

Marginalization's Discourse against Women on News of *Tempo.co* Website:

Study Case of Bribing Beef Import Ahmad Fathanah's Case

Adek Risma Dedees

Media and Cultural Studies, Gadjah Mada University

E-mail: adedees@gmail.com

The women whom are said in bribing beef import Ahmad Fathanah's case getting off marginalization process on news of *Tempo.co* website. Shaping of marginalization had suffered such as passively positioning because of the women always "be hit" than "hitting" by something else. News of *Tempo.co* website also using the zero subject concepts refers to Ahmad Fathanah, with not mention his name in this case. It means Ahmad Fathanah was a good man, and the women are still in contravention of bribing beef import case. Using words and phrases which means connotation tendency like constriction in meaning (*pejorative*) process and euphemism indication. This paper also finds stereotyping of women, irrational and emotional discourses, and subordination shaping against women. The women, according on *Tempo.co* news and this case, cannot speak about their life and their selves, like their bodies. They need somebody (read; *Tempo.co*) to explain what their needs and their want to. Women's life and women's body are not their own, but its public own. News of *Tempo.co* website as if has 'authority' to re-define great women or not when they appear (wearing, make-up, sparkling or not, etc) on the public. This research used qualitative-interpretation methodology by using critical discourse analysis approach. Mode of analysis which used is Sara Mills's perspective, discourse and gender. Critical discourse analysis was used to interpret and elaborate marginalization's discourses against women on news of *Tempo.co* website within bribing beef import Ahmad Fathanah's case.

Keywords: marginalization, critical discourse analysis, women, Ahmad Fathanah, *Tempo.co*



Wacana Marjinalisasi terhadap Perempuan dalam Pemberitaan Situs Berita *Online Tempo.co*:

Studi Kasus Suap Impor Daging Sapi Ahmad Fathanah

Adek Risma Dedees

Media and Cultural Studies, Gadjah Mada University

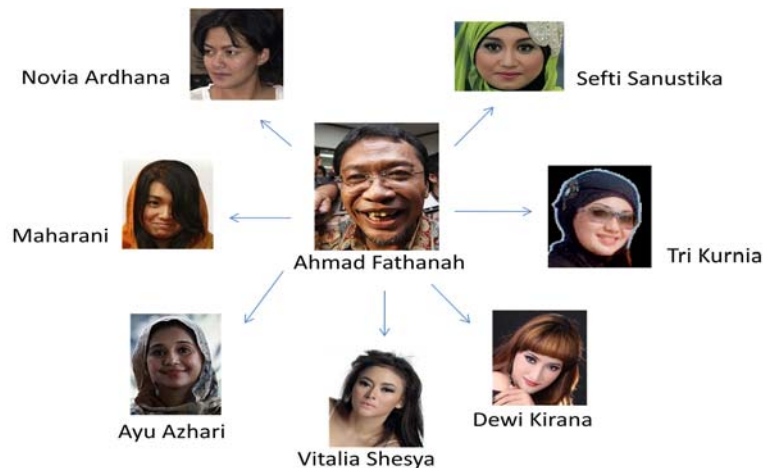
E-mail: adedees@gmail.com

Para perempuan yang disebut-sebut dalam kasus Ahmad Fathanah mengalami proses marjinalisasi dalam pemberitaan *Tempo.co*. Bentuk-bentuk marjinalisasi yang dialami berupa pemosisian pasif karena selalu ‘dikenai’ daripada ‘mengenai’ oleh suatu hal, dan kehadiran subjek yang kosong (absennya Ahmad Fathanah) pada pemberitaan yang mengiringi para perempuan. Penggunaan kata-kata serta frase yang cenderung bermakna konotatif yang mengalami proses peyoratif dan eufemisme, *stereotyping* atas perempuan, diskursus irrasional dan emosional, serta bentuk subordinasi lainnya. *Tempo.co* dalam pemberitaannya seolah-olah memiliki ‘otoritas’ dan ‘legitimasi’ untuk membicarakan, menjelaskan, mendeskripsikan, serta menilai tubuh dan apa yang dikenakan oleh perempuan di ruang publik. *Tempo.co* seakan-akan memiliki ‘otoritas’ guna ‘mendefinisikan’ kembali sopan dan tidak sopannya seorang perempuan tampil di hadapan publik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-interpretatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Model analisis yang digunakan ialah perspektif wacana kritis ala Sara Mills, wacana dan gender. Analisis wacana kritis digunakan untuk menginterpretasi dan mengelaborasi wacana marjinalisasi terhadap perempuan dalam pemberitaan kasus suap impor daging sapi Ahmad Fathanah.

