

KONSTRUKSI TEMA KECANTIKAN PADA PROGRAM OPINI KOMPAS TV

Helvana Dewi Yulian

Program Studi S-1 Televisi dan Film
Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta
Email: helvana14@gmail.com

Citra Dewi Utami

Program Studi S-1 Televisi dan Film
Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta
Email: citra_de@isi-ska.ac.id

ABSTRACT

Television program with segmentation of women can continues and intensive give information to viewers about the material program. Television program shows are easily to construct various things, one of them about beauty as a content often seen. The analysis technique used is descriptive qualitative. This results says, the OPINI program keep up the beauty stereotype by bringing in speakers who have products or services to promote their products, so that make a lower the price of production cost.

Key words : television program, media capitalism, stereotype.

ABSTRAK

Program televisi dengan segmentasi perempuan bisa secara berlanjut dan intens memberikan informasi kepada pemirsanya tentang materi yang ditayangkan. Tayangan program acara televisi semakin mudah mengkonstruksi berbagai hal salah satunya yaitu tema kecantikan menjadi konten yang sering dimunculkan. Teknik analisis yang digunakan berbentuk deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa program OPINI melanggengkan stereotip kecantikan dengan mendatangkan narasumber yang memiliki produk atau jasa dibidang tersebut untuk mempromosikan produknya sehingga bisa meringankan biaya produksi program acara.

Kata Kunci: program acara tv, kapitalisme media, stereotip.

PENDAHULUAN

Perempuan merupakan objek yang kerap menjadi permasalahan yang diperbincangkan banyak orang.¹ Perempuan ternyata mampu memberi inspirasi terhadap dunia pertelevisian Indonesia. Tayangan program acara televisi semakin mudah mengkonstruksi berbagai hal mulai dari stereotip kecantikan, kesetaraan gender serta kekerasan seksual menjadi konten yang sering dimunculkan. Tema perempuan dikemas beragam seperti penyajian fakta melalui program berita, program fiksi dan rekaan seperti sinetron sampai program *talk*

show tentang perempuan juga beragam.

Program *Talk show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh pembawa acara.² Ada sebuah program *talk show* yang memberikan informasi terkini tentang isu dan segala hal tentang perempuan yaitu *OPINI (Obrolan Perempuan Terkini)*. Program ini dibuat karena Kompas TV tidak memiliki program dengan tema perempuan dan

1 Hardy, Maria dkk. 1998. *Perempuan dan Politik Tubuh Fantastis*. Yogyakarta: Kaniskus. Hlm: 165

2 Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta:Kencana. Hlm: 222

segmentasi khusus perempuan,³ oleh sebab itu *OPINI* menjadi variasi program baru untuk memenuhi slot program dengan segmentasi perempuan. Program *OPINI* juga menjadikan masalah tentang stereotip kecantikan sebagai tema yang sering dimunculkan dalam episode. Banyak tema-tema tentang kecantikan, hobi dan olahraga yang memperkuat stereotip kecantikan perempuan.

Stereotip yang sangat langgeng dan kuat salah satunya mengkonstruksi perempuan ideal atau cantik sesuai label yang sudah diberikan berpuluh-puluh tahun dan didukung melalui tayangan program acara televisi. Stereotip menjadi bentuk paling umum dari representasi yang dilakukan tayangan program acara televisi. Salah satu representasi yang muncul melalui program televisi adalah stereotip kecantikan. Program televisi lagi-lagi memainkan peran dalam membentuk gambaran tentang perempuan antara yang besar atau kecil, yang kaya atau miskin, cantik dan jelek, bahkan sampai mengkonstruksi bentuk tubuh ideal.

Representasi perempuan dalam program televisi sering kali menjadi acuan dan contoh yang digunakan untuk menilai perempuan. Konstruksi itu juga mempengaruhi bagaimana perempuan melihat diri mereka sendiri dan melihat sesama perempuan lainnya. Berbagai pilihan informasi ditawarkan dan tanpa disadari ketika menikmati dan menerima informasi yang disampaikan program televisi tersebut, penonton sedang menciptakan makna bagi diri sendiri. Maka wajar jika program televisi memberikan pengaruh cukup besar dalam membentuk kesadaran masyarakat salah satunya terhadap perempuan, baik positif ataupun negatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Sisi Lain Perempuan Dalam Sorotan Tayangan program acara televisi ditulis oleh

