

IDEOLOGI GENDER DAN "IMPERIALISME" DALAM MEDIA MASSA ANAK*

Oleh: Widyastuti Purbani

'Culture is Male'

- ~ Ratu Alexandra yang Agung tengah duduk tegar di singgasana dan memimpin upacara kerajaan. Mahkota di atas kepalanya memancarkan sinar nan mencerminkan kebesaran dan keagungan....
- ~ Dua orang perempuan perkasa bertarung memperebutkan kekuasaan di wilayah Barat.
- ~ Seorang gadis yang berani berhasil menyelamatkan adiknya dengan membunuh beruang di sebuah hutan belantara
- ~ Seorang laskar perempuan Inggris yang sedang berlibur di Arcadia jatuh cinta pada seorang penggembala ternak yang cakap, tetapi tugas memanggilnya pulang ke Inggris karena Sang Ratu mengutusnyanya untuk segera berangkat memimpin pasukan ke medan perang di negri Spanyol. Si penggembala menunggu dengan sedih dan masygul.
- ~ Nirmala sakit keras, selama beberapa hari ia tidak mau makan dan minum. Oki cemas dan sedih melihat keadaan Nirmala. Ia berusaha mencari jamu untuk kesembuhan Nirmala yang ia kasihi. Tiap pagi dengan penuh rasa sayang Oki menyediakan jus buah atau kue apel, dan menyuapkannya ke mulut Nirmala sesendok demi sesendok. Mula-mula Nirmala menolak, namun Oki berhasil membujuk Nirmala untuk makan sedikit jus buah dan kue apel buatannya.
- ~ Seorang anak laki-laki dan gadis kecil disekap seorang Kakek Sihir di tengah hutan. Mereka dimasukkan kerangkeng dan dipersiapkan untuk bersantap. Si gadis yang cerdas mendapat akal untuk menjebak si Kakek. Ia berhasil melarikan diri dan membawa serta saudara laki-lakinya keluar dari cengeraman Kakek Sihir yang jahat.
- ~Ketika aku pulang ibu sedang membaca buku di teras depan. Ayah dan adik menyiram tanaman di kebun. Ayah sangat suka tanaman bunga.

Mengapa penggal-penggal tulisan di atas terasa asing di telinga kita? Ya, karena tulisan seperti itu memang amat jarang muncul di dalam teks kita. Teks itu telah direkayasa sedemikian rupa dengan mengganti tokoh laki-laki dengan perempuan, demikian juga sebaliknya. Dan karena alur cerita dan penokohan asli sudah merupakan mithos atau pakem yang hampir menyerupai kebenaran, maka akan terasa aneh bila harus diubah.

Ketika kepada dua pembaca anak ditanyakan apakah mereka suka dengan tulisan di atas, mereka tidak berkomentar apa-apa, tapi dari raut muka dan bahasa tubuhnya kentara sekali bila mereka tidak gembira dengan perubahan-perubahan terhadap teks yang sudah mereka kenal sebelumnya, yang sudah melegenda.

Budaya kita adalah budaya patriarki, yang melihat dan mencitrakan sesuatu menggunakan sudut pandang laki-laki. Budaya perempuan mungkin tumbuh, namun dalam ukuran yang kerdil dan inferior, sehingga tidak memiliki daya atau kuasa menentukan, sehingga baik kaum laki-laki maupun perempuan, termasuk di dalamnya anak-anak, dalam budaya kita berpikir dengan sudut pandang tunggal, laki-laki. *Culture is Male*. Penulis-penulis perempuan pun masih banyak yang menulis dengan pandangan patriarkhi dan enggan mengubah '*male point of view*' mereka.

Alternatif teks seperti tersebut di atas dengan demikian tidak populer atau tidak akan begitu disukai karena tak seiring dengan 'kepercayaan' atau 'kebenaran' yang sudah terlanjur bertumbuh kembang dalam masyarakat: bahwa perempuan tidak memimpin, tidak berani, tidak bertempur dan laki-laki tidak merawat dan tidak menjadi objek.