Keywords: pemarjinalan, wacana, perempuan, Ahmad Fathanah, *stereotyping*, *Tempo.co*



A. Latar Belakang



Kasus suap impor daging sapi Ahmad Fathanah (AF) yang menyeret Luthfi Hasan Ishaq, mantan presiden Partai Keadilan Sejahtera, menarik dicermati. Pasalnya, kasus ini tidak hanya menyeret para tersangka di seputaran PKS dan PT Indoguna Utama, perusahaan impor daging sebagai penyuap, melainkan menggiring sekitar 20 perempuan -bahkan lebih- dalam kasus ini¹. Para perempuan yang disebut-sebut dalam kasus AF adalah para ‘korban’ yang terlibat pencucian uang dari sejumlah ‘harta-harta’ dan ‘kedermawanan’ AF. Para perempuan ini berasal dari berbagai latar belakang; artis, penyanyi dangdut, foto model, mahasiswa, maupun karyawan swasta. Sebut saja, artis senior Ayu Azhari, istri ketiga AF Sefti Sanustika yang belakangan menjadi artis dan menghias layar kaca, mahasiswi Universitas Moestopo Beragama Maharani Suciyo, Vitalia Shesya model majalah pria dewasa, penyanyi dan pemain sinetron Tri Kurnia Puspita, penyanyi dangdut kawasan Pantura Dewi Kirana, dan seterusnya.

Sejak akhir Januari 2013 hingga pertengahan Mei 2013 lalu pemberitaan kasus suap impor daging sapi AF dan keterlibatan banyak perempuan di dalamnya santer menghias layar kaca dan berbagai situs berita. Portal berita *Tempo.co* salah satu *new media* tak putus-putusnya memberitakan kasus ini. *Tempo.co* memberi tanda *hashtag* terhadap AF (#Ahmad Fathanah) sebagai kasus penting, populer, *trending topic* dan tentu saja banyak peminatnya. Besarnya kasus ini, banyaknya keterlibatan perempuan di dalamnya, serta signifikannya kasus ini terhadap ‘nama baik’ PKS pada pemilu 2014 kelak, mampu menyedot banyak perhatian publik. Implikasi dari kasus ini, pemerintah dan politik tanah air makin ‘berbenah’ dalam berbagai hal; meninjau kembali hukum dan pasal pencucian uang, rentannya korupsi di tubuh partai, menyeruaknya wacana poligami dan Islam, kewaspadaan masyarakat akan potensi sebagai ‘*next victim*’ atau korban selanjutnya dari kasus pencucian uang semakin meningkat, fenomena ‘ayam kampus’ kembali mendapat sorotan, serta wacana gratifikasi seks dalam dunia politik Indonesia.

¹ *tempo.co/ KPK Akui Ada 20 Wanita Penerima Duit Fathanah*. Akses 16 Mei 2013.

Sementara itu, dalam kasus suap impor daging sapi ini ada yang jauh lebih menarik bagi penulis yaitu pewacanaan perempuan dalam kasus ini serta dalam pemberitaan di media massa. Ketika kasus AF dan keterlibatan banyak perempuan di dalamnya *booming*, berimplikasi -seolah-olah- gerakan feminis dan perjuangan terhadap (hak-hak, kesetaraan, dan seterusnya) perempuan rontok dan luluh lantak begitu cepat. Hal ini dikarenakan pemberitaan yang tersebar luas menggambarkan bagaimana perempuan di sekeliling AF ‘patut’ menjadi ‘korban’ dan memang ‘begitu adanya’. Dengan kata lain, pemberitaan yang terjadi menggambarkan para perempuan ini sebagai sosok yang sangat tidak mengesankan. Para perempuan ini digambarkan sebagai perempuan ‘mata duitan’, janda yang tak berdaya dan bisa dibeli, ‘ayam kampus’ yang *innocent*, selebriti yang ceroboh, istri muda yang tidak rasional, pedangdut ‘saweran’, serta *stereotyping* dan citra subordinatif lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik melihat pewacanaan perempuan dalam pemberitaan dengan rumusan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana pewacanaan marjinalisasi terhadap perempuan dalam pemberitaan situs berita *online Tempo.co*: studi kasus suap impor daging sapi Ahmad Fathanah? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-interpretatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Model analisis yang digunakan ialah perspektif wacana kritis ala Sara Mills, wacana dan gender. Analisis wacana kritis digunakan untuk menginterpretasi dan mengelaborasi wacana marjinalisasi terhadap perempuan dalam pemberitaan situs berita *online Tempo.co*: studi kasus suap impor daging sapi Ahmad Fathanah.

