

# INDIKATOR SENSITIF GENDER UNTUK MEDIA

**Kerangka Indikator Mengukur  
Sensitivitas Gender pada  
Organisasi dan Konten Media**

## Indikator Sensitif Gender untuk Media

KERANGKA INDIKATOR MENGUKUR SENSITIVITAS GENDER PADA ORGANISASI DAN KONTEN MEDIA

Diterbitkan pada 2012 oleh United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization  
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07SP, Perancis

© UNESCO2012

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang  
ISBN978-92-3-001101-7

Segala hal yang terdapat dalam karya ini tidak mencerminkan pendapat UNESCO dalam hal status hukum negara, wilayah, kota, daerah atau pihak berwenang atau juga menyangkut demarkasi batas negara.

Gagasan dan pendapat yang termaktub dalam buku ini semata dari pengarang dan tidak serta-merta milik, dan terkait dengan, UNESCO.

**Penyunting:** Alton Grizzle

**Gambar sampul:** ©UNESCO/P.Lissac; ©UNESCO/Y.AIAmin;

©UNESCO/Y.AIAmin; ©UNESCO/Y.Jooris; ©UNESCO/S.Santimano;

©K.Smith; ©UNESCO/D.Evans; ©UNESCO/Manoocher

**Desain grafis:** Gérard Prosper

**Dicetak oleh:** UNESCO, dicetak di Perancis

---

Edisi Bahasa Indonesia

Diterbitkan oleh

Aliansi Journalis Independen (AJI) Indonesia

Indikator Sensitif Gender untuk Media

November 2015



AJI INDONESIA

**Aliansi Journalis Independen (AJI) Indonesia**

Jalan Kembang Raya No. 6, Kwitang, Senen, Jakarta Pusat 10420

[www.aji.or.id](http://www.aji.or.id)

**Penanggung Jawab:** Suwarjono, Ketua AJI Indonesia

**Penerjemah:** Bonardo Maulana Wahono

**Editor:** Y. Hesthi Murthi

**Adopsi ulang desain sampul dan isi:** Eko Punto Pambudi

*“Ketimpangan menjerumuskan pribadi-pribadi ke dalam jurang kemiskinan, menghambat perkembangan masyarakat, dan mengabaikan berbagai peluang untuk lebih berdaya di masa depan.”*

**—Irina Bokova, Direktur Jenderal UNESCO**

*“Pembangunan berkesinambungan, hak asasi manusia, serta perdamaian hanya dapat terejawantahkan jika perempuan-laki-laki memiliki kesempatan yang sama dalam menjalankan hidup secara bebas dan bermartabat. Kesetaraan hadir jika perempuan-laki-laki memiliki akses pendidikan berkualitas dan pekerjaan yang sama, serta pendapatan setara di segala bidang. Juga kesanggupan berbagi kuasa dan pengetahuan dengan landasan tersebut. Kesetaraan gender mesti dipandang sebagai syarat etis dan kebutuhan bersama. (penekanan dari penyunting).*

**—Irina Bokova, Direktur Jenderal UNESCO**



## UCAPAN TERIMA KASIH

**P**roses penerbitan buku ini terlaksana berkat bantuan sejumlah lembaga serta individu. UNESCO menyatakan syukur atas sumbangan berharga dari International Federation of Journalists (IFJ), Ammu Josephs serta Rosa Maria Alfaro.

### **KONTRIBUTOR UTAMA**

**Ammu Joseph**, Jurnalis, India

**Rosa María Alfaro**, Peneliti, Peru

**Alton Grizzle**, Penanggung Jawab Program, Seksi Media dan Masyarakat, Divisi Kebebasan Berekspresi dan Perkembangan Media, UNESCO, Perancis

**Pamela Moriniere**, Staf bidang Gender, Proyek and Penerbitan, International Federation of Journalists (IFJ), Belgia

**Leanda Barrington-Leach**, Staf Komunikasi dan Media, European Women's Lobby (EWL), Belgia

### **KONTRIBUTOR**

**Olya Booyar**, Redaktur, Asia-Pacific Broadcasting Union News, Malaysia

**Francine Charles**, Konsultan Komunikasi, The Caribbean Broadcasting Union, Barbados

**Elena Chiaberge**, Koordinator Komisi Perempuan, Media Baru, dan Komunikasi, COPEAM (Permanent Conference of the

Mediterranean Audiovisual Operators), Italia.

