

STRATEGI KOMUNIKASI ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN (AJI) MAKASSAR DALAM MEMBANGUN KARYA JURNALISTIK DENGAN PERSPEKTIF GENDER

Oleh: Wardah, Rusli
Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Indonesia Timur
E-mail: 1ardawardahna@gmail.com, 2ruslihabibi@gmail.com

Abstrak

Pemberitaan tentang isu perempuan di media massa seringkali diskriminatif dan bias gender. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi AJI Makassar dalam membangun karya jurnalistik yang berperspektif gender. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan informan sejumlah 5 orang yang terdiri atas ketua AJI Makassar dan jurnalis seniorlainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Hoebeman yaitu mereduksi data, mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam beberapa unit, mendeskripsikan serta membuat kesimpulan. Hasil daripenelitian ini menunjukkan empat strategi komunikasi AJI yang diterapkan dalam membangun karya jurnalistik yang berperspektif gender yaitu membangun relasi, pengembangan Informasi, pendampingan, dan publikasi karya jurnalistik yang representatif gender. Beberapa faktor yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi yang dilakukan adalah proses komunikasi, sarana dan prasarana, faktor internal berupa keterbatasan fisik dan psikis serta faktor eksternal berupa tekanan dari lembaga, deadline liputan, dan penugasan di luar daerah.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi, Gender, Gender dalam Pemberitaan.*

Abstract

The coverage of women's issues in the mass media is often discriminatory and biased gender. This study is aimed to describe *AJI* Makassar's communication strategy in building journalistic works with gender perspective. The type of this research is descriptive qualitative with five informants consisting of chairman of *AJI* Makassar and other senior journalists. Data collection is done through observation, interview, documentation and literature study. The data of the research are analyzed using Miles and Hoebeman model that is reducing data, organizing data into categories, describing into several units, describing and making conclusion. The result of this research defines *AJI*'s communication strategies that are applied in building journalistic work with gender perspective that is about building relationships, information development, facilitation, and publication of gender representative journalistic work. Some factors that support and impede communication strategies are communication process, infrastructure, internal factors such as physical and psychological limitations and external factors such as institutional pressure, deadline coverage, and assignments outside the region.

Key words: *Communication strategy, Gender, Gender in Mass media*

Pendahuluan

Isu gender hingga saat ini menjadi perhatian dalam media massa lokal dan nasional bahkan internasional. Bagi insan media, isu gender mampu mempengaruhi aspek pemasaran media dan memiliki pembaca tersendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) Makassar pada November 2013 hingga Februari 2014 terhadap enam koran lokal Makassar yang dianggap representatif menunjukkan adanya apresiasi media yang tinggi terhadap isu gender. Terdapat sebanyak 579 artikel yang mengangkat isu gender, masing-masing 143 artikel diterbitkan oleh Harian Fajar, 115 oleh Harian Tribun Timur, 113 oleh Harian Rakyat Sulsel, 102 dimuat oleh Harian Berita Kota Makassar, 64 artikel dari Harian Seputar Indonesia, dan 42 artikel yang diterbitkan oleh Koran Tempo. Beberapa isu menonjol dari sejumlah pemberitaan tersebut adalah menyoal perempuan dan politik, karier, perempuan dan hukum, dan juga kesehatan (AJI Makassar, 2014:75)

Realitas media massa lainnya menunjukkan bahwa pemberitaan terkait perempuan masih direpresentasikan sebagai objek pemberitaan yang sifatnya diskriminatif. Iklan dan pesan-pesan komersil, sinetron, serta program hiburan lainnya kerap menampilkan perempuan sebagai ikon untuk meningkatkan daya jual. Selain itu, dalam kasus-kasus kriminal perempuan seringkali diberitakan sebagai korban yang tidak berdaya dan disudutkan. Hal ini menjadi gambaran realitas adanya subordinasi dan marginalisasi yang masih dirasakan oleh kalangan perempuan Indonesia tidak terkecuali di media massa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) Makassar bulan Maret hingga Mei 2012 tentang pemberitaan perempuan di media cetak dan televisi, menunjukkan bahwa dari tujuh surat kabar yang didata, terdapat 731 berita yang terkait dengan perempuan, 106 diantaranya merupakan berita dengan tema kekerasan terhadap perempuan, 137 berita dengan tema kiprah perempuan, serta 245 berita yang mengangkat isu perempuan dan hukum. Sementara itu, dari enam media televisi yang didata,

tercatat 374 pemberitaan yang terkait dengan perempuan. Sebanyak 35 berita tentang kekerasan terhadap perempuan, 233 berita dengan tema perempuan dan hukum, 38 berita dengan tema tafsir agama, 21 berita dengan tema politik dan perempuan, 7 berita dengan tema ekonomi dan kemiskinan, serta 5 berita dengan tema perdagangan perempuan <https://ajiindonesia.or.id>.