Data penelitian ini diambil secara random dalam rentang waktu 30 Januari hingga 19 Mei 2013 di situs berita *online Tempo.co*.

B. Kerangka Teori

Analisis Wacana Kritis ala Sara Mills

Tabel 1. Posisi Model Analisis Wacana yang Dipakai²

Model	Tingkat Analisis		
	Mikro (teks)	Meso (produser/audiens)	Makro (sosial)
Theo van Leeuwen	√	-	√
Sara Mills	√	-	√
Teun A. van Dijk	√	√	√
Norman Fairclough	√	√	√

Model analisis wacana Sara Mills menekankan pada struktur mikro dan makro sebagai tingkatan analisis yang mendapat perhatian besar dalam membongkar ideologi dari sebuah teks. Analisis level mikro, yakni analisis pada teks, yang dipelajari terutama unsur

² Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LkiS, 2001), hlm. 344.

bahasa yang dipakai. Analisis level makro, yakni analisis struktur sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat. Analisis ini ingin menggambarkan bagaimana kekuatan-kekuatan yang dominan yang ada dalam masyarakat yang menentukan wacana yang dikembangkan dan disebarkan kepada khalayak. Termasuk juga dalam analisis makro ini adalah institusi media itu sendiri, baik ekonomi maupun politik media itu di tengah masyarakatnya. Mills (1997: 70) menjelaskan “*Feminist theorists are generally concerned to analyse power relations and the way that women as individuals and as member pf groups negotiate relations of power*”³.

Tabel 2. Kerangka Teori Analisis Wacana Model Sara Mills⁴

Tingkat	Yang Ingin Dilihat
Posisi Subjek-Objek	Dari kaca mata siapa peristiwa itu dilihat? Siapa yang diposisikan sebagai pencerita (subjek)? Apakah setiap aktor/kelompok sosial berkesempatan menampilkan diri dan gagasan sendiri?
Posisi Pembaca	Bagaimana posisi pembaca ditampilkan? Bagaimana pembaca memosisikan diri dalam teks? Kepada kelompok mana pembaca mengidentifikasi diri?

Sara Mills dalam model analisisnya lebih menekankan kepada bagaimana aktor diposisikan dalam teks berita (bahasa). Posisi ini dilihat sebagai bentuk pensubjekan seseorang: satu pihak mempunyai posisi sebagai penafsir, sementara pihak lain menjadi objek yang ditafsirkan. Secara umum ada dua hal yang diperhatikan dalam analisis. Pertama, bagaimana aktor sosial diposisikan dalam pemberitaan. Siapa pihak yang diposisikan sebagai penafsir dalam teks untuk memaknai peristiwa, dan apa akibatnya. Kedua, bagaimana pembaca diposisikan dalam teks. Teks berita dimaknai di sini sebagai hasil negosiasi antara penulis dan pembaca. Di sini tentu saja bisa bermakna khalayak macam apa yang diimajinasikan oleh penulis untuk ditulis. Posisi pemberitaan seperti ini, tidak hanya sekedar berurusan dengan teknik jurnalistik, tetapi juga dengan politik pemberitaan. Pilihan kelompok mana yang diposisikan sebagai pencerita menyebabkan peristiwa yang dihadirkan kepada khalayak muncul dalam perspektif dan kepentingan pencerita. Oleh karenanya, posisi semacam ini juga punya kaitan erat dengan ideologi. Karena pemosisian suatu kelompok pada dasarnya membuat suatu kelompok mempunyai posisi lebih tinggi dan kelompok lain menjadi objek dan sarana marjinalisasi.

Tabel 3. Kerangka (tambahan) Teori Analisis Wacana Model Sara Mills⁵

Tingkat	Yang Ingin Dilihat
Analisis Level Kata	Seksistkah? Kata-kata yang mengalienasi (olok-olok, cemooh, dll)?
Analisis Level Frase	Frase atau peribahasa yang jadi <i>commonsense</i> dalam

³ Sara Mills, *Discourse*, (London dan New York: Routledge, 1997), hlm. 70.

⁴ Eriyanto, *op. cit.*, hlm. 211.

⁵ Sara Mills, *Feminist Stylistic*, (London: Routledge, 1995), hlm. 62.

	kehidupan sosial.
Analisis Level Diskursus	Objektivikasi? <i>Stereotype</i> ? Relasi dengan pihak lain.

