

PORNOGRAFI DALAM MEDIA CETAK

(Studi Analisis Isi Headline Pada Majalah FHM Periode Januari-Juni 2010 Sesuai Dengan Undang-undang Pornografi)

Novi Ika Rahayu

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam masyarakat yang semakin maju dan berkembang, informasi menjadi sangat penting. Setiap orang, badan dan organisasi berhak untuk memperoleh informasi untuk dapat berkembang dan berinteraksi dengan lingkungannya. Informasi sangatlah berharga bagi manusia karena informasi adalah salah satu kebutuhan bagi manusia untuk bisa mengetahui, memahami dan mengerti hal-hal yang ada dan terjadi di sekitarnya. Dan masyarakat akan memasuki peradaban informasi, maka peranan dan posisi informasi menjadi sangat penting.

Setiap orang, badan, lembaga, organisasi kemasyarakatan mempunyai hak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya dimana informasi dan komunikasi tersebut menjadi tanggung jawab bersama pemerintah, pers, lembaga-lembaga informasi dan masyarakat. Untuk itu perlu dibangun dan dikembangkan jaringan informasi guna tersalurnya kebebasan dalam rangka memperoleh informasi.

Komunikasi akan terjadi dengan baik atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai hal-hal yang diperbincangkan, komunikasi dapat dilakukan secara langsung dan dapat pula dilakukan secara tidak langsung, yang salah satunya menggunakan media massa. Media massa menjadi hasil karya budaya manusia yang semakin berkembang dan meluas, sehingga keperluan berekspresi dan berkomunikasi tidak lagi memadai jika tidak meluas.

Media massa yang terdiri dari pers, televisi, radio dan lain-lain, serta proses komunikasi massa (peran yang dimainkannya) semakin banyak dijadikan sebagai objek studi. Gejala ini seiring dengan meningkatnya peran media massa itu sendiri sebagai institusi penting dalam masyarakat. Asumsi tersebut ditopang oleh dalil yakni media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain

yang terkait, media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Di lain pihak, institusi media diatur oleh masyarakat (McQuail, 1987:3).

Sejarah menuturkan bahwa jurnalisme ialah alat pemasok kebutuhan orang berkomunikasi. Komunikasi sebagai alat yang penting bagi manusia dan merupakan jalan bagi manusia untuk bertukar informasi. Komunikasi banyak berubah bentuk, sejak awal kehidupan bermasyarakat mempergunakan berbagai media untuk berkomunikasi, orang-orang kemudian memindahkan bahasa sebagai alat mengantarkan pikiran dan perasaan kedalam catatan-catatan yang bersifat kronikal, riwayat, biografis, sejarah, perjalanan dan berbagai bentuk surat-menyurat dari yang bersifat pribadi sampai pesan-pesan kerja, dari yang menyajikan khotbah (nasihat) sampai kerjaan omong kosong, mereka ulang cerita dan selebaran-selebaran. Sampai kemudian ketika jurnalisme ditemukan sebagai sebuah kegiatan melaporkan berbagai kejadian/peristiwa yang terjadi di masyarakat. Dan perkembangannya terkait dengan ditemukan mesin cetak sebagai wahana yang mengganti oral dari mulut ke mulut, ketika menyampaikan informasi (kisah-kisah kronis, pelaporan *pamflet*). Bentuk cetakan, khususnya surat kabar, merupakan awal dunia jurnalisme yang mengkabarkan berbagai kejadian masyarakat.

Pers sendiri berasal dari bahasa Belanda. Dalam bahasa Inggris berarti *press* yang artinya menekan atau mengepres. Jadi secara harfiah *pers* atau *press* yang mengacu pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan. Sekarang kata *pers* atau *press* digunakan untuk merujuk pada semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun wartawan media cetak (Hikmat&Purnama Kusumaningrat, 2007:17).

Kehidupan pers sangat tergantung pada kekuatan ekonomi suatu negara, salah satu contoh ketergantungan pers pada kekuatan ekonomi dapat kita lihat dampak krisis moneter yang saat ini sedang melanda Indonesia, akibat krisis ekonomi yang berkepanjangan membuat harga surat kabar pun naik, menyebabkan pembaca menurun sehingga oplah atau pendapatan surat kabar pun menurun. Selain faktor ekonomi yang menyebabkan timbulnya kondisi ketergantungan bagi pers, hal lain adalah faktor politik yang berupa kontrol pemerintah dinilai menghambat pers dalam menjalankan fungsi utamanya sebagai kontrol sosial.