Pada sejumlah berita tersebut, tidak sedikit berita yang bias gender. Karya-karya jurnalis yang tidak sensitif gender diantaranya nampak dari pemilihan diksi, pemilihan foto yang ditampilkan, hingga pada bagaimana menposisikan perempuan dalam isu berita. Selain itu, pemahaman jurnalis tentang gender menjadi hal mutlak termasuk pemilihan nara sumber oleh jurnalis. Pemahaman tentang gender dalam hal ini penting sebagai upaya untuk menghasilkan liputan-liputan yang sensitif terhadap gender.

Di sinilah Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) Makassar memiliki peranan strategis dalam memberikan pendampingan terhadap jurnalis agar memiliki pemahaman yang baik tentang gender. AJI Makassar sendiri adalah organisasi profesi Jurnalis yang sejak berdiri hingga saat ini memiliki kepedulian terhadap tiga isu utama. Salah satu dari tiga isu tersebut adalah profesionalisme wartawan diantaranya terkait kemampuan jurnalis untuk menghasilkan liputan yang sensitif gender.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi Komunikasi Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar dalam membangun karya jurnalistik yang berperspektif gender.
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar dalam membangun karya jurnalistik yang berperspektif gender.

TINJAUAN PUSTAKA

1.Strategi Komunikasi

Istilah strategi umumnya digunakan untuk menggambarkan suatu rencana atau cara dalam mencapai sesuatu yang diinginkan. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dimana tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat menilai kondisi-kondisi internal dan eksternal secara objektif, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal (Rangkuti, 2009:3).

Defenisi strategi juga diutarakan oleh Cutlip dkk (2005:294) sebagai penentuan tujuan dan sasaran dasar jangka panjang suatu perusahaan, pengambilan rangkaian tindakan dan pengalokasian sumber daya..”Dalam merumuskan strategi tersebut diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama dalam memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak, kemudian menyusun pesan yang mampu membangkitkan perhatian dan mempengaruhi khalayak (Arifin, 1994:59)

Sementara itu istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, dengan maksud dari penjelasan di atas adalah memiliki makna yang sama (Effendy: 2009:9). Hovland dalam Effendy (2001:4) mengetengahkan definisi komunikasi sebagai *The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behaviour of other individuals (communicates).*” Artinya bahwa komunikasi merupakan suatu proses menstimulasi dari seorang individu (komunikator) terhadap individu lain dengan menggunakan lambang-lambang yang berarti, berupa lambang untuk mengubah perilaku.

Dari defenisi strategi dengan komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah seni dalam berkomunikasi/menyampaikan informasi untuk mempengaruhi, merubah pendapat, merubah sikap komunikan dan bertindak sesuai kehendak komunikator. Ronger dalam Cangara(2014) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Tujuan utama strategi komunikasi itu sendiri terdiri dari tiga yaitu *to*

secure understanding, to establish acceptance, and to motivate action (Pace, Peterson dan Burnett dalam Effendy (2006:32). *To secure understanding* mengandung makna bahwa suatu strategi komunikasi harus mampu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Jika pesan telah mampu dipahami dengan baik oleh penerima maka kondisi penerima yang demikian harus bisa dibina dan dipertahankan (*to establish acceptance*), yang pada akhirnya diharapkan mampu menjadi motivasi terlaksananya suatu tindakan (*to motivate action*).

