

Stereotype dan Labelling Terhadap Perempuan pada Berita “19 Detik Gisella Anastasia” (Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki Periode 7 November 2020 hingga 31 Maret 2021)

Tiara Angelica¹, Reni Nuraeni²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,

tiaraangelica@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,

reninuraeni@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pada November 2020 pemberitaan kasus video asusila yang menyeret artis Gisella Anastasia menarik perhatian publik. Kasus tersebut identik dengan kata "19 Detik" karena durasi video yang tersebar berdurasi 19 Detik. Melihat hal tersebut, topik mengenai kasus ini menjadi sorotan media, termasuk media okezone.com dan Kompas.com. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media okezone.com dan Kompas.com memberitakan kasus video asusila 19 Detik dan melakukan pembungkaman pada sosok perempuan dalam kasus video asusila 19 Detik Gisella Anastasia sehingga membentuk stereotype dan label terhadap perempuan. Penelitian ini menggunakan analisis framing Pan & Kosicki karena peneliti ingin melihat bagaimana media okezone.com dan Kompas.com mengkonstruksi pemberitaan video asusila melalui teks dan gambar yang dimunculkan pada berita video asusila 19 Detik Gisella Anastasia. Hasil penelitian menunjukkan portal berita okezone.com dan Kompas.com cenderung memfokuskan pembahasan pada sosok perempuan yang ditujukan pada Gisella Anastasia.

Kata kunci: Framing, Video Asusila, Stereotype, Labelling

Abstract

In November 2020, public attention was drawn to the immoral video issue involving the artist Gisella Anastasia. The case is synonymous with the term "19 Seconds," as the duration of the footage that has been distributed publicly is 19 Seconds. As a result, the media, notably okezone.com and Kompas.com, turned their attention to this matter. The purpose of this study is to examine how the media outlets okezone.com and Kompas.com covered the 19 Seconds immoral video case and framed the female figure in the 19 Seconds of Gisella Anastasia immoral video case in order to foster stereotypes and stigma against women. Pan and Kosicki framing analysis is used in this study to determine how the online media outlets okezone.com and Kompas.com construct immoral video reporting through the text and images that appear on the immoral video news 19 Seconds Gisella Anastasia. The study's findings indicate that the news portals okezone.com and Kompas.com frequently discuss Gisella Anastasia.

Keywords: Framing, Unethical Video, Stereotype, Labelling

I. PENDAHULUAN

Isu mengenai persoalan perempuan yang berkembang di media massa khususnya di media daring masih menjadi hal yg menarik untuk dibahas. Berdasarkan data yang dilansir dari Catatan Tahunan Komnas Perempuan (CATAHU) terdapat peningkatan kasus kekerasan berbasis gender siber (KBGS) sepanjang tahun 2019 hingga 2020. Tercatat pada tahun 2019 terdapat 241 kasus KBGS dan terjadi penambahan 940 kasus pada 2020 yang dilaporkan langsung ke Komnas Perempuan. Selain itu, laporan yang datang dari Lembaga Layanan mencatat ada 126 kasus KBGS di tahun 2019 dan 510 kasus KBGS pada tahun 2020 (Komnas Perempuan, 2021:2).

Kekerasan berbasis gender siber (KBGS) dapat terjadi karena konstruksi yang diciptakan oleh media terhadap citra dan peran perempuan kepada audiens melalui teks dengan menggunakan bahasa yang dapat menggugah perhatian dan audiens cenderung mengikuti apa yang ditampilkan oleh media. Media massa sejatinya memiliki kekuatan dalam membangun cara pandang masyarakat mengenai hal-hal yang ada di sekitarnya termasuk dalam mengangkat persoalan mengenai gender. Disadari atau tidak, apabila media massa menyuguhkan anggapan mengenai gender khususnya perempuan yang dilakukan secara berkala pada akhirnya dapat menimbulkan *stereotype* mengenai citra perempuan dalam tatanan masyarakat. Bila dilihat dari faktor sosial dan budaya, gender diidentifikasi sebagai landasan perbedaan antara laki-laki dan perempuan, padahal gender merupakan bentuk yang dikonstruksi oleh masyarakat itu sendiri (Hasnah, 2017:64). Seperti yang dikatakan oleh (Susetyo, 2010:20) *stereotype* merupakan proses generalisasi yang dilakukan mengenai sifat ataupun perilaku yang dimiliki oleh individu-individu dalam kelompok sosial tertentu.

Permasalahan mengenai citra perempuan di dalam media berangkat dari bagaimana media mengkonstruksi peran perempuan kepada audiens. Secara tidak langsung media memberikan pemahaman mengenai perbedaan peran laki-laki dan perempuan yang pada akhirnya dapat mengiringi sudut pandang masyarakat. Menurut (Juditha, 2015:10) media berperan memberikan identitas terhadap apa, siapa, dan bagaimana diri seseorang baik dari segi fisik, kecerdasan hingga moral. Artinya jika media massa terus menerus menyuguhkan 'sesuatu' kepada audiens, maka 'sesuatu' tersebut akan dijadikan pembenaran sehingga masyarakat akan mengikutinya lalu mengubahnya menjadi hal yang umum.

