

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Permasalahan

Fakta bahwa media memiliki peranan yang besar dalam hidup manusia kontemporer adalah sebuah fakta yang tidak dapat dipungkiri lagi. Salah satu dari peran tersebut adalah memberikan makna gender bagi masyarakat. Melalui koran, televisi, ataupun media sosial, manusia belajar mengenai sosok ideal seorang pria ataupun wanita (Wood, 2009). Pria yang ideal, menurut studi yang dilakukan Giaccardi, Ward, Seabrook, Manago dan Lippman (2016), digambarkan media sebagai pria yang berjiwa pemimpin, mencari nafkah, menjadi kepala keluarga dan tegas dalam mengambil keputusan. Giaccardi, dkk. (2016) menyebutkan bahwa pria jarang sekali digambarkan dalam latar domestik. Oleh karenanya, menurut Gauntlett (2002), media seperti menormalisasikan sifat-sifat maskulin pada pria, seperti, seperti aktif, tegas, dan pemberani.

Kebalikannya, menurut penelitian Rahim, Baharudin, Ahmad, Yakob dan Kasmani (2017), media kerap menggambarkan wanita dalam peranan domestik, misalnya sebagai ibu rumah tangga. Sebagai akibatnya, sifat feminin seperti penurut, pasif, dan keibuan pun kemudian dianggap sebagai sifat yang melekat pada wanita. Pada akhirnya, media menormalisasi sebuah cara pandang yang melihat adanya batas yang tegas antara pria dan wanita ideal. Cara pandang biner – pria

maskulin dan wanita feminin - pada akhirnya juga mempengaruhi masyarakat dalam memaknai gender itu sendiri.

Memang, mayoritas tatanan sosial dan budaya di dunia masih beranggapan bahwa pria yang maskulin dan wanita yang feminin adalah gambaran gender yang “normal” dan “ideal” bagi manusia. Karena diperkuat oleh media, maka bagi kebanyakan pihak, gender itu bersifat biner, atau terdiri dari dua saja (Warner, 2016). Dalam pemahaman gender tersebut, pria tidak boleh menampilkan identitas gender yang feminin, dan sebaliknya, wanita tidak boleh menampilkan identitas maskulin. Dualisme identitas gender yang dipopulerkan media ini pada akhirnya bersifat universal, tidak terikat lokasi dan waktu (Giaccardi dkk., 2016). Identitas gender tradisional ini menjadi cara pandang yang dominan dalam negara-negara yang menganut sistem patriarki, seperti di Indonesia. Oleh karenanya, bukan menjadi hal yang mengherankan apabila media di Indonesia ikut berperan aktif dalam menormalisasikan identitas gender biner tersebut (Hidayana, 2018). Sebagai konsekuensinya, masyarakat Indonesia mengenal batasan yang sangat jelas terkait pembeda makna menjadi seorang pria dan wanita. Oleh karena itu, ketika muncul kelompok yang seakan menentang hegemoni sistem gender biner, masyarakat di Indonesia pun menjadi resah.

Pada pertengahan bulan Oktober 2019, warganet Indonesia dihebohkan dengan keberadaan komunitas crosshijaber, yaitu sekelompok pria yang memiliki hobi menggunakan jilbab. Menurut artikel dari kanal berita Okezone.com, keberadaan komunitas ini pada awalnya diketahui dari unggahan pengguna Twitter dengan akun @infinityslut, yang membuat *posting* berisi gambar hasil tangkapan

layar dari akun Instagram @Cross.hijaber (Sukardi, 2019). Tangkapan layar tersebut menunjukkan foto-foto sosok pria yang memakai hijab. Artikel Okezone.com tersebut juga memuat rentetan cuitan @infinityslut yang merasa terancam akan keberadaan kelompok ini. Artikel tersebut juga menceritakan bahwa komunitas crosshijaber menjadi viral dan banyak mendapatkan komentar negatif dari warganet. Pada saat penulisan tesis ini, baik akun Twitter @infinityslut dan Instagram @cross.hijaber yang disebut dalam artikel berita Okezone.com sudah berganti nama dan tidak dapat dilacak kembali.

