

PENGARUH INFORMASI KESETARAAN GENDER PADA SUPLEMEN “GEULIS” HARIAN UMUM PIKIRAN RAKYAT TERHADAP PERSEPSI PEMBACA TENTANG KESETARAAN GENDER

Nila Nurlimah

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung (UNISBA)
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116, (022) 4205546. 107, 109 Fax. (022) 4263895,
HP 081931299605, *email* nilanurlimah@yahoo.com
Naskah diterima tanggal 25 Oktober 2012, disetujui tanggal 22 November 2012

THE INFLUENCE OF GENDER EQUALITY INFORMATION ON SUPLEMEN “GEULIS” PIKIRAN RAKYAT DAILY AGAINST THE PERCEPTION OF READERS ABOUT GENDER EQUALITY

Abstract

The rise of women harassing behavior much happening recently. This condition requires the empowerment of women to be optimized further. Positive perceptions about gender equality, in turn, will create awareness of the motives of women to empower themselves. The purpose of this study was to determine the effect of information on gender equality in the supplement "Geulis" in Harian Umum Pikiran Rakyat toward reader's perceptions about gender equality in the city of Bandung. The population was Harian Umum Pikiran Rakyat readers in Bandung City, sampling techniques carried out by two stage cluster sampling. This research concluded that the reader's perception of gender equality influenced by information about gender equality in the supplement "Geulis" HU Pikiran Rakyat.

Keywords : *information, gender equality, perception*

Abstrak

Maraknya perilaku yang melecehkan kaum perempuan banyak terjadi akhir-akhir ini. Kondisi ini menuntut upaya pemberdayaan terhadap kaum perempuan untuk lebih dioptimalkan lagi. Persepsi positif mengenai kesetaraan gender pada gilirannya akan mewujudkan kesadaran terhadap motif perempuan dalam memberdayakan dirinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh informasi tentang kesetaraan gender dalam suplemen “Geulis” dalam Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender di Kota Bandung. Populasinya adalah pembaca Harian Umum Pikiran Rakyat di Kota Bandung, teknik penarikan sampel dilakukan secara *two stage cluster sampling*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi pembaca tentang kesetaraan gender dipengaruhi oleh informasi tentang kesetaraan gender pada suplemen “Geulis” HU Pikiran Rakyat.

Kata kunci : informasi, kesetaraan gender, persepsi

PENDAHULUAN

Di Indonesia, perempuan yang berjumlah sekitar 50,3% dari jumlah seluruh penduduk Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2000), merupakan modal pembangunan yang potensial bila diikuti dengan kualitas, posisi, dan kondisi yang sejajar dengan laki-laki. Ini berarti perempuan Indonesia harus diberdayakan sekaligus memberdayakan dirinya, sehingga seluruh potensi yang terpendam dapat menjadi potensi yang riil yang bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat (laki-laki dan perempuan). Perempuan harus diberi kesempatan sekaligus merebut kesempatan yang ada agar mampu berkiprah dalam berbagai lapangan kehidupan.

Dalam Konvensi Wanita (Konvensi Perempuan) yang telah diratifikasi melalui Undang-Undang No. 17 Tahun 1984, tercantum beberapa alasan mengenai pentingnya pemajuan hak asasi perempuan dan komitmen-komitmen dari negara-negara penandatangan Konvensi, dan hanya bila komitmen itu diimplementasikan, maka barulah akan terwujud kesetaraan gender.

Berbagai upaya pemerintah untuk mengimplementasikan kebijakan-kebijakan pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender sudah banyak dilakukan. Kantor Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Meneg PP dan PA), telah mencetuskan visinya dalam rangka mewujudkan kesetaraan gender, yaitu: "Terwujudnya kesetaraan dan keadilan gender dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara." Adapun misinya antara lain: 1) peningkatan kualitas hidup perempuan, 2) penggalakkan sosialisasi kesetaraan dan keadilan gender, 3) penghapusan segala bentuk tindak kekerasan terhadap perempuan, 4) penegakan hak-hak asasi manusia bagi perempuan, 5) peningkatan kesejahteraan dan perlindungan anak, serta 6) pemampuan dan peningkatan kemandirian lembaga dan organisasi perempuan dan peduli anak.

Sebagai realisasinya, berbagai program dan kegiatan telah dilakukan, di antaranya; sosialisasi pengarusutamaan gender (PU), advokasi upaya penghapusan

kekerasan terhadap perempuan, lokakarya, seminar, pembentukan Forum Komunikasi Gender tingkat propinsi, sosialisasi hak-hak perempuan, peningkatan partisipasi perempuan di segala bidang, dan masih banyak lagi program-program lainnya yang dilakukan oleh Kantor Meneg PP dan PA pusat hingga ke tingkat propinsi, maupun dengan melibatkan instansi lain, seperti Perguruan Tinggi, LSM, Dinas Kesehatan, dan lain-lain.

