

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa berperan dan bertanggung jawab sebagai perantara penyebaran pengetahuan kepada masyarakat, bukan bertindak mengapitalisasi untuk kepentingan pribadi dan golongan dengan melakukan eksploitasi terhadap perempuan (Prasanti dan Janitra dalam Christanti & Wicandra, 2021). Usia tua pada perempuan dianggap sebagai masa kemunduran, kesepian, kelemahan tubuh, dan sosial, serta adanya pandangan bahwa usia tua sudah tidak lagi produktif. Setiap orang mengalami usia tua dengan cara yang berbeda-beda karena tidak sedikit yang dapat melihat makna penting dari usia tua dalam eksistensi manusia. Howie (2011) menegaskan bahwa eksistensi pada masa tua atau lansia adalah masa hidup yang memberi kesempatan untuk tumbuh dan berkembang serta berkontribusi (Fitria & Mawarni, 2021).

Stereotip mengenai usia tua dapat berdampak pada perilaku diskriminasi usia atau yang sering disebut dengan istilah *ageism*. *Ageism* pertama kali diperkenalkan oleh Robert Niel Butler pada tahun 1969, Butler mendefinisikan bahwa *ageism* adalah prasangka negatif kepada kelompok usia lain (Chumairo & Indriastuti, 2022). Umumnya *ageism* tidak hanya diterima oleh lansia saja, *ageism* juga dapat diterima oleh anak muda dan kelompok usia paruh baya. Salah satunya *ageism* yang kerap diterima oleh perempuan paruh baya. Beberapa contoh diskriminasi usia yang kerap terjadi adalah pembatasan usia dalam bekerja. Hal ini tentu berbeda dengan beberapa negara lain, di mana sering ditemukan lansia yang masih produktif bekerja. Sedangkan di Indonesia, seseorang yang bahkan

belum mencapai kelompok usia paruh baya sulit untuk mendapatkan pekerjaan karena adanya kriteria tertentu seperti usia dan fisik. Diskriminasi usia pada perempuan paruh baya juga dilakukan oleh media.

Dikutip melalui jurnal penelitian karya Poppy Febriana yang berasal dari program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, dengan judul penelitian Konstruksi “*New Eastern Women*” Dalam *Cover* Majalah Harper’s Bazaar Indonesia. Pada jurnal tersebut menganalisis *cover* majalah Harper’s Bazaar Indonesia edisi Agustus 2013 dan November 2013 dengan metode semiotika Roland Barthes.

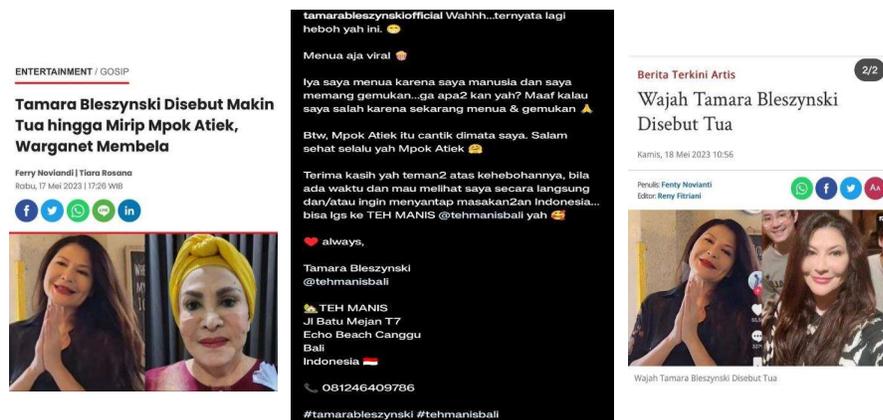


Gambar 1.1 Cover Majalah Harper's Bazaar Indonesia Edisi Agustus 2013 dan November 2013.
Sumber: Jurnal Penelitian Konstruksi “*New Eastern Women*” Dalam Cover Majalah Harper's Bazaar Indonesia.