Agar dapat berjalan secara efektif, strategi komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai tahapan seperti yang diutarakan oleh Argenti (2008) :

1. Menentukan *objectives* sebagai bagian dari kegiatan komunikasi, meliputi hasil yang diinginkan organisasi dari kegiatan komunikasi yang akan dilakukan.
2. Menentukan sumber daya yang digunakan untuk memperoleh objectives tersebut seperti dana, SDM dan waktu.
3. Menganalisa reputasi organisasi
4. Menganalisa kongstituen (publik) organisasi dengan cara:
 - a. Membedakan antara publik primer dengan sekunder
 - b. Mengetahui apa yang publik pikirkan mengenai organisasi? Bagaimana sikap mereka terhadap organisasi?
 - c. Apakah publik mengetahui tentang topik atau isu yang menjadi pokok bahasan dalam strategi komunikasi.
5. Mengirimkan pesan secara tepat, dengan cara:
 - a. Memilih channel komunikasi sesuai
 - b. Memperhatikan struktur pesan yang disampaikan
 - c. Pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian
 - d. Pesan dirumuskan melalui lambang-lambang yang mudah dipahami atau dimengerti oleh komunikan
 - e. Pesan menimbulkan kebutuhan pribadi dari komunikannya

- f. Pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi, sesuai dengan situasi dan keadaan kondisi dari komunikan
 - g. Pesan tersebut berupa ide, pikiran, informasi, gagasan, dan perasaan.
6. Publik respons, berupa tanggapan balik dari publik setelah melakukan komunikasi.

Dalam melakukan strategi komunikasi juga perlu memperhatikan berbagai unsur antara lain:

- a. Kredibilitas, daya tarik dan kekuasaan yang dimiliki komunikator. Kekuasaan di sini menunjuk pada kharisma, wibawah dan kompetensi komunikator.
- b. Pesan yang dirancang dengan memperhatikan struktur dan daya tarik pesan.
- c. Media/saluran yang digunakan baik personal maupun non personal.
- d. Khalayak
- e. Penggunaan waktu yang tepat

2. Gender Dalam Pemberitaan

Istilah Gender menunjuk pada perbedaan peran, fungsi, sifat, kedudukan, tanggung jawab, dan hak perilaku laki-laki dan perempuan yang dibentuk dan disosialisasikan oleh norma, adat, dan kebiasaan masyarakat setempat. Gender merupakan suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural (Fakih, 2008:8). Gender berbeda dengan seks atau jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang bersifat biologis (Moore dalam Koodiran, 2001). Perbedaan peran laki-laki dan perempuan tidak dipengaruhi oleh sifat biologisnya melainkan oleh konstruksi sosial.

Gender dipersoalkan karena secara sosial telah melahirkan perbedaan peran, tanggung jawab, hak dan fungsi serta ruang aktivitas laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Perbedaan tersebut akhirnya membuat masyarakat cenderung diskriminatif terhadap akses, partisipasi, serta kontrol dalam hasil pembangunan laki-laki dan perempuan.

Kaum feminis adalah kaum yang memperjuangkan kesetaraan gender antara perempuan dan laki-laki. Tidak hanya menyorot tentang bagaimana perempuan diperlakukan namun juga bagaimana perempuan digambarkan misalnya di dalam media massa. Karena itu kritik kaum feminis juga ditujukan pada konten media umum. Media massa dianggap sebagai wadah legitimasi bias gender terutama dalam representasi perempuan. Bagaimana perempuan dipandang di masyarakat saat ini salah satunya merupakan hasil pembelajaran dari media sebagaimana yang diketengahkan oleh black and Withney terkait fungsi media yaitu memberikan informasi, menghibur, mendidik, membujuk/mempengaruhi, dan sebagai transmisi budaya (Nurudin: 2014:64) .

