JTAMPS: Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Pendidikan Sosiologi
https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jtamps/index
Vol.06, No. 1 (April, 2026), pp. 601-608
e-ISSN: 2776-2963 p-ISSN: 2776-3110

Pengaruh Representasi Gender dalam Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat tentang Peran Gender

Andi Syahreza Nugrawan Rusadi[1], Syamsu A Kamaruddin [2], A. Octamaya Tenri Awaru[3]

[1] Universitas Negeri Makassar ; andisyahreza77@gmail.com
[2] Universitas Negeri Makassar ; syamsukamaruddin@gmail.com
[3] Universitas Negeri Makassar ; a.octamaya@unm.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Gender Representation; Role of Mass Media; Gender Roles;

Article history:

Received 2025-05-22
Revised 2025-06-22
Accepted 2025-07-22

ABSTRACT

This study aims to analyze how gender representation in mass media affects public perception of gender roles in social life. This study uses library research the research method is carried out by collecting and analyzing various relevant written sources. These sources can be scientific journals, books, online articles, research reports, or official publications. The results or discussions discussed in this study are: 1) Gender representation; 2) The role of mass media; 3) Gender roles. Why impact because gender representation in mass media has the power to shape people's perspectives on the roles of men and women. This understanding is important so that people are more critical of gender bias and can encourage the creation of equality in social roles

This is an open access article under the CC BY-SA license.

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci

Representasi Gender; Peran Media Massa; Peran Gender;

Article history:

Diterima 2025-05-22
Revisi 2025-06-22
Diterima 2025-07-22

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk menganalisis bagaimana representasi gender dalam media massa memengaruhi persepsi masyarakat terhadap peran gender dalam kehidupan sosial. Penelitian ini menggunakan library research metode penelitiannya dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan. Sumber-sumber tersebut bisa berupa jurnal ilmiah, buku, artikel online, laporan penelitian, maupun publikasi resmi. Hasil atau pembahasan yang dibahas dalam penelitian ini adalah: 1) Representasi gender; 2) Peran media massa; 3) Peran gender. Why impact karena Representasi gender dalam media massa memiliki kekuatan membentuk cara pandang masyarakat terhadap peran laki-laki dan perempuan. Pemahaman ini penting agar masyarakat lebih kritis terhadap bias gender dan dapat mendorong terciptanya kesetaraan dalam peran sosial.).

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Penulis Koresponden :

Andi Syahreza Nugrawan Ruzadi

Universitas Negeri Makassar; andisyahreza77@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Media massa memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk peran gender. Representasi gender dalam media dapat memperkuat atau menantang stereotip yang telah lama ada. Yuwono, at all (2024) menyebutkan bahwa media sering kali merepresentasikan perempuan secara terbatas dalam peran domestik, sementara laki-laki lebih sering digambarkan sebagai tokoh utama dengan karakter kuat dan dominan. Hal ini menunjukkan bahwa media massa bukan sekadar penyampai informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat konstruksi sosial yang dapat memengaruhi cara masyarakat memandang peran gender.

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi informasi telah meningkatkan akses masyarakat terhadap berbagai bentuk media, termasuk televisi, film, iklan, dan media digital. Representasi gender dalam media ini dapat berdampak pada bagaimana individu memahami peran dan ekspektasi sosial yang melekat pada laki-laki dan perempuan. Menurut penelitian Suryasuciramdhan at all (2024), media sering kali menampilkan representasi gender yang tidak seimbang, di mana perempuan lebih banyak diperlihatkan dalam peran pasif dan emosional, sementara laki-laki digambarkan lebih rasional dan aktif. Representasi yang berulang ini dapat membentuk pola pikir masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang masih dalam proses membangun identitas sosialnya.

Di Indonesia, berbagai studi menunjukkan bahwa media lokal masih sering mereproduksi stereotip gender dalam berbagai bentuk. Sebuah penelitian oleh Islami at all (2022) menemukan bahwa dalam iklan televisi, perempuan lebih banyak ditampilkan sebagai ibu rumah tangga yang bertanggung jawab atas urusan domestik, sementara laki-laki sering kali berperan sebagai pemimpin atau pengambil keputusan. Representasi semacam ini dapat berkontribusi terhadap pelanggengan norma-norma gender tradisional yang membatasi ruang gerak perempuan dalam berbagai bidang kehidupan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh representasi gender dalam media massa terhadap persepsi masyarakat tentang peran gender. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengukur bagaimana eksposur terhadap media yang merepresentasikan gender secara berbeda dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap peran laki-laki dan perempuan dalam kehidupan sosial.