Kemudian, setelah menjadi viral di media sosial, tema komunitas crosshijaber pada akhirnya diangkat pula oleh media arus utama. Penulis menemukan lebih dari 150 artikel berita terkait crosshijaber pada situs pencari berita Google News pada bulan Oktober 2019 saja. Pemberitaan fenomena crosshijaber ini muncul di berbagai kanal berita daring ternama seperti Tempo.co, DetikNews.com, Liputan6.com, maupun CNNIndonesia.com. Hal yang sama terjadi pada media penyiaran. Misalkan, pada tanggal 14 Oktober 2019, stasiun televisi CNN Indonesia memberitakan komunitas crosshijaber dalam tayangan berita yang berjudul “Waspada Cross Hijabers, Pria Pura-Pura Jadi Hijaber.” Kemudian di tanggal 15 Oktober 2019, stasiun televisi berita Metro TV membahas fenomena crosshijaber secara khusus dalam program Metro Siang. Stasiun televisi tersebut membahas crosshijaber dalam sebuah segmen yang berjudul “Cross-hijaber resahkan warga”. Satu hari setelahnya, stasiun televisi berita TV One membahas fenomena crosshijaber dalam program Kabar Petang. Seperti Metro TV, TV One juga membuat sebuah segmen khusus, dengan judul “Teror crosshijaber”.

Namun, penulis sadar bahwa sebelum menjadi viral di media sosial dan di media arus utama, komunitas Crosshijaber sebenarnya sudah dibahas oleh salah satu media alternatif Indonesia. Pada 9 Oktober 2019, Magdalene, media yang khusus membahas topik gender dan seksualitas, menerbitkan sebuah artikel berjudul ‘crosshijaber’: Aku Laki-laki, Aku Heteroseksual, dan Aku Berhijab (Adisya, 2019). Magdalene menjelaskan bahwa crosshijaber adalah salah satu jenis perilaku crossdressing atau “berlintas busana”. Dalam artikel tersebut, Magdalene menceritakan kisah narasumber artikelnya bernama Fianda Nurul, seorang laki-laki *crossdresser* berusia 27 tahun, yang suka memakai busana wanita muslim, termasuk hijab. Melalui artikel tersebut, Magdalene menggambarkan bahwa keberadaan komunitas crosshijaber ini menunjukkan bahwa gender dan seksualitas adalah topik yang sangat kompleks.

Alih-alih menggunakan kemunculan komunitas crosshijaber sebagai pemantik diskusi akan kompleksitas isu gender seperti yang dilakukan oleh Magdalene, mayoritas media arus utama di Indonesia justru secara serempak memberitakan komunitas crosshijaber secara negatif. Misalkan, media-media tersebut kompak membahas mengenai potensi tindakan kriminal yang dimiliki oleh komunitas crosshijaber. Selain itu, media-media arus utama tidak ada yang melakukan wawancara langsung dengan pelaku crosshijaber, tidak seperti yang dilakukan oleh Magdalene. Berulangnya tema crosshijaber pada berbagai kanal media dan juga adanya kesatuan suara media arus utama Indonesia dalam memberitakan komunitas crosshijaber ini menarik perhatian penulis untuk mempelajarinya lebih mendalam.

Penulis melihat bahwa tema crosshijaber menjadi sebuah tema yang berantai dari satu media ke media yang lain di bulan Oktober 2019. Penulis berpendapat bahwa berantainya tema crosshijaber di berbagai media massa Indonesia menunjukkan adanya kepetingan media dalam mengangkat isu gender. Terlebih lagi, komunitas crosshijaber masuk ke dalam kelompok minoritas seksual, yang tidak tunduk pada identitas gender maskulinitas atau femininitas. Pertanyaannya kemudian, mengapa perlu mempelajari topik crosshijaber ini?