Bila ditinjau lebih lanjut media massa memiliki fungsi sebagai saluran yang dapat memberikan informasi secara bersamaan kepada masyarakat. Hal tersebut tentunya menjadikan media massa sebagai tempat pembentukan konstruksi. Bahkan dalam kasus tertentu masyarakat cenderung akan membenarkan dan menerima apapun yang ditampilkan di media massa (Habsari, 2013:47). Termasuk dalam pembentukan *stereotype* terhadap perempuan yang dikemas dalam pembingkai media. Media massa secara konsisten turut serta dalam mempertegas pandangan mengenai perempuan, sehingga masyarakat akan memiliki kecenderungan mengikuti apa yang ditampilkan oleh media (Juditha, 2015:9).

Berdasarkan data yang dilansir dari (<https://www.republika.co.id>, diakses pada 3 Desember 2021 Pukul 22:00 WIB) memaparkan penjelasan yang disampaikan oleh Staf Ahli Kominfo Henri Subiarto mengungkapkan bahwa per Februari 2021 terdapat 1.347.179 laporan konten negatif di sosial media dan 1.073.886 diantaranya adalah konten pornografi. Di mana video asusila termasuk ke dalam jenis konten pornografi. Menurut (Juditha, 2015:12) guna mempertahankan audiensnya media harus bisa menjual 'sesuatu' yang dibutuhkan atau disukai oleh audiens. Tayangan berita mengenai perempuan yang terjerat kasus video asusila sering dijual oleh media untuk mendapatkan perhatian audiens. Sedangkan dalam kasus tersebut tidak hanya sosok perempuan yang menjadi tersangka melainkan terdapat pihak laki-laki. Pembentukan konstruksi sosial yang sudah tertanam di masyarakat menyebabkan perilaku seks diluar batas kewajaran yang dilakukan oleh pihak laki-laki dianggap alamiah. Sangat berbeda dengan perempuan yang konstruksi seksualitasnya harus selaras dengan kodrat yang sudah ditentukan oleh masyarakat sehingga terjadinya ketimpangan gender (Latief & Aziz, 2019:167).

Di Indonesia sendiri pemberitaan mengenai video asusila dalam kurun waktu 10 tahun terakhir kerap menghebohkan publik. Mulai dari kasus yang menjerat kalangan rakyat biasa hingga kasus video asusila yang menyeret deretan artis papan atas ibukota. Seperti yang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1 Tabel Kasus Video Asusila di Media Daring

Tahun	Kasus
2006	Video asusila artis Maria Eva dengan seorang anggota DPR RI Yahya Zaini
2010	Video asusila 3 artis papan atas ibukota (Ariel Noah, Cut Tari, dan Luna maya)
2017	Video asusila mantan mahasiswi UI Hana Anisa
2017	Video asusila yang diperankan perempuan dewasa dengan bocah laki-laki di Bandung, Jawa Barat
2018	Video asusila yang menjerat siswi SMA (AR) di Karawang, Jawa Barat
2018	Video asusila mirip artis Marion Jola
2018	Video asusila mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Jawa Barat
2020	Video asusila 19 Detik Gisella Anastasia

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

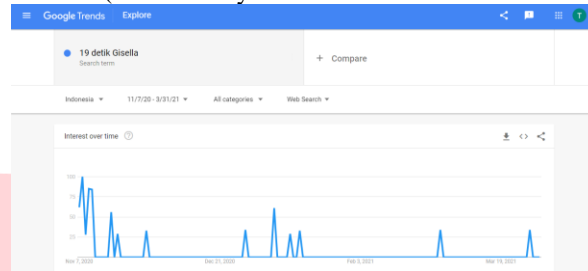
Berdasarkan tabel di atas dari kurun waktu tahun 2006 hingga 2020 terdapat 8 kasus video asusila yang tersebar di kalangan masyarakat dan terbit pemberitaanya di media daring. Diantara delapan kasus video asusila yang tersebar luas ke permukaan publik, terdapat 4 kasus video asusila yang menjerat kalangan artis. Salah satunya adalah kasus video asusila 19 Detik Gisella Anastasia yang mencuat ke permukaan publik pada bulan November tahun 2020. Kasus ini identik dengan sebutan "19 Detik" karena video asusila yang tersebar berdurasi 19 detik.

