

Advokasi Kebijakan RUU PKS: Analisis Pemberitaan Media Perempuan Magdalene.co dan Konde.co

Purnama Ayu Rizky⁽¹⁾, Chusnul Mar'iyah⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Pascasarjana Ilmu Politik Universitas Indonesia, Jl. Prof. Dr. Selo Soemardjan, Depok, Jawa Barat 16424
Indonesia ⁽¹⁾Email Korespondensi: purnamaayurizky@gmail.com

Abstrak: Tulisan ini berupaya mengeksplorasi peran media alternatif perempuan Magdalene.co dan Konde.co di dalam proses advokasi kebijakan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS). Kajian tersebut penting lantaran studi terdahulu mengenai advokasi kebijakan di ranah politik lebih banyak difokuskan di institusi seperti legislatif, birokrasi, maupun partai politik. Analisis konten, wawancara, dan studi literatur digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan Konde.co cukup jelas keberpihakannya soal advokasi RUU PKS tapi berita mereka lebih sedikit, sedangkan Magdalene.co konsisten memberitakan RUU PKS, meskipun lebih banyak terdistorsi oleh banyak isu perempuan di ranah publik, seperti gaya hidup, kondisi sosial, dan agama.

Kata kunci: *Advokasi Kebijakan; Jurnalisme; Perempuan; RUU PKS.*

Abstract: *This paper seeks to explore the role of women's alternative media Magdalene.co and Konde.co in the policy advocacy process of the Draft Law on the Elimination of Sexual Violence (PKS). This study is important because previous studies on policy advocacy in the political sphere were more focused on institutions such as the legislature, bureaucracy, and political parties. Content analysis and literature study were used to collect data. The results of the study show that Konde.co is quite clear on its side regarding the advocacy of the PKS Bill, but it has less news, while Magdalene.co is consistent in reporting the PKS Bill, although it is more distorted by many women's issues in the public sphere, such as lifestyle, social conditions, and religion.*

Keywords: *Policy Advocacy; Journalism; Women; PKS Bill.*

Article History:

Received 23 Maret 2021; Revised 01 April 2021; Accepted 25 Mei 2021

PENDAHULUAN

Kendati RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) sudah diusulkan oleh Komnas Perempuan sejak 2012 dan naskah akademiknya diterima DPR per 2016, pembahasannya tak kunjung rampung hingga sekarang. RUU yang digadang-gadang jadi benteng terakhir untuk mencegah kekerasan seksual dan melindungi penyintas itu bahkan sempat kandas dari Program Legislasi Nasional (Prolegnas) Prioritas, 2 Juli 2020. Dalahnya, pembahasan RUU PKS terlalu sulit dilakukan. Namun, RUU ini kembali dimasukkan Prolegnas pada akhir Maret 2021.

Masalahnya, sejak berulang kali dihentikan pembahasannya, RUU PKS lebih banyak diberitakan dengan sentimen negatif. Catatan data intelijen artifisial *Binokular* menunjukkan dari 2.490 berita RUU PKS di media daring pada kurun 2 Juli-20 Desember 2020, 1.601 artikel (64%) memuat sentimen negatif, 632 artikel (25%) sentimen positif, dan netral 257 artikel (11%). Ini berbanding terbalik dengan isu UU Cipta Kerja yang diberitakan sebanyak 10.000 kali pada periode yang sama dan kebanyakan (48%) bersentimen positif. Bandingkan pula dengan isu vaksin Covid-19 yang diberitakan dalam 10.000 berita dengan sentimen positif 69%.

Ketiga-tiganya adalah isu penting, tapi nasib RUU PKS berbeda jauh. Selain mendapatkan porsi pemberitaan lebih sedikit ketimbang isu besar lainnya, kebanyakan

sentimen yang terpotret dari pemberitaan justru bernada negatif. Alih-alih didudukkan sebagai usulan produk legislasi yang mendesak untuk disahkan, media kita malah asyik menguliti apa yang problematik di dalamnya. RUU PKS disebut pro zina dan LGBT, pun membuat relasi antara suami-istri atau dengan anak jadi teramat kaku karena semua bisa ditarik ke meja hijau atas nama perlindungan hukum.

Model pemberitaan semacam itu bertentangan dengan fungsi ideal media yang mestinya bisa menyediakan ruang publik untuk memantau kekuasaan rezim dan menyambung lidah mereka yang tertindas (Kovach, Rossentiels dalam Andreas, 2010:26). Sebagai pilar keempat dalam demokrasi (Carlyle, 1840: 392; Schultz, 1998: 49), media juga harus andil dalam menjembatani antara yang privat dan publik, termasuk menyediakan ruang di mana publik dapat bebas berinteraksi dan menyampaikan gagasan di tempat umum-*res publica*. Dalam konteks ini pula, warga negara memiliki kesempatan luas untuk berpartisipasi aktif menciptakan opini publik demi memengaruhi kebijakan dan menciptakan situasi demokratis (Graber et.al., 1998).