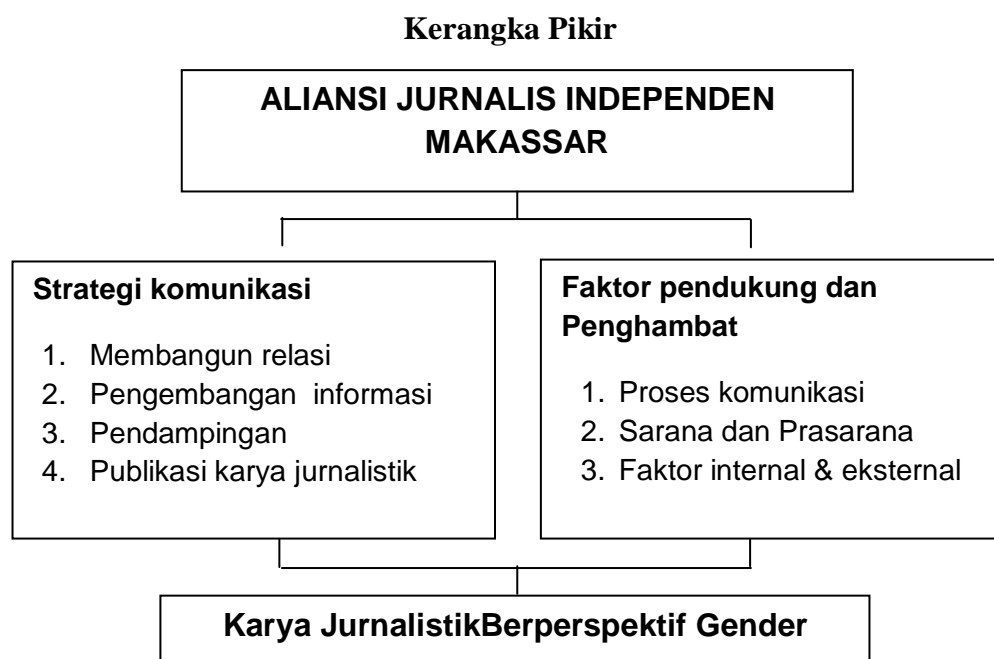
Penggunaan bahasa dalam media massa selain sebagai alat penyampaian pesan juga menyimpan konstruksi ideologi yang merepresentasikan cara pandang jurnalis. Menurut Halliday dalam Eriyanto, (2006:15) penggunaan bahasa pada media massa dipahami sebagai pilihan, baik berupa pilihan kosakata maupun struktur gramatika dimanatiap bahasa membawa makna ideologi. Oleh sebab itu, jurnalis media massa cenderung menyerap nilai-nilai umum yang berlaku di masyarakat dalam menyusun pemberitaan.

Salah satu serapan nilai-nilai ideologi yang termuat dalam media massa adalah mengenai permasalahan *gender*. Serapan nilai-nilai yang dalam beberapa sisi cenderung memunculkan diskriminasi terhadap perempuan dalam pemberitaan di media massa.

Perempuan masih sering dijadikan objek eksploitasi di media massa untuk meraup keuntungan secara komersildiantaranya melalui iklan. Beberapa iklan yang dimaksudkan diantaranya iklan permen pindy mint “dingin-dingin empuk”, Iklan torabika “Pas Susunya”, Iklan sidomuncul “puas rasanya”, dan lainnya. Dalam masyarakat *Patriarchal*,seks merupakan bagian yang dominan dalam hubungan laki-laki dan perempuan serta menempatkan perempuan sebagai subordinasi.(Bungin, 2009: 355)

Untuk kasus kriminal seperti pemerkosaan juga sering diberitakan bahwa kasus-kasus pemerkosaan tidak murni kesalahan laki-laki, melainkan

perempuan berpakaian terbuka yang menggoda laki-laki. Sehingga perempuan di sini tidak hanya menjadi korban dan terluka tetapi juga disudutkan. Persoalan ini menunjukkan bahwa diskriminasi tidak hanya terjadi secara fisik tetapi jugamelalui pemberitaan yang bias gender yang justru lebih beresiko karena berdampak lebih jauh terhadap perspektif masyarakat.



Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan informan sebanyak 5 orang yang tergabung dalam Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar yang terdiri dari ketua AJI dan 4 wartawan senior AJI. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Hoebberman yaitu mereduksi data, mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam beberapa unit, mendeskripsikan serta membuat kesimpulan.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada AJI Makassar, didapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

1.Strategi Komunikasi Aliansi Jurnalis Independen (Aji) dalam Membangun Karya Jurnalis yang Berperspektif Gender

a. Membangun Relasi/Kerjasama

Beberapa organisasi yang menjalin relasi/hubungan kerjasama dengan AJI beserta dengan bentuk kerjasamanya, adalah:

1. DnP (*Development and Peace*)

Kerjasama antara AJI dan lembaga DnP dilakukan dalam bentuk:

- a. Diskusi publik dan pelatihan. Beberapa diskusi publik yang telah dilaksanakan diantaranya adalah diskusi publik dengan tema “Media dan isu kekerasan perempuan dan anak”, Mei 2016; pelatihan “Manajemen konten untuk media online lokal”, November 2016; workshop media sosial untuk pers mahasiswa, November 2015; dan juga pelatihan gabungan antara komunitas perempuan dengan para jurnalis. Berbagai diskusi publik yang dilaksanakan tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait isu-isu yang berkembang di kalangan perempuan.
- b. Kajian pemberitaan media. AJI Makassar bersama lembaga DnP telah melakukan kajian pada lima koran harian yang ada di Makassar untuk mengidentifikasi intensitas pemberitaan terkait isu perempuan dan juga ragam pemberitaan perempuan dalam konteks kekinian. Kajian yang dilakukan selama periode Juli 2015 terhadap Harian Berita Kota Makassar, Tribun Timur, Fajar, Rakyat Sulsel, dan Ujung pandang ekspres menunjukkan adanya intensitas pemberitaan yang cukup tinggi terkait isu perempuan yaitu sebanyak 109 berita. Perempuan dan kriminal mendominasi pemberitaan dimana perempuan sebagai korban yaitu sebanyak 42 berita masing-masing adalah 19 berita dari Harian Berita Kota Makassar, 12 berita dari Harian Tribun Timur, 8 berita dari Harian Fajar, 2 berita dari Harian Rakyat Sulsel, serta 1 berita dari Ujung Pandang Ekspres.

- c. Fellowship yaitu beasiswa pelatihan penulisan investigasi jurnalistik. Beasiswa yang diberikan berupa biaya selama pelatihan termasuk konsumsi, akomodasi, dan materi pendukung lainnya hingga biaya operasional liputan. Pemberian beasiswa ini tidak lain untuk mendorong partisipasi aktif dan keseriusan jurnalis dalam memberikan perhatian terhadap isu gender. Pada kegiatan tersebut, AJI memberikan penghargaan kepada wartawan maupun media yang dinilai memiliki perspektif, pemahaman, dan keterampilan menulis responsif gender dengan mengedepankan aspek-aspek humanisme dalam tulisannya. Artikel-artikel hasil liputan investigasi yang dianggap layak kemudian diterbitkan dalam bentuk buku.
 - d. Penyusunan dan penerbitan buku berisi hasil liputan investigasi para jurnalis AJI terkait isu perempuan di Sulawesi Selatan. Uraian tentang buku terbitan AJI dan lembaga DnP akan diulas dalam bagian penerbitan karya jurnalistik AJI Makassar.
2. BAKTI-yayasan yang menaungi organisasi Majalah Perempuan Untuk Indonesia (MAMPU).
Keberadaan MAMPU sebagai relasi AJI adalah sebagai mitra dalam menyusun buku panduan peliputan atau penulisan berita dengan isu perempuan. MAMPU adalah organisasi yang memberi perhatian khusus terhadap-isu-isu keperempuanan.
 3. Forum Pemerhati Masalah Perempuan (FPMP) Sulawesi Selatan- sebagai partner AJI dalam mengamati dan menanggapi berbagai persoalan perempuan dalam pemberitaan di berbagai media yang ada di Makassar.
 4. Lembaga Bantuan Hukum Asosiasi Perempuan Indonesia untuk Keadilan Bali (LBH APIK) menjadi bagian dari AJI dalam bentuk pengadvokasian terhadap kasus-kasus perempuan, sebab jurnalis AJI tidak hanya dituntut melakukan peliputan dan penulisan dengan isu perempuan tetapi juga bertugas mengadvokasi kasus-kasus perempuan.
 5. Komnas Perempuan—sebagai mitra AJI dalam melihat persoalan-persoalan perempuan. Salah satu hasil analisis Komnas Perempuan bersama AJI

Makassar adalah analisis tentang pemberitaan media dalam kurun waktu Januari-Juni 2015 terkait pemberitaan perempuan yang cenderung bertentangan dengan kode etik jurnalistik. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan berita yang mencampurkan fakta dan opini sebanyak 40%, berita yang mengungkapkan identitas korban sebanyak 38%, serta berita yang mengandung informasi cabul dan sadis sebanyak 21%. Angka-angka tersebut memperlihatkan masih minimnya pengetahuan dan pemahaman jurnalis dalam melakukan liputan khususnya terhadap isu perempuan.

6. Koalisi Perempuan Indonesia (KPI) Sulawesi Selatan - berpartisipasi dalam melihat persoalan gender diantaranya melalui keikutsertaannya dalam konsolidasi menanggapi sejumlah pemberitaan media di Makassar yang telah melampaui batas.
7. Akademisi - turut serta dalam melihat kasus-kasus perempuan dan memberikan masukan terhadap AJI dalam berbagai diskusi.