Pada dasarnya penyebaran video asusila ini tidak direncanakan oleh pihak Gisella Anastasia, melainkan ada campur tangan pihak lain yang menyebarkan video asusila tersebut sehingga bisa sampai ke tangan masyarakat. Perkembangan teknologi serta internet yang ada saat ini memberikan ruang yang sangat besar bagi masyarakat maupun pelaku media untuk menyebarkan informasi. Segala bentuk informasi dapat ditemukan karena media daring sendiri memiliki akses kecepatan dalam menyebarkan informasi dibandingkan dengan media lainnya. Sekali informasi itu tersebar, seketika pula informasi tersebut dapat diakses tanpa ada batasan ruang dan waktu

(Mustika, 2018:43). Termasuk dalam penyebaran informasi mengenai kasus video asusila 19 detik Gisella Anastasia.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana media daring melakukan pembingkai pada sosok perempuan dalam kasus video asusila 19 Detik Gisella Anastasia sehingga membentuk *stereotype* dan label terhadap perempuan. Peneliti mengkaji berita dalam rentang waktu 7 November 2020 hingga 31 Maret 2021 karena pada 7 November 2020 merupakan awal video asusila 19 Detik tersebar dan kasus terus bergulir hingga memasuki persidangan pertama pada 31 Maret 2021. Berdasarkan hasil analisa google trends terlihat bahwa dari periode awal kemunculan video asusila 19 Detik pada 7 November 2020 hingga 31 Maret 2021 terdapat pencarian dengan keywords “19 Detik Gisella” setiap bulannya.

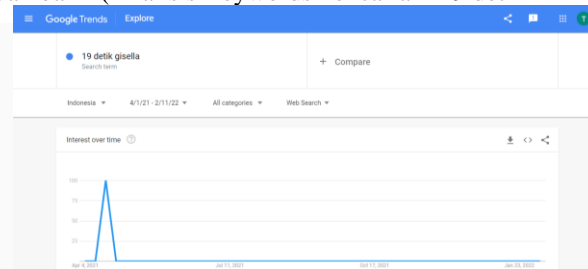
Gambar 1. (Analisis Keywords Pencarian ‘19 detik Gisella’)



Sumber: (<https://trends.google.co.id/>, 2021, Diakses pada tanggal 23 November 2021 Pukul 20:00 WIB)

Apabila dibandingkan dengan analisa google trends di atas. Analisa google trends dari periode setelah memasuki persidangan pertama hingga penetapan vonis kepada tersangka penyebar kasus video asusila 19 Detik, terlihat tidak menunjukkan adanya pencarian setiap bulannya.

Gambar 2 (Analisis Keywords Pencarian ‘19 detik Gisella’)



Sumber: (<https://trends.google.co.id/>, 2021, Diakses pada tanggal 23 November 2021 Pukul 20:15 WIB)

Hal ini mengindikasikan bahwa kasus video asusila 19 Detik Gisella Anastasia ramai diperbincangkan dari periode video asusila tersebut tersebar hingga kasus tersebut memasuki persidangan pertama, sehingga membuat sosok Gisella Anastasia menjadi objek pemberitaan di media karena memunculkan “News Worthy”. Segala hal yang berkaitan dengan kehidupannya saat ini bisa dijadikan berita. Ranah pribadi Gisella Anastasia seperti cara berpakaian, gaya hidup, serta foto-fotonya ditampilkan di berbagai media dengan bahasa yang masih sangat seksis. Hal tersebut dapat terlihat bagaimana media daring saat ini menjual nama Gisella Anastasia dan selalu mengaitkannya dengan kasus video asusila 19 detik.

Peneliti menggunakan 2 portal berita okezone.com dan Kompas.com karena kedua portal berita tersebut memiliki jumlah pemberitaan mengenai kasus video asusila 19 Detik Gisella Anastasia dari periode 7 November 2020 hingga 31 Maret 2021 lebih banyak dibandingkan dengan portal berita lainnya. Seperti yang tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Daftar Portal Berita Daring dan Jumlah Berita Kasus Video Asusila 19 Detik Gisella Anastasia

Portal Berita	Jumlah Berita
Kompas.com	117
okezone.com	104
detik.com	70
republika.co.id	46

Sumber: olahan peneliti, 2021

Peneliti menggunakan analisis framing untuk mengetahui bagaimana media *kompas.com* dan *okezone.com* membingkai kasus video asusila 19 Detik Gisella Anastasia yang pada akhirnya dapat mengenai *stereotype* dan label terhadap perempuan yang terjerat kasus video asusila serta bagaimana kedua media tersebut mengkonstruksi pemberitaan video asusila melalui teks dan gambar yang dimunculkan pada berita video asusila 19 Detik Gisella Anastasia.

Oleh sebab itu, peneliti memilih model analisis framing Pan & Kosicki karena pada model analisis ini tidak hanya melihat pembedaan berita berdasarkan pemaknaan tanda yang terlihat pada teks berita saja, melainkan model ini juga mengamati bagaimana pemilihan kata yang dimunculkan pada bagian-bagian berita mulai dari headline, isi, penutup, hingga gambar yang digunakan (Eriyanto, 2015:293). Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti paparkan dalam latar belakang ini, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul “*Stereotype dan Labelling Terhadap Perempuan pada Berita “19 Detik Gisella Anastasia” di Portal Okezone.com dan Kompas.com*”.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memfokuskan pada pemberitaan yang dimuat media online *okezone.com* dan *kompas.com* mengenai kasus video asusila 19 Detik yang beredar dan menjerat artis Gisella Anastasia terhitung sejak video tersebut beredar di masyarakat pada 7 November tahun 2020 sampai kasus video asusila 19 Detik berkembang memasuki persidangan pertama hingga 31 Maret 2021.