Media dan Konstruksi (Gender)

Dulu kita beranggapan bahwa teks merupakan cerminan atau refleksi dari realitas. Teks yang diproduksi oleh media massa kita percayai sekadar sebagai potret dari fakta-fakta sosial yang ada dan hidup dalam

* Makalah disampaikan pada Training Sensitivitas Gender dalam Pendidikan Anak untuk Pelaku Media, LSPPA-Yogyakarta 21 April 2001

masyarakat. Kini kita semakin disadarkan bahwa justeru relitas ada atau terbentuk karena dikonstruksi oleh apa yang disebut sebagai *familiar* (kelumrahan). Sedangkan kelumrahan muncul karena diproduksi oleh serangkaian teks-teks. Dengan kata lain realitas bisa dibentuk/dikonstruksi oleh teks-teks

Familiar atau kelumrahan memang tidak bisa mengkristal hanya oleh satu dua teks yang berideologi sama. Ia merupakan bentukan dari untaian teks-teks yang bermuatan ideologi serupa secara kolektif. *Familiar* atau kelumrahan inilah yang kemudian membentuk subjektivitas pembaca, yang pada akhirnya membentuk realita-realita.

Wacana publik (*discourse*) sesungguhnya merupakan tarik menarik atau pergulatan antara teks-teks dan sekaligus *familiar-familiar* yang beredar dalam masyarakat, yang mengkonstruksi subjektivitas pembaca ini. Contoh yang paling mudah adalah apa yang terjadi pada iklan-iklan kosmetik. Pada lebih dari setengah lusin iklan kosmetik lotion, pelembab/alas bedak yang diambil secara acak, kulit putih mulus perempuan telah sama-sama dipilih sebagai isu terpenting. Iklan Ponds, Oil of Ulan/Olay, Citra, Marina, Vaseline, Vaseline White, Gizi Super Cream, Biore, sama-sama memilih untuk menampilkan bahasa gambar wanita yang mendapatkan nilai plus atau dikagumi atau diminati pria karena kulit putih mulusnya. Jika saja hanya satu dari setengah lusin iklan tersebut yang menampilkan apresiasi terhadap kemulusan kulit putih wanita, maka hal itu tidak menjadi masalah, karena potensi untuk membentuk kelumrahan kecil. Tapi karena hampir semua iklan tersebut memilih isu serupa, maka kelumrahan pun terbentuk. Kelumrahan yang dibentuk oleh iklan-iklan ini secara kolektif mensubjektivitasikan pembaca/penonton pada kepercayaan bahwa perempuan yang bernilai plus atau dikagumi pria (karena mampu memuaskan *male's desire*) adalah perempuan yang berkulit putih mulus, sebaliknya seperti sangat jelas terlihat pada iklan Ponds/Citra/Marina, kulit hitam Deva/Nadia/Marina merepresentasikan kegagalan perempuan memikat pria. Kelumrahan (karena frekuensinya yang tinggi) inilah yang kemudian diduga menurunkan wacana/realita yang hidup kuat dalam masyarakat kita bahwa

perempuan hitam adalah inferior, dan perempuan putih adalah ideal, dan mendorong perempuan untuk gigih mencari jalan memutihkan kulitnya.

