

KAJIAN MEDIA MASSA: REPRESENTASI *GIRL POWER* WANITA MODERN DALAM MEDIA *ONLINE*

(Studi Framing *Girl Power* dalam Rubrik Karir dan Keuangan *Femina Online*)

Gita Aprinta E.B
(gita.sudjarwo@yahoo.com)
Peneliti *Online Media*

Abstract

The working women isn't a new phenomenon in the modern society. Through their carrier, they try to find meaning, identity and achievement that bring confidence to their life. However, there is still a problem regarding the bias gender related to the quality and capabilities of women in the work field. Femina as one of women magazine realize that women also need information that can help them to attributes and give the self identity in the role of society. This research aim at how Femina talks about girl power in several articles by Gamson and Modigliane framwork in two core structures and condensing symbol frames.

Keywords: *working women, media online, girl power, framing.*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Fenomena wanita bekerja bukan merupakan hal baru dalam masyarakat. Perkembangan jaman lah yang membuat tidak adanya batasan bagi seorang wanita untuk bekerja. Dengan bekal pendidikan yang cukup, keterampilan memadai dan di dukung oleh lingkungan, maka seorang wanita dapat mengembangkan diri melalui pekerjaannya. Menurut Bhatnagar dan Radjadhaksha, abad 21 dicirikan dengan persaingan di dunia kerja dan peluang tersebut sangat terbuka bagi para wanita¹. Bagi wanita sendiri, bekerja merupakan kesempatan untuk dapat mengaktualisasikan diri. Bekerja memungkinkan seorang wanita mengeskpresikan dirinya sendiri dengan cara yang kreatif dan produktif untuk menghasilkan sesuatu yang mendatangkan kebanggan terhadap diri sendiri, terutama jika prestasinya tersebut mendapatkan penghargaan dan umpan balik yang positif. Melalui bekerja, wanita berusaha menemukan arti dan identitas dirinya, dan

pencapaian tersebut mendatangkan rasa percaya diri dan kebahagiaan.²

Tidak disangkal jikalau dalam bekerja, kerap kali terdapat problematika. Begitupun dengan wanita bekerja, problematika yang paling sering muncul adalah masih banyak terdapat bias gender dalam memandang dan memperlakukan pekerja wanita. Problem tersebut biasanya berkaitan dengan kualitas dan kemampuan wanita dalam bekerja. Dalam sebuah perusahaan, kesempatan untuk menaiki jenjang karir ataupun mendapatkan pendidikan tambahan bagi wanita hanya berkisar 10% walaupun jumlah wanita bekerja kini mengalami kenaikan yang signifikan semenjak tahun 1980an, bahkan jumlahnya berbanding 3:1 dengan pekerja pria secara merata di perusahaan – perusahaan, khususnya sektor manufaktur.

Femina sebagai salah satu media wanita, menangkap fenomena dan problematika di atas sebagai sebuah *issue* yang perlu diangkat dan diutarakan di

¹ Bhatnagar dan Rajadhaksha, 2001.

² Rini, JF, 2002.

permukaan. Sebagai sebuah media massa, *Femina* tampaknya menyadari bahwa wanita juga memerlukan informasi yang dapat menjadi atribut identitas diri yang membantu peranannya dalam masyarakat. Penerbitan majalah wanita sebenarnya bukan merupakan hal baru di Indonesia. Pada tahun 1960 - 1970an, masyarakat Indonesia pernah mengenal majalah *Selecta* dan *Varia*. Seiring dengan perkembangan jaman pemasar pun menyadari bahwa wanita merupakan pasar potensial yang sangat besar. Oleh karenanya tidak salah jika di Indonesia terdapat sekitar 20 majalah yang ditujukan untuk kaum wanita. Sebut saja, *Femina*, *Kartini*, *Cosmopolitan Indonesia*, *Gadis*, *Dewi*, *Kawanku*, *Seventeen*, *Cosmopolitan Girl*, *Harper's Bazaar Indonesia*, *Good Housekeeping*, *Cita Cinta*, *Swara Cantika*, *Lisa*, *Prodo*, *Nyonya dan lain-lain*³.

Majalah *Femina* sejak tahun 1971 sudah berkecimpung dalam media informasi wanita dan menyajikan tentang informasi akan kebutuhan wanita, yang juga disertai kiat-kiat dalam memecahkan persoalan seputar wanita. *Femina* tidak hanya hadir dalam bentuk media cetak, namun juga dalam bentuk digital media atau *media online* dengan harapan dapat dibaca setiap saat bahkan ketika berada di tempat kerja sekalipun. *Femina Online* merupakan versi digital dari majalah *Femina* cetak sehingga artikel dan informasi yang disajikan tidak berbeda sama sekali dengan versi cetaknya. Sebagai media dengan segmentasi khusus wanita, *Femina* sangat concern terhadap *issue – issue* yang berkaitan dengan wanita terutama dalam dunia kerja atau karir. Sesuai dengan konsep majalah pada umumnya, majalah memiliki fungsi sebagai bahan bacaan dan sebagai bahan bacaan majalah haruslah memenuhi suatu fungsi yaitu untuk memberikan jawaban kepada rasa ingin tahu pembacanya.

³ Kasali, Rhenald, 1998.

Majalah – majalah diciptakan untuk membawa berita aktual secara tepat, maka majalah juga harus dipersiapkan dalam waktu singkat, namun isinya harus cukup banyak, bervariasi dan penyajiannya harus menarik.⁴

Majalah wanita adalah majalah yang mempunyai tugas khusus, yaitu menciptakan dunia yang khas untuk perempuan⁵. Oleh karena itu rubrik – rubrik yang ada memang khusus disediakan untuk wanita, seperti misalnya rubrik memasak, rubrik kecantikan, rubrik rumah tangga dan lain-lain. Mengakuisisi sebagai '*Gaya Hidup Masa Kini, Inspirasi bagi Wanita Modern Indonesia*' *Femina* mengakomodasi keinginan-tahuan pembacanya lewat rubrik *Issue Wanita* yang berisi berbagai rubrik-rubrik kecil salah satu diantaranya adalah *rubrik Karir dan Keuangan* yang diperuntukkan khusus untuk wanita bekerja.