**Tanya Rebolledo Branski**, Perwakilan Eropa, Biro Eropa, EVAC  
(Espaciode Vinculación, Asociación Civil), Perancis

**Cheryl Ruschke Schleske**, Konsultan/ Associate di LM  
Communications, Perancis

**Umbiroo Karuaihe-Upi**, Konsultan, Southern African Broadcasting  
Association (SABA)

**Silvia Chocarro Marcesse**, Tenaga Ahli Divisi Kebebasan Berekspresi  
dan Perkembangan Media, UNESCO, Perancis

**Lavinia Mohr**, Direktur Program, World Association for Christian  
Communication (WACC), Kanada

**Liza Gross**, Direktur, Corporate Social Impact Strategies, Omnilife  
(sebelumnya pernah menjabat sebagai Direktur bagi  
International Women's Media Foundation)

**Colleen Lowe Morna**, CEO di Gender Links, Afrika Selatan

**Danny Glenwright**, Opinion and Commentary Service,  
GenderLinks, Afrika Selatan

**Rosa Alfaro**, Peneliti, Peru

**Margaret Gallagher**, Peneliti dan penulis, Inggris

**Hilary Nicholson**, Koordinator Program, Women's Media Watch,  
Jamaika

**Elisa Lees Munoz**, Direktur Eksekutif Pelaksana, International  
Women's Media Foundation (IWMF), Amerika Serikat

**Florentina Cardozo**, Penasihat bidang Gender, Federation of Latin  
American and Caribbean Journalists (FEPALC), Kolombia

**Amie Joof**, Jurnalis dan Direktur Inter Africa Network for  
Women, Media, Gender and Development (FAMEDEV),  
Senegal

**Hamida El Bour**, Guru Besar bidang Media di Institute of Press and

Information Science, Tunisia

**Lisa Williams-Lahari**, Pekerja lepas Pacific Media, salah satu pendiri Pacific WAVE Media Network, Honiara, Kepulauan Solomon

**Nejiba Hamrouni**, Jurnalis, Center of Arab Woman for Training and Research (CAWTAR), Tunisia

**Wouter Gekiere**, Penasihat bidang kerja sama Eropa, European Broadcasting Union, Belgia

**Yuklan Wong**, Staf Bidang Program dan Kampanye, International Federation of Journalists (IFJ), Belgia

**Andrew Puddephatt**, Direktur, Global Partners and Associates, London, Inggris

**Ramon Tuazon**, Ketua bidang Komunikasi, Commission on Higher Education (CHED), serta Presiden, Asian Institute of Journalism and Communication, Filipina.

## **KONSULTASI MELALUI INTERNET BERSAMA SERIKAT PEKERJA MEDIA SIARAN SERTA KORAN/MAJALAH**

Asia-Pacific Broadcasting Union Caribbean Broadcasting Union Commonwealth Broadcasting Association

COPEAM (Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators) OTI (Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas)

RadioFrance

Radio Télévision Belge Francophone Southern Africa Broadcasting Association

World Association of Newspapers and News Publishers World Broadcasting Union





## KATA PENGANTAR

# AJI INDONESIA

**P**ersepsi umum di masyarakat, banyak menempatkan posisi perempuan sebatas berurusan dengan pekerjaan domestik, sosok yang lemah, bekerja sebagai sampingan, hingga dilekatkan atribut seks. Sebaliknya laki-laki dipersepsikan sebagai sosok yang tepat bekerja di ranah publik, macho, mandiri, dan bekerja sebagai pimpinan dengan menempati pos-pos penting. Persepsi ini berkembang luas di tengah masyarakat, disampaikan turun temurun, dan membentuk kesadaran. Bahwa antara perempuan dan laki-laki mempunyai derajat berbeda. Sebuah kesalahan fatal awal bermula!