Selain itu, Sara Mills juga menukikkan model analisis dalam melihat marjinalisasi terhadap perempuan melalui berbagai level dari penggunaan bahasa dalam pemberitaan. Pertama, level kata yaitu bagaimana kata-kata yang dipilih dalam pemberitaan yang mengandung olok-olok, merendahkan, seksis dan seterusnya. Kedua, level frase yaitu penggunaan frase-frase dan peribahasa yang menggambarkan subordinasi atas perempuan. Ketiga, level diskursus bagaimana pemberitaan menampilkan wacana yang memperkuat objektivikasi dan *stereotyping* serta pelabelan negatif atas perempuan.

Portal Web Berita *Tempo.co*

*Tempo.co*⁶ (sebelumnya bernama *Tempointeraktif*) ialah sebuah portal web berita dan artikel daring yang didirikan oleh PT Tempo Inti Media, Tbk. *Tempo.co* didirikan pada tahun 1996 oleh Yusril Djalinus Dari, Bambang Bujono, S. Prinka, dan Saiful B. Ridwan dengan nama *Tempointeraktif*. Sebelumnya, PT Tempo Inti Media, Tbk. telah melahirkan majalah mingguan *Tempo* yang mengalami pemberedelan selama dua kali pada masa Orde Baru. Geliat Kelompok Tempo Media setelah mengalami pemberedelan dimulai dengan pembuatan situs *Tempointeraktif*, yang akhirnya menjadi pionir berita internet di Indonesia. Isi berita dibagi berdasarkan jenis-jenis berita, antara lain: nasional, metro, bisnis, olahraga, teknologi, gaya hidup, internasional, seni dan hiburan, selebritas, dan otomotif.

Tempo.co sebagai berita internet memiliki karakter berbeda dengan *Majalah Tempo* maupun *Koran Tempo*. Perbedaannya terletak pada model pemberitaan. Jika pada majalah dan koran, *Tempo* lebih cenderung menampilkan berita yang tidak hanya lugas, tetapi juga dalam dan menyeluruh. Hal ini berbeda dengan portal berita *Tempo.co* yang menampilkan berita singkat, tidak lengkap, bersambung pada berita selanjutnya, dan jelas saja tidak sedalam dan selengkap pada majalah dan koran *Tempo*. Karakter ini memang kemudian menjadi ‘*genre*’ baru dalam fenomena atau tradisi media baru (*new media*) di Indonesia, meski tidak semuanya. Karakter ini dikehendaki karena berita-berita yang tampil di portal *web* tidak berumur panjang. Dengan kata lain, model berita di portal *web* berdasarkan tempo waktu, bisa detik bisa menit. Hampir setiap berita di portal *web* dapat diperbaharui sesuai perkembangan informasi terbaru dalam hitungan detik atau menit.

Dewan Pers dalam Tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber⁷ menjelaskan dalam bagian (2) Verifikasi dan Keberimbangan Berita dalam butir (c) syarat ke (4) menjelaskan media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir pada berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring. Sementara butir (d) menjelaskan bahwa setelah memuat berita dengan butir (c), media wajib

⁶ <http://id.wikipedia.org/wiki/Tempo.co> akses 19 Juni 2013

⁷ <http://www.dewanpers.or.id/page/kebijakan/pedoman/?id=494> akses 20 Juni 2013

meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (*update*) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

Fakta pemberitaan yang ditemukan dalam media *online*, seperti *Tempo.co*, pembaca berita tidak akan menemukan keberlakuan ketentuan seperti apa yang diterangkan oleh Dewan Pers. Yang ada hanyalah tautan *link* dari berita-berita sebelumnya atau selanjutnya mengenai suatu isu yang saling berkaitan, alih-alih portal berita menuliskan '*berita masih membutuhkan verifikasi*'. Dalam *cyberspace* hal ini dikenal dengan intertekstualitas (*intertextuality*), yakni pertautan teks dengan laman-laman lain karena adanya persamaan kata. Pertautan ini bisa jadi merujuk kepada teks lain yang sama sekali berbeda makna secara kontekstual. *The intertextuality of web pages – the extent to which any text makes reference to other texts – is especially manifest through hyperlinks, and these determine most of the remaining characteristics, too.* (Mitra and Cohen dalam Bell, 2001: 193)⁸. Pertautan ini semata-mata karena sifat internet dan atau komputer sebagai mesin (mesin yang terprogram) yang akan menampilkan apa saja sesuai dengan 'kode' (bahasa) yang dimasukkan/diketikkan. Internet, pada banyak kasus, hanya mengenali teks (*content*), sementara tidak mengenal konteks (*context*).