Pembahasan crosshijaber tidak lepas dari pembahasan seputar kelompok minoritas seksual yang lain. Seperti yang telah disebutkan, crosshijaber adalah *crossdresser* laki-laki yang mengenakan pakaian wanita muslimah. *Crossdresser* sendiri merupakan salah satu kelompok minoritas seksual. Menurut para sarjana sosial, seseorang bisa disebut sebagai *crossdresser* ketika ia mengenakan jenis pakaian yang dianggap oleh norma dan budaya tidak sesuai dengan identitas gendernya (Gordon, 1997; Vencato, 2013). Para *crossdresser*, yang dulunya disebut sebagai *transvestite*, melakukan kegiatan lintas busana hanya pada saat-saat tertentu, tidak pada setiap saat (Vencato, 2013). Karena *crossdresser* mengekspresikan gender dengan cara yang dianggap tidak mengikuti pandangan mayoritas, maka *crossdresser* sendiri bisa dimasukkan ke dalam kelompok transgender. Kata transgender sendiri, menurut Williams (2014), merupakan istilah yang dipopulerkan pada awal dekade 90-an untuk memayungi berbagai komunitas minoritas seksual, yang identitas gendernya dianggap bertentangan dengan normal atau pemahaman umum terkait gender yang diakui oleh mayoritas masyarakat.

Dengan demikian, istilah transgender ini merupakan payung besar yang mencakup orang-orang yang berganti kelamin (*transsexual*) maupun para *crossdresser*.

Di dunia akademis sendiri, representasi kelompok minoritas seksual dalam media merupakan sebuah topik yang selalu menarik dikaji sarjana, peneliti dan pelajar ilmu sosial. Di Indonesia, studi-studi yang ada telah mengungkap cara media massa mengkonstruksi kelompok minoritas seksual dalam produk jurnalistiknya (Afifah, 2019; Utaminingtyas, 2017; Wahid & Yakut, 2018; Yudah, 2013). Melalui analisis framing model Pan dan Kosicki, Utaminingtyas (2017) menemukan bahwa media Republika Online membingkai kelompok lesbian, gay, biseksual dan transgender (LGBT) sebagai kelompok yang harus dilawan oleh masyarakat. Sementara itu, dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis, Yudah (2013) mengungkap ideologi transphobia (rasa takut atau sentimen negatif terhadap transgender) yang beroperasi dibalik pemberitaan harian Pos Kota terhadap kelompok LGBT. Wahid dan Yakut (2018), yang menggunakan analisis framing model Entman, menemukan perbedaan ideologi portal berita Detik.com dan Republika.co.id dalam memberitakan kelompok LGBT. Menurut mereka, Detik.com memiliki ideologi humanis yang membuat portal berita tersebut mengkonstruksikan kelompok LGBT sebagai korban. Sementara itu, Republika.co.id memiliki ideologi Islam yang melihat kelompok LGBT sebagai ancaman bagi Indonesia. Kemudian, meskipun tidak secara jelas mengungkapkan metode dan sumber data dalam penelitiannya, Afifah (2019) menyimpulkan bahwa media di Indonesia tidak memiliki pengetahuan yang cukup terkait isu LGBT.

Akibatnya, pemberitaan yang muncul condong negatif dan menyudutkan kelompok minoritas tersebut.

Literatur-literatur yang telah dipaparkan memperlihatkan bahwa studi terkait penggambaran kelompok minoritas seksual di media merupakan studi yang penting untuk dilakukan, mengingat saat ini kondisi sosial dan budaya di Indonesia yang semakin dinamis. Udasmoro (2017) menyatakan bahwa tumbangnya rezim Orde Baru membuka kebebasan berekspresi di Indonesia, salah satunya adalah ekspresi gender. Ia mengatakan bahwa setelah kelompok minoritas gender yang dulunya bersembunyi mulai banyak muncul di ruang publik. Kelompok minoritas seksual pun menjadi lebih sering muncul di media massa.