Prasyarat untuk tercapainya kondisi itu ada dua: (1) Seberapa intens media memberitakan; (2) Bagaimana media memberitakannya. Dalam konteks RUU PKS ini, maraknya pemberitaan media sayangnya tak dibarengi dengan upaya serius untuk mendukung persoalan yang dihadapi manakala regulasi tersebut tidak atau belum disahkan. Riset *Konde.co* (2020) mengkonfirmasinya. Dalam riset mereka ditemukan, jumlah berita yang mempersoalkan RUU PKS dan kekerasan seksual di tiga media daring (*Okezone.com*, *Kompas.com*, dan *Tribunnews.com*) tak lebih dari 3% dari total pemberitaan mereka setiap harinya. Ini menjelaskan mengapa isu RUU PKS hanya dianggap sebagai isu yang sempit dan sangat tersegmentasi alih-alih menjadi urgensi bersama.

Sementara dalam hal model pemberitaan, riset *Konde.co* menggambarkan betapa “babak belurnya” media kita saat mengabarkan RUU PKS dan kekerasan seksual. Contohnya, validasi informasi yang buruk, inkonsistensi penggunaan diksi yang tak berperspektif penyintas (perkosaan, digagahi, atau menyebut penyintas anak-anak dengan remaja, bocah), perlindungan identitas penyintas yang nihil, penugasan tak mempertimbangkan kepada jurnalis perempuan agar cenderung merasa lebih nyaman dan aman. Di tengah centang perenang pemberitaan soal RUU PKS, *Magdalene.co* dan *Konde.co* hadir sebagai media alternatif perempuan yang relatif ajeg memberitakan bahkan mengadvokasi produk regulasi tersebut.

Magdalene.co merupakan media *online* yang membahas mengenai isu gender dan seksualitas, ruang aman untuk perempuan, hubungan, film, dsb. *Magdalene.co* banyak melakukan kritik terhadap media yang menggunakan kalimat maupun bahasa yang seksis dalam melakukan pemberitaan. Senada, *Konde.co* yang digawangi oleh sejumlah aktivis dan jurnalis perempuan juga punya misi untuk melakukan advokasi isu perempuan. Bahkan, dedikasi *Konde.co* ini tak berhenti di ruang maya tapi juga di dunia luring. Para pegiatnya ikut mengawal advokasi kelompok perempuan dan pinggiran, menggelar diskusi, membuat petisi, dll.

Ikhtiar dua media itu dalam advokasi RUU PKS menjadi landasan kuat mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Pertanyaan penelitiannya kemudian, bagaimana pemberitaan *Magdalene.co* dan *Konde.co* berperan dalam mengadvokasi RUU PKS? Ada dua konsep teoretis yang digunakan untuk mendedah *Magdalene.co* dan *Konde.co* sebagai subjek penelitian, yakni advokasi kebijakan dan media alternatif sensitif gender.

Advokasi Kebijakan

Advokasi singkatnya adalah usaha sistematis dan terorganisasi untuk memengaruhi dan mendesak perubahan kebijakan yang berpihak pada masyarakat lewat beragam saluran. Menurut LBH Bandung (2017), advokasi selalu meletakkan korban kebijakan sebagai subjek

utama, sehingga kepentingan publik pun menjadi agenda pokok dan penentu arah kebijakan. Advokasi juga bisa diartikan sebagai upaya pendekatan (*approaches*) terhadap orang lain yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan suatu program atau kegiatan yang dilaksanakan (Notoadmodjo, 2003).

Seperti disinggung sebelumnya, advokasi kebijakan bisa dilakukan dengan banyak saluran termasuk media. Advokasi kebijakan di media sebagaimana disarikan Waisbord, seperti dikutip (Jorgensen & Hanitzsch, 2009) bermakna mobilisasi politik yang dilakukan guna meningkatkan kekuatan manusia dan kelompok untuk membuat institusi jadi lebih responsif. Advokasi kebijakan lewat media yang dalam *Magdalene.co* dan *Konde.co* diasumsikan tampak dari cara kedua media ini memberikan pandangan baru tentang RUU PKS beserta segala urgensi terutama bagi kelompok perempuan.

Media Berperspektif Gender

Jika menggunakan paradigma kritis, berita acap kali dianggap sebagai sesuatu yang tidak netral dan menjadi lokus pertarungan berbagai kekuatan di masyarakat. Celakanya, pertarungan ini biasanya dimenangkan oleh kelompok dominan di masyarakat (Sumarjo, 2010). Tak hanya menjadi ruang pertarungan wacana, sehingga berujung pada ketidaknetralan, media juga dipengaruhi oleh ideologi, lingkungan, pengalaman wartawan, tingkat pendidikan, serta orientasi sosial dan politik masing-masing. Alhasil, kata Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang dikutip Nanang Mizwar (2016: 3-4), realitas baru yang terbentuk merupakan hasil konstruksi dan bukan sesuatu yang alami.

Riset ini meminjam kata Justito dan Maryani (2017: 113), tak ingin memposisikan media untuk patuh dalam utopia netralitas dan semacamnya, tapi juga bisa mengembangkan misi ideologis yang tentu saja bertujuan mencapai kondisi emansipatoris. Dalam hal ini, emansipasi yang dimaksud terkait dengan tingkat kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dan peran media alternatif perempuan untuk mengadvokasi isu RUU PKS.