Pemberitaan kasus suap impor daging sapi AF yang melibatkan banyak perempuan dalam penanganan kasus ini, memperlihatkan bagaimana portal berita *Tempo.co* menampilkan satu berita ke berita lainnya –dalam kasus AF- terkesan '*over leap*' atau menumpuk dengan pemberitaan yang lain. Misal, berita satu bertalian dengan berita lain yang kontennya bisa mirip atau berbeda, yang melibatkan si 'aktor' dan 'aktris' ataupun diceritakan oleh orang dekat, pihak yang pernah berelasi, ataupun oleh tetangga mereka. Tidak hanya itu, konsep 'verifikasi' ala pemberitaan media *online* seperti 'pisau bermata dua'; satu sisi mengabarkan alur berita selanjutnya, namun di sisi lain penggunaan akan kata-kata, frase, ungkapan, serta diskursus yang dibangun cenderung sama dengan pemberitaan sebelumnya. Sementara, dalam portal berita *online*, intensitas kemunculan berita baru sangat cepat jika dibandingkan dengan koran atau majalah, hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik. Sehingga, produksi dan reproduksi diskursus yang dibangun juga semakin cepat, masif, dan 'efektif'. Dalam konteks ini, diskursus tentang permajinalan perempuan dalam pemberitaan kasus suap impor daging sapi Ahmad Fathanah juga semakin cepat dan menyebar luas.

C. Analisis

Tabel 4. Data (Teks Berita) Pemberitaan Perempuan dalam Kasus Ahmad Fathanah

No	Data (Teks Berita) Kata, Frase, Diskursus	Tanggal & Judul
1	Indehoy dengan Maharani	16 Mei 2013
2	(AF) Berasyik-masyuk dengan Maharani	

⁸ David Bell, *An Introduction to Cyberculture*, (London and New York: Routledge, 2001), hlm. 193.

3	(AF) Berduaan dengan Maharani	<i>Fathanah Akui Indehoy dengan Maharani</i> ⁹	
4	(Maharani) Dicidadu dengannya (Fathanah)		
5	(AF) Membayar Rani (Maharani)		
6	Berkencan dua jam		
7	Saya (Maharani) berpikir positif		
8	Biar tidak (Maharani) dibilang sombong		
9	Saya (Maharani) tidak berniat mencari keuntungan dari perkenalan		
10	Mengaku kecewa (Sefti Sanustika)		
11	(Vitalia Shesya) Dibelikan mobil (oleh AF)		
12	Maharani disewa (AF)		31 Jan 2013
13	KPK menangkap Maharani bersama AF		<i>Maharani Disewa Rp 10 Juta oleh Tersangka PKS?</i> ¹⁰
14	Maharani tertangkap bersama AF tanpa busana		
15	Ia (AF) membayar Maharani		
16	10 juta (Maharani) bersama saya (AF) dua jam		
17	Maharani ikut digelandang		
18	Kaos biru belahan dada rendah dan dibalut blazer hitam		
19	(Maharani) tampak linglung		
20	Berhembus kabar, (Maharani) sedang mabuk		
21	Simak heboh dan panasnya kisah Maharani		
22	(Vitalia adalah) Fotomodel majalah syur	8 Mei 2013	
23	(Vitalia) nyaris berlanjut ke pernikahan siri	<i>Vitalia Sessa Diajak Nikah oleh Ahmad Fathanah</i> ¹¹	
24	(AF) mengajak saya (Vitalia) menikah siri		
25	(AF) sebatas teman dekat		
26	Saking dekatnya (dengan AF)		
27	(Vitalia) mendapat hadiah		
28	(hadiah) sejumlah uang dan jam tangan mewah		
29	(Vitalia) ber-busana sopan, blazer, rok selutut		
30	Wajah (Vitalia) tampak lelah, kurang terawat, pipinya berjerawat		
31	(Vitalia) glamour dan mengumbar keseksian tubuhnya		
32	Vitalia keberatan disebut fotomodel “panas”		
33	Perasaan (Sefti) hancur dan malu		19 Mei 2013
34	Tapi saya (Sefti) mau <i>gimana</i> lagi?	<i>Dengar Pengakuan Maharani, Perasaan Sefti Hancur</i> ¹²	
35	Saya (Sefti) sangat malu pada keluarga besar dan tetangga		
36	Namun dia (Sefti) untuk legowo dan ikhlas		
37	(Sefti) Sebagai perempuan ya tentu marah		

Pilihan kata-kata, frase, dan diskursus yang ditimbulkan oleh pemilihan kata dan frase di atas dapat dicermati lebih lanjut. Kata “indehoy” dilekatkan kepada Maharani ketika KPK menangkap AF di Hotel Le Meridien Jakarta. Kata “indehoy” dulu –sekitar tahun 70-90an– dipakai untuk mengungkapkan atau mengespresikan hal yang indah-indah, senang, *happy fun*, dan bahagia. Pengungkapan makna ini lebih condong ke arah denotasi. Namun, saat ini kata “indehoy” mengalami peyoratif atau penyempitan makna. Sekarang, artinya tidak lagi senang-senang dalam hal positif, tapi justru bersenang-senang dalam hal negatif.

