

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan sumber kekuatan – alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Sedangkan media merupakan lokasi (atau forum) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional (McQuail, 1987: 3).

Dengan demikian media massa dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk mengetahui segala sesuatu guna memenuhi kebutuhan berkaitan apa yang sedang ingin kita ketahui maupun yang belum kita ketahui. Yang mana pesan-pesan yang disampaikan oleh media ini merupakan cerminan dari kehidupan manusia yang berkaitan erat dengan bahasa maupun kebudayaan.

Media massa dapat berupa film, radio, televisi, maupun tulisan-tulisan, dan lain-lain. Di Indonesia keberagaman media ini pun memunculkan banyak perusahaan yang didirikan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan informasi yang tentunya disesuaikan dengan karakteristik informasi yang dibutuhkan oleh khalayak luas.

Dengan menjamurnya perusahaan media di Indonesia ini menjadikan keseluruhan jumlah media massa kesulitan untuk menguasai pangsa pasarnya. Sebaliknya, untuk satu media massa pun tidak akan memungkinkan untuk menguasai seluruh khalayak. Karena tuntutan sosial dari hak publik atas media massa sangat bervariasi.

Perkembangan di atas pada akhirnya mengarahkan media massa Indonesia kepada sebuah persaingan atau kompetisi untuk memperebutkan daya tarik konsumen, dalam hal ini adalah penonton maupun pembaca media massa. Kemudian perjalanan media massa Indonesia pun menuju konsep kapitalis

sebagaimana ungkapan: *'media khususnya televisi lahir dari entitas ekonomi'* (Wibowo, 2007: 73).

Hal tersebut berarti bahwa media massa selayaknya uang koin yang mempunyai dua sisi berbeda. Di salah satu sisi media sebagai institusi kapitalisme yang berorientasi pada uang dan akumulasi modal. Sedangkan di sisi yang lain idealisme media massa menuntut akan fungsinya sebagai sarana informasi, edukasi, hiburan, bahkan kontrol sosial sehingga khalayak yang menikmati media massa memiliki daya pikir yang kritis dan keteguhan terhadap sajian media massa.

Paham kapitalisme dalam media massa ini tidak hanya sedang berkembang di Indonesia, namun dunia global pun sudah tidak mampu untuk menghindarinya. Sehingga tidak mengherankan apabila kapitalisme mendapatkan peneguhan dari media massa sebagai sesuatu hal yang lazim untuk memperoleh sebuah keuntungan.

Orientasi keuntungan dan akumulasi modal ini pun akhirnya menjadikan media massa dikuasai oleh perorangan yang memiliki banyak modal yang diinventarisasi, yang pastinya tidak dimiliki oleh masyarakat kelas menengah ke bawah pada umumnya.

Di tangan kuasa modal, teknologi dipergunakan untuk menggalang mobilitas massa menyelaraskan selera, gaya hidup, dan kepentingan pribadi. Tujuan kepentingan pribadi inilah yang membuat media khususnya *'televisi tidak pernah menyajikan sesuatu secara utuh'*. Di dalam sajiannya sudah hampir dipastikan terdapat tujuan tertentu yang dikemas oleh media massa secara terselubung dan tidak kentara (Wibowo, 2007: 79).

Berkaitan dengan kepentingan pribadi, media massa Indonesia pun memanfaatkan perempuan untuk mewujudkannya, tanpa pertimbangan nilai kemanusiaan maupun moral. Karena perempuan dapat menjadi 'daya tarik' yang ampuh. Hal ini sebagaimana yang dikatakan Budi Sampurno bahwa tidak hanya postur tubuhnya, perilaku perempuan pun tampak unik dan khas dalam segi seksual yang tidak dimiliki oleh laki-laki (Wahono, 2010).

Penyiar, penyanyi, bintang sinetron ataupun bintang iklan sekurangnya 60% menggunakan perempuan cantik. Khusus dengan perempuan iklan biasanya memiliki kecenderungan mengeksploitir segi-segi seksual perempuan yang menjadi bintangnya. Dan hal tersebut senada dengan ungkapan Amelia Tanton bahwa tidak hanya media massa Indonesia, bahkan media massa Korea pun juga melibatkan perempuan yang masih muda, cantik, berbadan ramping, dan berkulit putih. Namun bedanya, penyajian di media massa Korea lebih banyak dan ekstrem (Tanton, 2016).