Adapun makna media berperspektif gender menurut Nur Iman Subono (2013) adalah: “...kegiatan atau praktik jurnalistik yang selalu menginformasikan atau bahkan mempermasalahkan dan menggugat terus menerus, baik dalam media cetak (seperti dalam majalah, surat kabar, dan tabloid) maupun media elektronik (seperti dalam televisi dan radio) adanya hubungan yang tidak setara atau ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan, keyakinan gender yang menyudutkan perempuan atau representasi perempuan yang sangat bias gender.”

Singkatnya media yang berperspektif gender punya misi untuk menyebarkan ide-ide mengenai kesetaraan dan keadilan gender antara laki-laki dan perempuan.

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Dalam praktiknya, ada beberapa teknik pengumpulan data, mulai dari analisis isi, memanfaatkan *big data Binocular* untuk menganalisis sentimen pemberitaan, hingga studi literatur. Analisis isi yang dimaksud dilakukan hanya pada website *Magdalene.co* dan *Konde.co*, baik data teks (berita), gambar atau visual, maupun warna. Adapun pemilihan artikel yang menjadi objek analisis dilakukan dengan metode pembatasan rentang waktu. Sampel yang dianalisis adalah artikel yang diunggah di laman *Magdalene.co* dan *Konde.co* pada rentang 60 hari atau dua bulan, yaitu antara 1 Maret 2021-30 April 2021. Kendati terbatas, peneliti tetap mempertimbangkan konteks dan kecukupan data untuk dianalisis.

Teknik pengumpulan data melalui *big data Binocular* dilakukan untuk memperoleh catatan soal sentimen pemberitaan dan sentimen pembaca *Magdalene.co* dan *Konde.co* di media sosial baik Facebook, Twitter, maupun Instagram. Pengumpulan data ini penting untuk

menguji seberapa besar keberpihakan dan idealisme dua media ini terhadap isu yang tengah diperbincangkan. Pun, untuk memotret reaksi pembaca terhadap pemberitaan *Magdalene.co* dan *Konde.co* di kurun waktu dua bulan itu. Adapun teknik pengumpulan data studi literatur digunakan untuk memperoleh data-data sekunder dan rujukan teoretis ataupun konseptual. Hasil pengumpulan data ini nantinya juga menjadi dasar untuk mengawali penelitian dan menjadi rujukan hasil pembahasan.

Setelah data terkumpul, itu bakal dianalisis dengan metode analisis isi naratif teks media. Tujuannya semata-mata demi mendapatkan deskripsi isu dari teks berita *Magdalene.co* dan *Konde.co*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dari rentang waktu 1 Maret 2021-30 April 2021 ditemukan ada 10 artikel dengan pencarian kata kunci “RUU PKS” di *Magdalene*. Sepuluh artikel ini sudah cukup menggambarkan keragaman pemberitaan, pengetahuan, gaya pemaparan, dan seterusnya. Temuan artikel RUU PKS yang dianalisis berasal dari rubrik Issues, Safe Space, dan Wo/Men We Love.

Tabel 1. Daftar artikel RUU PKS di Magdalene.co dalam rentang waktu 1 Maret 2021-30 April 2021

Rubrik	Judul Tulisan	Tanggal Tayang	Tautan
Issues	Jurnalis Diminta Berempati pada Penyintas Kekerasan Seksual	1 Maret 2021	https://magdalene.co/story/Jurnalis-Tolong-Berempati-Pada-Penyintas-Kekerasan-Seksual
Safe Space	Tur Ruang Virtual untuk Dorong Pengesahan RUU PKS	6 Maret 2021	https://magdalene.co/story/tur-ruang-virtual-the-body-shop-indonesia
Safe Space	The Body Shop Indonesia Serahkan Ribuan Tanda Tangan Hasil Petisi RUU PKS ke DPR	10 Maret 2021	https://magdalene.co/story/the-body-shop-indonesia-serahkan-ribuan-tanda-tangan-hasil-petisi-ruu-pks-ke-dpr
Issues	Aprilia Manganang dan Buruknya Wawasan Gender, Seksualitas di Indonesia	16 Maret 2021	https://magdalene.co/story/aprilia-manganang-gender-seksualitas-hipospadia
Safe Space	Memahami ‘Consent’ Lebih Jauh untuk Penyelesaian Kasus Kekerasan Seksual	18 Maret 2021	https://magdalene.co/story/pahami-consent-dalam-kasus-kekerasan-seksual

Rubrik	Judul Tulisan	Tanggal Tayang	Tautan
Safe Space	Inisiatif Mahasiswa di Kampus Secerah Harapan Hapuskan Kekerasan Seksual	22 Maret 2021	https://magdalene.co/story/inisiatif-mahasiswa-dorong-kampus-bebas-kekerasan-seksual
Safe Space	Tantangan Advokat Gender Dampingi Korban KBGO	22 Maret 2021	https://magdalene.co/story/cara-laporkan-kasus-kekerasan-dan-dapatkan-pendamping-hukum
Wo/Men We Love	Nurul Bahrul Ulum Dakwah di Medsos Lawan Tafsir Tak Ramah Perempuan	1 April 2021	https://magdalene.co/story/nurul-bahrul-ulum-dakwah-di-medsos-lawan-tafsir-tak-ramah-perempuan
Issues	Banyak yang Dukung RUU PKS, Tapi Masih Sering Keliru Pahami Kekerasan Seksual	28 April 2021	https://magdalene.co/story/tingginya-edukasi-masyarakat-soal-ruu-pks
Issues	Women's March Jakarta 2021 Soroti Isu Perempuan di Berbagai Sektor	29 April 2021	https://magdalene.co/story/womens-march-jakarta-2021-soroti-isu-perempuan-di-berbagai-sektor