Namun, alih-alih memberikan pemberitaan dengan sudut pandang beragam atau berimbang, kajian-kajian yang telah ada menunjukkan bahwa media di Indonesia justru aktif mengkonstruksikan pandangan negatif terhadap kelompok minoritas seksual, setidaknya dalam satu dekade terakhir (Afifah, 2019; Utamingtyas, 2017; Wahid & Yakut, 2018; Yudah, 2013). Bahkan, media dianggap melakukan kekerasan simbolik terhadap mereka (Utamingtyas, 2017). Studi-studi tersebut memang sukses dalam membongkar tindakan represif media terhadap kelompok minoritas seksual. Namun, penulis melihat beberapa kelemahan dalam studi-studi yang dikaji.

Pertama, penulis tidak melihat adanya kebaruan metode penelitian. Kajian-kajian dilakukan dengan dua metode utama, yaitu analisis *framing* dan analisis wacana kritis. Selain itu, memang studi-studi tersebut sukses menunjukkan berbagai cara konstruksi negatif media terhadap kelompok minoritas seksual di

Indonesia. Namun, mereka gagal dalam memberikan apa makna konstruksi gender tersebut dalam konteks masyarakat Indonesia kontemporer. Dengan kata lain, studi-studi tersebut tidak memberi penjelasan mengapa kelompok minoritas seksual konsisten dikonstruksikan secara negatif oleh media. Celah-celah penelitian tersebut kemudian mendasari penulis dalam melakukan penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara kritis bagaimana konstruksi komunitas crosshijaber dalam media di Indonesia menggambarkan pemahaman gender yang dominan di Indonesia. Penulis menganggap topik ini menarik untuk dibahas mendalam karena pemberitaan crosshijaber di media merupakan fenomena yang rumit dan unik. Penulis berargumen bahwa perilaku *crossdresser* merupakan sebuah bentuk realitas sosial yang mencerminkan kompleksnya konsep gender. Namun, perilaku *crossdresser* di Indonesia menjadi lebih kompleks karena ternyata ada dari mereka yang mengenakan hijab, sebuah simbol agama Islam, yang dianut oleh mayoritas masyarakat negeri ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana media mengkomunikasikan tema yang kompleks ini kepada khalayak.

1.2. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Penelitian ini akan memfokuskan kajiannya pada pemberitaan media massa terhadap komunitas crosshijaber. Namun, meskipun pemberitaan crosshijaber muncul pada berbagai jenis media massa, dalam penelitian ini, penulis memilih memfokuskan kajian hanya pada berita crosshijaber pada program berita televisi. Berdasarkan laporan dari Nielsen (2019), televisi masih merupakan media yang

paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia di tengah gempuran media digital. Selain itu, penulis setuju dengan pendapat peneliti media Ross Tapsell (2017, h. 7) yang menyatakan masih pentingnya televisi dalam mengkaji masyarakat dengan mengatakan “*Television remained crucial for understanding Indonesian society*” Untuk alasan-alasan tersebut, penulis hanya akan membahas pemberitaan crosshijaber yang muncul pada program berita televisi.

Selanjutnya, penulis ingin membatasi lebih lanjut penelitian ini pada tayangan berita dengan tema crosshijaber yang terdapat dalam dua stasiun televisi berita nasional yaitu Metro TV dan TV One. Dari empat stasiun televisi berita yang bisa diakses secara gratis, iNews, Kompas TV, Metro TV dan TV One, dua stasiun televisi yang dipilih pada penelitian ini selalu menempati posisi dua teratas. Pada tahun 2018, lembaga pemeringkatan Nielsen melaporkan TV One sebagai stasiun berita yang paling banyak disaksikan masyarakat Indonesia, disusul oleh Metro TV (Katadata, 2018). Bahkan pada tahun lalu, menurut survey Katadata Insight Center (KIC), TV One menjadi stasiun televisi yang paling banyak diminati masyarakat, mengalahkan stasiun televisi berita maupun umum yang lain (Katadata, 2020). Atas alasan tersebut, penulis memilih Metro TV dan TV One sebagai fokus pada penelitian ini