Perempuan dimanipulasi tidak hanya sebagai tambahan atau hiasan. Tetapi sosok perempuan ini telah dimodifikasi sedemikian rupa oleh media massa. Sehingga tidak mengherankan apabila produk-produk yang ditayangkan di media khususnya di televisi akan diminati oleh khalayak yang menonton. Hal tersebut tentu saja dengan motif untuk mendapatkan kecantikan dan keindahan seperti yang ditayangkan oleh media. Fenomena ini menjadi bukti bahwa media membuat katarsis. Media membuat kebahagiaan semu atau mimpi-mimpi yang tinggi.

Penggambaran perempuan yang tidak utuh dan eksploitasi yang dilakukan media ini merupakan bias gender yang kini telah dianggap lazim oleh masyarakat. Bahkan Postman mengatakan betapa arus hiburan yang dilatarbelakangi oleh kepentingan komersial, dengan kata lugasnya uang, telah menjadi orientasi kehidupan manusia. Manusia menjadi sangat materialistik sehingga agama tidak dipedulikan lagi bahkan dijadikan alat untuk kepentingan komersial juga (Wibowo, 2007: 11).

Hal Ini berarti di tangan kuasa modal, segala aspek kehidupan telah dieksploitasi dan dimodifikasi sehingga kemudian menyimpan bias-bias gender yang diteguhkan media dan tidak terlalu dipermasalahkan oleh masyarakat. Bahkan dalam pemikiran perempuan-perempuan pun akan menganggap eksploitasi oleh media adalah *trend* atau proses kehidupan wajar yang harus dilalui.

Adapun ranah keagamaan yang dijadikan media sebagai alat komersial, salah satunya dapat ditemui di media televisi yakni sinetron ‘Catatan Hati Seorang Istri’. Sinetron dengan tokoh utama seorang perempuan Muslim ini memiliki kata kunci luka hati dan keutuhan sebuah hubungan. Dalam sinetron ini digambarkan tiga istri yang mengalami ketidakadilan gender. Pertama, keluarga Hana pada awalnya bahagia namun seiring berjalannya waktu, Hana selalu disakiti oleh suaminya yang berpoligami dengan seorang perempuan cantik. Dengan adanya konflik tersebut Hana memutuskan untuk tetap bertahan atas penindasan-penindasan yang dilakukan oleh suaminya demi menyelamatkan keutuhan rumah tangganya.

Ke-dua, Tokoh Annisa yang setiap harinya harus menahan penderitaannya karena suaminya yang kasar dan temperamen. Dalam kondisi tersebut Annisa hanya mampu menceritakan kepada Hana dan tidak mampu melakukan tindakan lain karena Annisa sangat sulit untuk melepaskan diri dari suaminya. Dan ke-tiga, tokoh Vina yang mengambil tindakan tegas, menceraikan suaminya. Vina lebih memilih hidup tanpa suami dan hanya bersama Ibu serta anaknya dengan bekerja sebagai penjual kue di tokonya. Cerita yang ke-tiga ini membawa perempuan pada feminisme radikal.

Konsep feminisme radikal tersebut beranggapan bahwa perempuan akan cenderung membenci laki-laki dan mengajak perempuan lainnya untuk mandiri, bangkit dari penindasan, bahkan berpikiran dapat hidup tanpa adanya laki-laki dalam kehidupan mereka (Wahono, 2010).

Pertengkar sampai perceraian di kalangan keluarga-keluarga muda pun menjadi biasa, karena mengikuti apa yang mereka lihat di dalam sinetron. Sinetron kita sekarang tidak menjadi referensi bagaimana kehidupan yang seharusnya melainkan mengembangkan dekadensi moral yang luar biasa yang bukan mustahil akan menimbulkan banyak kehancuran keluarga-keluarga di masa depan. Bagi bisnis dan kapitalisme ini tidak masalah, yang penting produksi laku menurut gaya hidup yang diinginkan.