Pada era orde baru pemerintah yang otoriter menyebabkan pers tidak dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Namun pemberitahuan media massa atas sejumlah isu-isu saat ini memperlihatkan munculnya kembali keberanian dan kejujuran dalam menentukan sikap dan pandangan. Hal ini dapat disimak sekilas dalam hal editorial, tema-tema yang lebih variatif, sesuatu yang pada era orde baru sulit ditemui. Perubahan politik yang terjadi mendorong media kedalam ruang gerak yang lebih leluasa untuk menyampaikan fakta dan secara lebih terbuka, berani, dan independent *Good Journalism*, kata Leonard Downie Jr dan Robert G Keiser dalam

Jurnalisme Kontemporer (Santana K, 2005:4) ialah kegiatan dan produk jurnalistik yang dapat mengajak kebersamaan masyarakat disaat krisis. Berbagai informasi dan gambaran krisis, yang terjadi dan disampaikan, mesti menjadi pengalaman bersama. Ketika sebuah kejadian yang merugikan masyarakat terjadi, sebuah media memberi sesuatu yang dapat dipegang oleh masyarakat. Sesuatu itu ialah fakta-fakta, juga penjelasan dan ruang diskusi, yang menolong banyak orang terhadap sesuatu yang tak terduga kejadiannya. Masyarakat diajak agresif pada sesuatu yang penting terjadi. Sedangkan *Bad Journalism* ialah media yang kurang cakap melaporkan pemberitaan yang penting diketahui masyarakat. Media yang memberitakan sesuatu peristiwa secara dangkal, sembrono, dan tidak lengkap, sering disebut tidak akurat dan tidak *coverboth sides*.

Obyek penelitian ini adalah media massa cetak yaitu majalah. Majalah muncul sebagai medium massa terutama karena perannya sebagai sistem penghubung pemasaran. Selama bertahun-tahun majalah mampu merangkum aneka selera dan kepentingan yang luas. Namun tidak seperti media lainnya seperti media elektronik, sebagian majalah yang ada terfokus pada khalayak homogen tertentu atau kelompok-kelompok yang kepentingannya sama. Berbeda dengan koran, sirkulasi majalah umumnya berskala nasional. Dengan berfokus pada selera atau bidang tertentu, majalah bisa meraih khalayak dari berbagai kelas sosial, tingkat pendapatan atau pendidikan di seluruh penjuru dunia.

Majalah sebagai penyampai dan penafsir pesan lebih dahulu melakukan jurnalisme *interpretative* ketimbang koran ataupun kantor-kantor berita. Bagi majalah, interpretasi justru menjadi sajian utama. Kalau media siaran memberi perhatian kepada suatu peristiwa, biasanya waktu dan perhatian untuk peristiwa lain akan berkurang. Majalah acap kali sengaja meliput sesuatu yang diberikan oleh media siaran secara lebih panjang dan lebar. Seseorang yang tertarik

untuk mengetahui lebih banyak oleh sesuatu yang diberitakan televisi akan mencarinya di majalah. Sejak lama, aneka majalah sengaja menyajikan tinjauan atau analisis terhadap suatu peristiwa secara mendalam, dan itulah hakikat interpretasi. Kecenderungan ini menguat sejalan dengan spesialisasi majalah. Majalah-majalah khusus laku karena menyajikan analisis panjang lebar. Dibanding koran, majalah lebih kuat mengingat emosi pembacanya.

Namun menurut pengkritikannya, majalah diliputi banyak kelemahan yang merendahkan mutunya sebagai penafsir berita. Sebagai contoh, kebanyakan majalah berhaluan konservatif sehingga apa yang disampaikan tidak lepas dari perspektif itu (*konservatif*). Disamping itu, banyak majalah yang hanya menganalisis berita dari sumber lain, dan hampir tidak mencari berita sendiri. Majalah juga cenderung meniru artikel-artikel apa saja yang populer. Namun yang paling serius majalah dituding ikut menciptakan dunia semu dengan menyajikan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan (Rivers, Jensen, Peterson, 2003:212-213).