Kesalahan lainnya, peran media dalam mengkonstruksi pemikiran masyarakat memiliki andil yang sangat besar. Saat ini tengah terjadi “air bah” informasi, yang datang dari media arus utama, hingga sosial media dan sarana komunikasi lainnya melalui gawai. Ada 2.130 media arus utama, baik dari media cetak, radio, televisi hingga media online. Belum lagi sekitar 70 juta pengguna Facebook, dan media sosial lainnya. Jutaan orang memanfaatkan email, *whatsApp* hingga sarana pesan lainnya yang menjadi sarana komunikasi dan mendapatkan informasi. Dari seluruh media tersebut, kesalahan demi kesalahan terbangun hingga menambah panjang rentetan diskriminasi, ketimpangan pada isu gender, hingga semakin jauh pemenuhan atas hak-hak perempuan.

Kenapa masalah di atas terus terjadi? Media arus utama dalam membentuk opini di masyarakat dibangun dengan beragam kepentingan. Isi media yang disebarluaskan ke publik tidak lepas dari siapa pemilik modal, siapa orang-orang yang berada di balik layar media, hingga kepentingan bisnis yang turut memberikan arah. Mudah ditebak, proses produksi, *editing* hingga tampil ke publik sangat dipengaruhi siapa yang berada di balik layar media. Dari ruang-ruang redaksi inilah bias gender terjadi.

Hasil riset yang dilakukan Aliansi Jurnalis Independen terkait jurnalis perempuan di media nasional 2012 lalu menunjukkan sejumlah asumsi di atas. Dengan komposisi jurnalis perempuan di ruang redaksi lebih sedikit dibanding laki-laki, dan minimnya jurnalis perempuan yang menempati posisi strategis di pengambil kebijakan di media, membuat banyak media tidak memiliki sensitivitas gender.

Dimulai dari hal sederhana, terkait bagaimana penggambaran umum jurnalis perempuan di Indonesia, terkait dengan hak-hak mereka sebagai jurnalis. Seperti hak untuk mendapatkan upah yang sama dengan laki-laki, hak mendapatkan cuti haid, cuti melahirkan selama tiga bulan, hak mendapatkan gaji yang sama hingga asuransi dan perlindungan kerja yang sama dengan jurnalis laki-laki.

Beberapa temuan terkait kuantitatif misalnya, jumlah jurnalis perempuan di Indonesia hanya 1:3 atau 1:4 dibanding jurnalis laki-laki. Belum populer cuti haid, ruang menyusui, hingga adanya jurnalis perempuan sering mengalami kekerasan dan pelecehan dari narasumber hingga rekan kerja. Secara kualitatif, mendapatkan data, jurnalis perempuan memilih untuk fokus dalam karir, namun banyak jurnalis perempuan yang kemudian hanya diberikan ruang untuk menulis isu perempuan di medianya. Jurnalis perempuan

yang bekerja di media televisi hanya menjadi pemanis layar, harus tampil cantik dan berdandan saat harus tampil di ceapan layar kaca. Jurnalis perempuan juga tidak mendapatkan penilaian baik dari atasan saat mereka harus berlutut dengan proses reproduksi seperti kehamilan hingga melahirkan.

Minim kesadaran gender di ruang redaksi juga menyebabkan pemuatan narasumber perempuan yang memiliki kemampuan dan kompetensi lebih baik, menjadi sangat terbatas. Pemberitaan terhadap isu politik, ekonomi hingga olahraga dan sejumlah isu yang terkait dengan perempuan misalnya, sangat bias gender. Ini lagi-lagi karena banyaknya pengelola ruang redaksi diisi jurnalis yang belum mempunyai pemahaman gender, sehingga perspektif yang muncul masih sangat maskulin.