3 Hasil wawancara dengan Millie Tamela. 42 tahun. Produser *OPINI* Kompas TV. 2018

Musta'in pada Jurnal Studi Gender Indonesia, Vol. 04, No. 01, Agustus 2013. Artikel ini membahas bagaimana citra wanita secara massal dilakukan untuk membuat citra wanita menjadi baik. Jurnal ini membahas tentang analisis tayangan program acara televisi mengembangkan citra wanita melalui stereotip wanita. Sebagai Hasilnya, perempuan selalu menjadi sumber komersialisasi tayangan program acara televisi dan berita tentang wanita cenderung diskriminatif, sedangkan dalam pembuatan jurnal ini lebih mengarah kepada apa saja hal-hal yang membuat stereotip cantik pada perempuan semakin diperkuat dan dilanggengkan oleh tayangan program acara televisi dan hal-hal yang mendukung penguatan stereotip itu menjadi konten program televisi.

Tayangan program acara televisi dan Gaya Hidup Wanita ditulis oleh Neni Yulianita pada jurnal Mimbar No. 3 Th.XVII Juli – September 2001. Keberpihakan tayangan program acara televisi dalam pemberitaan mengenai kaum perempuan (wanita) nampak belum begitu proporsional, bahkan seringkali lebih tendensius ke arah yang bersifat pengeksploitasian terhadap kaum perempuan. Karena itu banyak terjadi pembiasaan terhadap isu gender. Sehingga cukup sulit bagi kaum perempuan untuk memperoleh "citra" gender yang proporsional dalam tayangan program acara televisi. Jurnal ini membahas bagaimana perubahan bias gender ke arah yang proporsional sesuai dengan "gaya hidup orisinal" dari kelompok sosial akan dapat terjadi dan keberpihakan tayangan program acara televisi terhadap eksistensi kaum wanita sebagai subyek dapat terangkat. Sedangkan dalam jurnal ini lebih membahas proses kapitalisasi dalam tayangan program acara televisi dalam mengolah konten-konten yang mengangkat tentang tema kecantikan perempuan dan bagaimana hal ini menjadi berhubungan.

METODE

Penelitian yang mengkaji tentang *Konstruksi Tema Kecantikan Pada Program OPINI Kompas TV* ini menggunakan metode kualitatif, yang disajikan secara deskriptif. Karakteristik penelitian kualitatif menekankan pada analisis proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang artinya penelitian dilakukan dengan memusatkan studi pada realitas sebagai produk pikir manusia dengan segala subyektivitas, emosi dan nilai-nilai (Sugioono, 2017:15).

Hasil penelitian kualitatif pada dasarnya dituangkan ke dalam bentuk tulisan secara deskriptif mendalam tentang masalah yang terkumpul, kemudian diklasifikasikan dan dibahas secara objektif. Objek penelitian adalah program *OPINI*. Program acara yang disiarkan secara langsung setiap hari Senin-Jumat pukul 10.00-11.00 WIB. Data episode diambil dari hasil performa program pada stasiun Kompas TV, biasa disebut dengan *graphic by minute* yang didapat dari hasil evaluasi program oleh *programming* yang berisi rangkuman angka dan data yang menjelaskan performa suatu episode yang sudah disiarkan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi partisipatif dan studi pustaka. Wawancara dengan Millie Tamaela sebagai produser dan Rinanti Rahmawati sebagai tim kreatif untuk menggali data penelitian seputar tema perempuan yang digunakan dalam program *OPINI*.

PEMBAHASAN

Program televisi dengan segmentasi perempuan bisa secara berlanjut dan intens memberikan informasi kepada perempuan pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya tentang sosok perempuan. Sehingga melalui segala muatan atau isi yang ada di dalamnya, program televisi dengan segmentasi perempuan jelas memiliki kewajiban tak tertulis untuk

turut serta memajukan perempuan dan memberi pemahaman yang lebih baik untuk perempuan. Sebagai pribadi seutuhnya, perempuan memang berhak mempercantik diri sendiri untuk kepuasaannya. Tapi beda cerita jika perempuan mempercantik diri dengan dalih yang lain dan ingin menjadi seperti orang lain. Stereotip yang sudah lama terbentuk ialah perempuan cantik memiliki tubuh langsing, kaki jenjang, pipi tirus rambut panjang dan serentetan nilai lainnya. Meski stereotip ini kini sudah mulai berkurang dan perempuan sudah memiliki definisi cantik dari dirinya sendiri, tapi program televisi tak luput ambil bagian dalam melanggengkan stereotip kecantikan ini.

