

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini adalah wacana tentang *male privilege* yang ada pada *talkshow* Mata Najwa berjudul “Enaknya Jadi Laki-laki”. Fokus penelitian ini terletak pada wacana apa yang dibawakan dalam *talkshow* Mata Najwa “Enaknya Jadi Laki-laki” di channel YouTube Najwa Shihab dan interaksi audiens di kolom komentar. Program *talkshow* Mata Najwa dengan seorang jurnalis senior Najwa Shihab sebagai *host* sekaligus tuan rumah selalu menghadirkan diskusi dengan beragam topik dan narasumber yang selalu menarik untuk ditonton dan diperbincangkan. Saat ini Mata Najwa memasuki musim ketiga yang tayang tidak lagi di stasiun televisi seperti Mata Najwa musim pertama dan kedua, namun tayang di *channel* YouTube pribadi Najwa Shihab dan di situs web NarasiTV yang diinisiasi pula oleh Najwa Shihab.



Gambar 1.1.1 Thumbnail Youtube Mata Najwa

Program Mata Najwa dulunya merupakan program dari stasiun MetroTV dan Trans7 selama dua musim. Di musim ketiga ini Mata Najwa tidak lagi tayang di televisi melainkan di YouTube. Hingga saat ini peneliti belum menemukan alasan pasti dibalik berhentinya tayang program tersebut di televisi. Akan tetapi, melihat kondisi perkembangan teknologi yang kian masif dan banyaknya stasiun televisi yang kini melakukan konvergensi ke berbagai media sosial dan digital seperti YouTube, maka tidak heran Mata Najwa memilih untuk tayang di YouTube untuk lebih menjangkau lebih banyak penonton. Materi diskusi yang disajikan pun terasa lebih *fresh* dan lebih santai dibandingkan dengan musim-musim sebelumnya. Pada musim ketiga ini, Mata Najwa membawakan 10 pilar yang dibahas yakni kebijakan politik, kebijakan publik, HAM, identitas dan kesetaraan, ekonomi dan bisnis, teknologi, lingkungan hidup, seni dan budaya, pendidikan, dan kesehatan publik (Justina, 2022).

Isu mengenai identitas dan kesetaraan menjadi topik yang dibahas dalam penelitian ini. Najwa Shihab dalam program Mata Najwa kerap membahas topik kesetaraan gender karena masih perlu untuk digaungkan di tengah lingkungan dengan sistem patriarki yang seringkali merugikan pihak perempuan untuk menguntungkan pihak laki-laki. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, kesetaraan gender masih belum dapat diwujudkan dengan sempurna. Perempuan kerap kali dipandang hanya sebagai objek dan masih banyak perempuan terpasung dalam hukum adat dan budaya atas dasar asumsi pria lebih kuat daripada perempuan. Laki-laki berperan untuk memimpin (*leader*) dan perempuan sebagai pengikut (*follower*). Lelaki ditempatkan pada posisi yang dominan, sedangkan

perempuan berada pada posisi subordinat. Hasil dari sistem sosial tersebut mengakibatkan perempuan harus bisa bekerja lebih keras untuk memperoleh penghasilan dan validasi yang sama, terlebih di dunia pekerjaan yang umumnya kental dengan maskulinitasnya.

Adanya ketidakadilan yang dirasakan oleh banyak perempuan ini membuat timbulnya gerakan dari kaum feminis. Gerakan ini menghendaki adanya kesetaraan antara laki-laki dan perempuan di berbagai aspek kehidupan seperti di keluarga maupun masyarakat. Paham feminisme ini sering disalahpahami sebagai gerakan radikal, upaya pemberontakan terhadap laki-laki, anti-maskulinitas, dominasi perempuan, dan pengingkaran kodrat sebagai perempuan (Wati, 2022). Minimnya literasi masyarakat terhadap paham feminisme ini menyebabkan para pejuang feminisme ini tidak memperoleh dukungan dan tempat dari banyak pihak, bahkan dari para perempuan sendiri yang hak-hak kesetaraannya tengah diperjuangkan oleh kaum feminis.