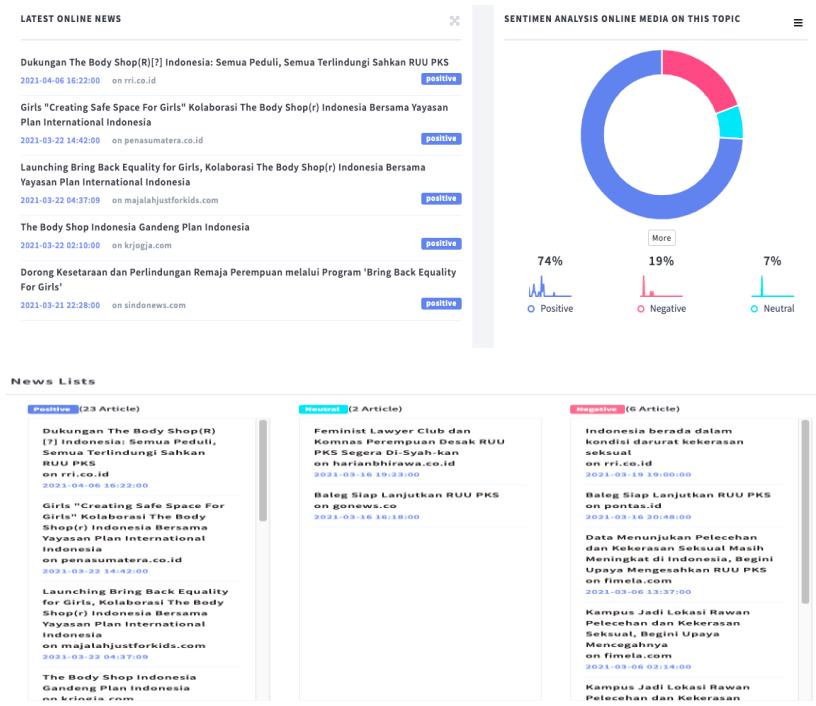
Sementara, dengan rentang waktu yang sama, ditemukan ada 3 artikel dengan pencarian kata kunci “RUU PKS” di *Konde.co*. Berbeda dengan *Magdalene.co*, *Konde.co* tak mencantumkan rubrikasi secara spesifik di laman artikel. Tak hanya itu, ada kesulitan pencarian kata kunci secara otomatis, sehingga peneliti harus mencari secara manual di *Google* menggunakan rumus “Site: [Nama media] + “RUU PKS” atau “Site:[Nama media] + “Kekerasan Seksual”. Pemilihan berita yang paling relevan dilakukan secara manual dengan melihat kata kunci spesifik setelah membaca berita.

Tabel 2. Daftar artikel RUU PKS di Magdalene.co dalam rentang waktu 1 Maret 2021-30 April 2021

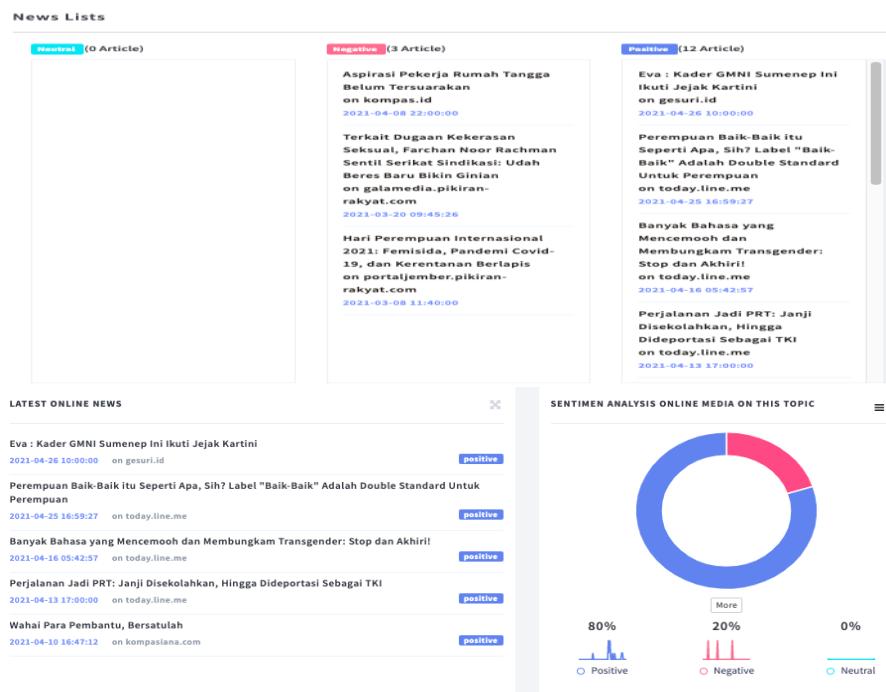
Rubrik	Judul Artikel	Tanggal Tayang	Tautan
-	Komnas Perempuan: Jumlah Kekerasan Perempuan 2020 Turun Karena Minimnya Data yang Masuk	6 Maret 2021	https://www.konde.co/2021/03/komnas-perempuan-jumlah-kasus-kekerasan-perempuan-2020-turun-karena-minimnya-data-yang-masuk.html/