Ideologi berarti makna yang mengabdikan pada *power/authority*. *Power* atau *authority* jurnalis/editor tercurah ke dalam teks manakala ia menentukan ~fakta-fakta apa yang ditulis/ditonjolkan/divokalisasikan dari data-data yang dimilikinya, ~ fakta-fakta apa yang tak ditulis/disembunyikan/dikesampingkan, ~sudut pandang/angle mana yang diambil, ~bahasa/ekspresi/diksi seperti apa yang digunakannya, ~kalimat judul semacam apa yang dipilihnya, ~teras berita seperti apa yang digunakannya, ~porsi/outline semacam apa yang menjadi patokan penulisannya, dan dalam penulisan fiksi : ~karakterisasi atau penokohan seperti apa (baik pencitraan tokoh maupun kinerja tokoh), ~alur cerita seperti apa, dsb. yang kesemuanya berpengaruh terhadap tampilan dan kandungan teks. Dengan kata lain jurnalis/editor merupakan *the authoritative figures*, karena mereka berada pada posisi *someone who knows/who has the facts* dan terlebih dari itu *who has the right to tell*. (Fairclough: 1995)

Teks yang diproduksi media, dengan demikian merupakan teks yang tidak bebas nilai, karena ia tidak sekadar memuat fakta/informasi murni, namun memuat ideologi-ideologi yang melekat pada *how the fact is represented*. Ideologi tersebut bisa amat tampak maupun amat tersembunyi/*hidden*. Terhadap ideologi yang eksplisit ini, pembaca bisa dengan gampang mengenali, namun terhadap yang tersembunyi atau apa yang sering disebut *unconscious ideology* maka hanya mereka yang memiliki kepekaan yang mampu merasakan kehadirannya. Dan manakala hal itu kita kaitkan dengan pembaca muda/mula, pembicaraan terhadap ideologi terselubung ini akan menjadi penting.

Anak dalam Media Kita

Bagaimana sebuah bangsa memandang masa depannya tercermin dari seberapa serius perhatian dicurahkan kepada anak-anak dan kebutuhan mereka. Termasuk bagaimana anak-anak ditolong untuk

mengidentifikasi diri mereka, mengenal dan memahami konsep-konsep dasar yang penting dalam kehidupan yang mereka jelang.

Media massa menjadi sesuatu yang tidak terelakkan lagi di era seperti sekarang ini. Betapapun problematikanya media massa, ia menjadi dan akan terus berupaya menjadi bagian kehidupan siapapun termasuk anak-anak. Oleh karena itu, mau tidak mau, kita harus siap dan menyiapkan diri menjadi konsumen sekaligus produsen media, objek sekaligus subjek media. Mengkritisi media serta relasi media dengan masyarakat seharusnya menjadi agenda penting dalam kehidupan, dan itu berarti pula menyiapkan anak-anak menjadi pengguna media yang kritis agar tidak menjadi bulan-bulanan mereka.

Sayangnya anak-anak masih terpinggirkan dan menjadi objek di dunia media :

Secara kuantitas, porsi teks yang dipersembahkan buat anak-anak sangat minimal. Kolom anak-anak di koran hampir tidak ada atau jauh amat inferior dibandingkan kolom-kolom lainnya. Majalah yang benar-benar mengabdikan pada anak-anak amat sedikit atau jauh lebih sedikit dibandingkan tabloid erotis dan pornografi. Beberapa majalah yang dulu setia kepada anak-anak lebih memilih berhenti atau beralih pangsa pasar karena dunia ini dirasa tidak menjanjikan keuntungan. Acara-acara televisi yang berpihak pada pemberdayaan anak juga tidak sebanding dengan bahkan iklan produk-produk anak yang mengelilinginya.

Secara kualitas keadaannya lebih parah: anak-anak terjajah dalam teksnya sendiri, mereka kehilangan suara karena adanya subordinasi dari kaum dewasa yang umumnya menjadi penguasa media. Pada umumnya subordinasi terjadi karena orang dewasa memahami anak sebagai miniatur yang polos, sehingga mereka harus diberi instruksi-instruksi, petunjuk, petunjuk dan digurui. Akibatnya anak-anak tidak bisa mengidentifikasi diri mereka dalam teks yang mereka baca, karena para pahlawan teks bukanlah diri mereka tapi impian atau idaman orang dewasa akan anak-anak. Teks anak, terutama teks lokal karenanya, cenderung didaktis dan *evangelical* (penuh khotbah) sehingga bagi sebagian anak justru tidak menarik. Teks import, di lain pihak justru mampu menghadirkan realitas