Terdapat sejumlah kategori majalah, salah satunya ialah majalah khusus. Kategori majalah khusus ini meliputi pertumbuhan dari kebutuhan, minat dan perhatian masyarakat, yang dari hari ke hari kian bertambah sesuai dengan peningkatan hidup keseharian yang dikehendaki masyarakat. Khalayak-khalayak menginginkan majalah yang memfokuskan isinya pada soal-soal khusus seperti kesenian, kriminalitas, sejarah, sosial, seks, hal mistik, bahkan sains dan lain-lain (Santana K, 2005:97).

Salah satunya dalam majalah khusus dewasa FHM, elemen sensualitas dan gaya hidup merupakan hal yang sangat utama, peringkatnya sangatlah diperhitungkan sama halnya dengan berita yang menggemparkan, ulasan tentang kehidupan para modelnya yang kebanyakan kaum wanita begitu gamblang dibicarakan. Majalah FHM merupakan majalah khusus dewasa yang paling bertahan di Indonesia, bahkan menduduki peringkat ke tiga majalah dewasa terpopuler di dunia. Ini didukung karena sebelumnya majalah FHM merupakan produk majalah luar negeri, tepatnya berasal dari Britania Raya yang sebelumnya diberi nama For Him dan mengubah judul untuk FHM menjadi For Him Magazine pada tahun 1994 ketika Emap Media Konsumen membeli majalah itu. Didirikan oleh Chris Astrigde, majalah ini adalah publikasi didominasi fashion berbasis yang didistribusikan melalui outlet fashion laki-laki.

Lalu FHM diterbitkan di Indonesia sejak tahun 2003 oleh PT. Media Fajar Harapan Mandiri. (www.apabae.co.cc). Majalah FHM mempunyai frekuensi terbit setiap bulan sekali

dengan sajian 146-162 halaman termasuk cover per edisinya dengan metode informasi yang dikumpulkan secara mendalam. Majalah FHM mempunyai beberapa rubrik yang kuat kaitannya dengan sensualitas perempuan yang hanya menggunakan pakaian dalam saja, sesuai dengan konsumen majalah ini adalah laki-laki. Termasuk dalam headline di majalah FHM pada suatu bulan, berisi tentang pose-pose seksi para model disertai wawancara antara wartawan FHM dengan para model-model yang pada bulan tersebut menjadi *icon* dan juga menjadi cover depan majalah FHM. Dalam majalah FHM terdapat pula informasi lain yang berkaitan dengan seksualitas dan informasi umum yang tidak pernah disangka atau diketahui oleh pembaca sebelumnya. Bukan hanya menyajikan berita yang berkaitan dengan sensualitas saja, majalah FHM juga berisi tentang informasi yang ada hubungannya dengan teknologi dan gaya hidup masyarakat modern. Hal ini terkait dengan tiga kriteria nilai berita yakni kriteria *Sex* yaitu segala macam berita tentang seks yang selalu banyak peminatnya, *Information* yaitu informasi yang mempunyai nilai berita atau memberi banyak manfaat pada publik yang patut mendapatkan perhatian media, dan *Public Figure, News Maker* yaitu berita tentang orang-orang penting. Orang-orang ternama, pelopor, selebritis, figur publik, dimanapun selalu membuat berita melalui ucapan dan tingkah lakunya (Sumadiria, 2005:86).

Jika dilihat dari segi sensualitas hingga informasi yang disajikan di majalah FHM, majalah ini tergolong majalah yang mengusung konsep pornografi. Apalagi didukung dengan para model dalam majalah tersebut yang bukan hanya orang Indonesia saja, namun dari luar negeri juga. Sedangkan seperti kita ketahui bahwa di Indonesia sudah dicetuskan undang-undang pornografi, meskipun masih banyak pula masyarakat yang belum paham akan undang-undang tersebut dan sampai dimana batasan yang dikatakan sebagai pornografi sesuai dengan undang-undang itu. Pemerintah tetap memutuskan adanya undang-undang pornografi dan sanksi yang akan diberikan jika melanggar undang-undang tersebut.