Sebagai media yang diperuntukkan bagi Wanita Modern Indonesia sesuai dengan jargonnya, *Femina* memang merupakan media yang ditargetkan untuk produk – produk kelas menengah ke atas yang bergaya hidup perkotaan atau modern. Berbeda dengan majalah sejenis yaitu *Kartini* yang cenderung menampilkan pengalaman wanita yang berjuang dalam melawan pengalaman hidup *Femina* justru menampilkan kisah sejati yang dialami wanita dalam berbagai bidang pekerjaan. Target segmentasi pembaca *Femina* juga memiliki kelas sosial ekonomi terbaik atau tertinggi, sehingga sebagian besar merupakan wanita yang cenderung lebih mandiri atau memiliki bargaining position yang kuat dalam rumah tangganya. Mereka umumnya menghargai karir atau pernah bekerja dan menghargai waktu⁶.

⁴ Nirwana, Jurnal Vol. 3, No. 2, Juli 2001.

⁵ *Ibid*, Nirwana.

⁶ Kasali, Rhenald, 1998.

Adapun ciri – ciri wanita modern yang merupakan jangkauan *Femina*, melalui survey tahun 1996/1997 adalah sebagai berikut⁷:

- Wanita muda, bergaya hidup kota besar
- Berbelanja di *Departement Store*, pasar swalayan/mal
- Umumnya berpendidikan tinggi, minimal D3/akademi
- Membeli baju jadi (*office dress/casual*), namun untuk menghadiri pesta mereka biasanya masih mengandalkan tukang jahit tertentu, dan sesekali membeli baju rancangan desainer.
- Merawat kecantikan di salon.
- Memiliki tabungan dengan kartu ATM
- Akhir pekan melakukan makan siang/malam di luar (restoran) dan atau menonton sinema
- Kebanyakan *single* atau menunda usia perkawinan sampai usia 30-an

Melalui rubrik *Karir dan Keuangan* yang menjadi rubrik di dalam rubrik *Issue Wanita*, *Femina* merepresentasikan *girl power* atau independensi wanita di tempat kerja. Bahwa wanita juga bisa memiliki posisi yang sama dengan pria, tidak hanya sekedar menjadi bawahan, walaupun menjadi bawahan, mereka adalah bawahan yang mempunyai kualitas yang patut diperhitungkan, tidak lemah, cerdas, dapat mengatasi tekanan di tempat kerja dan lain sebagainya. Ungkapan "*Girl Power*" adalah istilah pemberdayaan, mengungkapkan fenomena budaya pada pertengahan-akhir 1990-an hingga awal 2000-an, dan juga dikaitkan dengan gelombang ketiga feminisme. Istilah ini dipopulerkan oleh *Spice Girls* pada pertengahan hingga akhir 1990-an⁸.

⁷ Ibid, Kasali, Rhenald.

⁸ Karlyn, Kathleen Rowe, 2003.

Sedangkan dalam kamus *Oxford English Dictionary*, *Girl Power* didefinisikan sebagai :

Power exercised by girls; spec. a self-reliant attitude among girls and young women manifested in ambition, assertiveness, and individualism. Although also used more widely (esp. as a slogan), the term has been particularly and repeatedly associated with popular music; most notably in the early 1990s with the briefly prominent 'riot girl' movement in the United States (cf. RIOT GIRL n.); then, in the late 1990s, with the British all-female group The Spice Girls.

Tampaknya *Femina* sadar betul bahwa representasi wanita yang ditampilkan melalui rubriknya tersebut dapat dijadikan pilihan bacaan oleh target pembaca atau bahkan mungkin sebagai acuan bagi para pembacanya. Kiat-kiat atau solusi pemecahan masalah yang selalu menyertai di setiap artikelnya dimaksudkan untuk dapat mendorong kepercayaan diri wanita dalam menghadapi masalah dan mengambil keputusan. Bahwa tidak ada suatu permasalahan apapun di tempat kerja yang tidak dapat dipecahkan. Artikel – artikel tersebut di buat dengan tatanan kata dan kalimat yang menegaskan sosok kekuatan wanita, bahkan dalam judul pun telah terlihat penekanan sebagai berikut, '*Bukan Sembarang Sekretaris*' dan '*3 Wanita Penikmat Teknologi*'

Hal ini disebabkan oleh karena para wanita berkecenderungan memilih sesuatu menurut konsep dirinya, majalah yang dianggap mencerminkan dirinya. Ia mengidentifikasi dirinya dengan majalah dan pengasuhnya, karena ia merasa keingintahuannya terpenuhi dan karena ia merasa bahwa majalahnya mengandung petunjuk – petunjuk yang berharga

baginya untuk masalahnya pada waktu ini dan untuk masa mendatang⁹.

Femina mungkin merefleksikan realitas yang ada di masyarakat, mengenai keperkasaan wanita namun bisa jadi *Femina* juga menciptakan realitas bagi kaum wanita itu sendiri, seperti yang dikatakan oleh Debra A Yatim dalam tulisannya yang berjudul *Perempuan dan Media Massa, Oleh Pria untuk Pria* bahwa di satu pihak, betul media jadi cermin bagi keadaan di sekelilingnya. Namun, di pihak lain, ia juga membentuk realitas sosial itu sendiri. Lewat sikapnya yang selektif dalam memilih hal – hal yang ingin diungkapkannya, dan juga lewat caranya menyajikan hal – hal tersebut, media memberikan interpretasi, bahkan membentuk realitasnya sendiri¹⁰. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa *Femina* dalam rubriknya tersebut mempunyai peranan yang penting dalam merepresentasikan wanita modern yang independen, memiliki kekuatan atau keperkasaan atau kerap kali disebut *girl power* dalam dunia kerja.

2. Pertanyaan Penelitian

Melihat fenomena di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan permasalahan bagaimana *Femina* membingkai *girl power* pada wanita perkotaan modern dalam dunia kerja pada sajian rubrik karir dan keuangan khususnya dalam beberapa artikel: 'Bukan Sembarang Sekretaris', '3 Wanita Penikmat Teknologi?'

3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana bentuk *framing Femina* mengenai *girl power* wanita perkotaan modern dalam rubrik Karir dan Keuangan menurut kerangka *framing* Gamson dan Modigliani dalam dua struktur *core framse* dan *condensing symbol*.

⁹ *Opcit*, Nirwana.