Rubrik	Judul Artikel	Tanggal Tayang	Tautan
-	Aktivis: Pemerintah Belum Dukung Inisiatif Masyarakat Dalam Penanganan Korban Kekerasan	22 April 2021	https://www.konde.co/2021/04/aktivis-pemerintah-belum-dukung-peran-forum-pengada-layanan-dalam-penanganan-korban-kekerasan.html/
-	Kampus Belum Aman dari Kekerasan Seksual	29 April 2021	https://www.konde.co/2021/04/kampus-belum-aman-dari-kekerasan-seksual.html/

Selain data artikel di masing-masing *website*, peneliti juga merangkum data sentimen pemberitaan RUU PKS terhadap *Magda lene.co* dan *Konde.co* di media lain.



Gambar 1. Analisis sentimen pemberitaan RUU PKS Magdalene.co di media daring se-Indonesia, kurun waktu 1 Maret-30 April 2021



Gambar 2. Analisis sentimen pemberitaan RUU PKS Konde.co di media daring se-Indonesia, kurun waktu 1 Maret-30 April 2021

Pembahasan

Magdalene.co dan *Konde.co* adalah dua di antara media yang memilih untuk tidak populer dengan memberikan suara bagi mereka yang tak punya kuasa (*voiceless*). Dalam hal ini adalah kelompok perempuan, minoritas LGBT, kaum akar rumput dari Pembantu Rumah Tangga, buruh, nelayan perempuan, pengamen, dan seterusnya. Mereka berbeda dengan media arus utama yang dikelola dengan modal besar dan seutuhnya menghamba pada pemodal. Sebagai sebuah media, mereka menjadi alternatif sumber bacaan untuk para khalayak.

Magdalene.co dan *Konde.co* Lepas dari Oligarki dan Jadi Media Alternatif

Konstelasi media di Indonesia sendiri telah mengalami pasang surut sejak awal kemunculannya di era kolonialisme dan revolusi kemerdekaan. Media massa Indonesia pernah menjadi alat utama pendukung pesan-pesan kemerdekaan (1945-1955), lalu pada 1965 sampai 1980 berubah jadi pers partisan karena disponsori oleh partai politik (parpol), organisasi fungsional, atau organisasi massa seperti diinstruksikan dalam Peraturan Menteri Nomor 29/SK/M/65 (Hill dan Sen, 2000: 52). Barulah pada akhir 1980-an, media jadi industri menjanjikan setelah para politisi dan pejabat pemerintah yang dekat dengan Soeharto terlibat dalam bisnis ini. Namun, corak pemberitaan masih seputar isu-isu kampanye keberhasilan rezim. Buat media yang berseberangan dengan pemerintah, harus menerima pembredelan seperti yang dialami *Tempo* pada 1994 misalnya, juga *Sinar Harapan*, *Harian Rakyat*, dan *Harian Indonesia Raya*.

Puncaknya, pascareformasi 1998, lanskap media berubah seiring dengan mudahnya izin pendirian perusahaan pers. Di era ini, media tumbuh dengan beragam format dan diversifikasi konten, seperti dipelopori oleh *Grup Kompas* dan *Graffiti* atau *Jawa Pos Grup*. Strategi bisnis agar media tak tergulung persaingan pun diterapkan, mulai dari *merger*, akuisisi, jejaring media lokal, sampai konvergensi media, sehingga melahirkan praktik konglomerasi. Dalam riset Merlyna Lim (2012: 2-3), kepemilikan media di Indonesia hanya terkonsentrasi pada 13 orang. Jumlah ini agak mirip dengan riset lembaga nirlaba yang salah satu fokusnya pada media, Hivos, yang menyebut oligarki media di Indonesia dipegang oleh 12 kelompok besar pada

2013. Angka ini mengecil menjadi delapan pada 2017 menurut versi Ross Tapsell, yang mana secara keseluruhan delapan pemain itu adalah mereka yang dibesarkan sistem politik Orde Baru. Mereka di antaranya adalah Grup Bakri and Brothers, Chairul Tanjung Grup, MNC Grup, *Kompas Gramedia* Grup, dan Erick Thohir Grup.

Grup-grup konglomerasi media itu selain menguasai frekuensi publik di media televisi dan radio, juga bergerak di bisnis media daring. Masuknya mereka dalam kancah bisnis media internet disebabkan oleh tuntutan penyesuaian zaman yang serba terdigitalisasi lewat internet. Dalam praktiknya, cara mereka mengelola bisnis pun agak berbeda dengan media elektronik maupun cetak, yakni bekerja dengan ritme serba cepat, konten sepotong-potong, kadang bercorak *click bait* karena berita dan judul tak koheren, dan terkenal dengan jurnalisme corong (lantaran hanya memuat wawancara dengan satu atau dua narasumber yang terkadang hanya bertumpu pada unsur *prominence*, bukan relevansi). Strategi seperti itu ditempuh guna menggaet klik pembaca yang umumnya hanya memiliki sedikit waktu untuk membaca, sehingga tak terlalu membutuhkan konteks peristiwa yang lengkap.