Tampak pada *cover* majalah tersebut menampilkan model perempuan berusia 40 tahun ke atas yang memiliki tubuh yang dianggap ideal dan tanpa kerutan wajah. Model dalam *cover* majalah tersebut adalah Christy Turlington dan Cindy Crawford. *Cover* majalah yang menampilkan wajah Christy Turlington dengan judul artikel “*The Super 40's*” dan *cover* majalah yang menampilkan wajah Cindy Crawford dengan judul artikel “*Strikers Back*”. Kalimat “*The Super*

40's dan "Strikes Back" dimaknai sebagai kalimat yang mengajak perempuan untuk bisa tampil menarik di usia 40 tahun ke atas dengan tubuh yang dianggap ideal (langsing dan tanpa kerut wajah). Hal ini dianggap melawan sifat alami manusia yang seiring bertambahnya usia akan menua dan mengalami perubahan fisik.

Baru-baru ini pada postingan yang diunggah pada 20 Mei 2023 oleh Tamara Bleszynski pada akun Instagramnya, menampilkan pemberitaan mengenai dirinya dengan *headline* berita yang menyinggung penuaan pada wajahnya. *Headline* berita tersebut tampak bersifat *ageism* karena Tamara disebut mirip dengan *public figure* Mpok Atiek yang memang sudah memasuki kelompok usia lansia. Terlihat pada *caption* Instagramnya, Tamara menanggapi bahwa penuaan adalah hal yang wajar.



Gambar 1.2 Tanggapan Tamara Bleszynski mengenai pemberitaan wajahnya yang tampak tua.
Sumber: Akun Instagram @tamarableszynskiofficial.

Goodman (1996) menyatakan pendapatnya bahwa terdapat idealisasi oleh media yang menanamkan perasaan benci terhadap tubuh dan takut terhadap penuaan (Devani & Kusuma, 2023). Media selalu mengkonstruksi perempuan

untuk memaksimalkan penampilan, bahkan sedari dulu perempuan selalu dilekatkan dengan kecantikan (Rogers dalam Devani & Kusuma, 2023). Media membingkai pemberitaan mengenai perempuan yang mengalami proses penuaan sebagai sosok yang termarjinalkan. Handayani (2001) berpendapat bahwa ada keterkaitan antara perbedaan gender dan ketidaksetaraan gender (Rahmadhani, 2013). Perbedaan gender menjadikan laki-laki dan perempuan kerap dibedakan sehingga perbedaan tersebut mengakibatkan ketimpangan dan salah satu diantaranya menjadi termarjinalkan.

Seringkali perempuanlah yang kerap menjadi objek ketidaksetaraan gender dan lekat dengan stereotip negatif bahwa perempuan yang sudah tidak lagi muda adalah perempuan yang sudah tidak lagi menarik. Kilbourne (2004) menyebutnya sebagai patologisasi tubuh, bahwa sesuatu yang sebenarnya normal bagi tubuh dikonstruksi menjadi tidak normal oleh media (Rahmadhani, 2013). Di dalam masyarakat terutama yang masih lekat dengan kebudayaan patriarki, selalu ada pembeda antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dicap sebagai *aging like wine* atau semakin tua semakin tampan sedangkan perempuan ketika menua akan dianggap kadaluarsa. Healey (1993) mengatakan bahwa pendapat mengenai *ageism* adalah adanya kepercayaan bahwa kaum muda dianggap lebih menarik, lebih cantik, dan diinginkan, sedangkan usia tua malah dianggap sebaliknya, yakni tidak menarik, dianggap buruk dan jelek (Devani & Kusuma, 2023).

Ageism dan narasi kecantikan yang dinarasikan oleh media lekat dengan masyarakat urban yang berusaha untuk memperhatikan penampilan fisik. *Ageism*

sendiri juga lekat pada produk kecantikan yang menggaungkan bahwa produknya memiliki kandungan anti *aging*. Adanya prasangka negatif di masyarakat mengenai perempuan paruh baya, serta media yang andil dalam mengkonstruksi perempuan paruh baya dengan narasi yang mendiskriminasi menjadikan isu sosial mengenai diskriminasi usia menjadi isu yang masih sangat relevan untuk diangkat melalui media.

Perkembangan teknologi informasi dengan akses dan biaya yang terjangkau serta banyaknya pilihan *platform* media mengakibatkan lonjakan pengguna internet terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 78,19% penduduk terkoneksi dengan internet. APJII juga mengemukakan alasan responden menggunakan internet pada posisi teratas adalah untuk mengakses media sosial dan mengakses berita atau informasi (APJII, 2023).