Walaupun sudah banyak wanita Indonesia yang duduk di sektor publik, namun konsep kesetaraan gender masih belum terlaksana secara optimal. Berbagai diskriminasi dan ketidakadilan gender masih banyak dialami oleh perempuan-perempuan kita. "Berbagai kenyataan di lapangan menunjukkan terjadinya pelanggaran-pelanggaran hak-hak perempuan; dan belum terwujudnya kesetaraan gender". (TO Ihromi, *Perempuan dalam Hukum Nasional dan Konvensi Internasional*, HU Pikiran Rakyat; 26 Agustus 2002). Proporsi perempuan yang aktif di sektor publik masih tertinggal dibandingkan dengan laki-laki, apalagi dalam tingkat pengambilan keputusan, baik pada instansi pemerintah, partai politik, lembaga hukum, dan ekonomi. Dominasi laki-laki, menempatkan perempuan pada posisi yang kurang menguntungkan dalam berbagai bidang kehidupan. Pada era reformasi sekarang ini, dari 33 gubernur, 350 bupati/walikota, 700 anggota DPR/MPR, posisi yang dijabat perempuan dapat dihitung dengan jari.

Supaya konsep kesetaraan gender dapat terwujud, maka budaya patriarki harus dirubah dengan budaya yang berperspektif gender/feminis. Sebagaimana yang dikemukakan Ihromi (HU Pikiran Rakyat, 26 Agustus 2002):

"Di sini kita membaca pola tingkah laku sosial dan budaya secara umum dari pria dan perempuan yang perlu berubah. Kalau tidak maka prasangka-prasangka lama, nilai-nilai tradisional lama mengenai siapakah perempuan, apakah tugas-tugasnya, kedudukannya yang harus tunduk kepada suami atau para pria lainnya akan tetap dipertahankan oleh warga masyarakat,

sehingga pencapaian kesetaraan gender akan mengalami kendala.”

Fungsi memengaruhi masyarakat supaya nilai-nilai budaya patriarki berubah, ada pada media massa. Media massa memberikan informasi tentang kesetaraan gender kepada masyarakat. Informasi gender yang sampai ke masyarakat akan diolah, dipahami, dan selanjutnya diberi makna (persepsi). Persepsi dan pemahaman seseorang akan berpengaruh terhadap bagaimana seseorang bersikap dan berperilaku. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. (Rakhmat, 1988)

Harian Umum Pikiran Rakyat melalui suatu suplemen yang diberi nama “GEULIS”, menyajikan isu-isu gender dalam bentuk artikel dan *feature*. Disajikan secara berkala setiap hari Senin pada halaman dalam lembaran surat kabar. Dalam halaman tersebut (sekitar 3-4 halaman) dimuat 4 hingga 5 artikel seputar isu gender dalam realisasinya di masyarakat. Dalam Suplemen GEULIS, media ini berusaha melakukan pengagendaan isu gender dengan harapan masyarakat juga akan memosisikan isu gender sebagai hal yang penting. Dalam penyajiannya, dilakukan penonjolan-penonjolan antara lain; pemunculan isu gender secara berkala, dengan penyajian yang menarik melalui pemasangan judul dalam ukuran yang besar dan foto berwarna, serta penyajian materi kesetaraan gender yang baik dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, pembahasan materi yang sistematis, faktual dan akurat.

Dengan demikian yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Sejauhmana pengaruh informasi kesetaraan gender dalam Suplemen GEULIS di Harian

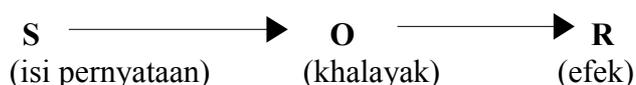
Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender di kota Bandung”. Identifikasi masalah penelitian ini adalah; 1) sejauhmana pengaruh penonjolan isu gender pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. 2) sejauhmana pengaruh daya tarik judul dan foto berwarna pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. 3) sejauhmana pengaruh isi pesan kesetaraan gender pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender.

KERANGKA PEMIKIRAN

Teori Stimulus – Organisme – Respons

Menurut teori ini, efek merupakan reaksi tertentu terhadap stimulus (rangsangan) tertentu, sehingga orang dapat menduga atau memperkirakan adanya hubungan erat antara isi pernyataan dengan reaksi audiens. Teori ini mempunyai elemen-elemen utama: (a) sebuah isi pernyataan (stimulus, S); (b) seorang komunikan (organisme, O); dan (c) efek (respons, R). Hubungan antara elemen-elemen ini seperti terlihat pada gambar 1 (DeFleur, 1970).

Teori Stimulus – Respons yang direvisi ini mengakui adanya pengaruh variabel kepribadian. Riset terhadap propaganda yang dirancang untuk mengurangi kecurigaan merupakan salah satu contoh riset yang mendukung teori perbedaan tersebut (Cooper dan Jahoda, 1974). (DeFleur, 1982) menegaskan bahwa: “Pesan media mengandung atribut rangsangan tertentu yang memiliki interaksi yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik kepribadian anggota *audience*”.