⁹ Berita utuh terlampir

¹⁰ Berita utuh terlampir

¹¹ Berita utuh terlampir

¹² Berita utuh terlampir

Penyempitan makna “indehoy” lebih akrab dipakai pada praktik-praktik asusila, seperti transaksi seksual dengan Pekerja Seks Komersial, dan seterusnya. Kata “indehoy” pada konteks ini juga mengalami apa yang disebut dengan konsep eufemisme, yakni gejala bahasa yang ditunjukkan dengan penggunaan kata atau ungkapan yang dipandang memiliki rasa lebih sopan. Atau ada istilah lain, eufemisme berkaitan dengan pemakaian kata atau bentuk lain, untuk menghindari bentuk larangan atau bentuk yang ditabukan dalam berbahasa. Oleh karena alasan-alasan sosio-kultural, atau karena banyak tuturan tidak berterima di masyarakat (Kasiyan, 2008: 5)¹³. Kata “indehoy” sekarang cenderung banyak dipakai dalam konteks bermakna konotatif untuk tidak mengatakan “bersetubuh”, “berhubungan intim”, “bersenggama”, atau “*making love*”. Kata “indehoy” menjadi alternatif sebagai ungkapan lebih halus dari “bersenggama” atau “bersetubuh”.

Wacana pemarjinalan terhadap perempuan dalam pemberitaan *Tempo.co* juga dapat dicermati dari pemosisian objek terhadap perempuan. Maharani dan Vitalia cenderung dijelaskan dengan menggunakan imbuhan di- pada kata yang menyertai mereka. Artinya, para perempuan ini ditampilkan sebagai objek, karena dikenai oleh suatu perbuatan. Jelas saja, karena dikenai oleh suatu perbuatan atau tindakan ada kuasa yang lebih besar di atas mereka. Maharani dan Vitalia pun –tak dapat ditampik- berposisi sebagai pihak yang lemah, tidak berdaya dan tidak berkuasa. Mereka menjadi pihak yang pasif dalam pemberitaan ini. Seperti, “Maharani disewa”, “Maharani ikut digelandang”, “Vitalia mendapat hadiah (dari AF, sebagai *zero subject*)” adalah pengungkapan terhadap peristiwa yang dialami perempuan dengan memakai kalimat pasif. Perempuan dalam pemberitaan ini selalu ‘dikenai’ daripada ‘mengenai’. Ini menjelaskan posisi perempuan selalu berada pada level di bawah subjek, dalam hal ini posisi AF sebagai subjek. Pemosisian objek terhadap perempuan ditegaskan dengan adanya *zero subject* (subjek yang kosong). Seperti, “(AF, *zero subject*) mengajak saya (Vitalia) menikah siri”. Kosongnya subjek bukan berarti tidak berarti apa-apa dan ‘baik-baik’ saja. Justru kekosongan ini semakin mengukuhkan keberadaan subjek, dalam hal ini AF. Kehadiran subjek yang kosong dalam pemberitaan ini juga mengesankan seolah-olah AF tidak bersalah, justru para perempuan inilah yang ‘aktif’ menggaet seorang laki-laki. Pemosisian subjek objek ini terlihat jelas dalam narasi pemberitaan keterlibatan para perempuan yang menerima atau disangka menerima aliran uang dan kekayaan dari AF (baca berita utuh, terlampir). Posisi subjek objek juga erat kaitannya dengan relasi kuasa bagaimana perempuan ditampilkan.

Perempuan yang terlibat dengan kasus AF dalam pemberitaan *Tempo.co* cenderung dibicarakan lebih deskriptif. Misal, “(Vitalia) ber-busana sopan, blazer, rok selutut”, “Wajah (Vitalia) tampak lelah, kurang terawat, pipinya berjerawat”, “(Vitalia) glamour”, “Mengumbar keseksian tubuhnya”, “(Maharani) ber-Kaos biru belahan dada rendah dan dibalut blazer hitam”, “(Maharani) tampak linglung”, “Berhembus kabar, (Maharani) sedang mabuk”. Deskripsi seperti ini menerangkan bagaimana *Tempo.co* (media dan pihak lain) memiliki legitimasi untuk membicarakan perempuan dan tubuhnya. Tubuh perempuan seolah-olah bukanlah hak dirinya, sehingga harus ada pihak lain yang kemudian