¹⁰ Idi Subandi Ibrahim dan Hanif Suranto (Ed), *Media dan Wanita*.

4. Signifikansi Penelitian

4.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini menghasilkan sebuah analisis yang relevan dengan realitas yang ada sebagai kontribusi yang diharapkan dapat memperkaya studi komunikasi mengenai representasi perempuan di media. Penelitian mengenai perempuan di Indonesia pun sebenarnya sudah cukup banyak dilakukan, baik penelitian yang dilakukan pada media maupun pada perempuan itu sendiri. Namun biasanya penelitian yang terkait dengan perempuan dalam media selalu berada pada ranah kekerasan simbolik perempuan dalam media dan *brand image*.

Seluruh penelitian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lain mengenai perempuan, khususnya masalah *girl power* yang ditampilkan dalam *Femina Online*. Hal ini menjadi menarik karena *girl power* merupakan sebuah fenomena yang sampai sekarang masih menjadi topik utama dalam hal kesejajaran pria dan wanita. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya wacana mengenai representasi perempuan dalam media massa.

4.2. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memahami permasalahan *girl power* wanita. Dengan mengetahui representasi *girl power*, setidaknya penelitian ini mencoba untuk menengahkan tentang bagaimana wanita mempunyai peranan dan kemampuan yang cukup hebat yang digambarkan melalui media massa.

5. Tinjauan Pustaka

5.1. Teori Framing

Framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson (Sudibyo, 199a:23), yang dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori – kategori standar untuk mengapresiasi realitas.

Sementara menurut Goffman, frame diandaikan sebagai kepingan – kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas.

Dalam studi komunikasi, *framing* digunakan untuk membedah cara – cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti dan lebih diingat untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan untuk menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Eriyanto, 1999:21). Sehingga, berita menjadi manipulatif dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang legitimate, objektif, alamiah, wajar, atau tak terelakkan (Imawan, 2000:66).

Gitlin mendefinisikan frame sebagai seleksi, penegasan, dan eksekusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep tersebut dengan proses memproduksi wacana berita dengan menyatakan, “*Frames* memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran dan efisien kepada khalayak”. Sementara Gamson dan Modigliani menyebut cara pandang tersebut sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan. Menurut mereka, frame adalah cara pandang atau bercerita atau gugusan ide – ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa – peristiwa yang berkaitan dengan obyek suatu wacana (Eriyanto 1999: 21-22).

5.2. Teori Representasi

Representasi menurut Stuart Hall mengandung 2 pengertian yaitu, *Pertama*, representasi mental, adalah konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita masing-masing atau disebut juga sebagai peta konseptual. Representasi mental ini membentuk sesuatu yang abstrak. *Kedua*, representasi bahasa, representasi bahasa berperan penting dalam konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep-konsep dan ide-ide kita tentang suatu tanda dan simbol-simbol tertentu¹¹.

Proses pertama memungkinkan kita untuk memaknai dunia dengan mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara sesuatu dengan sistem ‘peta konseptual’ kita. Dalam proses kedua, kita mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara ‘peta konseptual’ dengan bahasa atau simbol yang berfungsi merepresentasikan konsep-konsep kita tentang sesuatu. Relasi antara ‘sesuatu’, ‘peta konseptual’, dan ‘bahasa/simbol’ adalah jantung dari produksi makna lewat bahasa. Proses yang menghubungkan ketiga elemen ini secara bersama-sama itulah yang kita namakan: representasi.

Jadi dengan demikian representasi adalah proses sosial dari *representing* sekaligus produk dari *representing* itu sendiri. Representasi menunjuk pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia, seperti dialog, video, film, teks, fotografi dan sebagainya. Representasi adalah produksi makna melalui bahasa.

Untuk dapat menjelaskan bagaimana produksi makna hingga penggunaan

¹¹ Hall, Stuart. 1997.

dalam konstruksi sosial, Hall memetakannya menjadi tiga teori representasi (Hall, 1997).

Pertama, pendekatan Reflektif; bahasa berfungsi sebagai cermin, yang merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. Dalam pendekatan reflektif, sebuah makna tergantung pada sebuah objek, orang, ide atau peristiwa di dalam dunia nyata. Bahasapun berfungsi sebagai cermin yaitu untuk memantulkan arti sebenarnya seperti yang telah ada di dunia. Namun tanda visual membawa sebuah hubungan kepada bentuk dan tekstur dari objek yang direpresentasikan.

Kedua, pendekatan intensional; kita menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang kita terhadap sesuatu. Pendekatan makna yang kedua dalam representasi yang mendebat sebaliknya. Pendekatan ini mengatakan bahwa sang pembicara, penulis atau siapapun yang mengungkapkan pengertiannya yang unik ke dalam dunia melalui bahasa.

Ketiga, pendekatan Kontruksi: kita mengkonstruksi makna lewat bahasa yang kita pakai. Ini adalah pendekatan ketiga untuk mengenali publik, karakter sosial dan bahasa. Sistem representasi dari pendekatan konstruksi ini meliputi suara, gambar, cahaya pada foto, coretan-coretan yang kita buat atau representasi dapat juga disebut sebagai praktek dari jenis kerja yang menggunakan obyek material. Namun demikian makna tidak tergantung pada kualitas material tanda, tetapi lebih kepada fungsi simbolik.

5.3. Media Massa dan Girl Power

Sejalan dengan fungsi media massa yang diungkapkan oleh McQuail (2001) yaitu sebagai pemberi informasi, pemberi identitas pribadi, sarana intergrasi dan interaksi sosial dan sebagai sarana hiburan, maka majalah wanita berfungsi sebagai bahan bacaan yang dapat

memberikan jawaban atas rasa ingin tahu pembaca. Myra M. Sidharta merinci tugas majalah wanita yang berkenaan dengan fungsinya menjadi dua tugas yaitu¹²:

1. Sebagai sumber informasi, majalah adalah pencipta iklim mental yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan wanita yang ingin tahu dan yang kurang mempunyai kepercayaan diri untuk menghadapi tantangan – tantangan dunia ini.

