MediaTor, Vol 10 (1), Juni 2017, 75-86

Citra Caleg Perempuan dalam 'Framing' Media 'Online'

[1]Yenni Yuniati, [2]Dedeh Fardiah

[1,2] Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung
E-mail: [1]yenniybs@yahoo.co.id, [2]dedeh@unisba.ac.id

Abstrak. *Fenomena tentang berita-berita pemilu memperlihatkan bahwa perempuan kurang mendapat akses ke dunia publik, karena representasi perempuan di media lebih kecil, hampir setengahnya, daripada representasi laki-laki yang dijadikan sebagai narasumber oleh media cetak nasional. Dilihat dari komposisi perbandingan status perempuan dan laki-laki yang menjadi narasumber, masih ada kecenderungan media belum memberikan akses yang sama dan berimbang bagi semua profesi yang ada, khususnya perempuan, untuk menjadi narasumber utama. Perempuan masih lebih banyak diletakkan sebagai sumber pengamatan saja. Kecenderungan di atas muncul akibat konstruksi pemberitaan media yang bias gender. Peneliti mengulas kajian tentang citra perempuan dalam pemberitaan di media online Kompas.com dan Detik.com yang memuat berita caleg perempuan peserta Pemilu 2014 menggunakan analisis framing dari Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan framing Kompas.Com dan Detik.Com mendefinisikan masalah berita terkait caleg perempuan bahwa perempuan yang berani mencalonkan diri kebanyakan terdiri dari orang-orang populer. Sedangkan, perkiraan masalah berita terkait caleg perempuan pada pemilu 2014 secara umum peneliti mengelompokkan pada tiga kategori yakni citra fisik, citra populer dan citra konflik. Keputusan moral yang diajukan hasilnya menunjukkan menjadi alasan ekonomis, politis, pragmatis dan estetis. Rekomendasi penyelesaian yang diajukan yakni caleg perempuan dapat menjadi anggota parlemen jika memenuhi faktor pengetahuan dan pendidikannya, sisi spiritualnya, sisi perekonomiannya, dan sisi peran publiknya di dunia politik.*

Kata kunci: *citra perempuan, politik, framing, media*

Abstract*. The phenomenon on general election news shows that female lacks of access to public sector, because female representation in the media is smaller, almost half of males representation as interviewees by national printed media. Observed from the composition of female and male status comparison made as interviewee, there is still tendency that media has not given equal and balanced access to all available professions, specifically female, to become the main interviewees. Female is mostly placed only as a source of observation. The above tendency emerges as the impact of media reporting construction which is gender-biased. The researchers discusses study on female image in the reporting in online media Kompas.com and Detik.com which post news on Female Legislative Candidates of General Election participants. the Reserachers used framing analysis from Robert N. Entman. Research showed that Kompas.com and Detik.com framing defined issues related with female legislative candidates as that females who are brave enough to elected themselves are mostly popular figures. Meanwhile assumption of news issues related with female legislative candidates in the 2014 general election, generally the researchers were grouping it in three categories, namely physical image, popularity image and conflict image. Moral decision proposed shows that it becomes economic, political, pragmatic and aesthetic reasons. Recommendation of the completion submitted is that female legislative candidates can become parliament members in terms of complying the factors of knowledge and education, spiritualism, economy and public roles in politics.*

Keywords: *female image, politic, framing, media*