Sumber : DeFleur, 1970

Gambar 1
Teori Stimulus-Organisme-Respons

Pada beberapa penelitian empirik, respons ternyata tidak terbentuk langsung oleh stimulus, tetapi ada kondisi yang mengantarainya, yaitu organisme yang berupa perhatian, penerimaan, dan pemahaman. Dengan demikian respons khalayak berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku, akan timbul berdasarkan rangsangan yang tepat dengan memperhitungkan perbedaan individu. Fleur (1982) menegaskan bahwa “Pesan media mengandung atribut rangsangan tertentu yang memiliki interaksi yang beda-beda sesuai dengan karakteristik kepribadian anggota *audience*”.

Pesan Gender Dalam Media Massa

Alexis Tan (1981) mengatakan unsur efektivitas pesan dalam komunikasi massa terdiri dari: *message structure* (struktur pesan), *message style* (gaya pesan), dan *message appeal* (daya tarik pesan).

Pesan yang diorganisasikan dengan baik memudahkan pengertian, pengingatan, dan perubahan sikap (Rakhmat, 1988). Beighley (1952) meninjau berbagai penelitian yang membandingkan efek pesan yang tersusun dan pesan yang tidak tersusun. Ia menemukan bukti yang nyata yang menunjukkan bahwa pesan yang diorganisasikan dengan baik lebih mudah dimengerti daripada pesan yang tidak tersusun dengan baik (Rakhmat, 1988).

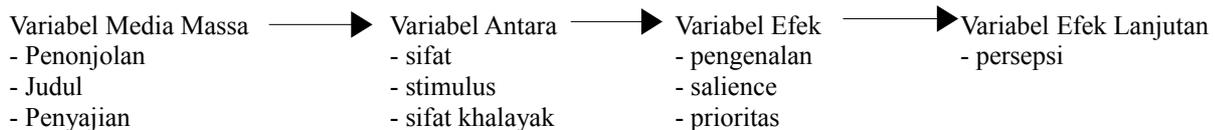
Penyajian pesan merupakan komponen pesan yang turut memengaruhi efek yang ditimbulkan dari padanya. Krech (1962) menegaskan sebagai suatu stimulus yang memengaruhi respons dalam hal selektivitas kognisi. Penyajian pesan ini mencakup:

1. Frekuensi, suatu pesan yang sering diulang-ulang akan lebih menarik perhatian seseorang dari pada pesan yang kurang banyak diungkapkan,
2. Intensitas, suatu pesan yang mendalam (lebih menonjol dibanding yang lain) akan lebih mendapat perhatian dari pada yang kurang menonjol,
3. Gerakan atau perubahan, suatu pesan yang bergerak atau berubah-ubah sangat menarik perhatian daripada pesan yang statis,
4. Jumlah, semakin banyak jumlah pesan semakin menentukan seleksi kognisi.

Informasi gender merupakan sejumlah informasi yang menggambarkan keikutsertaan atau keterlibatan pria dan wanita secara sejajar, sama, sederajat, baik pada sektor domestik maupun sektor publik, dalam berbagai aspek kehidupan, yang disajikan dalam bentuk artikel, *feature*, maupun berita mendalam.

Persepsi Tentang Gender Sebagai Efek Komunikasi Massa

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. (Rakhmat, 1988). Faktor yang sangat memengaruhi persepsi, yaitu perhatian. Kenneth Andersen, (1972) dalam Rakhmat (1988), menyebutkan; perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengonsentrasikan diri pada satu indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain.



Sumber : (Rakhmat, 1988)

Gambar 2
Model “Agenda Setting”

Di era reformasi sekarang ini, kebebasan media untuk menonjolkan suatu isu berdasarkan kepentingan media itu sendiri, sangat dominan. Berbicara mengenai penonjolan yang dilakukan media massa, Lazarsfeld Merton (1984) membicarakan fungsi media dalam memberikan status (*status conferral*). Karena namanya, gambarnya, atau kegiatannya dimuat oleh media, maka orang, organisasi, atau lembaga mendadak mendapat reputasi yang tinggi. Ia menyatakan bahwa; "Jika anda orang penting, anda akan diperhatikan media massa; dan jika anda diperhatikan media massa, pasti anda orang penting". Selain kepada orang atau lembaga, "*status conferral*" juga berlaku pada suatu isu tertentu; termasuk isu gender. Ini disebut teori Agenda Setting.

Melalui agenda setting surat kabar dapat memilih mana isu yang akan ditonjolkan dan mana yang dikesampingkan. Jadi model ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan itu.

Dalam menyajikan isu media, jelas media memegang peranan penting. Dengan kata lain media massa membentuk "agenda" untuk isi medianya. Kemampuan memengaruhi perubahan kognitif diantara individu-individu ini merupakan salah satu aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa. Dari uraian tersebut maka model Agenda Setting dapat digambarkan seperti pada gambar 2.

Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi apa yang dipikirkan orang (intrapersonal), apa yang dibicarakan orang itu dengan orang lain (interpersonal), dan apa

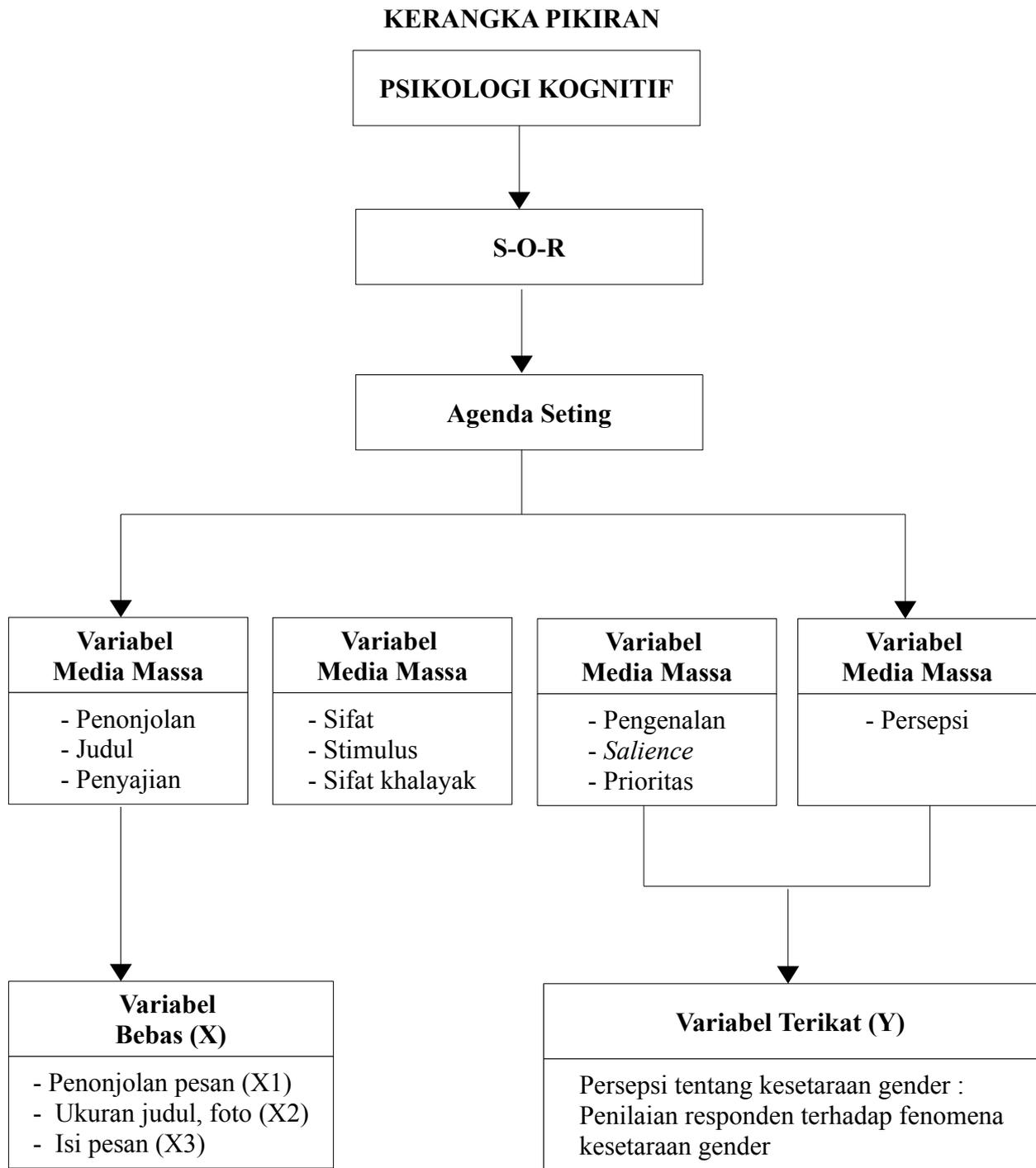
yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai. Efek terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan. Efek langsung berkaitan dengan isu: apakah isu itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak (pengenal); dari semua isu mana yang dianggap paling penting menurut khalayak (*salience*); bagaimana isu itu diranking oleh responden dan apakah rankingnya sesuai dengan ranking media (prioritas). Efek lanjutan berupa persepsi atau tindakan.

Dari kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka dapat digambarkan pada gambar 3 pola hubungan variabel-variabel yang merupakan paradigma penelitian tentang pengaruh Suplemen GEULIS terhadap persepsi pembaca.

Hipotesis umum dalam penelitian ini adalah: Suplemen GEULIS pada Harian Umum Pikiran Rakyat berpengaruh terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender di kota Bandung.