2. Majalah wanita mempunyai tugas sosial – edukatif. Mengingat pengaruhnya sebagai pencipta citra wanita yang diterima oleh kaum wanita di sini, maka tugas tersebut meliputi: mengubah gaya hidup konsumtif menjadi gaya hidup aktif-kreatif; meningkatkan selera pembaca, dari bahan bacaan menghibur dan sensasional provokatif menjadi bahan bacaan berpikir dan berarti; mendidik kaum wanita menjadi wanita yang mengetahui hak-hak dan batas – batas kewajibannya di dunia yang didominasi oleh kaum pria; mendidik kaum wanita untuk menghadapi tugas-tugas dan masalah-masalah dikemudian hari, karena jurang generasi yang terjadi dewasa ini, adalah kurang persiapan generasi tua menghadapi generasi muda; dan membantu para ibu untuk mempersiapkan putra-putri mereka untuk menghadapi masalah di masa mendatang.

Girl Power (kekuasaan perempuan) sebagai sebuah fenomena pemberdayaan feminisme muncul untuk pertama kalinya di media massa melalui figur figur tokoh atau artis kenamaan dalam film *Charlies Angels*, *Mulan*, *Sabrina the Teenage Witch*, *The Power Puff Girls*, *Lara Croft* dan juga melalui lirik-lirik lagu *Britney*

¹² Idi Subandi Ibrahim dan Hanif Suranto (Ed), Media dan Wanita.

Spears¹³. Visi *girl power* saat itu masih terbatas pada penciptaan pahlawan perempuan dalam budaya populer. Namun demikian sejatinya indikasi kekuasaan perempuan (*girl power*) sudah muncul dalam mitos atau legenda-legenda di masa lalu, seperti Dewi Satyawati dalam cerita Pandawa dan Kurawa.

Girl Power datang seiring dengan gelombang ketiga feminisme. Gelombang ketiga feminisme ini memungkinkan perempuan untuk mendefinisikan feminisme untuk diri mereka sendiri dengan memasukkan identitas mereka menurut kepercayaan dan perspektif mereka sendiri. Secara sederhana dapat *girl power* dapat dideskripsikan sebagai sebuah mental yang tidak mau kalah sama laki-laki, setiap kemauannya, dia sendiri yang akan mewujudkan dengan kemampuannya sendiri.

6. Metodologi Penelitian

6.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998:15).

Pendekatan kualitatif biasanya digunakan untuk dapat mengetahui makna yang tersembunyi dari sebuah fenomena sosial, memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori dan juga digunakan untuk memastikan keabsahan data. Menurut Baxter dan Babbie dalam penelitian kualitatif haruslah memuat data-data eksplisit, menggunakan metode yang sistematis, dan adanya laporan sebagai

interpretasi data tekstual. Bagi penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen kunci sehingga harus dapat merumuskan pertanyaan sedemikian rupa, menganalisa dan mengkonstruksikan obyek penelitian menjadi lebih jelas.

6.2. Paradigma Penelitian

Penelitian ini meletakkan pijakan pada paradigma konstruktivisme. Menurut Guba dalam Creswell (1998), dalam paradigma konstruktivis realitas sosial yang diamati tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang. Bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka yang dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pernyataan. Dalam paradigma konstruktivis ini menganggap bahwa subjek adalah aktor utama atau faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya.

Penelitian yang dilakukan, digunakan untuk memahami, menjelaskan dan merekonstruksi berbagai makna tindakan sosial yang ada dalam kehidupan manusia. Tidak ada realitas yang bersifat obyektif dalam pandangan konstruksi, fakta – fakta yang ada sudah dikonstruksikan sedemikian rupa sehingga memproduksi suatu produksi realitas berita tertentu. Demikian juga dengan realitas yang dibangun oleh suatu media massa tentu tidak akan bisa lepas dari konteks yang melatar belakangi pembentuk teks berita tersebut. Penelitian dengan paradigma konstruktivisme ini untuk mengetahui bagaimana pihak redaksi *Femina online* melakukan konstruksi *girl power* pada wanita perkotaan modern dalam dunia kerja.

6.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis *framing* sebagai perangkat penelitian. *Framing*, dalam pandangan Entman secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*. Analisis *framing* sendiri dapat menjelaskan dengan cara

¹³ Hopkins, Susan. *Girl Heroes: The New Force In Popular Culture*.

yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer (atau komunikasi) informasi dari sebuah lokasi seperti pidato, ucapan atau ungkapan, *news report* dan novel¹⁴.

Peneliti akan menganalisa artikel tentang *girl power* dalam *Femina Online* dan menyimpulkan hasil temuan dari analisis tersebut. Model *framing* Gamson dan Modigliani dipilih karena model ini didasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media – berita dan artikel, terdiri dari seperangkat interpretatif yang mengandung konstruktif makna tertentu dan model ini sesuai dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti dalam melihat konstruksi *girl power* oleh *Femina Online*. Dalam model *framing* Gamson dan Modigliani ini terdapat dua rumusan struktur; *core frame* dan *condensing simbol*.

6.4. Teknik Pengumpulan Data

Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah artikel – artikel dalam Rubrik Karir dan Keuangan *Femina Online*. Sebagai data pendukung adalah data-data yang dikumpulkan tentang subyek penelitian yaitu *Group Femina*. Kemudian untuk memperlancar proses dalam analisis, peneliti melakukan studi pustaka untuk memperoleh data – data tambahan.

Adapun artikel yang akan diteliti adalah artikel ‘*Bukan Sembarang Sekretaris*’, ‘*3 Wanita Penikmat Teknologi*’.

6.5. Teknik Analisa Data

Data – data yang dikumpulkan oleh peneliti selanjutnya akan dianalisis menggunakan perangkat *framing* model Gamson dan Modigliani sebagai berikut¹⁵:

a. *Core Frames*: gagasan sentral untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan mengarahkan makna *issu* yang dibangun oleh *condensing symbol*.

b. *Condensing Symbol*: hasil pencermatan terhadap interaksi simbolik yaitu *framing devices* dan *reasoning devices* sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain.

c. *Struktur framing devices* meliputi *metaphor*, *exemplar*, *catchphrases depiction* dan *visual image* menekankan pada aspek bagaimana melihat suatu *issu*.

d. *Struktur reasoning devices* menekankan pada aspek pembenaran terhadap cara melihat *issu* yaitu *roots* dan *appeal to principle*.