Program *OPINI* juga menjadikan masalah tentang stereotip kecantikan sebagai tema yang sering dimunculkan dalam episode. Banyak tema-tema tentang kecantikan, hobi dan olahraga yang merujuk pada kesenangan perempuan. Program *OPINI* menjadikan ini sebagai salah satu strategi untuk menaikkan *share* program dan menerapkan penggunaan biaya produksi yang serendah-rendahnya namun menghasilkan hasil yang sebesar-besarnya (*low budget high income*). Semakin banyaknya produk kecantikan yang berhubungan dengan perempuan didatangkan, secara otomatis akan memberikan ruang untuk narasumber atau pemilik usaha mempromosikan produknya sehingga nilai produksi bisa diminimalisir.

Ada dua tema yang akan di bahas pada tema ini. Dua sampel diambil dari episode dengan *share* terendah dan tertinggi yang diambil dari jumlah keseluruhan 23 sampel yang terkumpul. Data ini didapatkan dari hasil evaluasi performa program atau *graphic by minute* yang di reduksi pada episode-episode yang mewakili tema stereotip kecantikan. Beberapa tema yang pernah di tayangkan dalam program *OPINI* tentang stereotip kecantikan sebagai berikut.

Tabel 1. Tema program *talk show OPINI* tentang stereotip kecantikan

NO	EPS	TANGGAL	SHARE	TEMA
1	81	16/01/2018	3.04	Meningkatkan percaya diri dengan tari <i>salsa</i>
2	51	16/1/2018	2.71	Billa manusia Barbie dari Cikarang
3	211	18/07/2018	1.98	Mengulik rahasia Yurike Prastika tetap cantik
4	53	6/12/2017	1.89	Fenomena The Power of Emak-emak Trend Fashion 2018
5	127	22/3/2018	1.72	Filler dan tanam benang aman dilakukan jika sesuai prosedur
6	140	10/4/2018	1.69	Mak Uwes perempuan kuat berkaki besi Puspa dewi ibu berusia 51 tahun yang terlihat seperti gadis 20 tahun
7	170	23/5/2018	0.98	Hati-hati, kanker kulit bisa sebabkan kematian Tren hijab di bulan ramadan
8	13	11/10/2017	0.97	Merawat wajah agar muda secara alami
9	125	20/3/2018	0.95	Olahraga kencangkan payudara yang kendur secara alami
10	82	17/1/2018	0.78	Tidak semua kosmetik aman digunakan Kisah para Puteri Indonesia
11	133	30/3/2018	0.76	Yuk bakar lemak dengan hip hop dance workout
12	216	25/07/2018	0.7	Ayana Moon, hijaber Korea yang mendunia
13	128	23/3/2018	0.66	Membedakan implan gigi, bleaching, veneer, dan gigi kelinci
14	118	9/3/2018	0.61	Rela lakukan penipuan demi memenuhi gaya hidup
15	28	1/11/2017	0.6	Berpenampilan Untuk Sukses Ala Caren Delano
16	11	9/10/2017	0.59	Percaya diri meski memiliki tubuh plus size
17	26	31/10/2017	0.53	Pentingnya Vaksin HPV dan Pap Smear Pencegah Kanker Serviks
18	185	12/6/2018	0.52	Fashion plus size, Kegiatan komunitas Khalifah Sholihin
19	116	7/3/2018	0.5	Mata Delano: From nobody To somebody
20	111	27/2/2018	0.45	Solusi bugar dengan barre conditioning
21	107	21/2/2018	0.44	Inspirasi fashion ala Agatha Suci
22	4	28/9/2017	0.43	Waspada kejahatan saat berkendara Queenrides suarakan #womenridesafe. Yoga jadi gaya hidup masa kini
23	72	12/06/2018	0.31	Fashion nyentrik ala Diana Rikasari

Sumber : Divisi *programming* Kompas TV. 2018

Sampel Episode dari Program OPINI Kompas TV

a. Episode 81 : Meningkatkan percaya diri dengan tari *salsa*

Episode ke-81 dipilih sebagai sampel episode yang memiliki tema tentang stereotip kecantikan. Episode ini mendapat *share* tinggi dari 23 sampel. Pembahasan tentang tarian *salsa* menjadi materi yang dinilai masuk dalam tema stereotip kecantikan. Episode ini menjadi sampel karena mewakili episode yang memiliki performa program yang baik sehingga strategi yang digunakan tim kreatif bisa dilihat dalam tema ini. Episode ke-81 tayang pada hari Selasa tanggal 16 Januari 2018.