Strategi berburu klik pembaca yang tak jarang mengorbankan mutu jurnalisme itu bukan masalah tunggal dalam media daring. Ross Tapsell (2017: 25-30) menyebut, media daring yang kepemilikannya dikuasai oleh oligarki membuat corak berita yang dihasilkan hanya menjadi cerminan kepentingan tokoh-tokoh oligarki, alih-alih kepentingan publik. Contoh paling terang tampak dalam pemberitaan Pemilihan Presiden 2014 lalu, di mana dua stasiun televisi *Metro TV* yang dimiliki Surya Paloh, politisi Partai Nasdem dan *TV One*, milik Aburizal Bakrie, politisi Golkar mengambil *angle* berita yang saling berhadap-hadapan: *TV One* memenangkan Prabowo Subianto sebagai Presiden versi sejumlah lembaga survei, sedang *Metro TV* ngotot Jokowi yang menang pemilu.

Saat drama reklamasi dan kasus Meikarta menyeruak, *Metro TV* bahkan memberi ruang khusus pada Luhut Pandjaitan untuk berbicara soal pentingnya reklamasi Teluk Jakarta tetap dilakukan, di samping menerbitkan editorial di *Media Indonesia* dan *Medcom* soal kerugian yang praktik bakal diderita jika proyek dihentikan. Sementara *TV One* mengambil sikap menolak reklamasi. Dalam kasus Meikarta, *Kompas* yang menurut riset kecil *Remotivi*, telah disumbang iklan oleh anak perusahaan Lippo Grup yang juga memiliki media seperti *Jakarta Globe* dan *Investor Daily* itu, cenderung ramah terhadap isu Meikarta.

Sementara dalam kasus kontemporer, khususnya tentang perempuan, seperti keterlibatan mereka dalam demonstrasi Reformasi Dikorupsi, Women's March, kekerasan buruh perempuan AICE, dan sebagainya, media-media arus utama umumnya turut memberitakan isu itu kendati tak intens. Namun, ada media yang justru konsisten mengangkat isu soal perempuan. Adalah *Magdalene.co* dan *Konde.co*, salah dua media alternatif yang cenderung bersifat non-komersial dan bertujuan melawan hegemoni serta membela kaum minoritas.

Dua media ini cukup konsisten membingkai isu perempuan di atas dengan perspektif perempuan. Menurut Tapsell, bagaimana sikap media dalam mengemas sebuah isu disebabkan oleh orientasi kepemilikan media itu. Memang betul semua pemilik punya kepentingan untuk melindungi kepentingannya, baik kepentingan bisnis maupun politik. Dalam konteks penelitian ini, kemudian isu perempuan dipotret oleh media kemudian menjadi relevan untuk jadi diskursus lebih lanjut, manakala realitas di lapangan menunjukkan, bahwa kepemilikan media terkonsentrasi pada segelintir elit, baik politik maupun ekonomi. Namun, dua media dengan sadar berupaya untuk mendobrak tatanan itu. Kenapa dua media ini yang dipilih?

Sebagai salah satu media daring, *Magdalene.co* menjadi ruang alternatif yang berupaya lepas dari dominasi media-media arus utama. *Magdalene.co* hadir bagi mereka yang isunya tidak disuarakan oleh media arus utama. Media ini didirikan oleh Devi Asmarani dan Hera Diani sebagai proyek idealis (Justito, 2017: 115). Devi Asmarani yang notabene berteman dengan Hera Diani saat sama-sama menjadi wartawan *The Jakarta Post* menempatkan diri mereka di posisi stukrural: Devi sebagai pemimpin redaksi, sedangkan Hera menjabat redaktur

pelaksana. Latar belakang pendirian *Magdalene.co* adalah ketidakpuasan pendirinya saat melihat media arus utama membahas isu-isu perempuan. Keduanya menganggap media arus utama masih memmarginalkan isu dan mendiskriminasi perempuan.

Senada, *Konde.co* juga hadir dengan semangat untuk mengarusutamakan isu-isu perempuan dan kaum pinggiran termasuk buruh. Luviana, salah satu di antara tujuh pendirinya memang lekat dengan isu buruh sejak aktif menjadi wartawan di berbagai media, baik *Metro TV*, *KBR 68H*, *Radio Retjo Buntung* Jogja. Ia juga tergabung dalam asosiasi buruh dan perempuan, dan pernah aktif menjadi Ketua Divisi Gender Aliansi Jurnalis Independen Jogja. Karena latar itulah, *Konde.co* mendobrak *glass ceiling* dengan menjadi media alternatif perempuan lewat slogannya “*Media for Women and Minority*”.

Untuk membuktikan bahwa keduanya tak bisa diutak-atik oleh para pemodal besar, mereka memang memilih bergerak di jalur independen. Dalam praktiknya, mereka menerima pendapatan dari iklan, tapi cenderung sangat selektif. Hera Diani misalnya menyebutkan, ada beberapa perusahaan yang “haram” diiklankan di laman *Magdalene.co*, yakni perusahaan tambang, produk pemutih kulit, rokok, hingga pelangsing badan. Sementara, *Konde.co* memilih mencari pendapatan lewat donor dan aktivitas luring mereka.