Methaphors dipahami sebagai cara memindah makna dengan merealisasikan 2 fakta melalui analogi atau memakai kiasan dengan menggunakan kata – kata seperti; ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana atau gaya bahasa perbandingan yang paling singkat, padat dan tersusun rapi.

Exemplars mengemas fakta tertentu secara mendalam agar memiliki bobot makna lebih baik untuk dijadikan rujukan. Posisinya sebagai pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

Catchphrases, istilah, bentukan kata atau frase khas. Cerminan fakta yang merujuk pemikiran atau semangat tertentu, biasanya jargon, slogan atau semboyan.

Depictions, penggambaran fakta dengan memakai istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah pada citra tertentu.

Visual Images, pemakaian foto, diagram, grafis, label, kartun dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misal perhatian atau penolakan, dibesarkan – dkecilkan, ditebalkan – dimringkan, serta pemakaian warna.

¹⁴ Alex Sobur, 2002.

¹⁵ Gamson, William A and Modgiliani, Andrew 1998.

Roots, membenaran isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih yang dianggap menjadi sebab timbulnya atau terjadinya hal yang lain yang bertujuan untuk membenarkan penyimpulan fakta berdasarkan hubungan sebab akibat yang digambarkan atau dibebankan.

Appeal to principle, pemikiran, prinsip, klaim moral sebagai argumentasi pembenar membangun berita berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, ajaran dan sejenisnya.

Consequences atau efek adalah konsekuensi yang ditimbulkan dari bingkai tersebut.

6.6. Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara analisis triangulasi teknik. Peneliti akan menganalisis dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang dapat meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang ditemukan dengan memanfaatkan jurnal, dokumentasi dan sebagainya.

6.7. Kriteria Kualitas Penelitian

Menurut Patton (2002:546), kriteria kualitas penelitian untuk bentuk penelitian konstruksi sosial dan konstruktivis adalah sebagai berikut :

- Subjektifitas diakui (dibahas dan menjadi bagian bias), Kepercayaan (*trustworthiness*), Keaslian (*authenticity*), Triangulasi (menangkap dan menghargai berbagai perspektif), *Refleksivitas*, *Praxis*, Kekhususan (melakukan keadilan untuk integritas keunikan masing-masing kasus), Pengertian (*verstehen*), Kontribusi terhadap dialog.

Lincoln dan Guba (1986) menyatakan bahwa penelitian konstruktivis memerlukan kriteria yang berbeda dengan yang menggunakan ilmu sosial tradisional. Penekanan dilakukan bahwa penelitian naturalis sebaiknya dinilai dengan *dependability* (ketergantungan)

sebuah proses sistematis yang akan mengikuti dan keaslian (*authenticity*) merefleksikan kesadaran perspektif seseorang, menghargai perspektif orang lain serta keadilan dalam melukiskan konstruksi pada nilai yang mendasari mereka. Mereka menawarkan perspektif dan mendukung dialog antar perspektif bukan hanya pada satu kebenaran dan prediksi linear.

PEMBAHASAN (HASIL DAN INTEPRETASI PENELITIAN)

1. Hasil Penelitian

Bab ini berisi hasil analisis teks dan intepretasi dari obyek penelitian berdasarkan perangkat *framing* Gamson dan Modigliani yang terdiri dari *framing devices* yang meliputi: *metaphors*, *catchphrases*, *exemplars*, *depiction*, *visual image* dan *reasoning defices* yang terdiri dari: *roots*, *appeals of principles* dan *consequences*. Hasil analisis framing terhadap artikel '*Bukan Sembarang Sekretaris*' dan '*3 Wanita Penikmat Teknologi*' menghasilkan gambaran representasi *girl power* dalam artikel tersebut.

Mengacu pada representasi Stuart Hall, ada dua representasi yang dihasilkan yaitu:

- a. Representasi mental, berkaitan dengan konsep *girl power* itu sendiri
- b. Representasi bahasa, yaitu makna yang tercipta dari representasi *girl power*.

Berdasarkan keseluruhan isi artikel diperoleh bahwa *Femina Online* merepresentasikan *girl power* sebagai sebuah kekuasaan wanita dalam kemampuan di bidang kerja masing – masing antara lain:

- a. Memiliki posisi penting dalam perusahaan;
- b. *Problem Solver*;
- c. Garda Perusahaan;
- d. Penguasa Informasi;

- e. Mempunyai kemampuan yang tidak kalah dibanding pria bahkan lebih;
- f. Modal Feminitas yang menguntungkan.

Berikut adalah bagian-bagian artikel yang mengandung 9 representasi *girl power*, antara lain:

1.1. Artikel 1 – Bukan Sembarang Sekretaris (Rubrik Karir dan Keuangan Femina Online Edisi III Bulan Maret 2010)

Core Frames:

Artikel ini menceritakan bagaimana posisi sekretaris merupakan sebuah profesi yang penting dalam operasional perusahaan karena seorang sekretaris bertindak sebagai wakil pimpinan, yang berada di garda depan, mempunyai wewenang untuk mengambil keputusan atau penyelesaian permasalahan apabila pimpinan tidak ada di tempat. Terdapat bermacam – macam profesi sekretaris sekarang ini, seperti *corporate* sekretaris, legal sekretaris, *medical* sekretaris, dan bahkan di beberapa organisasi ataupun institusi pemerintahan profesi sekretaris merupakan sebuah jabatan tinggi, contoh sekretaris negara, sekretaris kabinet, ataupun sekretaris jenderal.

A. Bagian artikel yang menggambarkan representasi posisi penting dalam perusahaan adalah:

Framing Devices:

1. *Metaphors:*

a. "Ia berperan mengurus segala keperluan bosnya, antara lain mengangkat telepon, menyimpan file dan mengatur jadwal rapat.". (paragraf 1 baris ke 5)

b. 'Seorang sekretaris akan mewakili bosnya'. (paragraf 4 baris 1)

2. *Eksemplar:*

a. "Ia bertugas untuk meninjau kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan keluar-masuknya 'harta' kantor.(paragraf 13 baris ke 3)

b. Sekaligus, ia juga melihat kebijakan yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa oleh perusahaan".(paragraf 13 baris ke 4)

3. *Catchphrase:*

a. "Padahal kalau ditinggal sakit sehari saja, kita pasti kalang kabut tidak keruan" (paragraf 1 baris 6)

4. *Depiction;* -

5. *Visual Image:* -

Reasoning Devices:

1. *Roots:*

Sekretaris bukanlah sebuah pekerjaan biasa, dan sekretaris yang umumnya banyak dikerjakan oleh kaum wanita, memiliki posisi tinggi dan bahkan memiliki tugas sebagai peninjau kebijakan dalam perusahaan.