Salah satu *platform* media sosial yang sangat populer digunakan oleh masyarakat adalah YouTube. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang dilakukan di seluruh provinsi di Indonesia dari total responden berusia 13-24 tahun sebanyak 4.263 responden, responden berusia 35-54 tahun sebanyak 3.362 responden dan responden berusia 55 tahun ke atas sebanyak 885 responden, menyatakan bahwa media sosial yang sering digunakan adalah YouTube yakni sebesar 65,41% (APJII, 2023).

Melalui data tersebut mengakibatkan banyak *influencer* atau pihak yang turut menggunakan media massa atau *platform* digital untuk memberikan

informasi, wawasan, dan pemahaman terkait dengan isu diskriminasi pada perempuan serta pemberdayaan perempuan seperti akun media sosial Instagram @womensempowerment.id, @indonesiafeminis, @tantepunyacerita, serta media seperti radio Suara Surabaya yang turut memanfaatkan Instagram dan YouTube sebagai media persebaran informasi yang aksesibel. Kanal YouTube Suara Surabaya memiliki 74.800 *subscriber*, konten yang ditayangkan di kanal YouTube Suara Surabaya berupa tayangan berita lokal dari area Surabaya Raya dan Jawa Timur, serta menayangkan pemberitaan isu politik dan tokoh politik di dalam dan luar negeri. Berita yang ditayangkan melalui kanal YouTube Suara Surabaya merupakan berita dalam format video pendek.

Selain konten berita, YouTube Suara Surabaya juga memiliki segmen siraman rohani yang ditayangkan pada saat ramadhan, konten kelana kota yang membahas mengenai budaya dan kearifan lokal kota Surabaya, konten kuliner, konten kisah inspiratif, serta konten-konten yang dibuat menyenangkan dengan nuansa anak muda seperti konten siaran malam yang merupakan siaran cerita horor, konten *voxpath* yang pembahasannya dekat dengan kehidupan anak muda, konten *cinetalk* yang merupakan konten *review* dan rekomendasi film, serta konten yang dikemas dengan format *podcast*.

Sejauh ini audiens Suara Surabaya cukup aktif melakukan interaksi di media sosial dengan berbagi informasi seputar lalu lintas dan kriminalitas yang terjadi di area Surabaya Raya, bahkan juga turut menyiarkan informasi dari luar area Surabaya Raya. Radio yang awalnya hanya menyiarkan berita, kini juga

menjadi wadah pengaduan masyarakat. Masyarakat turut berpartisipasi langsung dalam memberitakan informasi sehingga terjadi pola komunikasi dua arah.

Format interaktif memberikan dampak yang bermanfaat bagi audiens Suara Surabaya. Banyak pengaduan yang diterima oleh Suara Surabaya terselesaikan kasusnya setelah disiarkan melalui kanal radio dan media sosial Suara Surabaya. Seluruh media sosial yang dimiliki oleh Suara Surabaya memiliki audiens yang cukup banyak dengan partisipasi aktif dari audiens yang terlihat melalui jumlah *subscriber* dan tayangan konten, serta jumlah *like*, dan komen. Jika dilihat dari konten media Suara Surabaya dan interaksi yang terjadi maka dapat dikatakan bahwa terdapat interdependensi antara media massa dan masyarakat yang secara aktif terus menerus berinteraksi dan saling memengaruhi. Media merespon tuntutan dari masyarakat akan informasi dan hiburan serta merangsang inovasi dan perubahan sosial budaya.

Fokus skripsi ini akan meneliti mengenai penerimaan perempuan paruh baya tentang *ageism* yang ditujukan kepada perempuan paruh baya pada konten kolaborasi Tante Punya Cerita dengan radio Suara Surabaya di kanal YouTube Suara Surabaya pada episode PODSS | Tante Girang!!! Mitos atau Fakta? yang diunggah pada 29 Juni 2022. Dalam hal memproduksi konten tersebut media memiliki kepentingan untuk menayangkan program dengan topik tersebut karena realita di masyarakat yang masih banyak belum peduli dan paham mengenai isu diskriminasi usia dan *stereotyping* yang dilekatkan pada perempuan paruh baya, sehingga menjadi penting bagi media untuk menyampaikan pesan atau informasi

dengan memanfaatkan konvergensi media seperti digital *platform* YouTube yang dimiliki oleh media tersebut.

Selanjutnya ketika pesan tersebut ditayangkan melalui saluran media dan dikonsumsi oleh khalayak, maka sudut pandang produsen sebagai komunikator dalam menyampaikan isu sosial tidak lagi terbatas atau mendominasi khalayak dengan sudut pandangnya. Khalayak melihat tayangan media tersebut berdasarkan pada isi pesan yang disampaikan karena khalayak diposisikan sebagai audiens aktif yang berperan memproduksi makna atau menerjemahkan isi pesan media berdasarkan pada pemahaman dan pengalamannya.