Tema dibahas dengan tujuan memberikan referensi olahraga sekaligus tips meningkatkan percaya diri khususnya untuk perempuan. Narasumber yang didatangkan adalah instruktur tari *salsa* yang sudah bertahan selama 10 tahun dan konsisten untuk menari *salsa*. Segmen keempat juga memperlihatkan pembawa acara dan narasumber menari *salsa* bersama. Episode ini mewakili tema besar tentang stereotip kecantikan yang memiliki *share* tinggi yaitu 3,04 poin.

Praktik menari *salsa* menjadi strategi yang diandalkan pada episode ini. Pembawa acara yang sebelumnya belum pernah menari *salsa* akan gerakan-gerakan yang lucu karena belum pernah menari *salsa* sebelumnya. Hal ini terbukti pada *graphic by minute* yang naik di pertengahan segmen dan stabil sampai segmen akhir. Pada segmen ini tema tentang tarian *salsa* bisa meningkatkan performa program dan tema yang menarik untuk perempuan.



Gambar. *Gimmick* praktik tarian *Salsa*.
Sumber : *Capture frame* rekaman episode ke-81.
2018.

Dilihat dari proses kreatif yang digunakan oleh tim kreatif, konstruksi stereotip tentang tubuh ideal perempuan dimainkan. Bagaimana tim kreatif mendatangkan narasumber yang memiliki usaha jasa dibidang olahraga didatangkan menjadi narasumber dan membahas tentang tarian *salsa* menjadi salah satu olahraga untuk meningkatkan tingkat percaya diri. Hal ini yang akan menjadi bahasan, bagaimana OPINI mengkonstruksi nilai kepercayaan diri yang dimiliki oleh perempuan bisa meningkat dengan melakukan olahraga tari *salsa*. Dengan olahraga menari *salsa*, perempuan akan memiliki tubuh yang ideal dan akan meningkatkan rasa percaya diri lebih tinggi.

b. Episode 72 : Fashion nyentrik ala Diana Rikasari

Episode 72 dipilih sebagai sampel episode yang memiliki *share* terendah yaitu 0,31 poin.⁴ Pada subbab tema stereotip kecantikan, dari 23 episode yang dikumpulkan, episode ini membahas tentang *fashion* dan gaya untuk menunjang penampilan perempuan. Episode 72

4 Data dari hasil evaluasi performa program atau *graphic by minute* oleh pihak *programming* Kompas TV. 2018

tayang pada hari Selasa 12 Juni 2018. Alasan pemilihan Diana Rikasari menjadi narasumber karena memiliki gaya unik dan menarik. Pertanyaan-pertanyaan yang dibahas pada segmen satu meliputi kehidupan sehari-hari Diana Rikasari sebagai *fashion blogger* dan perancang busana. Bagaimana ia berlaku di lingkungannya dengan gaya berpakaian yang unik dan berbeda. Episode Diana Rikasari juga membahas tentang peluncuran buku terbarunya berjudul *#88lovelife* yang berisi tentang rancangan-rancangan desain dan berisi kutipan-kutipan tentang mencintai hidup untuk perempuan. Dalam episode ini ada *gimmick* berupa konten *DIY (Do it Yourself)*. Diana ditantang melukis pada sepatu polos untuk menunjukkan kemampuan dan kreativitasnya. Selain itu ada hadiah untuk penonton yang bisa menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pembawa acara. Hadiah ini dilakukan untuk kebutuhan promo buku terbarunya.



Gambar. Segmentasi *DIY* dan *give away* buku dari Diana. Sumber : *Capture frame* rekaman episode ke-72.2018.