Sub Hipotesis

1. Penonjolan isu kesetaraan gender pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat berpengaruh terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender
2. Daya tarik judul dan foto berwarna pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat berpengaruh terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender
3. Isi pesan kesetaraan gender pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat berpengaruh terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender.



Gambar 3
Pola Hubungan Variabel-Variabel

METODE PENELITIAN

Penelitian "Pengaruh Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender di kota Bandung" termasuk penelitian survei, yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui pengambilan sampel dari populasi yang diamati, dalam hal ini kuesioner digunakan sebagai instrumen utama pengumpul data penelitian (Singarimbun, 1989).

Operasionalisasi variabel:

1. Variabel Bebas (X) yaitu: Informasi tentang gender. Variabel X diukur dengan cara melihat:
 - a. Penonjolan informasi gender (X1)
Penonjolan memiliki dimensi frekuensi pemunculan informasi gender dalam berbagai isu gender, seperti pendidikan perempuan, partisipasi dalam bidang politik, kekerasan perempuan.
 - b. Penyajian informasi gender (X2)
Penyajian yang dimaksud di sini adalah bagaimana informasi gender ini disampaikan kepada khalayak dengan memerhatikan aspek-aspek daya tarik tampilan visual untuk membangkitkan minat baca. Penyajian ini diukur melalui: pemasangan foto berwarna, tampilan suplemen dalam bentuk suplemen, ukuran judul, *statement* judul.
 - c. Isi pesan gender (X3)
Isi pesan dimaksud di sini adalah bagaimana informasi gender ini disampaikan dengan baik kepada khalayak, sehingga pesan bisa dimengerti oleh khalayak. Isi pesan ini diukur dengan melihat penggunaan bahasa, sistematika penyampaian pesan, aktualitas isu gender yang diangkat, faktual, dan akurasi.
2. Variabel tak bebas (Y) yaitu: persepsi tentang gender.
Persepsi tentang gender yang dimaksud di sini adalah pemaknaan pembaca mengenai kesetaraan gender. Persepsi pembaca ini diukur melalui pernyataan dan penilaian responden terhadap

realisasi gender di masyarakat.

Populasi penelitian ini adalah pembaca yang berlangganan Harian Umum Pikiran Rakyat di kota Bandung. Sampling yang digunakan adalah "Two Stage Cluster Sampling" (sampel klaster dua tahap).

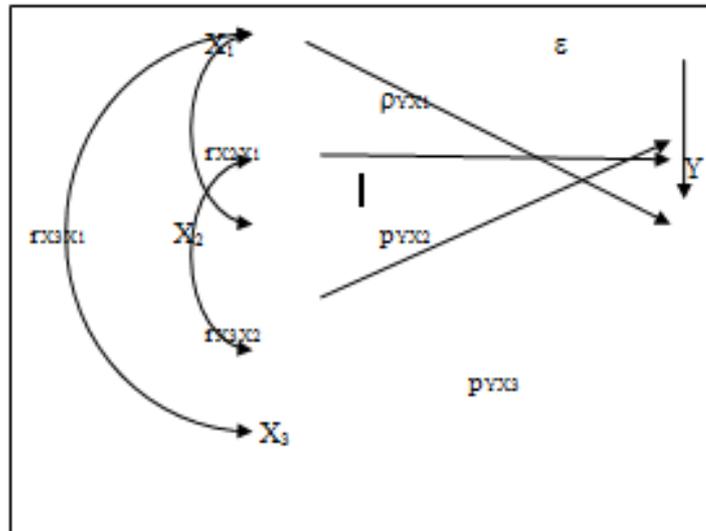
Kota Bandung merupakan daerah perkotaan yang memiliki sejumlah pelanggan Harian Umum Pikiran Rakyat, dibagi menjadi 6 wilayah besar yaitu: Bojonegoro, Cibeunying, Karees, Tegallega, Ujung Berung dan Gede Bage; ini ditetapkan sebagai Satuan Sampling Primer (SSP). Adapun sebagai Satuan Sampling Sekunder (SSS) adalah agen HU Pikiran Rakyat yang terdapat di masing-masing wilayah.

Pada setiap agen yang terpilih, dilakukan "listing" untuk memperoleh kerangka sampling yang berisi nama-nama pelanggan HU Pikiran Rakyat. Atas dasar kerangka sampling tersebut dilakukan pemilihan tingkat terakhir dengan cara memilih secara acak para pelanggan HU Pikiran Rakyat, dengan masa berlangganan minimal 2 bulan.

Ukuran sampel minimal ditentukan berdasarkan teknik iterasi Machin & Campwell (Sitepu, 1994), diperoleh angka sampel sebesar 122 responden.