2. *Appeal to Principles;*

'Padahal kalau ditinggal sakit sehari saja, kita pasti kalang kabut tidak keruan.'(paragraf 4 baris 2).

Di sini terdapat klaim moral atau pembenar bahwa tanpa seorang sekretaris, maka operasionalisasi perusahaan akan menjadi kacau. Seorang pimpinan pun akan menjadi kalang kabut apabila sehari bekerja tanpa adanya seorang sekretaris.

3. *Consequences:*

Anggapan bahwa profesi sekretaris merupakan profesi yang kurang penting dapat dirubah dengan mengetahui profesi sekretaris mempunyai peran dan tugas yang penting dan tidak bisa dianggap sepele, karena keberadaan sekretarislah operasi perusahaan dapat berjalan dengan baik sehari-harinya.

Analisa:

Konsep *girl power* muncul dalam representasi melalui konstruksi bahasa yang ditulis dalam artikel berjudul *Bukan Sembarang Sekretaris* tersebut. Penggunaan kalimat seperti *Ia mengurus segala keperluan bosnya* dapat dimaknai sebagai kekuasaan wanita dalam mengatur kegiatan hari per hari pimpinan, sementara

kalimat *Ia bertugas meninjau kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan 'harta' kantornya* menunjukkan suatu pemaknaan bahwa kekuasaan wanita tidak sekedar dalam area hubungan individu antara pimpinan dan bawahan, tetapi juga pada aspek kebijakan perusahaan.

Artikel ini merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia kerja para wanita, melalui penggunaan teks sebagai sebuah bahasa komunikasi dan alat konstruksi sebagai fungsi simbolik kepada publik atau pembaca *Femina Online* sehingga membentuk representasi bahasa.

B. Bagian artikel yang menggambarkan representasi sekretaris sebagai *problem solver*:

Framing Devices:

1. *Metaphors*:

a. "*Bedanya, profesi berjudul 'secretary' harus mempunyai strategi. Misalnya, untuk menjawab berita tidak sedap tadi, seorang corporate secretary harus memikirkan jalan terbaik, agar jawabannya tidak menjadi bumerang*". (paragraf 6 baris 2-4)

2. *Eksemplar*:

a. *Misalnya, jika perusahaannya banyak melakukan kerja sama dengan perusahaan di suatu negara asing, sementara negara tersebut sedang ribut-ribut ada kudeta, ia bisa mengeluarkan travel warning*". (paragraf 7 baris 1-3)

3. *Catchphrase*:

a. "*Ia juga lebih punya power untuk memberi advice*". (paragraf 7 baris 1)

4. *Depiction*:

a. "*Bedanya, profesi berjudul 'secretary' harus mempunyai strategi*". (paragraf 6 baris 2)

5. *Visual Image*; -

Reasoning Devices:

1. *Roots*:

Sebagai *problem solver*, sekretaris dituntut untuk harus mempunyai strategi, *power* sebagai penasehat dan

memikirkan jalan terbaik untuk setiap pemberitaan yang tidak sedap akan perusahaan tempatnya bekerja sehingga dapat memberikan *feedback* agar tidak menjadi bumerang bagi perusahaannya.

2. *Appeal to Principles*:

Klaim moral sebagai seorang yang mempunyai *power advicer* membuat profesi sekretaris dapat mengeluarkan atau mengambil wewenang dalam keadaan darurat.

3. *Consequences*:

Seorang sekretaris harus mampu mengambil atau memikirkan jalan keluar terbaik dari sebuah permasalahan yang ada terutama di saat-saat keadaan darurat.

Analisa:

Sebagai *problem solver* merupakan representasi *girl power* yang hendak ditampilkan oleh *Femina Online*. Melalui penekanan pada kalimat memikirkan jalan terbaik, lebih punya *power* dan mempunyai strategi diharapkan representasi mental bahwa seorang sekretaris juga berperan sebagai *problem solver*. Kehadiran dan kemampuan yang dimiliki oleh wanita menjadi penyeimbang dalam tataran dunia kerja.

C. Bagian artikel yang menggambarkan representasi sekretaris sebagai garda depan perusahaan adalah:

Framing Devices:

1. *Metaphors*:

a. "*Seorang sekretaris akan mewakili bosnya*". (paragraf 4 baris 1)

2. *Eksemplar*:

a. "*Misalnya, yang paling sederhana, kalau ada klien yang ingin bertemu sang bos, sekretarislah yang akan menemuinya pertama kali*" (paragraf 4 baris 2-3)

b. "*Kalau ada berita tidak sedap tentang perusahaan, ia yang akan maju terlebih dahulu untuk menjelaskan kepada publik*". (paragraf 4 baris 6-7)

3. *Catchphrases*:

- a. "Posisinya pun sama, yaitu duduk di garda terdepan". (paragraf 4 baris 1)
- b. "Dialah yang akan 'maju' terlebih dulu, dealing dengan perusahaan lain sebagai wakil dari perusahaannya". (paragraf 4 baris 5-6)

4. *Depiction*; -

5. *Visual Image*: -

Reasoning Devices:

1. *Roots*:

Sekretaris merupakan garda terdepan dalam perusahaan. Fakta yang ingin ditonjolkan adalah bahwa sekretaris merupakan orang pertama yang berhubungan dengan orang-orang yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaannya.

2. *Appeal to Principles*:

Mempertegas profesi sekretaris sebagai profesi yang tidak bisa dipandang remeh atau bukan profesi sembarangan.

3. *Consequences*:

Efek dari bingkai tersebut, mengharuskan profesi sekretaris untuk selalu siap maju terlebih berhubungan dengan klien atau media mewakili perusahaannya.

Analisa:

Kekuasaan wanita atau *girl power* tampak sekali pada kewenangan sekretaris untuk menjelaskan kepada publik berkaitan dengan berita baik buruk yang menimpa perusahaan tempat ia bekerja. Hal tersebut diperkuat dengan bingkai sebagai garda depan yang direpresentasikan *Femina Online* terhadap profesi sekretaris tersebut. Jadi dari artikel di atas didapat bingkai berita, 'bahwa seorang sekretaris itu seperti perisai yang harus selalu berada di garis depan'.