Berdasarkan pada konten kolaborasi Tante Punya Cerita bersama dengan radio Suara Surabaya melalui kanal YouTube Suara Surabaya pada video PODSS | Tante Girang!!! Mitos atau Fakta?, konten tersebut membahas mengenai stereotip yang dikonotasikan negatif kepada perempuan paruh baya seperti Tante girang, Tante suka brondong, Tante haus seks, Tante kesepian, Tante *high maintenance*, Tante boros, dan Tante seksi. Pada video tersebut kreator Tante Punya Cerita berperan untuk menangkis atau menerima stereotip yang ada, karena pada dasarnya stereotip bersifat bias.

Pernyataan stereotip mengenai Tante girang yang selalu dikonotasikan negatif, kreator Tante Punya Cerita (Tante N dan Tante Q) sepakat untuk menangkis konotasi negatif dari stereotip Tante girang. Girang seharusnya dikonotasikan sebagai kebahagiaan. Kebahagiaan mutlak dimiliki oleh setiap manusia dan harus diupayakan dengan tidak bergantung pada konstruksi sosial, ujar Tante N.

Tante Q juga menyatakan bahwa semakin matang usia, perempuan semakin paham mengenai sesuatu yang membuatnya bahagia. Tante Q menegaskan bahwa konstruksi sosial yang memberi konotasi negatif terhadap istilah Tante girang, apalagi jika perempuan paruh baya kembali hidup melajang atau bahkan masih lajang maka akan dikonotasikan negatif. “Tante janda” dianggap sebagai perempuan yang haus seks, dikonotasikan negatif.

Berbeda jika laki-laki kembali melajang maka akan dikatakan sebagai “duren” atau duda keren. Di masyarakat konsep penuaan tidak dirayakan dengan positif, karena tua dianggap lemah dan tidak produktif. Perempuan paruh baya yang masih suka berdandan dan memperhatikan penampilan, menggunakan pakaian mini, masih suka “minum” akan dikonotasikan sebagai “Tante nakal”. Hal ini subjektif karena tidak semuanya begitu, ujar Tante Q.

Pernyataan selanjutnya mengenai stereotip Tante suka brondong, kreator Tante Punya Cerita sepakat menangkis stereotip tersebut. Jika perempuan memiliki pasangan yang usianya lebih muda, maka hal tersebut otomatis akan dianggap tidak lazim. Perempuan yang memiliki pasangan yang usianya lebih muda, terutama jika perempuan tersebut berada pada kelompok usia paruh baya dapat diasumsikan sebagai perempuan yang memang sudah mengerti apa yang diinginkan dan tidak peduli dengan perkataan masyarakat, ujar Tante Q.

Meski ada pandangan lebih mudah untuk mengendalikan pasangan yang usianya lebih muda atau ada pandangan bahwa laki-laki yang menikahi perempuan yang usianya lebih tua adalah laki-laki yang menggantungkan hidupnya pada perempuan, namun hal tersebut sangatlah

subjektif. Berdasarkan pengalaman teman dari kreator Tante Punya Cerita yang memiliki hubungan asmara dengan laki-laki yang usianya lebih muda, tetapi laki-laki tersebut memiliki sikap dan pemikiran yang dewasa. Berbanding terbalik dengan laki-laki paruh baya seperti Leonardo Dicaprio yang selalu menjalin hubungan dengan perempuan yang usianya lebih muda, bahkan usianya setengah dari usia Leonardo Dicaprio. Hal tersebut akan dibanggakan, pungkas Tante Q.

Pernyataan selanjutnya mengenai stereotip Tante haus seks, kreator Tante Punya Cerita menyatakan bahwa di usia matang perempuan sudah paham akan keinginannya yang membuat bahagia. Seks bukan lagi kebutuhan yang sangat penting, seks dapat dicapai dengan atau tanpa adanya pasangan. Haus seks dapat diasumsikan sebagai kuantitas seseorang melakukan aktivitas seks dalam kurun waktu tertentu. Haus seks artinya sangat bias karena kebutuhan dan keinginan setiap orang akan seks berbeda. Seks memiliki manfaat seperti meredakan stres dan melancarkan peredaran darah. Tante Q setuju akan hal ini karena merasa lebih nyaman dan paham dengan tubuh sendiri (*how to get orgasm*).