Data primer dalam penelitian ini adalah data mengenai responden. Pengumpulan data ini dilakukan dengan jalan mengamati, mewawancari, dan pengisian daftar pertanyaan melalui kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner disusun menggunakan skala Likert. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari berbagai referensi seperti; buku, tesis, laporan penelitian, dokumen-dokumen, surat kabar, majalah, dan penerbitan lainnya yang relevan dengan masalah penelitian. Di samping itu dilakukan juga studi kepustakaan untuk mendapat informasi mengenai ilmu komunikasi, jurnalistik, komunikasi massa, dan wacana gender.

Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis, kuesioner disusun dengan menggunakan skala Likert dengan tipe pernyataan positif dan negatif, di mana untuk setiap pernyataan disediakan lima pilihan jawaban dengan skor



Gambar 4
Diagram Jalur Antar Variabel X dan Y

ordinal/ jenjang masing-masing adalah 1,2,3,4 dan 5. Skor ordinal 1 adalah skor terendah sedangkan skor ordinal 5 adalah skor tertinggi.

Sebelum pengambilan data yang sebenarnya untuk tujuan penelitian, terlebih dahulu dilakukan uji coba alat ukur untuk menguji apakah alat ukur yang digunakan sudah valid dan reliabel. Pengujian alat ukur dilakukan melalui uji validitas item dan uji reliabilitas variabel.

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*).

PEMBAHASAN

Selanjutnya dilakukan pengujian apakah penonjolan informasi kesetaraan gender, penyajian informasi kesetaraan gender dan isi pesan Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pembaca di kota Bandung tentang kesetaraan gender.

Setelah dilakukan pengujian terhadap koefisien jalur, dan semua koefisien jalurnya berpengaruh signifikan maka dapat

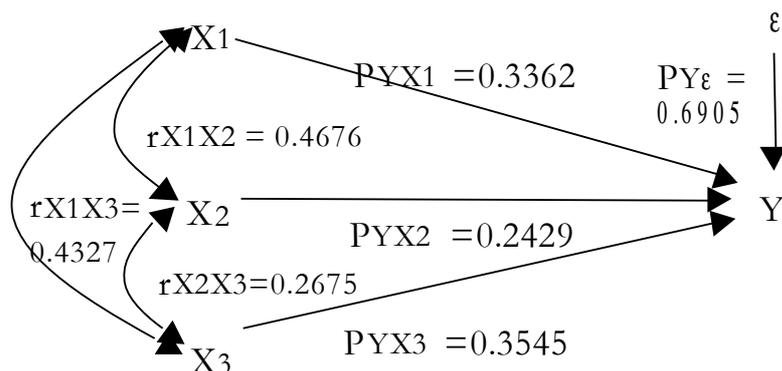
digambarkan struktur jalur beserta koefisien jalurnya seperti pada gambar 4.

Besarnya pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap persepsi pembaca di kota Bandung tentang kesetaraan gender:

1. Pengaruh faktor penonjolan informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender.

- Pengaruh langsung faktor penonjolan informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender = $(P_{Y X_1})^2 = (0.3362) \times (0.3362) = 0.1130$ (**11.30%**)

- Pengaruh tidak langsung faktor penonjolan informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender yang melalui hubungannya dengan faktor penyajian informasi kesetaraan gender = $P_{Y X_1} \times r_{X_1 X_2} \times P_{Y X_2} = 0.3362 \times 0.4676 \times 0.2429 = 0.0382$ (**3.82%**).



Gambar 5
Struktur Jalur Beserta Koefisien Jalurnya

- Pengaruh tidak langsung faktor penonjolan informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender yang melalui hubungannya dengan faktor isi pesan = $P_{Y X_1} \times r_{X_1 X_3} \times P_{Y X_3} = 0.3362 \times 0.4327 \times 0.3545 = 0.0516$ (**5.16%**).
Jadi total pengaruh faktor penonjolan informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. = **11.30% + 3.82% + 5.16% = 20,28%** dengan arah pengaruh positif, dimana semakin sering ditampilkan informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat persepsi pembaca di kota Bandung tentang kesetaraan gender juga semakin baik.
- 2. Pengaruh faktor penyajian informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender.
 - Pengaruh langsung faktor penyajian informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender = $(P_{Y X_2})^2 = (0.2429) \times (0.2429) = 0.0590$ (**5.90%**)
 - Pengaruh tidak langsung faktor penyajian informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender yang melalui hubungannya dengan faktor penonjolan informasi kesetaraan gender = $P_{Y X_2} \times r_{X_1 X_2} \times P_{Y X_1} = 0.2429 \times 0.4676 \times 0.3362 = 0.0382$ (**3.82%**).
 - Pengaruh tidak langsung faktor penyajian informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender yang melalui hubungannya dengan faktor isi pesan = $P_{Y X_2} \times r_{X_2 X_3} \times P_{Y X_3} = 0.2429 \times 0.2675 \times 0.3545 = 0.0230$ (**2.30%**).
Jadi total pengaruh faktor penyajian informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender = **5.90% + 3.82% + 2.30% = 12,02%** dengan arah positif, dimana semakin baik penyajian informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS Harian Umum Pikiran Rakyat persepsi pembaca di kota Bandung tentang kesetaraan gender juga makin baik.
- 3. Pengaruh faktor isi pesan terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender.