Apabila penelitian-penelitian terdahulu menggunakan metode framing atau analisis wacana kritis untuk mempelajari teks media, maka dalam penelitian ini penulis akan menggunakan analisis tema fantasi. Secara singkat, metode yang dikembangkan oleh Ernest Bormann, sebagai alat analisis dari Teori Konvergensi Simbolik ini, bertujuan untuk mengungkap pesan-pesan seperti apa yang bisa

membuat beberapa pihak yang berbeda dapat mencapai sebuah kesatuan cara pandang (Bormann, 1985). Dengan kata lain, melalui metode ini, penulis berharap dapat menangkap kesatuan cara pandang dari dua stasiun televisi yang berbeda yaitu Metro TV dan TV One dalam memberitakan komunitas crosshijaber. Penggunaan analisis tema fantasi sebagai metode dalam penelitian ini terinspirasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakannya untuk mengkaji teks media (Bishop, 2003; Bormann, 1982; Hinnant & Hendrickson, 2012; Page & Duffy, 2009; Temple, 2011). Selain itu, karena pemberitaan crosshijaber terkait dengan isu gender, maka penulis juga menggunakan perspektif gender sebagai sebuah pertunjukan, yang diperkenalkan oleh Judith Butler (2010). Melalui perspektif ini, penulis akan mencoba menemukan ideologi gender yang digambarkan melalui pemberitaan komunitas crosshijaber di Metro TV dan TV One.

Berdasarkan fokus penelitian yang telah tersebut, penulis merumuskan dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana Metro TV dan TV One mengkonstruksikan komunitas crosshijaber melalui tema-tema fantasi?
- b. Bagaimana tema-tema fantasi dalam pemberitaan komunitas crosshijaber menggambarkan ideologi gender yang dominan di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan tema-tema fantasi yang digunakan oleh media massa Indonesia untuk mengkonstruksi komunitas

crosshijaber dalam pemberitaan mereka. Tema-tema fantasi yang berantai di media akan menggambarkan cara pandang kolektif media massa dalam memaknai kelompok gender yang dianggap normal di Indonesia. Berkaitan dengan tujuan tersebut, penelitian ini juga akan menjelaskan bagaimana tema-tema fantasi yang digunakan oleh media menggambarkan ideologi gender yang diterima di masyarakat. Untuk mencapai tujuan itu, penelitian ini akan membahas konteks sosial yang mendasari cara pandang terhadap identitas gender yang dianggap normal di Indonesia.

1.4. Signifikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki dua signikasi sebagai berikut. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti di bidang ilmu komunikasi dan kajian media yang ingin menggunakan analisis tema fantasi untuk mengkaji media massa. Dalam penelusuran terhadap kajian-kajian terdahulu, penulis melihat bahwa kajian terhadap konstruksi berita didominasi oleh analisis framing, analisis wacana, atau analisis wacana kritis. Kajian terhadap media massa, khususnya di Indonesia, yang menggunakan analisis tema fantasi masih terbatas. Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memperkaya literatur yang dapat dijadikan referensi dalam mempelajari sebuah teks media, khususnya berkaitan dengan metode analisis tema fantasi.

Dari sisi signifikasi praktis, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi media massa Indonesia sehingga ketika memberitakan kelompok minoritas seksual, mereka akan memiliki cara pandang yang lebih

beragam. Karena media memiliki peran sebagai pendidik masyarakat, penulis berharap bahwa kedepannya media di Indonesia dapat mengajarkan kepada masyarakat Indonesia bahwa isu gender merupakan isu yang kompleks, yang sebaiknya tidak dilihat secara hitam dan putih.