2. METODE

Artikel yang berjudul " Pengaruh Representasi Gender dalam Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat tentang Peran Gender" ini menggunakan metode library research atau data sekunder, maka metode penelitiannya dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan. Sumber-sumber tersebut bisa berupa jurnal ilmiah, buku, artikel online, laporan penelitian, maupun publikasi resmi yang membahas tentang komunitas daring dan interaksi virtual. Peneliti tidak melakukan wawancara atau survei langsung, melainkan mengkaji dan membandingkan hasil-hasil penelitian terdahulu untuk menemukan pola, tren, atau kesimpulan baru. Melalui pendekatan ini, peneliti bisa membangun argumen berdasarkan teori yang ada, kemudian menyusunnya menjadi analisis yang menjawab pertanyaan utama: mengapa orang semakin memilih terhubung secara virtual dalam komunitas daring. Dengan kata lain, artikel ini bersifat konseptual dan reflektif, bukan berdasarkan data lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Gender

Representasi gender dalam media massa merujuk pada bagaimana laki-laki dan perempuan digambarkan serta diposisikan dalam berbagai bentuk media, seperti televisi, film, iklan, berita, dan media digital. Representasi ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang peran, norma, dan ekspektasi gender dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Indriani (2024), media tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga membentuk dan memperkuat stereotip gender melalui pengulangan narasi tertentu. Misalnya, perempuan sering kali ditampilkan dalam peran domestik atau sebagai objek seksual, sementara laki-laki lebih sering

digambarkan sebagai sosok yang dominan, kuat, dan mandiri (Wijaya & Firmanto, 2021). Hal ini menciptakan ketimpangan dalam cara gender dipahami dan dipersepsikan oleh audiens. Lebih lanjut, Dewi (2017) memperkenalkan konsep "symbolic annihilation", yaitu penghapusan atau pengabaian perempuan dalam media melalui penggambaran yang terbatas atau bias. Jika perempuan tidak direpresentasikan dengan beragam peran atau digambarkan secara stereotip, maka media turut andil dalam membentuk budaya yang membatasi peran sosial mereka.

Dalam era digital, representasi gender juga mengalami perubahan seiring dengan meningkatnya partisipasi perempuan di media sosial dan industri kreatif. Namun, bias gender masih terlihat dalam berbagai aspek, seperti standar kecantikan yang tidak realistis atau penggambaran perempuan dalam posisi subordinat. Oleh karena itu, analisis representasi gender dalam media menjadi penting untuk memahami bagaimana konstruksi sosial mengenai gender terus berkembang dan mempengaruhi kehidupan nyata.

Media Massa

Representasi gender dalam media massa merujuk pada bagaimana laki-laki dan perempuan digambarkan dalam berbagai bentuk media, termasuk televisi, film, iklan, berita, dan media digital. Representasi ini tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga membentuk persepsi masyarakat tentang peran gender dan norma yang dianggap wajar. Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik, memperkuat stereotip, atau bahkan menantang konstruksi sosial yang sudah ada. Dalam banyak kasus, media sering kali mereproduksi bias gender yang telah mengakar dalam masyarakat. Misalnya, perempuan cenderung lebih sering digambarkan dalam peran domestik atau sebagai objek seksual, sementara laki-laki lebih sering ditempatkan dalam peran kepemimpinan, kekuatan, dan rasionalitas. Watie (2016) dalam Gender Advertisements menyoroti bagaimana iklan sering menampilkan perempuan dalam posisi pasif atau tunduk terhadap laki-laki, mencerminkan norma-norma patriarkal yang mengakar dalam budaya populer.

Media berita juga memiliki kecenderungan bias dalam melaporkan isu-isu gender. Menurut Yuda (2013) dalam konsepnya tentang symbolic annihilation,

perempuan sering kali diabaikan, diremehkan, atau dipresentasikan dalam peran yang lebih sempit dibandingkan laki-laki dalam pemberitaan. Hal ini terlihat dalam bagaimana tokoh perempuan lebih sering ditampilkan dalam berita terkait gaya hidup dan keluarga, sementara laki-laki mendominasi berita politik, ekonomi, dan kepemimpinan. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, terdapat pergeseran dalam representasi gender di media. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesetaraan gender, banyak media mulai menampilkan perempuan dalam peran yang lebih beragam dan memberdayakan. Kampanye-kampanye iklan dan film mulai menantang stereotip gender dengan menampilkan perempuan sebagai pemimpin, ilmuwan, atau atlet, sementara laki-laki juga semakin banyak digambarkan dalam peran yang lebih emosional dan peduli terhadap keluarga.

Meskipun demikian, masih ada tantangan dalam menciptakan representasi gender yang lebih seimbang. Media massa tetap menjadi arena di mana norma-norma gender diproduksi dan dinegosiasikan, sehingga penting bagi masyarakat untuk menjadi konsumen media yang kritis. Seperti yang dikatakan oleh Irianti & Adesari (2020) dalam Gender Trouble, gender bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan dibentuk melalui representasi dan performativitas dalam berbagai konteks sosial, termasuk media. Oleh karena itu, memahami bagaimana media membentuk representasi gender menjadi langkah penting dalam upaya menciptakan kesetaraan gender di masyarakat.