Penelitian ini akan menggunakan analisis *framing* Pan & Kosicki karena peneliti ingin melihat bagaimana media online mengkonstruksikan pemberitaan video asusila melalui teks dan gambar yang dimunculkan pada berita video asusila 19 Detik Gisella Anastasia. Model *framing* Pan & Kosicki dinilai sebagai model analisis yang paling tepat karena model ini tidak hanya melihat pembedaan berita berdasarkan pemaknaan tanda yang terlihat pada teks berita saja, melainkan model ini juga mengamati bagaimana pemilihan kata yang dimunculkan pada bagian-bagian berita mulai dari *headline*, isi, penutup, hingga gambar yang digunakan (Eriyanto, 2015:293).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 117 berita yang diterbitkan oleh *kompas.com* dan 104 berita yang diterbitkan oleh *okezone.com*, peneliti menggunakan 7 berita dari *kompas.com* dan 7 berita dari *okezone.com*. Hal tersebut didasari karena peneliti ingin membandingkan perspektif yang digunakan oleh kedua portal berita *okezone.com* dan *kompas.com*. Apakah kedua media tersebut menimbulkan *stereotype & labelling* terhadap perempuan pada kasus video asusila yang menjerat artis Gisella Anastasia melalui fakta yang ditampilkan dari pemilihan kata yang digunakan pada headline, lead, serta isi berita pada kedua media tersebut. Berikut merupakan daftar berita yang peneliti analisis:

Tabel 3 (Daftar Judul Berita yang dianalisis)

NO.	MEDIA ONLINE	JUDUL	TANGGAL TERBIT
1.	okezone.com	Heboh Video Syur, Instagram Gisella Anastasia Diserbu Netizen	07 November 2020 09:32 WIB
2.		Breaking News, Polisi Tetapkan Gisel sebagai Tersangka Kasus Video Porno	29 Desember 2020 13:56WIB
3.		Gisel dan Pria Berinisial MYD Terancam 12 Tahun Penjara	29 Desember 2020 14:40 WIB
4.		Pekan Depan, Tersangka Gisel dan MYD Dipanggil Polisi Terkait Video Porno	30 Desember 2020 14:50 WIB
5.		Terancam 12 Tahun Penjara, Akankah Gisel Langsung Ditahan Pasca-Pemeriksaan?	04 Januari 2021 11:51WIB
6.		Minggu Depan, Polisi Gelar Olah TKP Kasus Video Syur Gisella Anastasia	26 Januari 2021 19:36 WIB
7.		Sempat Absen, Gisel Siap Jadi Saksi di Sidang Penyebar Video 19 Detik	15 Maret 2021 11:17 WIB

8.	kompas.com	Gisel Sedang Liburan di Sumba Saat Tahu Video Syur Mirip Dengannya Bikin Heboh	07 November 2020 19:59 WIB
9.		Kasus Video Syur, Gisel dan MYD Terancam Hukuman Hingga 12 Tahun Penjara	29 Desember 2020 15:15 WIB
10.		Gisel Diperiksa 10 Jam sebagai Tersangka Kasus Video Syur	08 Januari 2021 20:06 WIB
11.		Polisi Akan Segera Olah TKP Kasus Video Syur Gisel dan Michael Yukinobu	08 Januari 2021 20:48 WIB
12.		Berkas Perkara Gisel dan Nobu Lengkap dan Diserahkan ke Kejaksaan	03 Febuari 2021 13:13 WIB
13.		Jelang Sidang Kasus Video Syur dengan Gisel, Nobu: Harus Siap	22 Febuari 2021 16:57 WIB
14.		Jadi Saksi di Sidang Kasus Video Syur, Gisel: Engga Tegang, Cuma...	23 Maret 2021 15:24 WIB

Berdasarkan analisis *framing* Pan & Kosicki, unsur pertama yang peneliti analisis adalah unsur sintaksis. Susunan pertama yang dianalisis dari unsur sintaksis adalah *headline*. *Headline* yang ditampilkan oleh okezone.com dan kompas.com secara keseluruhan memiliki persamaan yaitu menampilkan sosok perempuan yang ditujukan kepada Gisella Anastasia pada keseluruhan berita yang peneliti analisis. Nama Gisella Anastasia dimunculkan secara konsisten pada keseluruhan berita yang dianalisis. Hal tersebut dilakukan karena sosok perempuan masih *distereotypekan* sebagai objek seksualitas terutama dalam kasus pornografi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Luscombe dalam (Wood & Fixmer-Oraiz, 2017:225) perempuan seringkali dikaitkan pada unsur pornografi karena banyak orang yang beranggapan bahwa perempuan merupakan objek seksualitas utama. Nama Gisella Anastasia ditempatkan oleh okezone.com dan kompas.com pada *headline* berita karena ingin menekan fakta mengenai sosok perempuan yang terjerat pada kasus video asusila 19 Detik, sehingga hal ini dapat menciptakan pandangan bahwa kasus video asusila 19 Detik identik dengan Gisella Anastasia. Seperti yang dikatakan oleh (Eriyanto, 2015:80-81) fakta-fakta yang sudah dipilih oleh media akhirnya akan ditekankan dalam perangkat tertentu dan menempatkannya pada posisi yang mencolok seperti pada *headline* dan penutup berita, menggunakan elemen grafis untuk memperkuat penonjolan, menggunakan label tertentu untuk menggambarkan orang atau peristiwa, penggabungan simbol-simbol, dan menggunakan kata serta gambar yang mencolok. Akibatnya, suatu aspek yang ditonjolkan mampu mendapatkan perhatian dan mempengaruhi audiens dalam memahami suatu realitas.