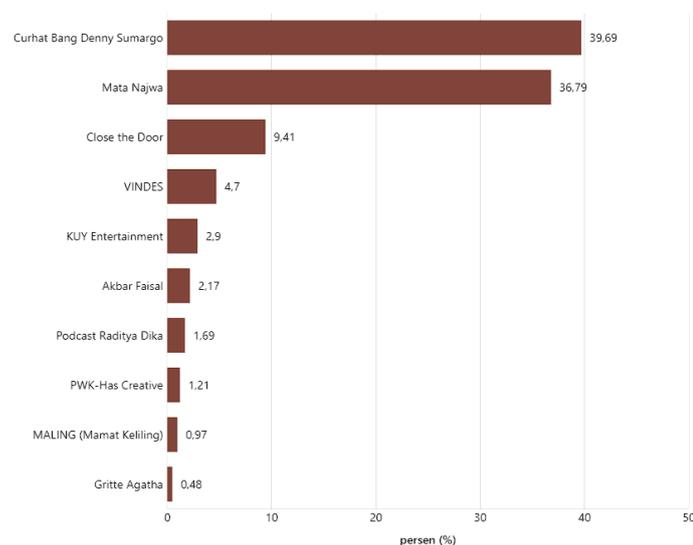
Isu kesetaraan gender ini diangkat ke dalam program Mata Najwa berjudul “Enaknya Jadi Laki-laki” di *channel* Najwa Shihab pada 29 Desember 2023 dengan tujuan untuk memperbaiki miskonsepsi masyarakat tentang feminisme dan hak perempuan. Program tersebut mengangkat diskusi tentang *male privilege* yang begitu melekat pada laki-laki hingga seolah-olah ‘tak nampak’ dan dianggap sebagai suatu hal yang wajar dimiliki oleh laki-laki karena kehidupan sosial masyarakat Indonesia masih didominasi dengan budaya patriarki.

Isu ‘perempuan’ ini sebenarnya sudah pernah dibahas dua kali dalam program Mata Najwa dengan judul “Susahnya Jadi Perempuan *part 1*” & “Susahnya Jadi Perempuan *part 2*” yang menghadirkan Najwa Shihab sebagai *host* dengan beberapa narasumber laki-laki. Namun untuk program kali ini dibuat sedikit berbeda dengan menghadirkan 2 laki-laki sebagai *host* dan 5 narasumber perempuan. Mengutip perkataan dari Najwa Shihab, bahwa isu kesetaraan menjadi isu yang harus dibicarakan baik laki-laki dengan perempuan maupun sebaliknya dan dibicarakan secara terbuka. Interaksi yang terjadi dalam kolom komentar, yang dipengaruhi oleh berbagai latar belakang audiens, menghasilkan beragam opini menarik pada *Talkshow* Mata Najwa episode “Enaknya Jadi Laki-laki”. Judul episode ini sendiri mampu memicu reaksi spesifik dari para audiens. Inilah yang menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.