Oleh karena itu, penting memberikan pemahaman sensitif gender agar terjadi keseimbangan antara perempuan dan laki-laki di ruang kerja. Menberikan porsi yang sama, menerapkan kesetaraan gender tidak hanya menguntungkan perempuan, namun juga kelompok gender lainnya. Seperti hak laki-laki mendapatkan cuti lebih panjang untuk mendampingi proses kelahiran istri, hingga produktivitas kerja jurnalis akan lebih baik.

Kebutuhan pentingnya membangun kesadaran bagi para jurnalis ini yang mendorong AJI menerbitkan buku *Gender Sensitive Indicators for Media* (GSIM). Harapannya, buku ini bisa digunakan untuk menjadi panduan dan pemetaan internal media, di bidang organisasi dan khususnya dalam pemberitaan di media. Lebih jauh lagi, di masa mendatang diharapkan buku ini menjadi landasan kebijakan agar tercipta kondisi setara di media.

Akhirnya, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-

besarnya kepada Unesco yang telah memberikan kesempatan kepada AJI untuk menerbitkan buku ini. Juga kepada teman-teman pengurus AJI Indonesia, Ketua Bidang Perempuan dan Anak, Y. Hesthi Murthi, Endah Lismartini dan Alida Bahaweres. Juga Eva Danayanti, Direktur Eksekutif AJI dan seluruh staf AJI Indonesia yang telah membantu terbitnya buku ini. Semoga usaha kecil ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Ketua Umum AJI Indonesia

**Suwarjono**

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar AJI Indonesia .....	9
Pendahuluan .....	15

### **Kategori A**

#### **Langkah-Langkah untuk Mendorong Kesetaraan Gender di Organisasi Media .....**

<b>33</b>
-----------

A1. Keberimbangan Gender pada Level Pengambil Keputusan .....	34
A2. Kesetaraan Gender di Ruang Kerja .....	36
A3. Kesetaraan Gender di Serikat, Asosiasi, Klub, dan Organisasi Jurnalis, Profesional Media Lain, serta Badan Regulator Media .....	42
A4. Organisasi Media Mendorong Penerapan Kode Etik/ Kebijakan Editorial yang Mendukung Kesetaraan Gender dalam Pemberitaan .....	47
A5. Keberimbangan gender dalam pendidikan dan pelatihan .....	50

### **Kategori B**

#### **Potret Gender Dalam Konten Media.....**

<b>55</b>
-----------

B1. Berita dan Current Affairs .....	56
B2. Iklan.....	64

## **Annex**

### **Pengarusutamaan gender di media: Studi Kasus dari:**

Asia Pasifik .....	81
Kepulauan Karibia .....	113
Eropa dan Negara-negara Arab.....	141
Amerika Latin .....	171
Afrika Selatan.....	197

## PENDAHULUAN

**K**esetaraan gender dan pemberdayaan perempuan adalah prioritas umum UNESCO, selain kondisi Afrika. Dalam hal ini, 'kesetaraan' berarti jaminan potensi yang ada dalam diri perempuan dan laki-laki sepenuhnya dapat berkembang setara. Selain itu, nilai yang terdapat dalam diri seseorang diakui tanpa prasangka. Kesetaraan gender mendapatkan sorotan yang kian tajam secara global menyusul ditetapkannya sejumlah instrumen legal dan normatif: konvensi dan deklarasi. Salah satu yang menonjol adalah Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan serta Deklarasi Beijing dan Program Aksi.