Tugas Advokasi Kebijakan RUU PKS

Magdalene.co, di laman situsnya bergerak dengan jargon “Supporting diversity, empowering minds”, yang secara sederhana bisa dimaknai bahwa media ini mendukung ada keragaman dan penguatan perspektif, tak hanya untuk gender arus utama, tapi juga isu-isu marginal yang di media besar jarang disuarakan. Dengan kata lain, *Magdalene.co* juga menjalankan prinsip dasar advokasi untuk menjadi pengeras suara orang-orang dekaden yang tak punya wadah ini. Pengejawantahannya kemudian, *Magdalene.co* konsisten membuat tulisan soal LGBT, disparitas peran gender yang tak setara di ruang privat dan publik, hingga yang paling aplikatif seperti RUU PKS.

Magdalene.co bahkan menggandeng Body Shop Indonesia untuk membuat rubrik khusus *Safe Space* yang semangatnya menjadi diskusi soal ruang aman bagi perempuan dan kelompok minoritas lainnya. Di rubrik ini pula, berita soal RUU PKS bertebaran. Dalam dua bulan, ada 10 artikel yang dibuat dengan mengetengahkan diskursus RUU PKS untuk masing-masing masalah kekerasan, termasuk kekerasan di kampus hingga kekerasan gender berbasis *online* (KBGO) yang juga dialami oleh Aprilia Manganang.

Tak cukup sampai di situ, dalam dua artikel bertajuk “Memahami ‘Consent’ Lebih Jauh untuk Penyelesaian Kasus Kekerasan Seksual” dan “Banyak yang Dukung RUU PKS, Tapi Masih Sering Keliru Pahami Kekerasan Seksual”, secara khusus *Magdalene.co* tak hanya memberitakan peristiwa secara kasuistik (berbasis peristiwa), tapi juga memberi konteks utuh dan pendidikan soal mengapa kemudian RUU PKS menjadi penting, apa yang kerap salah dipahami orang-orang soal RUU PKS, dan bagaimana menjalankan pendidikan RUU PKS untuk masyarakat umum.

“*Tugas besar dalam mendorong RUU PKS adalah menjawab persoalan terkait perlindungan korban, penanganan dan pencegahan kekerasan seksual, serta sosialisasi informasi RUU itu sendiri.*

Namun, pembahasan yang ada dan berkembang di masyarakat saat ini justru lebih mengarah kepada aspek agama dan moral, seperti RUU ini melegalkan lesbian, gay, biseksual, dan transgender (LGBT); memperbolehkan zina; dan lain sebagainya, bukan pada akses keadilan.

Padahal, yang perlu menjadi pusat perhatian dalam RUU ini adalah apakah pengaturan ini dapat memastikan perlindungan bagi korban yang ingin melapor, adanya penanganan yang memperhatikan kebutuhan atau kepentingan korban dan juga pelaku, serta pencegahan kekerasan seksual dengan keterbukaan informasi dan edukasi secara masif kepada publik.

*Maka, sebelum RUU ini disahkan, penting bagi DPR dan Komnas Perempuan untuk mengembalikan diskusi pembahasan RUU PKS ke tujuan yang sesungguhnya, yaitu memastikan adanya akses keadilan dalam perkara kekerasan seksual.” (Artikel *Magdalene.co* “Banyak yang Dukung RUU PKS, Tapi Masih Sering Keliru Pahami Kekerasan Seksual”, 28 April 2021).*

Karena konsistensinya ini, beberapa media daring di Indonesia memuji artikel-artikel yang ada di *Magdalene.co* dalam kurun waktu dua bulan penelitian tersebut. Hal ini ditandai dengan sentimen pemberitaan soal RUU PKS dan *Magdalene.co* yang terpantau positif (74%), negatif (19%), dan netral (7%). Sentimen ini turut menandai bahwa tugas advokasi yang dilakukan oleh *Magdalene.co* diakui dan direplikasi di media lain. Buktinya, ada 31 artikel yang meliput soal RUU PKS dan upaya advokasi *Magdalene.co* ini.

Tak berbeda jauh, tugas advokasi RUU PKS juga dijalankan oleh *Konde.co* lewat artikel-artikelnya. Meski tak sebanyak *Magdalene.co*, ada tiga artikel di *Konde.co* yang secara khusus mengetengahkan urgensi RUU PKS. Dalam artikel bertajuk “Aktivis: Pemerintah Belum Dukung Inisiatif Masyarakat Dalam Penanganan Korban Kekerasan” disebutkan:

“.... hingga hari ini perempuan masih mengalami banyak hambatan untuk mendapatkan rasa aman dan kepastian hukum, ini terlihat dengan banyaknya praktik budaya di beberapa wilayah yang masih mendiskriminasikan perempuan, masyarakat masih mempersalahkan korban, sikap aparat penegak hukum yang belum sensitif gender, dan beberapa kebijakan daerah ataupun nasional yang masih melanggengkan impunitas bagi pelaku kekerasan dalam rumah tangga dan pelaku kekerasan seksual.”