anak-anak dengan segenap kenakalan dan kejahilannya, namun diperangi orang tua karena dianggap subversif. Sebagai catatan, didaktisme dalam teks anak sebenarnya tidak bisa terelakkan, namun cara pengemasan pesan-pesan yang disampaikan memerlukan teknik yang amat rumit agar pesan menjadi terselubung dan dicerap secara tidak sadar.

Anak-anak juga dipandang lebih sebagai pangsa komersial mereka, karena mereka inosen dan oleh karenanya mudah diperdayakan. Majalah dan acara anak-anak di televisi misalnya, amat sarat dengan pemerdayaan anak lewat merebaknya iklan-iklan yang persuasif. Ada "imperialisme" terhadap anak dalam teks kita.

Ideologi Gender pada Media Massa Anak

Hasil penelitian terhadap 30 cerita-cerita bergambar yang diambil secara acak dari majalah anak terpopuler di Indonesia BOBO menunjukkan bahwa ideologi gender yang dibangun teks-teks ini relatif timpang. Cerita bergambar majalah bereksemplar 175.000 dan dibaca lebih 750.000 anak-anak ini mengandung instruksi-instruksi terhadap pelestarian femininitas tradisional melalui penuangan karakter perempuan yang Kdomestis, urang berdaya dan bergantung kepada laki-laki.

Cerita terpopuler "Bobo & Keluarga Kecil yang Bahagia dan Sejahtera" memiliki tokoh-tokoh utama laki-laki serta topik-topik maskulin seperti petualangan, olah raga, permainan. Dari 10 cerita yang diteliti, 9 menampilkan tokoh utama laki-laki dan hanya satu perempuan. Bobo dan Bapak merupakan tokoh yang paling sering muncul. Emak, yang hanya muncul 4 kali hampir selalu menjadi pemeran figuran, bahkan pada judul "Ulang Tahun Emak", di mana ia ditampilkan pasif.

Dalam cerita ini laki-laki (Bobo dan Bapak) memiliki otoritas dan kekuasaan yang dominan. Kedua tokoh inilah yang paling sering menentukan dan membuat keputusan-keputusan. Bobo dan Bapak juga ditampilkan sebagai penyelesaian masalah dalam berbagai kesulitan yang mereka hadapi, karena kecerdikan atau kecerdasan mereka. Mereka juga merupakan tokoh-tokoh yang aktif, energik, advonturir dan berani. Pada saat yang sama Emak dan dan tokoh perempuan (Coreng) lainnya

ditampilkan pasif atau justeru pembuat masalah. Aktivitas mereka lebih seputar wilayah domestik seperti memasak, menggambar, mencuci, berbelanja, duduk-duduk di taman, membaca sementara tokoh laki-laki melakukan membalap, bermain sepak bola, berenang, menyetir mobil, bermain di pasir. Di beberapa adegan, walau dalam frekuensi yang kecil, tokoh laki-laki sudah melakukan *shifting* pekerjaan domestik seperti memasak, mencuci, berbelanja, menyiram tanaman. Hal ini sangat penting dalam mensosialisasikan konsep bahwa pekerjaan domestik bukan 'kodrat' perempuan.

Dalam "Cerita dari negeri Dongeng" tokoh-tokoh utamanya berjenis kelamin seimbang: Oki (laki-laki) dan Nirmala (perempuan). Penguasa negeri Dongeng bahkan diduduki oleh seorang perempuan (Ratu). Sayangnya, tokoh Sri Ratu yang sesungguhnya merupakan tokoh menarik karena menduduki peran alternatif jarang muncul dan bila muncul lebih sering hanya melakukan aktivitas-aktivitas domestik yang kurang merepresentasikan keratuan dan kekuasaannya seperti mengirim kue, membeli sepatu pesta, menyelenggarakan pesta, kehilangan perhiasan.

