengan pengguna platform sosial media terbanyak di Indonesia pada tahun 2024 yaitu sebanyak 139 juta pengguna dengan indikasi 53,8% dari populasi. (TEMPO.CO, 2024)

Salah satu kanal Youtube yang aktif mengangkat isu kesetaraan gender adalah milik Najwa Shihab, seorang jurnalis independen dan publik figur di Indonesia. Dengan total 10.2 Juta pengikut kanal Youtubanya, kanal

ini aktif untuk mengunggah video-video yang biasanya akan mengundang narasumber ahli terkait isu-isu sosial dan politik yang ingin dibahas.

Enaknya Jadi Laki-laki sendiri merupakan sebuah segmen yang ditayangkan dengan fokus terkait isu kesetaraan gender. Dimana sebenarnya, segmen ini merupakan lanjutan dari segmen sebelumnya yang memiliki dua bagian dengan judul Susahnya Jadi Perempuan.

Pada segmen Enaknya Jadi Laki-Laki, moderatornya adalah laki-laki, yaitu Ge Pamungkas dan David Nurbianto dengan narasumber para Perempuan yang merupakan tokoh atau figure publik Perempuan, diantaranya adalah Rina Nose, Tasya Farasya, Alissa Wahid dan Ira Noviarti.

Segmen Enaknya Jadi Laki – Laki membahas tren isu kesetaraan gender yang beredar di masyarakat, seperti perempuan yang masih sering dianggap dominan di ranah domestik atau rumah tangga. Bagaimana selama ini masyarakat memandang perempuan hanya pantas untuk berada di ranah domestik.

Kemudian ruang aman yang minim bagi perempuan sehingga timbul perasaan waspada terhadap perempuan yang beraktifitas di ruang publik serta keraguan perempuan untuk melaporkan perlakuan pelecehan seksual. Selain itu, kesetaraan gender pada ruang kerja juga didiskusikan, seperti perbedaan upah gaji dan potensi promosi kerja antara laki-laki dan perempuan.

Peneliti tidak hanya memfokuskan pada isi pesan yang ada dalam tayangan “Enaknya Jadi Laki – Laki”, namun juga bagaimana isi pesan tayangan dimaknai oleh khalayak. Peneliti memilih KOHATI Korps HMI-Wati Cabang Kabupaten Sampang sebagai subjek penelitian ini. KOHATI Kab. Sampang adalah sebuah organisasi islam perempuan milik HMI yang berada di Kabupaten Sampang, dan memiliki program untuk memberdayakan perempuan dengan memberikan hak yang sama terhadap kader perempuan maupun laki-laki. Selain itu, KOHATI Kab. Sampang

merupakan sebuah media hubung yang membantu penyelesaian atas laporan kasus pelecehan seksual dan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT).

Pemilihan KOHATI Kab. Sampang didasari atas pertimbangan sebagai organisasi islam perempuan yang kerap mengangkat isu kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, sebab pemberdayaan yang dilakukan oleh perempuan memiliki ikatan yang lebih baik.

Dalam satu organisasi, dua orang atau lebih belum tentu memaknai tayangan juga sama (Nabila Rizki Azizah et al., 2020) sebab khalayak sendiri bersifat anonim dimana, ia bisa memilih secara bebas terkait pola menonton yang ingin disukai, dilihat, dan didengarkan. Khalayak akan memberikan penilaian atau penerimaan baik atau buruk terkait teks media sehingga ia bisa menentukan sendiri teks media mana yang akan dikonsumsi. (Pujarama & Yustisia, 2020). Penerimaan khalayak atau analisis resepsi milik Stuart Hall akan digunakan sebagai kajian dalam penelitian ini.

Analisis resepsi digunakan untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai kesetaraan gender pada pesan media massa. Stuart Hall memiliki teori Encoding dan Decoding. Dalam proses encoding, Hall menyebutkan bahwa produksi media yang dilakukan oleh media bisa mempertimbangkan perhatian pada konteks sosial dan politik juga kehidupan sehari-hari khalayak. (Nasrullah, 2019)

Pada proses decoding atau pemaknaan khalayak, yaitu proses dimana khalayak memaknai sebuah produk media massa tidak lepas dari kepemilikan budayanya, ideologi sosial dan politik, serta infrastruktur. Sehingga, pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak tidak selalu sama sebab perbedaan kultur yang dimiliki.

Hal diatas yang memunculkan kajian analisis resepsi yang memiliki fokus khalayak yang aktif memproduksi makna bukan hanya sebagai konsumen media. Keberagaman pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak dibagi ke dalam tiga posisi, yaitu dominant – hegemonic, dimana khalayak

menerima penuh bentuk pesan yang disampaikan oleh media, kemudian negotiation, adalah posisi dimana khalayak menerima sebagian bentuk pesan oleh media, dan opposition, adalah ketika khalayak menolak penuh bentuk pesan utama yang disampaikan oleh media.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana “Pemaknaan Isu Kesetaraan Gender dalam tayangan Enaknya Jadi Laki-Laki | Mata Najwa (Analisi Resepsi pada Pengurus Inti KOHATI Kab. Sampang 2024/2025).”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terkait bagaimana pemaknaan yang diberikan oleh Pengurus Inti KOHATI Kab. Sampang 2024/2025 terkait tayangan Youtube “Enaknya Jadi Laki-Laki | Mata Najwa”

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan studi mendalam dan pemberian informasi bagi peneliti yang tertarik untuk mengetahui bagaimana pemaknaan terkait sebuah tayangan Youtube yang mengangkat isu kesetaraan gender dengan menggunakan analisis resepsi.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis yang diharapkan adalah penelitian ini dapat memberikan gambaran pesan terkait isu kesetaraan gender yang dicoba untuk disampaikan melalui media.