D. Bagian artikel yang menggambarkan representasi sekretaris sebagai penguasa informasi:

Framing Devices:

1. *Metaphors*:

- a. "Sekretaris berasal dari kata *secret*. Artinya, sekretaris adalah orang yang

dipercaya untuk menjaga suatu data yang *confidential*" (paragraf 3 baris 1-2).

- b. "Bayangkan jika para sekretaris ini iseng membocorkan informasi yang harusnya ia simpan"(paragraf 10 baris 3)

2. *Eksemplars*:

- a. "Hanya mereka yang bisa mendapatkan akses informasi mendetail tentang suatu kasus atau masalah yang dihadapi perusahaan."(paragraf 10 baris 2)

- b. "Maksudnya, hanya sekretaris yang berani masuk ruangan bos, lalu 'mengacak-acak' ruangan untuk mencari file". (paragraf 10 baris 2-3)

3. *Catchphrases*:

- a. "*information is power*"(paragraf 11 baris 2)

- b. "Maksudnya, hanya sekretaris yang berani masuk ruangan bos, lalu 'mengacak-acak' ruangan untuk mencari file". (paragraf 10 baris 2-3)

4. *Depiction*:

- a. "Ada satu kehebatan yang dimiliki oleh orang-orang yang berprofesi sebagai 'secretary'. Hanya mereka yang punya akses ke dalam" (paragraf 10 baris 1)

5. *Visual Image*: -

Reasoning Devices:

1. *Roots*:

Fakta yang ingin ditonjolkan dalam bagian ini adalah bahwa akses informasi perusahaan secara mendetail ada ditangan seorang sekretaris. Sekretaris juga yang mempunyai wewenang untuk menyimpan data-data *confidential* sehingga bocor tidaknya sebuah informasi sangat tergantung pada sekretaris.

2. *Appeal to Principle*:

Penekanan pada kata yang *berani*, dapat membangun pemahaman bahwa hanya sekretarislah yang dapat keluar masuk ruangan bos dengan seenaknya, dan mengacak-acak dapat membangun

pemahaman bahwa sekretaris mempunyai hak untuk dapat menyentuh data-data perusahaan dengan lebih bebas.

3. *Consequences*:

Bocor tidaknya sebuah informasi sangat tergantung pada sekretaris.

Analisa:

Femina Online mempresentasikan girl power dalam bingkai bagian ini adalah sebagai penguasa informasi. Hal ini merupakan sebuah kehebatan lain yang dimiliki oleh sekretaris selain kekuasaan – kekuasaan wanita sebelumnya.

1.2. Artikel II – 3 Wanita Penikmat Teknologi (Rubrik Karir dan Keuangan Femina Online Edisi III Bulan Maret 2010)

Core Frames:

Artikel ini menceritakan tentang sudut pandang *Femina Online* bahwa IT bukan hanya untuk kaum pria saja, wanita pun dapat berkecimpung dalam bidang tersebut. Kemampuan IT kaum wanita tidaklah kalah jika dibandingkan dengan kaum pria dengan berbagai kelebihan wanita seperti, keluwesan, kemampuan berkomunikasi dan kepercayaan diri.

A. Bagian artikel yang menggambarkan representasi bahwa wanita mempunyai kemampuan yang tidak kalah dalam bidang IT adalah:

Framing Devices:

1. *Metaphors*: -

2. *Eksemplar*:

a. "Dalam bidang teknologi informasi (TI), wanita tak kalah dibanding pria. Kesabaran, kepekaan, ketelitian, dan kepandaian berkomunikasi yang khas, menjadi kompetensi 'mahal' para wanita untuk berkarier di bidang ini" (paragraf 1 baris 2-4).

b. "Kemampuan wanita berperan penting di dunia TI, terwakili oleh Sylvia Efi Widyantari Sumarlin (44), ketua umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)" (paragraf 2 baris 1-3).

3. *Catchphrases*:

a. "Bukan Hanya untuk Pria"

4. *Depiction*:

a. "Untuk bidang engineering, memang benar, perbandingan pria dan wanitanya masih 5:1. Tetapi, untuk bidang-bidang yang lain, wanita lebih unggul" (paragraf 9 baris 2-3)

5. *Visual Image*: -

Reasoning Devices:

1. *Roots*:

Kemampuan wanita di bidang IT tidak kalah oleh kaum pria dikarenakan adanya kesabaran, kepekaan, ketelitian dan kepandaian berkomunikasi yang merupakan kompetensi mahal. Judul artikel ini yaitu *3 Wanita Penikmat Teknologi*, menjadi gambaran bagi adanya representasi *girl power* yang coba di bingkai oleh *Femina Online*.

2. *Appeals to Principle*:

Pembenaran ditunjukkan melalui contoh wanita yang sukses berkecimpung dalam bidang IT yaitu oleh Sylvia Efi Widyantari Sumarlin sebagai ketua umum asosiasi APJII.

3. *Consequences*:

Konsekuensi dari pembingkai pada bagian ini adalah di dunia IT dimana teknologi seolah olah bagaikan sulap, ditujukan bukan hanya untuk pria.

Analisa:

Pernyataan teks berita yang merupakan penyampaian ide *girl power*, disampaikan dengan contoh-contoh yang menjadi pembener tentang kemampuan wanita yang tidak kalah oleh pria dalam dunia teknologi.