Peran Gender

Peran gender merujuk pada seperangkat norma, perilaku, dan harapan sosial yang dikaitkan dengan jenis kelamin seseorang dalam suatu masyarakat. Peran ini tidak bersifat biologis, melainkan dibentuk oleh budaya, tradisi, dan konstruksi sosial yang berkembang dari waktu ke waktu. Menurut Uyun (2002), gender bukan hanya sesuatu yang dimiliki seseorang, tetapi juga sesuatu yang "dilakukan" atau dikonstruksi melalui interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dalam banyak masyarakat, peran gender sering kali bersifat biner, membedakan antara maskulinitas dan femininitas dengan aturan yang jelas. Laki-laki umumnya diasosiasikan dengan kekuatan, kepemimpinan, dan kemandirian, sedangkan

perempuan lebih sering dikaitkan dengan kelembutan, kepedulian, dan peran domestik (Zaduqisti, 2009). Namun, perkembangan sosial dan gerakan kesetaraan gender telah menantang konsep-konsep tradisional ini, membuka ruang bagi pemahaman yang lebih fleksibel dan inklusif mengenai peran gender.

Media massa memainkan peran besar dalam membentuk dan mereproduksi peran gender di masyarakat. Representation theory yang dikemukakan oleh Ramli & Basri (2021) menjelaskan bahwa media tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga membentuknya melalui representasi yang dipilih. Sering kali, media memperkuat stereotip gender, misalnya dengan menggambarkan perempuan dalam peran yang lebih pasif atau terbatas pada sektor domestik, sementara laki-laki lebih sering ditampilkan dalam posisi otoritas dan dominasi. Namun, dengan meningkatnya kesadaran akan kesetaraan gender, kini semakin banyak representasi yang menantang norma-norma tradisional dan menampilkan peran gender yang lebih beragam. Meskipun telah terjadi perubahan dalam pemahaman mengenai peran gender, tantangan masih tetap ada. Gender role strain theory (Putra, 2014) menunjukkan bahwa individu yang merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi gender tertentu dapat mengalami stres psikologis. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih inklusif dan kritis terhadap peran gender, baik dalam masyarakat maupun media, diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang lebih adil dan setara bagi semua individu.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari judul "Pengaruh Representasi Gender dalam Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat tentang Peran Gender" menunjukkan bahwa media massa memiliki peran signifikan dalam membentuk dan memengaruhi cara masyarakat memandang peran gender. Representasi gender yang ditampilkan secara berulang dalam media, baik dalam tayangan televisi, iklan, film, maupun pemberitaan, mampu membentuk stereotip, memperkuat norma-norma sosial yang ada, atau bahkan menantangnya. Jika media menyajikan gambaran yang tidak seimbang atau bias terhadap peran laki-laki dan perempuan, maka persepsi masyarakat pun cenderung akan mengikuti pola tersebut. Sebaliknya, media yang

menampilkan representasi gender secara adil dan setara dapat mendorong terciptanya kesadaran dan perubahan dalam cara pandang masyarakat terhadap peran gender, menuju masyarakat yang lebih inklusif dan setara.

5. DAFTAR PUSTAKA

Dewi, I., Saragih, S., & Khairani, D. (2017). Analisis Peningkatan Kemampuan Representasi Matematis Siswa SMA Ditinjau dari Perbedaan Gender. Jurnal Didaktik Matematika, 4(2), 115-124.

Indriyani, V., Rachman, A., & Fathia, W. (2024). Representasi Gender dalam Buku Teks Tematik Terpadu Siswa Sekolah Dasar. Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra, 10(1), 722-733.

Irianti, E., & Adesari, T. (2020). Representasi Perempuan dalam Persfektif Gender (Analisa Wcana Kritis Van Dijk Pada Pemberitaan Kasus Hoaks Ratna S, Paet dalam Media Massa Republik dan Kompas. com. Journal of Scientific Communication (JSC), 1(2).

Islami, A. M., Amalia, A. D., & Diastiningtyas, R. T. (2022). Representasi Bias Gender pada Iklan Susu Ultramilk Pure Passion. Jurnal Audiens, 3(4), 239-249.

Putra, A. T. A. (2014). Peran Gender dalam Pendidikan Islam. Jurnal Pendidikan Islam, 3(2), 327-343.

Ramli, U., & Basri, L. (2021). Peran Gender Pada Masyarakat Bugis. Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial, 7(1), 78-89.

Suryasuciramdhan, A., Lena, L., Meida, K. L., & Barasa, Y. V. (2024). Analisis Perubahan Representasi Gender Dalam Iklan Televisi Di Indonesia. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, 2(3), 01-13.

Uyun, Q. (2002). Peran gender dalam budaya Jawa. Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 7(13), 32-42.

Watie, E. D. S. (2016). Representasi Wanita Dalam Media Massa Masa Kini. Jurnal The Messenger, 2(2), 1-10.

Wijaya, J. A., & Firmanto, A. D. (2021). Representasi gender pada film tilik menurut studi semiotik roland barthes. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(2), 166-176.

Yudah, A. A. P. (2013). Representasi Transgender dan Transeksual dalam Pemberitaan di Media Massa: Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis. Jurnal Kriminologi Indonesia, 9(1), 37-49.

Yuwono, S., Lesmana, F., & Ambat, Y. T. (2024). Melukis Kembali Penggambaran Citra Gender dalam Media Massa (Doctoral dissertation, Petra Christian University).

Zaduqisti, E. (2009). Stereotipe peran gender bagi pendidikan anak. Muwazah, 1(1), 73-82.