- Pengaruh langsung faktor isi pesan Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender = $(P_{Y X_3})^2 = (0.3545) \times (0.3545) = 0.1256$ (**12.56%**)
- Pengaruh tidak langsung faktor isi pesan Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender yang melalui hubungannya dengan faktor penonjolan informasi kesetaraan gender = $P_{Y X_3} \times r_{X_1 X_3} \times P_{Y X_1} = 0.3545 \times 0.4676 \times 0.3362 = 0.0516$ (**5.16%**).
- Pengaruh tidak langsung faktor isi pesan Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender yang melalui hubungannya dengan penyajian informasi kesetaraan gender = $P_{Y X_3} \times r_{X_2 X_3} \times P_{Y X_2} = 0.3545 \times 0.2675 \times 0.2429 = 0.0230$ (**2.30%**).

Jadi total pengaruh faktor isi pesan Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender = **12.56% + 5.16% + 2.30% = 20.02%** dengan arah pengaruh positif, dimana semakin baik isi pesan Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat persepsi pembaca di kota Bandung tentang kesetaraan gender juga semakin baik.

Dari pengujian secara statistik dihasilkan bahwa subhipotesis yang diajukan telah teruji. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penonjolan informasi kesetaraan gender, penyajian informasi kesetaraan gender, dan isi pesan kesetaraan gender berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. Hasil penelitian ini menguatkan pendapat Alexis Tan (1981), bahwa media massa dapat menentukan persepsi individu tentang norma-norma, fakta, dan nilai yang berlaku di masyarakat; melalui pemilihan, penyajian dan penekanan suatu tema. ini berarti di satu

pihak media massa mencerminkan realitas sosial, namun di pihak lain memiliki kemampuan untuk membentuk realitas sosial melalui pemilihan atau selektivitas untuk mengangkat suatu permasalahan. Sehingga media massa memiliki kekuasaan untuk mengembangkan dan mengarahkan pemikiran-pemikiran ke arah pemikiran tertentu. Jadi khalayak yang heterogen lebih banyak dikendalikan oleh media massa, sepanjang media massa tersebut menyaring, menonjolkan, mengonstruksi isu tertentu secara terus menerus, dalam kolom yang besar. Karena isu tersebut akan maneguhkan suatu nilai tertentu, termasuk tentang kesetaraan gender.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, pengaruh penonjolan informasi kesetaraan gender terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender adalah sebesar 20,28%, ini memperkuat pendapat Krech (1962: 20) yang menyatakan bahwa suatu pesan yang sering diulang-ulang akan lebih menarik perhatian dari seseorang bila dibandingkan dengan pesan lainnya yang kurang banyak diungkapkan.

Selanjutnya, berdasarkan hasil pengujian subhipotesis 2, hasilnya menunjukkan bahwa penyajian informasi kesetaraan gender berpengaruh terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. Pengaruh total penyajian informasi kesetaraan gender terhadap persepsi adalah sebesar 12,02%. Informasi kesetaraan gender di Suplemen GEULIS, yang disajikan dengan ukuran judul yang besar dan statemen judul yang menarik akan menarik perhatian pembaca untuk membaca artikel gender. Penampilan judul yang menarik ini penting karena menurut George Fox Mott (1969): "fungsi *headline* itu pada umumnya ada tiga, (1) mengiklankan berita itu sendiri, (2) meringkas isi beritanya, dan (3) memperindah halaman surat kabar".

Hasil pengujian subhipotesis 3, menunjukkan bahwa isi pesan kesetaraan gender berpengaruh terhadap persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. Pengaruh total isi pesan terhadap persepsi kesetaraan gender adalah sebesar 20,02%.

Informasi kesetaraan gender di

Suplemen GEULIS yang disajikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami akan memudahkan pembaca dalam memahami wacana gender, sehingga pada gilirannya mampu membentuk persepsi mengenai gender. Hal ini sesuai dengan pendapat Effendy (1986), bahwa: "Informasi yang disampaikan harus aktual, objektif, dengan kata-kata dan kalimat yang sederhana, sehingga mudah diserap dan dicerna oleh khalayak dengan pendidikan yang paling rendah".

Di samping variabel penonjolan informasi kesetaraan gender, penyajian informasi kesetaraan gender, dan isi pesan kesetaraan gender, terdapat faktor lain yang memengaruhi persepsi pembaca tentang kesetaraan gender. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, ternyata persepsi pembaca tentang kesetaraan gender sebesar 47,68% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Krech (1962: 20) bahwa sikap seseorang tidak saja dipengaruhi oleh variabel stimulus dari media massa, tetapi juga faktor lain.