Dilihat dari proses kreatif yang digunakan oleh tim kreatif, konstruksi stereotip tentang cantik dimainkan. Bagaimana tim kreatif mendatangkan narasumber yang menjadi *fashion blogger* dan paham tentang gaya berbusana untuk membahas hal tersebut. Dalam pembahasannya, kecenderungan mengarah pada gaya berpakaian seperti apa yang harus

digunakan perempuan untuk menunjang penampilannya dan mendapatkan espon oleh orang yang melihat gayanya. Kata aneh dan nyentrik dalam episode ini dimainkan., bagaimana gaya berpakaian yang nyentrik akan menunjang penampilan seseorang. Hal ini yang akan menjadi bahasan, bagaimana OPINI mengkonstruksi nilai kepercayaan diri yang dimiliki oleh perempuan bisa meningkat dengan menggunakan busana yang nyentrik.

Sampel *share* tertinggi dan terendah yang dibahas dapat dilihat dari bagaimana strategi tim kreatif dalam mengolah materi. Episode ke-81 tim kreatif memasukan *gimmick* pada naskah dan performa program cenderung baik. Saat episode 72 meski sudah ada *gimmick give away* buku terbaru dari narasumber dan sama-sama membahas cara meningkatkan kepercayaan diri justru performa program cenderung jauh dari harapan. Sedangkan pilihan atau ide yang dibuat oleh tim kreatif seperti *fashion plus size*, gaya unik perempuan justru tidak berpotensi menjadi episode yang mendapat *share* tinggi. Pembahasan berbeda dan bahasan yang keluar dari stereotipe cantik mendapat hasil yang kurang maksimal.

Kapitalisme Tayangan program acara televisi dalam Pembuatan Program OPINI

Dua sampel yang dibahas dalam subbab sebelumnya, bisa dilihat bagaimana tim kreatif dalam program mendatangkan narasumber. Satu narasumber datang dari individu yang memiliki usaha dibidang jasa olahraga dan narasumber lain memiliki usaha dalam urusan desain baju. Kedua narasumber ini datang dengan tujuan untuk memperkenalkan produk yang dimilikinya. Tim kreatif berperan penting dalam pembuatan dan pengembangan konsep, sehingga apa yang dibutuhkan oleh program dalam memberikan informasi bisa terlaksana dan kebutuhan pemilik usaha dalam memasarkan

produknya juga mendapatkan keinginannya. Dari kedua contoh di atas, bisa kita tarik permasalahan bahwa kapitalisme tayangan program acara televisi sudah mengakar dalam tayangan program acara televisi dan ini bisa dikatakan sebagai rantai yang memang susah untuk diputus. Dari kerjasama ini menjadikan tayangan program acara televisi menjadi bagian penting dalam mengkonstruksi nilai-nilai yang akan diberikan kepada penontonnya.

Jika diamati secara mendalam sebagai alat dagang, bukan hanya iklan yang seringkali memanfaatkan perempuan sebagai penarik perhatian dari berbagai macam produk dan jasa, namun program televisi juga mengkomodifikasi perempuan. Dalam hal ini perempuan dianggap sebagai sesuatu yang emosional, mudah dipengaruhi, suka hidup boros. Seperti yang dikemukakan oleh Ellen Riordan (2004) yang dikutip oleh Christiany Juditha bahwa kapitalis telah menempatkan perempuan pada posisi inferior dan menjadi alat bagi berlangsungnya suatu kekuasaan.

Tayangan OPINI Kompas TV menjadi salah satu program yang juga mempraktikkan hal ini. Narasumber yang didatangkan adalah mereka yang memiliki produk atau jasa tertentu dan membahas tentang produk yang mereka miliki. Hal ini digunakan untuk memenuhi strategi (*low budget high income*) yang artinya mengeluarkan pembiayaan rendah dan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Program televisi berusaha menjadi tempat untuk tayangan program acara televisi promosi dengan gaya yang seolah-olah tidak langsung memasarkan produknya, tapi dengan obrolan bersama pembawa acara untuk membahas produknya, yang secara tidak langsung menawarkan kelebihan-kelebihannya.

Menurut Yasraf Amir Piliang (dalam Siregar, 2000) eksistensi perempuan dalam wacana ekonomi politik di dunia komoditas telah mengangkat paling tidak 3 persoalan, yaitu tubuh, tanda/*sign* dan hasrat. Tiga hal

tersebut menjadi kesatuan yang akhirnya akan membentuk perempuan sesuai stereotip yang selama ini sudah mengakar. Sekedar melihat iklan maupun tayangan-tayangan televisi, perempuan yang dinilai cantik selalu diidentikkan dengan kulit yang putih, berambut lurus dan panjang, bertubuh sintal, berpakaian seksi mengikuti lekuk-lekuk tubuh (rok mini) dan sangat trendy.