Yang disebut terakhir itu adalah produk dari Konferensi Keempat Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) tentang Perempuan pada 1995. Hasilnya menekankan pentingnya peran media dalam mengampanyekan kesetaraan gender di segala bidang; semua pemangku kepentingan diminta turut andil dalam memerangi "stereotip dan ketimpangan bagi perempuan dalam mendapatkan akses, serta partisipasi dalam berbagai bidang, terutama di media". Pada 2010, sebagai bentuk komitmen dalam kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, Sidang Umum Perserikatan Bangsa-bangsa membentuk UN Women. Komitmen dan strategi UNESCO terumuskan dalam "Rencana Aksi Prioritas Gender untuk periode 2008-2013" yang diwujudkan dengan dua pendekatan: i) pembuatan program khusus untuk isu gender, ii) pengarusutamaan gender yang

ditindaklanjuti dengan gerakan serupa disemua bidang UNESCO.

Sektor Komunikasi dan Informasi UNESCO sepenuhnya berkomitmen dan melibatkan diri secara global dalam pelbagai inisiatif spesifik gender pada seluruh divisi dan kegiatan utamanya. Kedua perspektif – yakni kesetaraan di antara kaum perempuan dan pria yang bekerja di media serta kesetaraan dalam pemberitaan atas perempuan dan laki-laki – sama penting untuk terus disuarakan.

Dengan latar belakang tersebut, UNESCO, bekerja sama dengan International Federation of Journalists serta mitra lainnya, telah mengelaborasi kerangka kerja global berupa Indikator Sensitif Gender untuk Media (GSIM). Kerangka kerja ini adalah bagian dari pengembangan indikator dari berbagai bidang. Agar memungkinkan melakukan pemetaan atau diagnosis secara efektif terkait perkembangan media, yang dimandatkan pada UNESCO.

International Programme for the Development of Communication (IPDC) menyambut baik inisiatif merumuskan GSIM ini dan menegaskan pentingnya topik ini bagi negara-negara anggota UNESCO. IPDC adalah satu-satunya dewan antarpemerintah dalam sistem PBB yang dirancang untuk menggerakkan komunitas internasional untuk membicarakan dan mengampanyekan pengembangan media di negara-negara berkembang. Dewan antarpemerintah IPDC memberikan dukungan penuh dengan memfasilitasi pelbagai forum diskusi, sekaligus mendorong agar hal ini menjadi standar dalam pengembangan media di level internasional.

Diskusi tematik IPDC pada 2012, “Gender dan Media: Mewujudkan Hak yang Setara” membicarakan Indikator Sensitif Gender untuk Media yang dikeluarkan UNESCO. Forum tersebut menghadirkan para pemangku kepentingan, pakar, serta negara-negara anggota demi memperbincangkan



cara mengarusutamakan gender di media.

Proses persiapan GSIM sangatlah komprehensif, hingga dua tahun. Diawali pada 2010, diskusi global membicarakan standar advokasi kebijakan *Women Make the News* UNESCO yang digelar pada hari-hari perayaan Hari Perempuan Internasional bertema “Menuju Indikator Sensitif Gender untuk Media: Praktik Terbaik Cara Pandang Media terkait Gender dan Kontennya”. Maksud peluncuran platform tersebut adalah pertukaran global atas pentingnya indikator sensitif gender untuk media. Rancangan pertama GSIM lantas disiapkan.

Setahun berselang, rancangan itu ditinjau oleh forum internasional yang diselenggarakan UNESCO dan IFJ di Brussels pada 14 hingga 15 April 2011. Setelah itu rancangan kedua disiapkan. Putaran pertama diskusi, para pakar yang mewakili organisasi negara, kawasan, serta dunia dalam bidang media dan gender duduk semeja. Dalam pertemuan itu, mereka mengakui meski target utama yang dibidik adalah media, GSIM masih relevan dan bermanfaat bagi LSM serta kelompok masyarakat sipil lain yang mendalami bidang tersebut.