B. Bagian artikel yang menggambarkan representasi bahwa modal feminitas yang menguntungkan adalah:

Framing Devices:

1. *Metaphors*: -

2. *Eksemplar*:

a. "Percaya diri inilah yang membuat wanita bisa masuk dalam lingkungan TI, yang katanya didominasi para pria" (paragraf 9 baris 1-2)

- b. "Bidang lain yang dimaksud Efi adalah kreativitas sebagai web designer. "Urusan desain yang berhubungan dengan kreativitas, masih dianggap pria sebagai sesuatu yang feminin, karena membutuhkan kesabaran,"(paragraf 10 baris 1-3)
- c. "Peluang di bagian Training TI, yakni melakukan training pemasaran dan training produk, juga bisa dimanfaatkan, karena wanita memiliki kemampuan komunikasi yang baik".(paragraf 11 baris 4-5)
3. *Catchphrase*: -
4. *Depiction*:
- a. "Wanita memiliki kelebihan-kelebihan yang berguna, di antaranya kemampuan berkomunikasi, kesabaran, dan multitasking. "Sejak kecil, wanita kan dididik untuk bisa mengerjakan banyak hal dalam waktu yang bersamaan, hal ini berguna sekali untuk diterapkan dalam dunia TI yang serba cepat dan dinamis" (paragraf 12 baris 2 -4).
5. *Visual Image*: -
- Reasoning Devices:
1. *Roots*:
Femina membangun pembenaran – pembenaran atas kemampuan wanita terjun dalam dunia IT karena modal feminitas sebagai bentuk *girl power* yang dimilikinya.
2. *Appeals to Principles*:
Klaim atas modal feminitas yang dimiliki perempuan seperti kemampuan komunikasi, kesabaran, ketelitian dan kesabaran. Juga adanya pelabelan terhadap kemampuan multi tasking wanita sejak kecil menjadi kelebihan yang berguna dalam dunia IT yang serba cepat dan dinamis.
3. *Consequenses*:
Konsekuensinya adalah bahwa untuk berhasil dalam bidang IT, *multi tasking* sangat diperlukan.

Analisa:

Pemakaian kata-kata seperti 'kompetensi mahal', 'bukan hanya untuk pria' menekankan arti dari sebuah pemaknaan atau menonjolkan kesan terhadap pemaknaan *girl power*. Pembeneran atas kesuksesan wanita dalam bidang IT melalui contoh dan kemampuan yang menentukan mengarah pada *girl power*.

2. Intepretasi Penelitian

Gagasan atau ide yang ditunjukkan berupa pernyataan-pernyataan teks berita dalam berbagai elemen *framing devices*, menunjukkan adanya representasi *girl power* dalam setiap artikel yang disajikan oleh *Femina Online*. Representasi *girl power* yang ditampilkan tersebut akan membentuk konsep tentang kekuasaan wanita dalam benak pembaca melalui konstruksi bahasa. Sehingga berdasarkan hasil analisis terhadap artikel 'Bukan Sembarang Sekretaris' dan '3 Wanita Penikmat Teknologi' intepretasi yang didapatkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Representasi *girl power* dalam artikel 1 berbentuk:

- a. Posisi penting dalam perusahaan: wakil pimpinan, peninjau kebijakan, pengurus operasional perusahaan.
- b. *Problem Solver*: mempunyai *power advicer*, mempunyai strategi, pemikir jalan keluar terbaik untuk setiap permasalahan perusahaan, penentu keputusan di saat darurat.
- c. Garda Depan: wakil pimpinan, maju terlebih dahulu sebagai wakil perusahaan, wewenang untuk menyeleksi tamu.
- d. Penguasa Informasi: keleluasaan untuk setiap informasi, wewenang untuk mengacak-acak ruangan pimpinan, penyimpan data-data *confidential* perusahaan, kekuasaan informasi.

2. Representasi *girl power* dalam artikel 2 berbentuk:

- a. Mempunyai kemampuan tidak kalah dengan pria: Kesabaran, kepekaan, ketelitian, dan kepandaian berkomunikasi yang khas: sebagai sebuah kompetensi mahal.
- b. Modalitas feminitas: kepercayaan diri, kreativitas, komunikasi, *multi tasking*.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dan interpretasi maka terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam bingkai *Femina Online*, profesi sekretaris direpresentasikan sebagai profesi yang tidak lagi dipandang sebelah mata atau remeh. Profesi yang notabene lebih banyak dikerjakan oleh kaum wanita tersebut ternyata sangat kental dengan *girl power*. Kekuasaan wanita atau *girl power* bahkan dapat ditemui dalam setiap elemen tugas yang dikerjakan.
2. Sementara wanita pun direpresentasikan oleh *Femina* dalam bingkai beritanya, dapat disejajarkan atau bahkan melebihi pria untuk berkarir di bidang IT.
3. Modal feminitas yang diperoleh sejak lahir merupakan *girl power* tersendiri, karena dengan kelebihan tersebut mereka dapat bersaing bahkan berkarir dengan jabatan lebih tinggi dari kaum pria di dalam dunia IT.
4. *Femina* mencoba membingkai konsep *girl power*, melalui konstruksi bahasa, pemakaian teks yang menunjukkan kekuasaan dan tekanan kuat untuk membentuk representasi tentang *girl power*.

2. Saran

Sebaiknya, penelitian tentang *girl power* tidak hanya dilihat dari kajian media tetapi mungkin juga melalui *cultural studies* atau kajian kritis. Pemilihan artikel juga hendaknya dilakukan dengan lebih spesifik pada

profesi yang lebih tinggi jenjangnya. Perlu juga dilakukan wawancara terhadap pihak media untuk mendapatkan gambaran pembedingkaian dengan lebih mendalam dan maksimal. Karena ternyata studi pustaka saja tidak mencukupi untuk menampilkan gambaran dari representasi *girl power* yang dimaksudkan.

Daftar Pustaka

- Alex Sobur. 2002. *Analisis Teks Media (Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bhatnagar, D dan Rajadhyaksha, U. 2001. *Attitudes toward work and family roles and their implication for career growth of women. Sex Roles: A Journal of Research*.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*, California: Sage.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hopkins, Susan. 2002. *Girl Heroes: The New Force In Popular Culture*. Annandale NSW: Pluto Press Australia.
- Idi Subandi Ibrahim dan Hanif Suranto. 1998. *Wanita dan Media, Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Karlyn, Kathleen Rowe. 2003. *Scream, Popular Culture, and Feminism's Third Wave: 'I'm Not My Mother'. Genders: Presenting Innovative Work in the Arts, Humanities, and Social Sciences No. 38*.

- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods 3rd Edition*. California: Sage Publications.
- Rhenald Kasali. 1998. *Membedik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nirwana. Juli 2001. *Jurnal Vol 3, No. 2*. Surabaya.
- Rini JF. 2002. *Wanita Bekerja, Jurnal Psikologi*.
- Siahaan. Juli 1998. *Journal of Sociology Vol. 95, 'Willian A. Gamson and Andre Modigliani – Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power a Constructionist Approach'*.