Dibalik semua ini, nilai budaya palsu (semu) yang dibentuk secara 'paksa' oleh tayangan program acara televisi yang sepertinya 'harus' diterima oleh masyarakat umum dilakukan secara terus-menerus. Tanpa sadar masyarakat telah menjadi korban hasil konstruksi kapitalis melalui tayangan program acara televisi khususnya program televisi. Dalam permasalahan konstruksi tayangan program acara televisi ini, program *OPINI* juga melakukannya. Efek program khusus perempuan ini semakin kuat mengingat sosok perempuan yang ditampilkan adalah cara yang memperkokoh stereotip yang sudah terbangun di tengah masyarakat melalui produk-produk yang diawarkan dalam setiap pembahasan program.

Dengan konten yang menarik, penonton akan tetap memilih tayangan program acara televisi tertentu sebagai favoritnya. Semakin banyak penonton yang melihat program tersebut maka semakin tinggi pula ratingnya. Hasil dari proses tersebut adalah, semakin berminat pula pemasang iklan untuk beriklan pada program acara tersebut. Kinerja seperti ini tentu saja membuat tayangan program acara televisi dijadikan alat bagi para pemilik modal guna mempertahankan dominasinya, entah dalam hal ekonomi, kekuasaan maupun politis. Luce Irigaray mengutip Levi Strauss dan mengadaptasi Marx (dalam Sue Thormam, 2000: 172)

Mempertahankan kemapanan sebuah program televisi, tayangan program acara televisi harus menjual 'sesuatu' yang dibutuhkan

bahkan yang disukai oleh pasar salah satunya yaitu menonjolkan gender dan seksualitas. berargumen bahwa perempuan bukanlah sebagai konsumen tetapi sebagai komoditas. Apa yang bisa kita lihat di sini bahwa peran program televisi tidak bisa dipandang enteng. Sebagai industri bisnis, tayangan program acara televisi terlibat terlalu jauh dengan alam pikiran dengan memperlakuk perempuan dengan seluruh karakter yang dapat diperjualbelikan, mulai dari kecantikan, kemolekan tubuh, dan seks sebagai wujud dari kapitalisme industri tayangan program acara televisi.

Tayangan program acara televisi Melanggengkan Stereotip Cantik pada Perempuan

Stereotip adalah pemberian sifat tertentu terhadap seseorang berdasarkan kategori yang bersifat subjektif hanya karena dia berasal dari kelompok lain yang didasarkan pada penafsiran yang dihasilkan atas dasar cara pandang dan latar belakang budaya.⁵ Stereotip cantik yang melekat dalam industri tayangan program acara televisi semakin menjadi-jadi. Siapa saja yang tampil menjadi selebritas di televisi harus selalu cantik. Jika tidak maka perempuan akan mendapatkan ejekan; tak seksi, kurang putih, mukanya kurang menjual, kalah pamor dari perempuan cantik lainnya. Stereotip cantik ini kemudian digunakan untuk menentukan identitas seseorang. Program televisi juga salah satu pembentuk dan penguatan stereotip kecantikan perempuan dengan mendatangkan tema-tema yang justru menguatkan stereotip tersebut.

Seluruh stereotip ini lebih banyak kekeliruannya dibandingkan dengan kebenarannya. Stereotip dibentuk berdasarkan cerita turun temurun untuk dipakai sebagai kerangka-kan tentang seseorang, kelompok.

5 Fatimah Saguni, *Pemberian Stereotype Gender*. MUSAWA, Vol. 6 No. 2 Desember 2014. Hlm: 195

Efek tayangan program acara televisi juga akan semakin kuat mengingat sosok perempuan yang ditampilkannya adalah cara yang memperkokoh stereotip yang sudah terbangun di tengah masyarakat. Program acara televisi seperti ini bukan yang melahirkan ketidaksetaraan gender tetapi ikut serta memperkokoh, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat. Ketika tayangan program acara televisi menyajikan sebuah anggapan tentang perempuan secara konsisten, orang menjadi menyangka bahwa pilihan yang paling logis adalah mengikuti apa yang tampak sebagai kecenderungan umum itu, seperti yang disajikan tayangan program acara televisi.