Keberadaan organisasi dan lembaga keperempuanan, praktisi dan akademisi sebagai mitra relasi AJI memberikan sumbangsi yang positif dalam membangun perspektif gender di kalangan jurnalis AJI sebagai aktor media. Melalui para aktor media tersebut, diharapkan lahir karya-karya jurnalistik yang proporsional terkait isu perempuan yang pada akhirnya memberikan wawasan terhadap publik terkait kesetaraan gender. Intensitas pemberitaan isu perempuan diharapkan mampu mendorong perhatian besar pemerintah dalam hal ini para pengambil kebijakan.

b. Pengembangan Informasi

Informasi yang dikembangkan AJI berupa informasi terkait isu perempuan dalam konteks kekinian dan gambarannya dalam media massa. Informasi tersebut berkembang di kalangan berbagai relasi AJI yang fokus pada isu gender dan juga dari jurnalis yang tergabung dalam AJI. Melalui jaringan-jaringan yang dimiliki AJI, informasi terus berkembang dan tersosialisasikan kepada jurnalis baik yang tergabung dalam AJI maupun yang tidak tergabung dalam AJI melalui berbagai kegiatan seperti diskusi, seminar, workshop,

pelatihan,serta melalui sosial media whatsapp dan facebook.Selain sebagai bahan komunikasi dan sosialisasi,informasi ini juga sebagai bahan evaluasi untuk menakar sejauh mana pemahaman jurnalis tentang gender.

c. Publikasi Karya Jurnalis AJI Makassar

Karya jurnalis AJI yang dimaksud adalah hasil liputan investigasi jurnalis AJI Makassar terkait isu perempuan dengan mengedepankan aspek perspektif gender. Karya-karya tersebut telah dibukukan dan hingga saat ini AJI Makassar telah menerbitkan 4 buah buku atas kerjasamanya dengan beberapa lembaga. Keempat buku tersebut adalah:

1) Buku dengan judul “Perempuan dalam Perspektif Jurnalis”

Buku ini memuat 7 liputan investigasi dengan cakupan isu perempuan yang lebih luas dan lebih variatif. Isu-isu yang diangkat menyoal stigma negatif yang muncul di kalangan perempuan diantaranya tentang wanita tuna susila, eksploitasi perempuan di dunia politik, salah kaprah KDRT dengan mengatasnamakan agama, hingga kepatuhan perempuan imigran terhadap rumah tangganya yang tertutup.

2) Buku dengan judul “Problematika Perempuan Sul-Sel”

Buku ini terbit di tahun 2016 dengan jumlah tulisan sebanyak 11 judul berisi liputan investigasi dengan tema yang beragam. Tema-tema yang diangkat berkisah tentang kiprah perempuan di ruang publik dan keterbatasannya, kebijakan fasilitas publik yang belum sepenuhnya berpihak pada perempuan, hingga pada upaya kaum perempuan menghadapi diskriminasi yang masih banyak menimpa kaumnya.

3) Buku “Melihat Perempuan dari Balik Meja Redaksi”

Buku ini dimaksudkan sebagai panduan tolak ukur dalam membangun perspektif gender dalam ruang lingkup media khususnya dalam ruang redaksi. Melalui buku ini jurnalis diharapkan dapat membuka cakrawala berpikir tentang perempuan dan menularkannya dalam tiap karyanya.

4) Buku “Panduan Jurnalis dalam Meliput Isu Anak”

Buku ini merupakan buku ketiga yang diterbitkan oleh AJI Makassar melalui kerjasama dengan mitra yang mana untuk buku ini bekerjasama

dengan Konsulat Jenderal Australia. Buku yang terbit di tahun 2017 ini berisikan tentang panduan cara tepat dalam meliput anak, pentingnya perspektif anak bagi jurnalis, hingga realitas anak dalam media massa.