Hal ini sesuai dengan UU no 44 tahun 2008 tentang ketentuan umum pornografi pada Pasal 1, ayat 1 yaitu pornografi adalah seksualitas yang dibuat oleh manusia dalam bentuk gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, syair, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan komunikasi lain melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang dapat membangkitkan hasrat seksual dan/atau melanggar nilai-nilai kesusilaan dalam masyarakat. (www.lbh-apik.or.id/uu.pornografi.htm)

Dalam undang-undang tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa segala hal dalam media apapun, baik berupa gambar atau tulisan dengan tampilan yang bisa meningkatkan gairah seksual bagi penikmatnya maka bisa dikatakan sebagai pornografi. Hal itu juga berarti bahwa setiap orang dilarang menyediakan jasa pornografi baik secara langsung maupun tidak langsung, dan dilarang pula menyebarluaskan atau memperjualbelikan segala tampilan yang mengandung unsur ketelanjangan berupa visual maupun audio visual. Selain karena dicetuskannya undang-undang pornografi di Indonesia, media massa hendaknya menyaring informasi yang layak dibaca masyarakat atau tidak, sehingga informasi yang diterima masyarakat lebih berguna dan tidak hanya menimbulkan hasrat seksual bagi pembaca semata.

Meskipun majalah FHM merupakan majalah dewasa yang bukan berupa majalah khusus seks saja, namun banyak sekali penikmat majalah FHM yang mengakui menjadi terangsang setelah atau pada saat membaca dan melihat artikel didalamnya. Selain itu kenyataan lain yang terjadi yakni majalah yang mengarah pada seks ataupun segala bentuk sensualitas justru terjual bebas dan sangat mudah diperoleh di pasaran salah satunya majalah FHM. Walaupun dilihat dari segi usia segmentasi pembaca majalah FHM yaitu 21 tahun keatas akan tetapi pembaca atau pembeli majalah FHM juga banyak yang masih remaja antara 16 - 19 tahun. (www.archive.kaskus.us/thread/975714/40). Sesuai pula dengan pengamatan peneliti saat akan membeli majalah FHM.

Majalah FHM sebagai majalah berlisensi luar negeri yang hadir di Indonesia mampu menunjukkan keberhasilannya, walaupun banyak juga majalah lokal yang substansi isinya seperti majalah FHM. Dengan berusaha menyajikan gaya terbaik para model disertai berbagai macam pose yang sedikit nakal sehingga majalah FHM dapat bersaing dalam industri media cetak di Indonesia. Selain itu jika ditilik dari segi isi majalah FHM memang lebih lengkap daripada majalah serupa yang ada di Indonesia. Namun bukan hanya dari segi isi saja, tampilan dari majalah FHM juga menarik minat pembaca yang mayoritas kaum laki-laki, gambar yang ditampilkan terlihat lebih terang dan seperti nyata, serta gaya penulisan dan bahasa yang digunakan pada majalah FHM lebih enak dibaca dan mudah dimengerti pembaca bahkan ada pula gaya penulisan yang seperti lelucon, sehingga dapat membuat tertawa pembacanya. Bukti lain dari kesuksesan majalah FHM di Indonesia yakni banyaknya permintaan untuk mengulang cetakan edisi-edisi majalah FHM

perdana serta edisi yang lain, ini membuktikan bahwa majalah FHM benar-benar diminati, sampai ada yang menjadikan majalah FHM sebagai “Collector Item” pribadi.

Salah satunya dalam headline majalah FHM yang berisi tentang hasil wawancara antara wartawan FHM dengan model yang menjadi *icon* atau cover depan majalah FHM bulan tersebut, wawancaranya pun seputar kehidupan model dan tidak jarang pula wartawan membuat tulisan pada pembukaan yang bisa membuat pembaca berimajinasi serta dapat meningkatkan hasrat seksual pembaca. Juga yang berkaitan dengan kegiatan seksual seorang model disertai dengan pose-pose seksi mereka. Meskipun hanya terbit setiap satu bulan sekali tetapi baik gambar maupun tulisan yang disajikan dalam headline majalah FHM berusaha menghadirkan yang teraktual dan baru saja dihimpun oleh redaksi majalah FHM.