Setelah membahas mengenai *headline*, peneliti melihat perangkat sintaksis lainnya yaitu lead. Dari 7 teks berita okezone.com dan 7 teks berita kompas.com cenderung menggunakan jenis lead who yang langsung memperkenalkan Gisella Anastasia sebagai objek yang dibahas pada berita. Terlebih Gisella Anastasia merupakan sosok public figure yang dikenal oleh masyarakat sehingga mempunyai kekuatan untuk menarik perhatian pembaca. Dijelaskan dalam (Juwito, 2008:59) jenis lead who digunakan untuk menonjolkan unsur 'siapa' atau pelaku di dalam berita. Jenis lead ini digunakan karena 'nama membuat berita'. Portal berita okezone.com dan kompas.com memperlihatkan perbedaan dalam memberitakan sosok laki-laki dan perempuan dalam kasus ini. Hal ini ditunjukkan melalui penggunaan lead who untuk mengaskan 'siapa' sosok yang paling dekat dengan kasus video asusila 19 Detik dan kedua portal berita ini menunjukan hal tersebut kepada Gisella Anastasia sehingga menjadikan dirinya sebagai objek pada pemberitaan, sedangkan pembahasan mengenai sosok laki-laki cenderung tidak dijelaskan lebih lanjut. Artinya kedua portal berita ini masih menjadikan sosok perempuan sebagai objek seksualitas, seperti yang dikatakan oleh (Wood, 2009:266-269) media turut serta dalam memberikan gambaran bahwa perempuan merupakan objek seksual dan laki-laki subjek seksual.

Selanjutnya, dalam unsur sintaksis terdapat latar belakang informasi Berdasarkan 7 berita yang diterbitkan oleh okezone.com dan 7 berita yang diterbitkan oleh kompas.com terlihat bahwa kedua portal berita ini

memberikan fokus pembahasan pada Gisella Anastasia. Lalu, Untuk memperkuat pernyataan yang telah disajikan pada berita menurut (Eriyanto, 2015:298) dibutuhkan pengutipan sumber agar memiliki objektivitas sehingga tidak memihak. Kedua portal berita baik okezone.com dan Kompas.com cenderung menampilkan sumber yang dikutip melalui keterangan langsung yang dipaparkan oleh Kabid Humas Polda Metro Jaya Kombes Pol Yusri Yunus. Selain itu, kedua portal berita tersebut juga menggunakan pernyataan langsung yang diberikan oleh Gisella Anastasia maupun Michael Yukinobu de Fretes.

Namun, sumber berita yang digunakan pada berita 1 okezone.com tidak mengutip keterangan melalui sumber yang bersangkutan dengan kasus video asusila 19 Detik melainkan menampilkan keterangan sumber tunggal yang diambil melalui komentar pada akun media sosial Gisella Anastasia. Seperti yang dikatakan oleh (Wendratama, 2017:38-55) terdapat unsur fakta yang harus disampaikan pada berita tetapi berita yang berkualitas tidak memuat fakta berdasarkan opini jurnalis. Dalam jurnalisme fakta yang hendak disajikan harus terverifikasi dan akurat, kebenaran fakta mampu dipertanggung jawabkan karena bersifat mutlak. Data-data yang sudah dikumpulkan harus diverifikasi kebenarannya dan diuji menggunakan bantuan internet, media lain, ataupun informan. Jurnalis juga harus melakukan cover both sides atau multiple sides (tidak menggunakan sumber tunggal dan homogen) agar sumber lebih terpercaya.

Peneliti melihat bahwa okezone.com dan Kompas.com masih mengaitkan nama Gisella Anastasia pada kasus video asusila 19 Detik. Labeling yang dilakukan oleh kedua portal berita ini adalah Gisella Anastasia yang paling menonjol dalam kasus video asusila 19 Detik. Hal tersebut dapat terlihat dari headline, lead, dan latar informasi yang digunakan oleh kedua portal berita ini. Nama Gisella Anastasia secara terus menerus digunakan dan dikaitkan dengan kasus video asusila 19 Detik, sehingga audiens akan memahami bahwa sosok Gisella Anastasia dan kasus video asusila memiliki keterkaitan yang erat. Seperti yang dikatakan oleh (Scheid & Brown, 2009:120) label merupakan sebuah makna yang dilekatkan pada seseorang hingga menjadi identitas diri orang tersebut. Ketika label sudah dilekatkan pada diri seseorang, maka akan timbul kecenderungan untuk melihat orang tersebut secara keseluruhan kepribadiannya, bukan berdasarkan perilakunya.