Keberadaan Jurnalis yang memiliki pemahaman yang baik tentang gender memberi warna baru pada ulasan berita bagi pembacanya. Jauh sebelum program ini berjalan, tidak sedikit jurnalis yang menyimpang dari perspektif gender yang semestinya. Perempuan sering kali menjadi korban pemberitaan yang dikonotasikan memiliki derajat yang lebih rendah dari laki-laki dengan alasan kepentingan pasar. Hal demikian menurut perspektif AJI termasuk pelanggaran kode etik jurnalis dan tentunya merupakan bagian dari ketidakprofesionalan jurnalis.

d. Pendampingan

Pendampingan yang dimaksud adalah segala upaya AJI dalam memberikan pemahaman gender kepada jurnalis sehingga terhindar dari etika yang menyimpang dalam pemberitaan. Pendampingan ini juga menjadi bentuk evaluasi jurnalis dalam menganalisa hasil tulisan untuk menyimpulkan bahwa jurnalis tersebut masih bias atau sudah memiliki pemahaman yang memadai tentang gender. Hasil evaluasi inilah yang menentukan bahwa apakah perlu dilakukan pendampingan secara intensif atau tidak.

Selain pendampingan dalam bentuk pelatihan, AJI Makassar melakukan pendampingan secara langsung dengan memberikan pengarahan kepada jurnalis. Salah satu pendampingan yang dilakukan yaitu terhadap kasus Yusniar di daerah Jeneponto tahun 2016 yang dilaporkan atas dugaan pencemaran nama baik. Kasus itu mulai diangkat setelah Yusniar menulis status di akun sosial mediana dengan nada yang dianggap mencemarkan nama baik. AJI kemudian mengambil sikap untuk memberikan perhatian khusus dalam memberitakan kasus Yusniar tersebut.

Pendampingan ini diharapkan mampu membangkitkan sensitivitas dan kepekaan jurnalis terhadap berbagai kasus yang menimpa perempuan di dunia nyata dan juga dalam perspektif media.

2.Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

a. Proses komunikasi

Proses komunikasi menentukan efektif tidaknya pesan yang disampaikan dalam berbagai bentuk komunikasi. Adapun bentuk komunikasi yang dilakukan AJI Makassar adalah :

1.Komunikasi berbasis online melalui penggunaan aplikasi whatsapp (WA) dan facebook. Penggunaan aplikasi tersebut sebagai media komunikasi kepada sesama jurnalis yang tergabung dalam Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar baik yang ada dalam struktural maupun sebagai anggota. Di era digital, sosialisasi kegiatan lebih efektif dilakukan melalui postingan dimana setiap anggota dapat melihat dan memberikan komentar secara langsung dan anggota lainnya memantau proses komunikasi yang berlangsung.

2. Komunikasi langsung

Komunikasi langsung adalah komunikasi tatap muka yang berlangsung antara sesama jurnalis yang tergabung dalam AJI. Umumnya komunikasi ini berlangsung di Rumah Independen (eks.Sekretariat AJI) sebagai tempat berkumpulnya para anggota AJI yang dilengkapi fasilitas warkop dan wifi gratis.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang bersifat prinsip. Kendala utama yang ditemui adalah pada penguasaan bahan/pesan dalam hal ini pengetahuan dan pemahaman tentang gender. Hal ini sangat penting bagi jurnalis sebagai dasar dalam memberikan interpretasi terhadap isu-isu perempuan yang nantinya akan dituangkan dalam liputan. Selain itu, kecakapan jurnalis dalam membedakan antara fakta objektif dan opini subjektif dalam laporan peliputan masih relatif minim. Jurnalis pada dasarnya telah dibekali dengan kode etik jurnalistik namun keberadaannya masih belum bisa sebagai jaminan atas suatu peliputan yang baik dan benar.

b.Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dimaksudkan berupa tempat atau gedung dalam hal ini sekretariat AJI (Rumah Independen). Gedung dengan fasilitas

8meja persegi dan 32 kursiserta lemari buku tersebut cukup representatif sebagai tempat pelaksanaan berbagai kegiatan diskusi. Ruangan berkapasitas 50 peserta dan dilengkapi lahan parkir yang memuat sekitar 20 sepeda motor, cukup luas sebagai tempat bersosialisasi bagi para jurnalis AJI. Beberapa lokasi terbuka lainnya juga menjadi tempat alternatif untuk pelaksanaan diskusi.