¹³ Kasiyan, *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. (Yogyakarta: Ombak, 2008), hlm. 5.

menceritakan tubuh perempuan dan dengan demikian maka perempuan akan ada. Jika tidak, perempuan akan selalu berada dalam ‘jurang’ yang itu-itu saja. Sayangnya, deskripsi penceritaan atas tubuh perempuan selalu dikontraskan dengan penampilan perempuan sebelumnya. Atau, deskripsi tentang tubuh dan apa yang dikenakan jika dalam kondisi baik-baik –pakain tidak mini, tidak lelah, tidak berjerawat, tidak linglung, dan sebagainya- tidak diberitakan. Justru tubuh dan pakaian apa yang dikenakan terkesan ‘liar’ kemudian lebih banyak mendapat sorotan kata-kata dan bahasa oleh *Tempo.co*. Otoritas menceritakan ini seolah-olah sudah menjadi milik publik, sehingga akan ‘baik-baik’ saja jika publik membicarakan bahkan menilai tubuh perempuan. Media dalam hal ini *Tempo.co* tidak hanya memiliki ‘legitimasi’ serta ‘otoritas’ menceritakan dan menilai tubuh perempuan dalam pemberitaannya, lebih dari itu juga ‘mendefinisikan’ -reproduksi etika dan moral- mana yang sopan dan mana yang tidak sopan, khususnya dalam berpakaian atas perempuan. Ini bentuk pemarjinalan lain terhadap perempuan yang semakin –sadar atau tidak sadar- diteguhkan dalam pemberitaan *Tempo.co*.

Diskursus pemarjinalan terhadap perempuan dalam pemberitaan *Tempo.co* juga terlihat dari arahan-arahan jawaban yang harus diberikan oleh perempuan yang terlibat dalam kasus suap impor daging sapi AF. Misal, “Saya (Maharani) berpikir positif”, “Biar tidak dibilang sombong”, “Saya (Maharani) tidak berniat mencari keuntungan dari perkenalan”. Institusi *Tempo.co* sebagai level makro dari konstruksi diskursus pemarjinalan terhadap perempuan ini dapat dilihat dari model pertanyaan yang dilontarkan kepada Maharani. Kirakira pertanyaannya seperti ini; “Kenapa anda (Maharani) tertarik berkenalan dengan AF?” Atau, “Apakah anda (Maharani) sudah mengira dan merencanakan akan dijanjikan sesuatu oleh AF dalam perkenalan itu?”. Jawaban-jawaban yang diberikan oleh Maharani terkesan *commonsense* dan ‘memang sudah begitu wajarnya’. Ungkapan-ungkapan ini dapat dibaca bahwa perempuan jangan sekali-kali ‘lancang’ meniatkan, merencanakan, dan melakukan suatu hal di luar ‘adat’ mereka sebagai perempuan yakni lugu, tidak berkehendak ‘aneh-aneh’, ‘baik’, dan sebagainya. Dengan kata lain, perempuan dituntut sopan dalam berkata-kata dan dalam berperilaku harus menyenangkan. Maharani harus berkenalan dengan AF, jika tidak, ia akan dicap sebagai perempuan ‘tidak baik-baik’ atau sombong. Yang meng-cap Maharani sebagai perempuan ‘tidak baik-baik’ dan sombong jelas adalah AF, serta kemudian ada ancaman dari struktur yang lebih besar yakni masyarakat. Tuntutan ‘*women speak like a lady*’ (perempuan berbicara seperti perempuan terhormat) sudah terinstitusi dalam berbagai elemen masyarakat. *Women act like women because the position they occupy require feminine behavior. Men act like men because the social position they occupy require competence, leadership. Physical strength, and autonomy*¹⁴. Sehingga tidak mudah membalik konstruksi yang sudah men-*stereotype* itu¹⁵.

Sementara itu, diskursus pemarjinalan terhadap perempuan juga diteguhkan melalui ungkapan-ungkapan yang terdapat dalam teks berita *Tempo.co*. Seperti, “Perasaan (Sefti) hancur dan malu”, “Saya (Sefti) sangat malu pada keluarga besar dan tetangga”, “(Sefti) Sebagai perempuan ya tentu marah,” “Namun dia (Sefti) tetap legowo dan ikhlas”.

¹⁴ Francine M. Deutch, *Doing Gender*, Journal Gender and Society, Vol. 21. No. 1 (Feb. 2007), hlm. 114.

¹⁵ Sara Mills, *Gender and Politeness*, (Cambridge University Press: New York, 2003), hlm. 165.