Setelah menjabarkan analisis struktur sintaksis, peneliti melihat struktur skrip. Dalam wacana berita, terdapat bentuk umum dari unsur struktur skrip yaitu 5W + 1H (who, what, when, where, why, dan how). Berdasarkan analisis struktur skrip pada 7 teks berita okezone.com dan 7 teks berita Kompas.com. Secara keseluruhan kedua portal berita cenderung menonjolkan dua unsur struktur skrip. Pertama adalah unsur what (apa), baik okezone.com dan Kompas.com mampu memberikan informasi yang sesuai pada headline berita. Namun, kedua portal berita ini memiliki fokus pembahasan pada Gisella Anastasia. Kedua, unsur who (siapa) kedua portal berita ini langsung memperkenalkan Gisella Anastasia sebagai sosok yang terlibat dalam kasus video asusila 19 Detik kepada audiens. Tetapi, pada teks berita 1 Kompas.com peneliti melihat penulis berita tidak menyantumkan unsur why. Seperti yang dikatakan oleh (Wendratama, 2017:50-51) unsur why dapat memberikan konteks agar audiens mampu memahami mengapa suatu peristiwa tersebut dapat terjadi, sehingga teks berita 1 Kompas.com tidak mampu memaparkan tujuan berita kepada audiens.

Setelah struktur skrip, peneliti melihat struktur tematik. Dalam hal ini, *stereotype* yang ditampilkan oleh kedua portal berita ini merupakan Gisella Anastasia sebagai objek seksual, sedangkan perempuan yang terjerat kasus yang menyangkut seksualitas digambarkan sebagai sosok yang buruk. Seperti yang dikatakan oleh (Wood & Fixmer-Oraiz, 2017:225) bahwa media berperan dalam mendefinisikan perilaku perempuan “baik” dan “buruk”. Sedangkan, perempuan yang melakukan perbuatan seksualitas digambarkan sebagai sosok “buruk” dalam media. Dalam teori *labelling* terdapat orang-orang tertentu yang didefinisikan sebagai ‘deviant’ oleh masyarakat. Gisella Anastasia diberikan label sebagai sosok yang dekat dengan kasus video asusila 19 Detik karena namanya secara konsisten disebutkan dan dijadikan tema pada pemberitaan kasus tersebut. Dalam teori *labelling* terdapat orang-orang tertentu yang didefinisikan sebagai ‘deviant’ oleh masyarakat. Selain itu, *labelling* dipahami sebagai kontrol sosial, artinya kelompok yang memiliki kontrol akan mengganggu pandangan kelompok dominan yang diberikan label sebagai ‘deviant’ atau menyimpang (Cohen, 2017:1). Media okezone.com dan Kompas.com memiliki kekuasaan untuk mengatur cara pandang audiens terhadap realitas yang ada. Meminjam pernyataan yang dipaparkan oleh (Eriyanto, 2015:145) bahwa media memiliki kewajiban untuk memaknai bagaimana suatu realitas dipahami dan dijelaskan kepada audiens. Fungsi utama dari ideologi media adalah menjadikan media sebagai tempat pembauran sosial yang bertujuan menjaga nilai-nilai kelompok serta mengatur bagaimana nilai-nilai tersebut harus dijelaskan melalui definisi yang sama. Maka dari itu, media mampu mengambil peran sebagai alat

yang mampu mendefinisikan nilai atau perilaku mana yang sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat serta nilai mana yang dianggap menyimpang.

Kemudian peneliti mengamati struktur retorik. Dari kedua portal berita okezone.com dan Kompas.com memiliki persamaan yaitu melakukan pembingkai terhadap Gisella Anastasia pada awal kemunculan video asusila 19 Detik ke permukaan publik. Kedua portal berita tersebut serempak menggunakan kata “heboh” yang memiliki persamaan makna dengan menggemparkan sehingga okezone.com dan Kompas.com ingin memberikan gambaran bahwa topik pembahasan mengenai video asusila yang menyeret Gisella Anastasia sedang menjadi topik yang menarik untuk dibahas karena menggemparkan masyarakat.