Adapun kendala yang biasa ditemui para jurnalis adalah keterbatasan waktu masing-masing jurnalis jika berbenturan dengan jadwal peliputan atau agenda lain di tempat kerja. Selain itu, faktor geografis juga tidak terelakkan. Daya jangkau, transportasi dan akomodasi seringkali menjadi pertimbangan untuk berkontribusi aktif dalam tiap kegiatan yang dilaksanakan oleh AJI Makassar. Roadshow ke beberapa daerah di Sulawesi Selatan yang dilakukan oleh AJI bersama lembaga keperempuanan lainnya dalam rangka memberikan pelatihan dan kegiatan workshop lainnya diharapkan mampu menjangkau jurnalis-jurnalis lainnya tanpa terikat dari aspek geografis.

c. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal yang penulis maksudkan adalah hambatan fisik maupun psikis untuk melakukan komunikasi, sedangkan faktor eksternal adalah tekanan para jurnalis dari lembaga atau perusahaan pers tempat ia bekerja.

1. Faktor internal :

- a. Hambatan fisik seperti menderita sakit sehingga terhambat mengikuti kegiatan yang sedang berlangsung.
- b. Hambatan psikis berupa inisiatif/kemauan atau kesadaran jurnalis yang masih kurang sehingga tidak hadir dalam kegiatan.

2. Faktor Eksternal :

Penyebab terhambatnya anggota AJI mengikuti kegiatan yang dilaksanakan juga disebabkan karena tekanan dari lembaga pers dimana wartawan harus ikut dan tunduk atas kebijakan pimpinan tertinggi pada perusahaan atau media tempat ia bergabung. Tingginya mobilitas para jurnalis AJI yang berbeda-beda, deadline, dan penugasan ke luar daerah menjadi penyebab kurang maksimalnya partisipasi jurnalis dalam

tiap kegiatan yang dilaksanakan oleh AJI. Selain itu, karena pekerjaan meliput merupakan pekerjaan lapangan yang menguras energi yang tentunya mengancam kesehatan, sehingga memungkinkan jurnalis tidak sempat mengikuti program yang dijalankan AJI.

Kesimpulan

Berdasarkan ulasan sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan bahwa untuk membangun karya jurnalis yang berperspektif gender, AJI Makassar menempuh serangkaian strategi yaitu: 1) Membangun relasi dengan beberapa organisasi keperempuanan, LSM, praktisi dan akademisi; 2) Pengembangan informasi melalui komunikasi dan sosialisasi dalam bentuk diskusi, pelatihan/workshop, dan sosial media; 3) Pendampingan; serta 4) Publikasi karya jurnalis AJI. Adapun faktor pendukung dan penghambatnya berupa proses komunikasi, sarana dan prasarana, faktor internal berupa hambatan fisik dan psikis, serta faktor eksternal berupa tekanan dari perusahaan tempat kerja.

Saran

1. Membangun *sense of belonging* diantara para jurnalis AJI melalui pendekatan persuasif dan emosional.
2. Meningkatkan profesionalitas dalam berkarya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, sebuah pengantar ringkas*. CV. Armico: Bandung
- Ardianto, E.L. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung
- Argenti, Paul. 2008. *Corporate communication*. McGraw-Hill Education
- Arikunto, Suharsini. 2001. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta: Jakarta
- Azis, Asmaeni. 2006. *Kesetaraan Gender dalam Prespektif Sosial Budaya*. Yapma: Makassar
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana: Jakarta
- Cangara, Hafied, 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. RajaGrafindo Persada: Jakarta
- Cutlip dkk. 2005. *Effective PR* (edisi 8).
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- 2006. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Eriyanto. 2006. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKIS: Yogyakarta
- 2003. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKIS: Yogyakarta
- Fakih, Mansour. 2008. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. INSIST Press: Jakarta
- Freddy, Rangkuti, 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*: Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

- Koodiran dkk. 2001. *Peningkatan Partisipasi Wanita dan Pengembangan Hubungan Industrial yang Berwawasan Gender di awasan Timur Indonesia*. Laporan penelitian hibah bersaing VII/3 perguruan tinggi tahun 2001.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja grafindo persada: Jakarta
- Pratiwi, Adelia. 2012. *Strategi Komunikasi Direktoral Penyiaran dalam mengkomunikasikan peraturan dan kebijakan proses perizinan penyiaran*. (Fisip UI): Jakarta
- Ruslan, Rosady.2003.*Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Smith, D. Ronald. 2005.*Strategic Planning for public relation*. Secon Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publisher: London.