Seperti yang disampaikan pada subbab sebelumnya bahwa seorang perempuan yang cantik diidentikkan dengan kulit yang putih, berambut lurus dan panjang, bertubuh sintal, berpakaian seksi mengikuti lekuk-lekuk tubuh (rok mini) dan sangat trendy karena menganggap bahwa penampilan seperti itu adalah pilihan yang paling ideal dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan, secara perlahan akan meneguhkan stereotip tersebut saat perempuan terus-menerus ditampilkan sebagai objek di tayangan program acara televisi. Akibatnya, tertanam anggapan bahwa kekuatan utama perempuan adalah tubuhnya, bukan faktor-faktor lain seperti keunggulan intelektual, keluasan wawasan, kecakapan bekerja atau lainnya. Tayangan program acara televisi harusnya membantu kaum perempuan untuk membuka wawasan serta merubah imej tentang diri wanita. Paling tidak bersifat berimbang dalam menggambarkan sosok perempuan dan laki-laki dengan tidak bias gender. Tapi apa itu mungkin? Mengingat pasar dan kapitalis telah mengakar dalam hiburan berbau gender dan seksualitas karena lebih menjanjikan keuntungan yang besar.

Dilihat dari 23 sampel yang terkumpul berisi tema seputar *make up*, olahraga yang melangsingkan dan mengencangkan tubuh, tren gaya berpakaian, perawatan tubuh dan wajah,

sampai perawatan untuk mengencangkan payudara dan memutihkan gigi. Pembahasan ini cenderung mendapat respon baik dari pemirsa. Saat *OPINI* membahas seperti *fashion plus size* atau perempuan kurus, gendut dan tidak sempurna malah performa program cenderung tidak sesuai harapan. Padahal pembahasan ini menjadi bagian dari mengenalkan pemahaman baru tentang cantik dan menjadi berbeda.

Tayangan program acara televisi ini merupakan salah satu bentuk tayangan program acara televisi yang efisien dalam mencapai penontonnya dalam jumlah yang sangat banyak. Sehingga sampai saat ini tayangan program acara televisi sangat berperan dalam membangun opini masyarakat, apalagi perempuan. Tayangan program acara televisi telah dijadikan sebagai suatu inspirasi dalam hidup mereka. Televisi yang merupakan alat komunikasi yang banyak dipergunakan pada masa sekarang khususnya dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu sarana konstruksi gaya hidup perempuan adalah melalui program acara televisi.

Apabila kita perhatikan kutipan dari Danarto bahwa kadang justru dari tayangan program acara televisi itulah para kaum perempuan mempelajari dirinya, pentingnya kemampuan mengidentifikasi apa yang diinginkan seorang perempuan, pentingnya pemahaman mendalam atas tubuhnya sendiri. Banyak pengetahuan, sikap maupun perilaku keseharian perempuan seperti dalam berpakaian, berbicara dan gaya hidup lainnya dipelajari oleh sebagian perempuan melalui berbagai macam program yang ditawarkan oleh televisi. Program *OPINI* memosisikan perempuan-perempuan sebagai target konsumen atau khalayaknya. Masalah tubuh dan kecantikan dalam kehidupan hampir tidak pernah lepas dalam setiap perbincangan.

Tidak heran bila dalam kehidupan kita hampir setiap hari banyak bermunculan sejumlah produk kosmetik atau perawatan tubuh dengan segala cara. Bila kita melihat

program televisi, ada tubuh yang langsing dan rambut hitam lurus hampir menjadi standar umum untuk menyatakan idealitas tubuh. Hal ini seolah-olah menjadi suatu tawaran, kalau mau memiliki tubuh yang ideal dan cantik harus melangsingkan tubuh, memutihkan kulit, dan jadikan rambut itu lurus panjang dengan mendatangkan narasumber yang ahli di bidang tersebut. Tawaran itu secara terus menerus disajikan di setiap jenis program televisi yang tak lain adalah *OPINI*. Dari sini, program acara televisi berperan besar dalam membentuk atau membangun (menkonstruksi) budaya dan proses peniruan gaya hidup.