Lalu, dari 7 berita okezone.com dan 7 berita Kompas.com yang dianalisis cenderung menampilkan kata “tersangka” dan “video syur” yang ditujukan kepada Gisella Anastasia. Namun portal berita okezone.com cenderung menggunakan idiom yang dapat menggambarkan bahwa kasus video asusila Gisella Anastasia mendapatkan atensi masyarakat seperti “heboh”, “Breaking News”, “diserbu”, “geger”, “digeruduk”, “pembicaraan”, “sorotan”. Melalui pemilihan diksi tersebut, Gisella Anastasia digambarkan sebagai sosok yang dikenal luas melalui kasus video asusila. Posisi Gisella Anastasia dianggap melakukan penyimpangan dan berbanding terbalik dengan hal yang seharusnya dilakukan oleh sosok perempuan, sehingga ketika kasus ini mencuat nama Gisella Anastasia lebih ditonjolkan oleh media dan informasi mengenai dirinya membuat heboh. Seperti yang dikatakan oleh (Wood, 2009:232-235) media cenderung melabeli perempuan sebagai sosok dramatis dan cocok ditepatkan sebagai korban. Di media seksualitas perempuan digambarkan berada di bawah laki-laki yang bertendensi maskulin. Perempuan digambarkan sebagai sosok yang lemah dan tidak layak untuk menunjukkan seksualitasnya.

Dari masing-masing berita yang peneliti analisis pada portal berita okezone.com dan Kompas.com, keduanya cenderung menampilkan foto Gisella Anastasia. Namun, jenis foto yang digunakan oleh okezone.com dan Kompas.com memiliki perbedaan yaitu okezone.com cenderung menggunakan foto yang tidak dihasilkan langsung dari dokumentasi wartawan okezone.com. Selain itu, pada teks berita 2 okezone.com menampilkan foto Gisella Anastasia secara berulang tetapi foto kedua yang ditampilkan pada berita tersebut tidak memiliki korelasi dengan informasi yang sedang dibahas. Berbeda dengan Kompas.com yang cenderung menampilkan foto yang dihasilkan langsung dari dokumentasi wartawan Kompas.com. Seperti yang dikatakan oleh (Thresia et al., 2020:61) foto jurnalistik adalah bentuk penyampaian pesan, berita atau informasi melalui gambar yang berfungsi untuk menginformasikan (*to inform*), meyakinkan (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*). Namun, terlihat bahwa jika dibandingkan dengan Kompas.com, portal berita okezone.com cenderung tidak mampu memberikan informasi melalui foto yang ditampilkan pada berita.

Berdasarkan hasil pemaparan pada analisis 7 teks berita okezone.com dan 7 teks berita Kompas.com yang telah diteliti. Dapat disimpulkan bahwa kedua portal berita ini memberikan penonjolan fakta terhadap sosok perempuan pada kasus video asusila 19 Detik yaitu Gisella Anastasia. Kedua portal berita ini juga tidak memberikan pembahasan lebih rinci mengenai informasi di luar informasi mengenai Gisella Anastasia, sehingga dirinya dianggap melakukan penyimpangan karena tidak melakukan apa yang seharusnya perempuan lakukan.

Dalam melakukan pembingkai terdapat tahapan-tahapan konstruksi yang peneliti lihat ketika portal berita okezone.com dan Kompas.com melakukan pembingkai terhadap kasus video asusila 19 Detik. (Bungin, 2015:195) menyatakan terdapat 4 tahapan konstruksi yang dilakukan media massa. Tahap pertama adalah menyiapkan materi konstruksi, melalui desk editor portal berita okezone.com dan Kompas.com menyiapkan topik pemberitaan yang sedang menjadi pembicaraan di masyarakat. Pada 7 November 2020 kasus video asusila 19 Detik tersebar secara masif di masyarakat dan media berbondong-bondong untuk menyajikan informasi mengenai kasus tersebut. Karena isu mengenai kasus video asusila 19 Detik termasuk ke dalam isu yang menyangkut ke dalam persoalan seksualitas mengenai sosok yang dikenal oleh masyarakat yaitu Gisella Anastasia. Setelah mengetahui hal tersebut kedua portal berita okezone.com dan Kompas.com membuat berita mengenai kasus video asusila 19 Detik yang dapat mengundang perhatian. Dengan menggunakan kata “heboh”, “breaking news”, “sorotan”, “tersangka”, “video syur”, dan nama Gisella Anastasia yang terus ditampilkan pada headline berita.

Tahap kedua adalah sebaran konstruksi, setelah menentukan topik pada pemberitaan portal berita okezone.com dan Kompas.com menentukan jadwal pemberitaan mengenai kasus 19 Detik Gisella Anastasia. Terlihat okezone.com dan Kompas.com secara konsisten menerbitkan pemberitaan dalam 5 babak pada kasus video asusila 19 Detik terhitung sejak 7 November 2021 sampai dengan 31 Maret 2021. Tahap ketiga merupakan pembentukan konstruksi, dalam pemberitaan yang diterbitkan oleh kedua portal berita baik okezone.com dan Kompas.com memberikan pembingkai terhadap Gisella Anastasia sebagai sosok yang lekat dengan kasus video asusila. Hal tersebut terlihat dari latar belakang informasi yang digunakan oleh kedua portal berita ini. Dari masing-masing 7 berita yang peneliti analisis keduanya masih mentakutkan pembahasan pada Gisella