Perempuan diteguhkan dengan karakter pemalu dan pemaarah. Ini bentuk kuat dari peneguhan *stereotyping* atas perempuan bahwa perempuan itu emosional, tidak rasional, sentimental, dan seterusnya. Perempuan diteguhkan sebagai penanggung aib dari keluarga yang harus ia pertanggungjawabkan kepada keluarga besar serta tetangga, masyarakat, bahkan bangsa. Tidak hanya itu, di balik cobaan yang ditimbulkan oleh AF (laki-laki, suami Sefti) perempuan dituntut untuk mengikhhlaskan semua cobaan dan berlapang dada, seolah-olah itu cobaan yang harus ia terima. ‘Sifat’ keberterimaan perempuan atas segala ‘kehendak hidup’ seolah-olah sudah menjadi ‘kodrat’ yang harus dipikul perempuan. Ia adalah penjaga keutuhan, kedamaian, kebersamaan, ketenangan keluarga dan orang banyak. ‘Kodrat’ ini kemudian ‘memenjarakan’ perempuan karena ia tak diperbolehkan menghindari dari ‘kodrat’ itu. Ia dibungkam. Jangankan untuk memberontak, sekadar menceritakan saja ia tidak diperkenankan. “Ia harus *legowo* dan ikhlas”. *Alongside this rethinking is the need to critique how and why existing processes of knowledge production are shaped within frameworks that automatically exclude women and people who challenge the status quo*¹⁶”. ‘Tanggung jawab’ inilah yang diteguhkan oleh *Tempo.co* (baca; media dan struktur masyarakat lebih luas) terhadap perempuan.

D. Simpulan

Para perempuan yang disebut-sebut dalam kasus Ahmad Fathanah mengalami proses marjinalisasi dalam pemberitaan *Tempo.co*. Bentuk-bentuk marjinalisasi yang dialami berupa pemosisian pasif karena selalu ‘dikenai’ daripada ‘mengenai’ oleh suatu hal, dan kehadiran subjek yang kosong (absennya AF) pada pemberitaan yang mengiringi para perempuan ini. Penggunaan kata-kata serta frase yang cenderung bermakna konotatif karena mengalami proses peyoratif dan eufemisme, *stereotyping* atas perempuan, diskursus irrasional dan emosional, serta bentuk subordinasi lainnya. Pemberitaan *Tempo.co* meneguhkan (kembali) posisi perempuan sebagai manusia yang lemah, tetapi ber’kodrat’ sebagai penjaga nama baik dan bertanggung jawab atas kenyamanan dan kedamaian keluarga.

Tempo.co dalam pemberitaannya seolah-olah memiliki ‘otoritas’ dan ‘legitimasi’ untuk membicarakan, menjelaskan, mendeskripsikan, serta menilai tubuh dan apa yang dikenakan oleh perempuan di ruang publik. Hal ini berkesan, tubuh perempuan bukanlah ‘murni’ miliknya, melainkan adalah milik publik, dimana publik sebebas-bebasnya membicarakan dan menilai tubuh perempuan. Tak sebatas itu, *Tempo.co* serta publik seolah-olah melalui tubuh dan apa yang dikenakan oleh perempuan memiliki ‘otoritas’ guna ‘mendefinisikan’ kembali sopan dan tidak sopannya seorang perempuan tampil di hadapan publik. Ini bentuk pamarjinalan lain terhadap perempuan yang semakin –sadar atau tidak sadar- diteguhkan dalam pemberitaan *Tempo.co*.

¹⁶ Vivienne Taylor, *From State Security to Human Security and Gender Justice*, Journal Agenda, No. 59, Women in War 2004, hlm. 69.

Referensi

Buku:

Bell, David. 2001. *An Introduction to Cyberculture*. London and New York: Routledge.

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.

Mills, Sara. 1995. *Feminist Stylistic*. London dan New York : Routledge.

----- . 1997. *Discourse*. London dan New York: Routledge.

----- . 2003. *Gender and Politeness*. New York: Cambridge University Press.

Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.

Jurnal:

Deutch, Francine M. 2007. *Doing Gender*, Journal Gender and Society, Vol. 21. No. 1 (February).

Taylor, Vivienne. 2004. *From State Security to Human Security and Gender Justice*. Journal Agenda, No. 59, Women in War.

Situs:

<http://id.wikipedia.org/wiki/Tempo.co> akses 19 Juni 2013

<http://www.dewanpers.or.id/page/kebijakan/pedoman/?id=494> akses 20 Juni 2013

tempo.co/ KPK Akui Ada 20 Wanita Penerima Duit Fathanah akses 16 Mei 2013