Demi memperkaya rancangan kedua, sekaligus sebagai langkah mendasar dalam penyempurnaannya, putaran kedua diskusi dilakukan secara daring dengan para mitra media UNESCO di seluruh dunia. Lembaga penyiaran dan media cetak mengundang banyak orang untuk memberikan komentar, saran, serta pandangan demi memperbaiki dokumen. Diskusi dengan pihak-pihak tersebut penting karena memungkinkan UNESCO untuk melekatkan pelbagai perspektif penting ke dalam GSIM. Kami tekankan bahwa implementasi GSIM bukan upaya untuk membatasi kemerdekaan berekspresi serta independensi media, namun mendorong secara sukarela

memperkaya pandangan penting ini.

UNESCO yakin jika diterapkan dan dimanfaatkan dengan sungguh-sungguh, GSIM dapat menghasilkan dampak yang terukur secara kualitatif maupun kuantitatif.

**JānisKārklīņš**

*Asisten Direktur Jenderal – Komunikasi dan Informasi –UNESCO*



# Lautan Melebur



© K.SMITH

“**S**aya mencari ilustrasi yang dapat menggambarkan kesetaraan gender tanpa bias ataupun bersifat stereotip. Gambar ini saya dapatkan berkat dunia yang kian terhubung. Fenomena alam ini diabadikan oleh Kent Smith saat berlayar di perairan Alaska. Ia menyebutnya ‘Lautan Melebur’. Garis putih itu menandai pertemuan gelombang yang memiliki berat jenis berbeda. Jika anda tengah bersama saya dalam pelayaran ini, anda pun kemungkinan sepakat bahwa fenomena alam itu gambaran tepat mengenai kesetaraan gender. Apa pasal? Garis putih itu dapat dilihat sebagai pengakuan kesamaan antara lelaki dan perempuan (segala usia), kekuatan dan kemampuan yang sama, bebas menjadi apapun, bebas memiliki cita-cita, menggapai cita-cita itu, bebas mengalir...Namun, garis putih itu pun dapat menjadi simbol perayaan akan perbedaan, jenis kebebasan yang lain—kebebasan bagi perempuan dan laki-laki untuk duduk sama tinggi di kursi dewan, ruang-ruang kantor, komunitas, siaran berita, film, atau bahkan iklan, meski mereka berbeda.

Gambar yang sama itu memiliki banyak signifikansi bagi gender dan media, yang tentunya menjadi tujuan materi GSIM. Demi memungkinkan kesetaraan perempuan dan laki-laki, media—tanpa menghiraukan teknologi yang digunakan—salah satu fungsinya menjadi cerminan kebhinnekaan masyarakat, harus memainkan peran dalam membuka pemikiran atas kesetaraan gender serta stereotip berbasis gender di, dan melalui, media.

Jika anda masih berlayar bersama saya, garis putih permanen yang senantiasa nyata ini juga mewakili fungsi media dan peran semua jurnalis agar masalah-masalah kesetaraan gender dapat dipahami publik.”

**Alton Grizzle**



# PENDAHULUAN

*Realitas struktur organisasi media, “Kaum lelaki mendominasi posisi penting sebagai penentu kebijakan dan pucuk pimpinan manajemen media di tujuh kawasan dengan persentase masing-masing 74,1 persen dan 72,7 persen”*

*– Global report tentang status perempuan di media, 2011.*

*“76 persen pembaca berita adalah kaum laki-laki. Dunia – sebagaimana tercermin dalam pemberitaan – tampak sangat maskulin.”*

*– Who Makes the News,  
Global Monitoring Project, 2010*

Indikator Sensitif Gender untuk Media bertujuan memberikan sumbangan pada upaya mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan di , dan melaluimedia—dengan segala bentuknya tanpa mempertimbangkan teknologi yang digunakan.

Sejak 1900-an hingga memasuki abad ke-21, terdapat tiga gelombang pemikiran mengenai perempuan dan pemberdayaannya.<sup>1</sup> Gelombang pertama berkenaan dengan hak politik perempuan dalam memberikan suara, yang bermula di Amerika Serikat pada 1845. Gerakan ini mulai diterima oleh beberapa negara pada 1920. Gelombang kedua berkaitan dengan gerakan sosial untuk pembebasan perempuan.