Gambar 1.1.2 Screenshot beberapa komentar audiens di YouTube

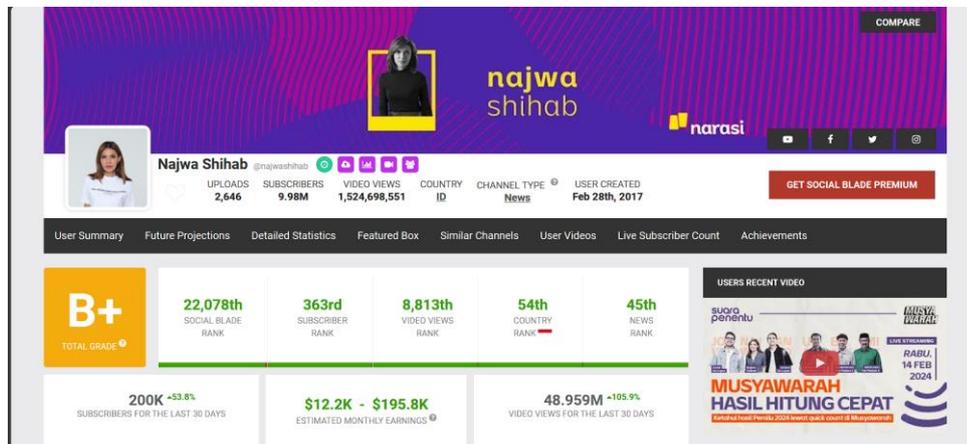
Mata Najwa menjadi salah satu program diskusi dengan peminat tinggi di Indonesia. Databoks telah melakukan surveinya pada September 2023 lalu dan mendapati 10 *podcast* favorit masyarakat Indonesia. Rupanya *talkshow* Mata Najwa menempati posisi kedua sebanyak 36,79% dari total 10 besar, selisih sekitar 3% dengan pemilik peringkat pertama yakni *podcast* Curhat Bang Denny Sumargo yang memperoleh presentase 39,69% dan jauh dibawahnya ada *Close The Door* milik Deddy Corbuzier dengan persentase 9,41%.



Gambar 1.1.3 10 Podcast Favorit Masyarakat Indonesia (Databoks, 2023)

Melansir dari artikel (Kemenparekraf/Baparekraf, 2023) kepopuleran *podcast* di Indonesia ini menjadi disebabkan karena kecenderungan masyarakat lebih menyukai konten audio-visual yang mudah diakses dan YouTube menjadi platform utama dengan banyaknya peminat *podcast*. Banyaknya peminat *podcast* ini tak lepas dari kualitas konten seperti topik yang dibahas, pembawaan *host*, dan elemen visual yang mampu menarik perhatian audiens. Terhitung pada Maret 2024, subscriber Najwa Shihab menyentuh angka 9,98 juta. *Channel* YouTube Najwa

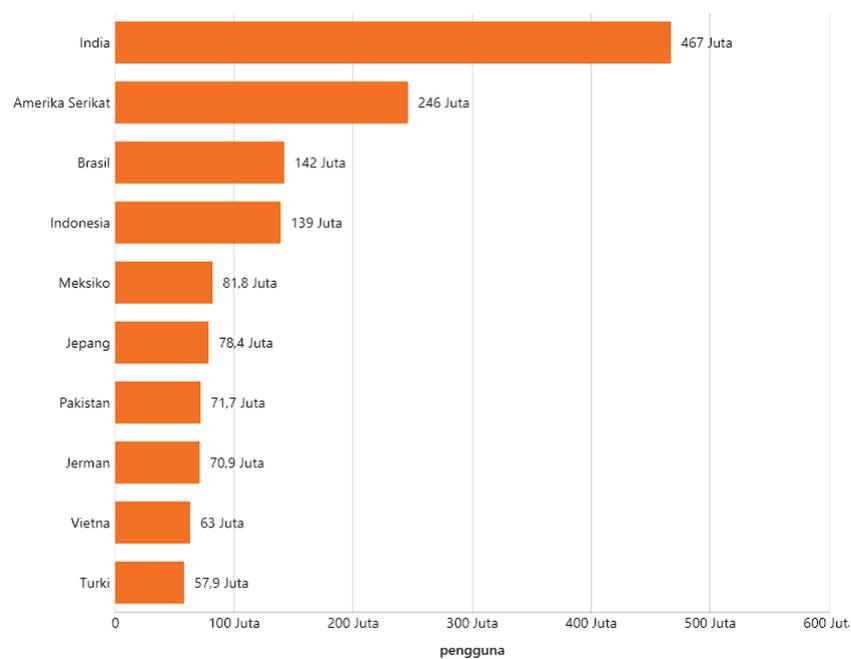
Shihab ini mengunggah konten yang berkaitan dengan politik, hukum, sosial, religi dan isu aktual lainnya.