Anastasia, meskipun terdapat pembahasan mengenai tersangka lainnya. Tahapan keempat adalah konfirmasi, portal berita okezone.com dan Kompas.com secara keseluruhan menonjolkan fakta mengenai sosok perempuan yang ditujukan kepada Gisella Anastasia sebagai sosok yang terlibat dalam kasus video asusila sehingga tindakannya tersebut dapat memberikan makna bahwa dirinya identik dengan kasus video asusila 19 Detik. Kedua portal berita ini memberikan argumentasi melalui sumber-sumber yang ditampilkan pada teks berita yang digunakan untuk memperkuat pernyataan yang telah disampaikan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *stereotype* yang ditunjukkan oleh okezone.com dan Kompas.com adalah sosok perempuan masih dijadikan objek seksualitas utama dalam kasus video asusila 19 Detik ini. Disamping itu, Gisella Anastasia diberikan label sebagai sosok yang dekat dengan kasus video asusila 19 Detik, terlihat bahwa baik okezone.com dan Kompas.com cenderung menonjolkan sosok Gisella Anastasia pada kasus ini daripada dengan sosok lainnya. Hal tersebut dapat terlihat dari 4 struktur framing Pan & Kosicki yang telah di analisis sebagai berikut:

- a. Sintaksis, framing yang dilakukan terlihat dari bagaimana kedua portal berita ini secara konsisten memberikan penekanan terhadap informasi mengenai Gisella Anastasia pada kasus video asusila 19 Detik.
- b. Skrip, okezone.com dan Kompas.com menonjolkan unsur siapa dan apa yang ditujukan kepada Gisella Anastasia untuk memperkenalkan dirinya sebagai sosok yang terlibat dalam kasus video asusila 19 Detik.
- c. Tematik yang dapat terlihat dari bagaimana wartawan menulis fakta, baik okezone.com dan Kompas.com lebih banyak menjabarkan fakta mengenai Gisella Anastasia dibandingkan dengan tersangka lainnya yang juga terlibat dalam kasus video asusila 19 Detik.
- d. Retoris, okezone.com dan Kompas.com cenderung menggunakan idiom “tersangka” dan “video syur” yang ditujukan kepada Gisella Anastasia. Namun, okezone.com lebih banyak menggunakan idiom yang memberikan gambaran bahwa Gisella Anastasia mendapatkan atensi dari masyarakat akibat dari kasus video asusila 19 Detik. Selain itu, okezone.com lebih menonjolkan aktivitas seksual yang dilakukan oleh sosok perempuan pada video asusila 19 Detik, sehingga penonjolan terhadap Gisella Anastasia lebih ditekankan oleh okezone.com.

REFERENSI

- Bungin, B. (2015). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Prenadamedia Group.
- Cohen, B. (2017). *Routledge International Handbook of Critical Mental Health*. Routledge.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS Yogyakarta.
- Habsari, S. (2013). Studi Awal Metode Kajian Bias Gender Dalam Jurnalistik : Stereotype & Labelling Perempuan Dalam Media. *RIPTEK*, 7(1), 47–58.
- Hasnah, N. (2017). Bias Gender Dalam Buku Ajar Al-Arabiyyah Linnaasyiin. *Humanisma : Jurnal of Gender Studies*, 1(1), 61–74. <http://dx.doi.org/10.30983/jh.v1i1>
- <https://trends.google.co.id/>. (2021). <https://trends.google.co.id/>.
- Juditha, C. (2015). Gender dan Seksualitas dalam Konstruksi Media Massa. *Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (BBPPKI) Makassar Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*, 1(1), 6–14. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v1i1.45>
- Juwito. (2008). *Menulis Berita dan Features*. Unesa University Press.
- Komnas Perempuan. (2021). CATAHU: Catatan Tahunan Kekerasan Terhadap Perempuan tahun 2020. *Perempuan Dalam Himpitan Pandemi: Lonjakan Kekerasan Seksual, Kekerasan Siber, Perkawinan Anak Dan Keterbatasan Peanganan Di Tengah COVID-19*, 119.
- Latief, R., & Aziz, F. (2019). Penerapan Jurnalisme Berperspektif Gender Dalam Berita Prostitusi Online Vannesa Angel di Detik.com. *Jurnalisa*, 05(3), 166–180.
- Mustika, R. (2018). Etika Berkomunikasi Di Media Online Dalam Menangkal Hoax. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 43–50. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.30>
- Scheid, T. L., & Brown, T. N. (2009). *A Handbook For The Study of Mental Health: Social Contexts, Theories, and Systems*. Cambridge University Press.
- Susetyo, D. P. . (2010). *Stereotip dan Relasi Antarkelompok*. Graha Ilmu.
- Thresia, F., Bungsu, & Rasmana, B. (2020). *Jurnalistik Dasar untuk Pemula*. Pen Fighters.
- Wendratama, E. (2017). *Jurnalisme Online: Panduan Membuat Konten Online yang berkualitas dan Menarik*. Bintang Pustaka.
- Wood, J. T. (2009). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture* (5th ed.). Wadsworth/Thompson Learning.

Wood, J. T., & Fixmer-Oraiz, N. (2017). *Gendered Lives: Communication, Gender & Culture* (13th ed.). Cengage Learning.