Media massa Indonesia dengan jelas melibatkan sosok perempuan dalam produksinya. Bahkan tidak sedikit sinetron maupun film yang menggunakan perempuan sebagai tokoh utama, namun demikian keterlibatan tersebut terbatas sebagai daya tarik penonton. Kecenderungan eksploitasi dan modifikasi keagamaan dalam media ini merugikan pihak perempuan Muslim karena dalam media biasanya perempuan Muslim ditonjolkan dalam kelemahannya, ketidakberdayaan, bukan potensi atau kemampuan perempuan yang bermanfaat. Sehingga dari dulu hingga sekarang pun perempuan Muslim masih berada dalam marginalisasi dan pelecehan atau kurangnya penghormatan dalam status sosialnya.

Adapun tayangan media massa yang menggambarkan penghormatan terhadap perempuan sangat sulit untuk ditemukan. Sehingga peneliti tertarik untuk menganalisa Mini Korean Drama '*Lunch Box*', karena drama tersebut merupakan salah satu karya seni yang bermanfaat positif dan membentuk sikap penghormatan terhadap perempuan Muslim di masyarakat. Selain sebagai bentuk pemuliaan perempuan Muslim, kategori drama pendek oleh Korea Selatan ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi media massa Indonesia dalam memproduksi film atau sinetron yang bermakna positif. Tidak terbatas pada orientasi keuntungan dan akumulasi modal saja.

Dalam Mini Korean Drama '*Lunch Box*' yang menjadi tokoh utama adalah perempuan Indonesia Non-Muslim yang memerankan tokoh sebagai perempuan Muslim Indonesia (Yulia). Yulia dalam ceritanya adalah sosok perempuan Muslim yang sedang menempuh pendidikan di salah satu Universitas di Korea Selatan, taat beragama, ceria, baik hati, patuh terhadap orang tua, dan tegas. Dengan segala penggambaran sifat dan sikap yang santun, Yulia dimuliakan atau dihormati oleh teman-temannya –khususnya kaum laki-laki.

Dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, peneliti tertarik untuk menganalisa Mini Korean Drama '*Lunch Box*'. Karena drama tersebut merupakan kolaborasi Indonesia – Malaysia – Korea Selatan yang bertujuan untuk

menyajikan makanan halal bagi umat Muslim. Dan bahkan dengan kerjasama antarnegara ini merupakan peluang bagi Indonesia untuk menjaga ke-Indonesiaan dan keagamaan, pengenalan budaya, bahkan untuk membangun perekonomian dengan negara asing. Menurut Aristoteles drama adalah karya seni yang bermanfaat untuk memperlihatkan bagaimana yang seharusnya sebagai ideal dari realitas yang ada (Wibowo, 2007: 151).

1.2 Pembatasan Masalah

Mini Korean Drama ‘*Lunch Box*’ merupakan drama romantisme sehingga untuk mendapatkan gambaran mengenai perempuan Muslim Indonesia dalam drama tersebut, maka pembatasan yang diambil adalah *frame-frame* atau adegan yang menggambarkan karakteristik perempuan Muslim Indonesia. Di antaranya yakni pada *frame 2, frame 4, frame 6, frame 7, frame 9, frame 10, frame 12, frame 13, dan frame 18*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana representasi perempuan Muslim Indonesia dalam Mini Korean Drama ‘*Lunch Box*’?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menjelaskan serta menganalisa tayangan di media massa berupa Drama mengenai gambaran atau representasi perempuan Muslim Indonesia dalam tayangan Mini Korean Drama ‘*Lunch Box*’.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Menambah literatur penelitian kualitatif dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang Ilmu Komunikasi maupun Penyiaran mengenai studi analisa semiotika Roland Barthes.

- b. Menambah pengetahuan ilmiah dalam perspektif yang berbeda, yang mana drama lebih dari sekadar hiburan namun sebagai pengenalan dan pembelajaran terhadap konteks budaya. Khususnya tentang agama Islam yang berkaitan dengan representasi perempuan Muslim Indonesia dalam media massa.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Dengan penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan mengenai gambaran perempuan Muslim Indonesia.

Hasil kesimpulan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi industri media dalam memproduksi tayangan yang tidak lepas dari nilai-nilai moral kemanusiaan yang mengarah pada peradaban yang lebih maju.