Masa dewasa awal, seks dianggap sebagai hal yang memalukan bahkan masih *trial and error* untuk melakukannya dan untuk mendapatkan orgasme. Hal ini dikarenakan secara kultural seks masih dianggap tabu oleh masyarakat. Tidak ada edukasi seks yang disampaikan orang tua kepada anak karena merasa tabu dan malu. Sehingga ketika memasuki usia matang atau usia paruh baya, perempuan akan lebih paham dan mengenal apa yang diinginkan dan bagaimana cara mendapatkannya (dalam hal ini adalah seks). Mengenai performa dalam

melakukan hubungan seks yang menurun seiring bertambahnya usia, kreator Tante Punya Cerita sepakat untuk menangkis hal tersebut.

Berikutnya mengenai stereotip Tante kesepian, kreator Tante Punya Cerita sepakat menangkis hal tersebut. Sepi adalah pilihan yang sadar dalam berbagai kondisi tertentu, seperti untuk melakukan refleksi diri, dan lain sebagainya. Mengenai stereotip Tante *high maintenance* dan boros, kreator Tante Punya Cerita sepakat untuk menangkis stereotip tersebut. Semakin bertambahnya usia kondisi ekonomi lebih stabil atau mungkin dapat dikatakan lebih mapan. Namun tidak dapat dipukul rata, orang yang berada pada kelompok usia paruh baya juga ada yang masih harus berjuang untuk ekonomi yang stabil.

Masa awal karir masih berjuang untuk menabung dan kredit ketika memasuki usia matang, kebutuhan dan keuangan sudah dialokasikan dengan baik. *Treatment* atau perawatan mahal tidak selalu membahagiakan, tetap disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan. Pandangan mengenai boros pun tidak dibenarkan karena lebih memikirkan kegunaan uang tersebut untuk sesuatu yang lebih dibutuhkan, namun terkadang pengeluaran untuk *self reward* juga diperlukan.

Pernyataan terakhir mengenai stereotip Tante seksi, kreator Tante Punya Cerita menyatakan bahwa seksi tidak selalu melekat dengan kondisi fisik namun dapat dikaitkan dengan nilai seseorang seperti sikap, karya, dan intelektual. Perempuan paruh baya akan merasa bahagia jika ada yang memuji dirinya seksi. Untuk mempertahankan fisik yang tampak seksi di usia matang tidak mudah karena perubahan metabolisme, ujar Tante Q.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, peneliti melakukan metode analisis resepsi *encoding-decoding* yang dipopulerkan oleh Stuart Hall untuk menganalisis dan menyimpulkan resepsi perempuan paruh baya mengenai *ageism* pada konten YouTube Suara Surabaya PODSS | Tante Girang!!! Mitos atau Fakta?. Stuart Hall mendefinisikan bahwa kode pada suatu pesan dan yang diterima oleh audiens atau khalayak dapat berbeda pemaknaannya ketika khalayak melakukan proses *decoding* terhadap pesan tersebut. Penerimaan khalayak terhadap suatu pesan dipengaruhi oleh pengalaman setiap individu yang berbeda dan penerimaan terhadap pesan dibagi menjadi tiga posisi yang meliputi *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position* (Ghassani & Nugroho dalam Devani, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerimaan perempuan paruh baya tentang *ageism* pada konten YouTube Suara Surabaya PODSS | Tante Girang!!! Mitos atau Fakta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana penerimaan perempuan paruh baya tentang *ageism* pada konten YouTube Suara Surabaya PODSS | Tante Girang!!! Mitos atau Fakta?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan pembaca mengenai media dan konstruksi sosial yang masih melakukan praktik diskriminasi usia dan *stereotyping* yang disematkan pada perempuan paruh baya. Hal ini dapat membuka jalan bagi pengembangan penelitian media dan gender.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memperkenalkan Tante Punya Cerita agar dapat memperluas jangkauan audiens dan dapat membantu para perempuan untuk lebih menerima, berdaya, dan memperkaya diri dengan informasi sebagai bekal mempersiapkan diri ketika menjelang atau ketika sedang berada di fase usia paruh baya, serta sebagai upaya perlawanan akan stereotip diskriminasi usia yang ditujukan kepada perempuan paruh baya.