Gambar 1.1.4 Analisis Channel YouTube Mata Najwa (Social Blade Statistics, 2024)

Sebagaimana telah dibahas di atas, beralihnya program Mata Najwa yang mulanya merupakan program televisi yang tayang pada jam *prime-time* kini tidak lagi tayang dan bergeser ke YouTube sebagai media penyalurnya. Hal ini merupakan salah satu dampak dari transformasi digital yang mengharuskan televisi konvensional melakukan konvergensi media. Mengutip penelitian yang dilakukan (Ramadhani, 2023) salah satu dampak dari konvergensi media bagi stasiun televisi, dalam kasus ini yakni TVRI Riau, konvergensi media mempermudah sekaligus mempercepat menjangkau target sasarannya, ditambah lagi dengan adanya fitur kolom komentar dan kolom *live chat* dapat menciptakan adanya interaksi audiens. Mulai dari siaran *online non-stop* hingga berbagai program yang sebelumnya tayang di televisi, kini banyak yang menayangkan ulang bahkan memindahkannya ke YouTube sebagai dampak dari selera masyarakat yang kini lebih memilih YouTube daripada televisi. Cukup dengan *gadget* dan koneksi internet, siapapun dapat mengakses YouTube dimana saja tanpa batasan ruang dan waktu.

YouTube memberikan akses kepada penggunanya tak hanya menonton tayangan tetapi juga menjadi *creator* sehingga siapa saja dapat menjadi YouTuber dari *channel* mereka sendiri dan menghasilkan uang dengan mengikuti pedoman komunitas & kebijakan YouTube. Dengan adanya tawaran itulah, tak heran mengapa YouTube memperoleh peringkat kedua dari media sosial yang paling banyak jumlah pengguna aktifnya. Di Indonesia sendiri terdapat 139 juta pengguna aktif, menempati posisi ke-4 dari 10 negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak di Dunia tahun 2023 (Databoks, 2023).



Gambar 1.1.5 10 Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia (Databoks, 2023)

YouTube memainkan peranan penting sebagai media hiburan, edukasi dan penyebarluasan aspirasi untuk berbagai isu sosial, salah satunya isu feminisme ini. Ditambah lagi, jangkauan YouTube yang luas dan memiliki banyak peminat berpeluang besar untuk menyadarkan seseorang dan membangun budaya partisipasi positif yang mengarah pada perubahan. Selain Najwa Shihab tokoh yang

menyuarakan isu perempuan, terdapat beberapa tokoh lain seperti Cinta Laura, Dian Sastrowardoyo, Gita Savitri, Agnes Monica, hingga Arie Kriting tak pernah berhenti memperjuangkan kesetaraan hak lewat berbagai macam cara dan melalui media yang beragam.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode analisis wacana digital (*digital discourse analysis*) pada program Mata Najwa “Enaknya Jadi Laki-laki”. Peneliti berupaya mengungkap bagaimana acara diskusi di YouTube dijadikan sebagai media penyebarluasan isu kesetaraan gender. Dengan metode ini, peneliti akan melihat intertekstualitas, yaitu pemaknaan terhadap suatu teks dipengaruhi oleh proses penyebaran teks itu sendiri melalui wacana atau konteks tertentu. Metode analisis wacana digital mengulik suatu teks ke dalam empat hal, yakni teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta ideologi dan kekuasaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah tersusun, peneliti memiliki rumusan masalah bagaimana wacana *male privilege* di Indonesia dalam *talkshow* Mata Najwa dengan judul “Enaknya Jadi Laki-laki” di platform YouTube?

1.3 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah di atas, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana wacana *male privilege* di Indonesia dalam *talkshow* Mata Najwa dengan judul “Enaknya Jadi Laki-laki” di platform YouTube.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki manfaat baik untuk akademis maupun praktis, yakni:

1.4.1 Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini berkontribusi menambah wawasan baru bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi tentang wacana isu gender melalui media.
- b. Penelitian ini berkontribusi untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam melakukan penelitian suatu konten dengan metode analisis wacana.
- c. Penelitian ini berkontribusi sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat agar lebih mendalami isi dari konten yang beredar di media sekaligus dapat memanfaatkan media sebagai sarana memperjuangkan kesetaraan gender di Indonesia.