Garis cerita yang lebih bersifat formula merepresentasikan Oki sebagai si 'trouble maker' karena kenakalan, kecerdikan dan kejahilannya, sementara Nirmala yang baik hati dan penolong menjadi 'trouble solver' karena kemampuannya menyulap. Oki ditampilkan sebagai anak yang penuh keingintahuan, dan karena penasaran sering menghadapi tantangan-tantangan atau masalah-masalah dan menyebabkan kesulitan. Karena sifatnya ini Oki menjadi tokoh yang dinamis dan aktif. Sementara Nirmala lebih diharapkan untuk mengamati dan menyelesaikan masalah Oki dengan mengandalkan tongkat wasiatnya yang serba bisa. Dalam hal ini kemampuan Nirmala lebih bersifat statis dan tergantung. Kekuatan yang dimiliki Nirmala lebih bersifat semu, dan nilai positif Nirmala lebih karena sifat-sifat keperawatan, kelembutan serta kebaikan-hatinya daripada kecerdasan atau ketegarannya.

Dalam "Bona Gajah Kecil Berbelalai Panjang", tokoh Bona dan Rongrong (keduanya laki-laki) menduduki peran dominan sebagai penolong dan penyelesaian masalah. Mereka memimpin karena kecerdikan,

kecerdasan, kebaikan hati serta belalai yang panjang. Wanita atau gadis yang biasanya muncul sebagai tokoh kedua biasanya datang dengan kesulitan dan meminta bantuan Bona atau Rongrong. Mereka cenderung menjadi objek dan bukan subjek. Dari 10 teks yang diteliti 8 menampilkan Bona sebagai 'pahlawan' bagi perempuan-perempuan yang mendapat kesulitan. Bona umumnya tampil dengan watak yang positif seperti: pekerja keras, optimis, bijaksana, cerdas dan cerdik. Hanya dalam satu cerita dia tampil marah dan ceroboh.

Secara umum tokoh-tokoh perempuan dalam 30 cerita bergambar yang diteliti memiliki karakteristik sebagai berikut:

- ~ Mereka hampir tak bersuara
- ~Mereka menempati wilayah yang terlindungi
- ~Mereka pasif
- ~Mereka bukan bintang bahkan di wilayahnya sendiri
- ~Mereka lemah
- ~Mereka bergantung
- ~Mereka tidak cerdas
- ~Mereka statis
- ~Mereka tak memiliki kekuatan tawar
- ~Mereka kurang berkuasa/atau bila ya seperti pada Nirmala dan Ratu kekuasaannya semu dan tidak menantang
- ~Mereka banyak terlibat pada kegiatan domestik
- ~Citra yang dibangun adalah citra lembut dan rapih

Pembahasan

Teks ini kemungkinan memang tidak dibuat dengan tujuan untuk mendidik kesetaraan gender sehingga ideologi gender dalam teks ini adalah ideologi terselubung. Melalui tekstur naratif cerita ini *framework* gender yang ada di kepala penulis terpaparkan dan tersebar dengan cara yang tidak bersengaja. Stephen dan Hollindale (1992) mengingatkan kita bahwa ideologi semacam ini tidak bisa diabaikan, mengingat sebaran dan kekuatannya yang berpotensi untuk tercerap pembaca dengan cara yang juga amat tak kentara dan tidak disadari.