PENUTUP

Simpulan

Persepsi pembaca tentang kesetaraan gender dipengaruhi oleh informasi tentang kesetaraan gender pada Suplemen GEULIS di Harian Umum Pikiran Rakyat. Hal ini disebabkan adanya penonjolan-penonjolan pada aspek frekuensi pemunculan informasi gender, aspek penyajian informasi gender, dan aspek isi pesan gender.

Berpengaruhnya frekuensi pemunculan informasi gender, penyajian informasi gender dan isi pesan gender, dikarenakan informasi gender tersebut dimuat secara berkala seminggu sekali dalam bentuk suatu suplemen, yang memakan empat halaman surat kabar, dengan menggunakan judul yang menarik perhatian pembaca, dan disertai dengan pemasangan foto berwarna yang menarik. Selain itu informasi gender disajikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, sistematis, dan isu yang diangkat

aktual, faktual, serta akurat.

Meskipun terdapat beberapa faktor yang memengaruhi persepsi pembaca tentang gender, namun faktor penonjolan informasi gender merupakan faktor yang pengaruhnya paling besar dibandingkan dengan faktor yang lain. Hal ini berarti frekuensi pemunculan informasi gender lebih berkecenderungan memengaruhi persepsi pembaca tentang gender daripada faktor yang lainnya.

Selain variabel penonjolan informasi gender, penyajian informasi gender dan isi pesan, ternyata ada variabel lain yang turut memengaruhi persepsi pembaca tentang gender, seperti terpaan informasi tentang gender yang disampaikan melalui radio, televisi, film, dan media cetak lain, interaksi dengan individu lain, penyuluhan tentang gender, dan lain-lain.

Saran

Hasil penelitian ini hanya berlaku pada media cetak dan tidak berlaku pada media lainnya, maka diharapkan ada penelitian lanjutan untuk mengkaji lebih jauh variabel-variabel yang memengaruhi persepsi pembaca tentang kesetaraan gender pada media lainnya, seperti media elektronik dan media *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metoda kuantitatif yang berlaku pada jenis media tertentu dalam jangka waktu terbatas. Diharapkan dilakukan penelitian tentang media dan gender ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif, terutama pada media kontemporer yaitu elektronik, *online*, bahkan media sosial.

Kepada industri media, khususnya media cetak supaya lebih meningkatkan lagi muatan isu tentang perempuan dan gender, baik dari segi materi maupun penyajiannya.

Kepada khalayak pembaca, khususnya kaum perempuan diharapkan semakin termotivasi memperkaya wacana tentang perempuan dan kesetaraan gender dalam rangka memberdayakan diri sebagai perempuan yang kuat, mandiri, dan setara dengan kaum laki-laki. Kaum perempuan tidak lagi dijadikan objek yang dimarjinalkan baik oleh kaum laki-laki maupun oleh sistem sosial, politik,

maupun budaya, Pengayaan diri ini bisa dilakukan melalui media massa cetak maupun elektronik dan media internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, Harun. (1992). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. (Diktat Kuliah). Bandung: Universitas Padjajaran Bandung.
- Azwar, Saifudin. (1988). *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya (Seri Psikologi)*. Jakarta: Liberty.
- Cleves, Julia Mosse. (2000). *Gender & Pembangunan*. Yogyakarta: Rifka Anisa Womens Crysic Centre bekerjasama dengan Pustaka Pelajar.
- DeFleur, Melvin L. dan Sandra Ball-Rokeach. (1982). *Theories of Mass Communication*, 5 th. Ed. New York: Logman Inc.
- Effendy, Onong Uchyana. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Illich, Ivan. (2001). *Matinya Gender*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- King, Robert. (1979)., *Fundamental of Human Communication*, New York: Mac. Millan Publishing Co., Inc.
- Krech, David, Crutchfield. (1962), *Individual In Society*, New York : Mc Graw-Hill Kogakusha, Ltd.
- L., Stewart, Tubbs & Sylvia Moss. (2000). *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*. , Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Mar'at. (1984)., *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukurannya*, Jakarta: Ghalia.
- Newcomb, Theodore M. (1978) *Social Psychology : The Study of Human Interaction*, Rinehart and Winston Inc., Holt.
- (1988) *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remadja Karya CV.
- Palapah, MO. (1983). *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandung: Fikom Unpad Bandung.
- Rahmat, Jalaluddin. (1988). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- Singarimbun, Masri. (1998). *Metode Penelitian Survy*,. Jakarta : LP3ES.
- Sitepu Nirwana, (1994). *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Unit Pelayanan statistika Universitas Padjadjaran Bandung.
- Tan Alexis (1981) *Mass Communication Theory and Research*, Ohio : Grid. Publishing Inc.

Wawancara:

- TO Ihromi, *Perempuan dalam Hukum Nasional dan Konvensi Internasional*, HU Pikiran Rakyat; 26 Agustus 2002