Alasan tersebutlah yang menjadikan peneliti memilih majalah FHM untuk dijadikan sebagai objek penelitian dengan menggunakan metode analisis isi. Karena dengan metode analisis isi ini, peneliti dapat mengetahui secara sistematis isi gambaran komunikasi (*describing communication content*) oleh majalah FHM, selain itu karena majalah FHM mempunyai kualitas isi yang baik dari nasional maupun internasional, serta majalah FHM bukan hanya ada di Indonesia saja namun di beberapa negara di dunia yang diterjemahkan ke dalam bahasa masing-masing negara tersebut. Meskipun majalah FHM termasuk majalah yang cenderung menampilkan sensualitas dan dapat menggugah hasrat seksual bagi pembacanya, namun para pembaca juga dapat memiliki penilaian sendiri tentang gambar atau tulisan yang ditampilkan dalam majalah FHM.

Melalui headline majalah FHM peneliti mencoba memberi analisis tentang tulisan atau kata-kata dan gambar yang dianggap sebagai pornografi, dimana yang dikatakan sebagai hal pornografi tersebut telah dilakukan oleh model yang diwawancarai atau sesuai dengan hasil wawancara yang dihimpun oleh wartawan majalah FHM juga melalui kalimat yang dibuat oleh wartawan FHM.

Peneliti mulai meneliti dengan menganalisa isi berupa kata-kata atau tulisan hingga gambar dalam headline majalah FHM pada Januari sampai Juni 2010 yang berkaitan dengan undang-undang pornografi yang berlaku saat ini. Periode ini dipilih karena dalam waktu tersebut majalah FHM dinilai banyak menyajikan wawancara berkaitan dengan sensualitas para model dan foto seksi mereka, selain itu pada periode tersebut juga ada pemilihan GND (Girl Next Door) majalah

FHM ke tiga, yang banyak menampilkan pose seksi dari para finalisnya beserta hasil wawancara dengan mereka.

Analisis isi sering dipakai untuk mengkaji pesan-pesan media, analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Setidaknya dapat diidentifikasi tiga jenis penelitian komunikasi yang menggunakan analisis isi. Ketiganya dapat dijelaskan dengan teori 5 unsur komunikasi yang dibuat oleh Harold D. Lasswell, yaitu who, says what, to whom, in what channel, with what effect. Ketiga jenis penelitian tersebut dapat memuat satu atau lebih unsur “pertanyaan teoretik” Lasswell tersebut. Pertama, bersifat deskriptif, yaitu deskripsi isi-isi komunikasi. Kedua, penelitian mengenai penyebab message yang berupa pengaruh dua message yang dihasilkan dua sumber (A dan B) terhadap variabel perilaku sehingga menimbulkan nilai, sikap, motif, dan masalah pada sumber B. Ketiga, penelitian mengenai efek message A terhadap penerima B. Pertanyaan yang diajukan adalah apakah efek atau akibat dari proses komunikasi yang telah berlangsung terhadap penerima (with what effect)?.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif yang selama ini banyak digunakan oleh para peneliti. Analisis isi kuantitatif digunakan untuk membedah muatan teks komunikasi yang bersifat manifest (nyata). (www.massofa.wordpress.com)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahannya adalah : “ Bagaimana headline dalam majalah FHM periode Januari 2010 hingga Juni 2010 sesuai dengan Undang-undang pornografi? ”

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : “ Bagaimana headline dalam majalah FHM periode Januari hingga Juni 2010 sesuai dengan Undang-undang pornografi? ”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dapat memberikan masukan bagi pengembangan kajian komunikasi massa pada bidang jurnalistik khususnya pada studi analisis isi headline pada majalah FHM.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Memberikan landasan pemikiran dan pertimbangan bagi pengelola media massa dalam penerbitannya. Dalam hal ini opini pada rubrik surat FHM, hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan pemenuhan informasi yang diharapkan bagi para pembacanya.
- b. Memberikan bahan dan ide penelitian untuk dikembangkan lebih lanjut dalam situasi dan kondisi lain, bagi kalangan akademis pada umumnya dan khususnya pada mahasiswa komunikasi yang akan mengadakan penelitian di bidang media cetak.