Dalam hal ini televisi telah mengkonstruksi sebuah gaya hidup yang pada akhirnya mempengaruhi perempuan. Kekhawatiran yang muncul dari gaya hidup yang diciptakan televisi kepada perempuan ini adalah perilaku mereka yang cenderung menganggap penampilan adalah segala-galanya tanpa memikirkan keadaan yang sebenarnya. Mungkin kekhawatiran itu perlu ada bila perempuan itu sendiri memiliki kesadaran yang kuat atas pilihannya. Tayangan program acara televisi sudah tidak sepatutnya selalu mengkonstruksi nilai cantik pada perempuan secara terus menerus yang akhirnya semakin memperkuat akar stereotip cantik pada perempuan.

SIMPULAN

Tayangan program acara televisi selalu berisi konstruksi-konstruksi nilai yang diwakilinya, atau dengan kata lain tayangan program acara televisi adalah agen budaya di mana kebudayaan sebagai sistem tanda. Produk tayangan program acara televisi ini yang mewakili suatu makna dan realitas tertentu, yang ingin disampaikan oleh penciptanya dalam hal ini antaranya tim kreatif pada khalayak sebagai sasaran dari tayangan program acara televisi.

Di samping itu makna produk tayangan program acara televisi tersebut menjadi alat untuk melegalkan sebuah perubahan tata nilai

dan norma dalam masyarakat. Dengan kata lain, citra perempuan dalam produk tayangan program acara televisi akan terus diartikan seperti masih mengusung nilai-nilai lama yang konservatif dan berlaku pada masyarakat di mana kaum perempuan selalu menyoalkan bentuk tubuh dan penampilan fisiknya lebih dari yang lain dan semakin memperkuat. Padahal produk tayangan program acara televisi bisa saja mendekonstruksikan nilai-nilai lama dengan citra perempuan yang lebih luwes dan menampilkan makna cantik bukan hanya dari fisik.

Sudah saatnya tayangan program acara televisi tidak lagi mengangkat isu *stereotyping* dengan dominasi kecantikan perempuan yang lazim dijadikan panutan. Tayangan program acara televisi harusnya membantu kaum perempuan untuk membuka wawasan serta merubah imej tentang diri perempuan. Paling tidak bersifat berimbang dalam menggambarkan sosok perempuan yang tidak hanya sibuk mengurus penampilan fisiknya tapi juga kecantikan itu didapatkan dari banyaknya wawasan yang dipunyai, kebijakan dalam bertindak, dan masih banyak makna cantik yang lainnya. Tapi apa itu mungkin? Mengingat pasar dan kapitalis telah mengakar dalam hiburan berbau stereotip perempuan karena lebih menjanjikan keuntungan yang besar.

DAFTAR ACUAN

Buku:

- Ashadi, Siregar. 2001. *Menyikapi Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio Cet.I*, Yogyakarta: LP3Y
- Danarto. 1997. *Perempuan, Pasar Film dan Kekuasaan, dalam Lifestyle Ecstasy, Ke-budayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.

Hardy, Maria dkk. 1998. *Perempuan dan Politik Tubuh Fantastis*. Yogyakarta: Kaniskus. Hlm: 165

Morissan. 2008. *Manajemen Tayangan program acara televisi Penyiaran*. Jakarta:Kencana. Hlm: 222

Piliang, Y. A. 2000. *Pers dalam Kontradiksi Kapitalisme Orde Baru*. Jakarta: Gratayangan program acara televisi Pustaka Utama.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Thornham, S. 2000. *Teori Feminis dan Cultural Studies*. Yogyakarta : Jalasutra.

Laporan Penelitian/Jurnal Ilmiah:

Christiany Juditha. *Gender dan Seksualitas dalam Konstruksi Media Massa*. Jurnal Simbiolika. Vol. 1 No. 1, Desember 2015

Fatimah Saguni, *Pemberian Stereotype Gender*: MUSAWA, Vol. 6 No. 2, Desember 2014.

Musta'in. *Sisi Lain Perempuan dalam Sorotan Tayangan Program Acara Televisi*. Jurnal Studi Gender Indonesia, Vol. 04, No. 01, Agustus 2013

Neni Yulianita. *Tayangan program acara televisi dan Gaya Hidup Wanita*. Jurnal Mimbar No. 3 Th.XVII Juli – September 2001

Internet:

kompas.TV/programme/ diakses 15 September 2018

Narasumber:

Millie Tamaela, 42 tahun, tim kreatif program *OPINI* Kompas TV, Jakarta.

Sumber Tayangan:

Divisi *programming* Kompas TV. 2018