Dunia yang dibangun oleh teks ini cenderung merupakan dunia *bipolar-heterosexual* yang membagi secara rigid watak, tugas, wilayah laki-laki dan perempuan. Perempuan direpresentasikan sebagai bukan laki-laki dan tidak bisa saling menggantikan. Teks ini juga membangun citra bahwa perempuan adalah nomor dua dan *lacking* (kurang). Dan memberi instruksi kepada pembaca muda terhadap terlestarkannya konsep femininitas tradisional lewat pengkarakteran tokoh-tokoh perempuannya. Pembaca juga berpotensi mendapatkan instruksi untuk mempertahankan konsep maskulinitas tradisional lewat peran-peran laki-laki. Dalam jumlah yang kecil dan kualitas yang lemah dan tak signifikan *shifting* sudah dilakukan, sehingga untuk mencapai keadilan gender usaha kearah itu perlu ditingkatkan lagi.

Davies secara jelas menyatakan bahwa individu hendaknya tidak dilihat sebagai suatu unit sex tertentu yang mati tetapi sebagai memiliki rentang kemungkinan yang bisa tergantikan. Sesungguhnya, genital tidak akan selalu harus dikaitkan dengan feminin atau maskulin kecuali jika kita membangunnya demikian. Anak-anak dapat mengambil posisi rentang maskulin feminin jika mereka memiliki diskursus yang tak problematis (1993:12). Teks-teks BOBO belum menyediakan posisi rentang yang dimaksud Davies. Teks belum mengajak pembaca anak-anak untuk membentuk subjektivitas gender yang multiple dan menawarkan *a shifting of nexus possibilities*, di mana seorang perempuan mungkin bersifat lembut sekaligus berani, manja sekaligus intelektual, memiliki kemampuan untuk menentukan serta membuat keputusan, demikian pula sebaliknya. Pembaca teks ini terarahkan untuk mengambil subjektivitas genital yang feminin atau maskulin. Melalui teks ini anak-anak *'being constituted that way'* atau terkonstruksi untuk menncerap cara konvensional dalam memandang pria dan wanita. (Davies, 1993:12)

Lebih jauh Davies menegaskan (1993:12) bahwa makna yang kita punyai mengenai pria dan wanita selama ini telah berlandaskan pada asumsi bipolaritas dari perbedaan-perbedaan fisiologis yang disebutnya sebagai *'faulty science'* atau pengetahuan yang keliru. Belajar dari kesalahan itu, sebetulnya individu tidak lagi perlu dilihat sebagai *'a unitary,*

unproblematically sexed being' yang *fixed* tetap atau mati tetapi merupakan '*a shifting nexus of possibilities*' yang lebih cair/lentur dan bisa saling dipertukarkan. Teks sebaiknya tidak melakukan pengulangan kesalahan-kesalahan yang telah dibuat selama ini, yang akhirnya telah menelurkan suatu masyarakat yang patriarkis, di mana di satu sisi laki-laki memiliki otoritas dan power yang kuat sedangkan di sisi lain wanita lemah dan bergantung padanya.

Secara interteks teks dalam majalah anak-anak ini dikitari oleh teks-teks besar yang sangat bias gender seperti sinetron, berita-berita artis, cerita kisah, narasi lagu-lagu pop (Purbani, 1998; Ibrahim, 1998). Sementara itu teks tidak mungkin berdiri sendiri dalam menyuarakan suatu ideologi. Dalam hal ini Stephens mengatakan bahwa:

The production of meaning from the interrelationships between audience, text, other texts and the socio-cultural determinations of significance, is a process which may be conveniently summed up in the term intertextuality. Further, no text exist in isolation from other texts, and from their conventions and genres. (1992:84)

Dengan demikian tanpa vokalisasi yang kuat misi untuk lebih memberdayakan wanita akan tetap tenggelam diantara kubangan teks seksis lain yang sementara ini terbukti masih kuat dan dominan.

Bahan Bacaan Utama:

Davies, Bronwyn. 1993. "The Sense Children Make of feminist Stories"
 Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London: Arnold
 Faircough, Norman. 1992. *Language and Power*. London: Longman
 Hollindale, Peter. 1988. "Ideology and Children's Books"
 Stephens, John. 1992. *Language Ideology in Children's Fiction*