Pun, di artikel “Kampus Belum Aman dari Kekerasan Seksual” disebutkan:

“Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual/ RUU PKS menjadi salah satu jawaban untuk penanganan kasus kekerasan seksual secara keseluruhan tidak hanya di kampus. Jika RUU PKS disahkan maka payung hukum kekerasan seksual menjadi jelas. Korban mendapat pendampingan dan keadilan. Pelaku mendapat hukuman yang setimpal atas perbuatannya.”

Dari *big data Binocular* terpantau, advokasi RUU PKS yang dilakukan *Konde.co* direplikasi lewat 15 berita, dengan sentimen positif (80%), negatif (20%), dan netral (0%).

Kendati sama-sama menjalankan tugas advokasi RUU PKS, ada beberapa kelebihan dan kelemahan dari *Magdalene.co* dan *Konde.co*. Di *Magdalene.co*, isu RUU PKS ditempatkan seolah-olah ini adalah milik perempuan elit perkotaan: anak kuliah, jurnalis, advokat gender —yang memang menjadi target pembaca mereka. Padahal mustahil membahas RUU PKS tanpa membawa-bawa persoalan buruh rendahan, nelayan perempuan, pekerja rumah tangga, dan sejenisnya. Kekosongan inilah yang kemudian diisi oleh *Konde.co*. Dalam praktiknya, menurut Luviana, *Konde.co* yang punya segmen pembaca lebih luas, turut mengangkat isu-isu kelompok minoritas yang tak punya wadah berbicara.

Sementara kelebihannya, *Magdalene.co* cukup rutin mengangkat isu RUU PKS di website mereka. Hal ini didukung dengan kerja sama Body Shop Indonesia yang mengharuskan *Magdalene.co* mengunggah sejumlah artikel sesuai pesanan mereka. Ini yang tak hadir di *Konde.co*, sehingga artikel RUU PKS di *Konde.co* relatif lebih sedikit dan kurang variatif dibanding *Magdalene.co*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai media alternatif, keberadaan *Magdalene.co* dan *Konde.co* terbilang penting dalam menyuarakan masalah-masalah perempuan dan minoritas lainnya. Pun, keduanya menjadi ruang untuk berdiskusi soal kebijakan pemerintah yang memihak pada para perempuan, seperti RUU PKS. Di sinilah peran advokasi media dilakoni oleh keduanya. Tak sekadar mengangkat isu RUU PKS di medianya, *Magdalene.co* dan *Konde.co* juga mengambil peran untuk melakukan pendidikan berbasis gender, memberi konteks pada peristiwa-peristiwa kekerasan yang kerap alpa dilakukan media arus utama.

Konsistensi keduanya ini terbukti mendapat apresiasi bahkan dari rekan-rekan wartawan di media arus utama yang tergambar lewat sentimen pemberitaan mereka. Namun, tetap ada tantangan yang harus menjadi fokus *Magdalene.co* dan *Konde.co*. Tantangan pertama adalah kelangsungan hidup yang menurut Justito (2017) bisa tetap panjang napasnya asal dikelola dengan mandiri dan profesional. Khususnya bagi *Magdalene.co*, perlu ada itikad untuk memperlebar segmen pembaca mereka ketika berbicara isu spesifik seperti RUU PKS. Ini termasuk meningkatkan partisipasi khalayak yang beragam (seperti slogan mereka), di antaranya para lelaki, LGBT, buruh, dan sebagainya. Sementara, buat *Konde.co*, dibutuhkan peningkatan frekuensi pemberitaan soal RUU PKS, supaya tindakan mengawal regulasi ini tak hilang timbul dari peredaran.

REFERENSI

- Graber, Doris, McQuail, Dennis dan Norris, Pippa. 1998. Introduction: political communication in a democracy, in: Doris Graber, Dennis McQuail dan Pippa Norris (eds.), *The Politics of News: the news of politics*. AS: CQ Press.
- Harsono, Andreas. 2010. *A9ama Saya Adalah Jurnalisme*. Yogyakarta: Kanisius
- Hill, D.T., Sen, K., 2000. *Media, Culture, and Politics in Indonesia*. Inggris: Oxford University Press.
- Konde.co. 2020. *Pemberitaan Media tentang RUU Penghapusan Kekerasan Seksual dan Bagaimana Konsistensi Media terhadap Pemberitaan Kekerasan Seksual?* Jakarta: Tim Riset Konde.co.
- Lim, Merlyna. 2012. *The League of Thirteen: Media Concentration in Indonesia*. USA: Arizona State University.
- Nanang Mizwar Hasyim. 2016. Konstruksi Citra Maskulin Calon Presiden. *UIN Sunan Kalijaga Vol. 10 No. 01*.
- Scheufele, D.A. (1999). "Framing as a Theory of Media Effects." International Communication Association. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Schultz, J., 1998. *Reviving the fourth estate*. Cambridge, England: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511597138>
- Sumarjo. 2010. *Pertarungan Wacana Media*. *Jurnal Inovasi Vol. 7 No. 2*.
- Tapsell, Ross. 2017. *Media Power in Indonesia*. USA: Rowman and Littlefield International.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*. New York, USA: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203877685>
- Wawancara dengan Luviana, wartawan Konde.co.
- Wawancara dengan Hera Diani, wartawan Magdalene.co.