Gerakan ini tumbuh di Inggris, Amerika Serikat dan berbagai negara lain pada dekade 1960-an. Gerakan-gerakan tersebut tumbuh membawa misi yang lebih luas, tidak sekedar hak pilih belaka. Mereka memperjuangkan masalah lebih luas tentang fenomena sosial dan kultural yang merintangikan kebebasan perempuan, yang selalu dipertentangkan dengan laki-laki. Hal yang mengemuka antara lain citra perempuan dalam iklan dan media, timpangnya jumlah gaji yang diterima, serta pincangnya peluang kerja. Gelombang ketiga berupaya menjangkau lebih jauh dengan mempertanyakan peran gender. Keprihatinan yang merebak adalah bagaimana peran tersebut dapat melanggengkan ketimpangan serta mengungkung pilihan dan kebebasan individu.

Media (koran, radio, televisi) dan teknologi baru adalah bagian dari budaya dan masyarakat. Media dipahami secara luas sebagai saluran efektif menyebarkan budaya dan penggerak budaya global.

---

1 Lihat analisis mendetail dari Liesbet Van Zoonen, 1995 in *Questioning the Media: A Critical Introduction*, Edited by Downing, Mohammadi and Sreberny-Mohammadi: Sage Publications, London dan New Delhi



Di negara-negara yang tingkat penetrasi medianya tinggi, tak satu pun aspek dalam masyarakatnya steril dari pengaruh media, meski dengan derajat yang berbeda. Media juga dapat diformulasikan sebagai aktor sosial, dengan pengaruh dan daya dorong yang dimiliki, untuk perubahan sosial. Menurut Amartya Sen, kemiskinan tidak pernah terjadi secara massal selama masih terdapat kebebasan pers.<sup>2</sup> Meski tidak dapat diabaikan penyedia informasi lain seperti internet, perpustakaan, arsip nasional, atau museum juga masuk hitungan.

Akan halnya sejarah perempuan, media pun berkembang seperti kita saksikan sekarang: koran pada abad ke-19, radio pada awal 1900-an, televisi, akhir dasawarsa 1940-an, dan ledakan teknologi baru pada 1990-an.<sup>3</sup> Perkembangan media dalam hubungannya dengan kepemilikan, kemandirian, pluralisme, serta keberagaman konten, secara kasar dapat dibagi menjadi empat lapisan yang saling tumpang-tindih yaitu di bawah kontrol pemerintah, swasta, model layanan publik, dan media komunitas. Keempatnya memiliki perbedaan dalam menjalankan manajemen dan memproduksi konten.

Terdapat titik temu yang jelas antara pemberdayaan perempuan dan perkembangan media. Gelombang kedua dan ketiga pemberdayaan perempuan melibatkan media secara eksplisit. Persebaran media serta ledakan teknologi baru dan munculnya media sosial di banyak bagian dunia membuka akses terhadap informasi dan pengetahuan tentang masalah gender. Media baru ini, dengan mengabaikan basis teknologi yang digunakan, masih menjadi salah satu sumber utama informasi, gagasan, dan opini bagi kebanyakan orang.

---

2 Lihat *At the Heart of Change: The Role of Communication for Sustainable Development*: Panos London, 2007–[www.panos.org.uk](http://www.panos.org.uk).

3 Lihat *Mass Communication and the Modern World* by Ken Ward, 1989: Mac Millan Press, London

Sementara itu, ketimpangan dan stereotip gender, tetap ada dalam struktur sosial dan benak banyak orang. Media berpotensi menyebarkan dan melanggengkan atau sebaliknya membongkar dan memperbaiki hal tersebut. Lebih jauh lagi, disadari atau tidak, bias pandangan yang muncul pada para profesional media –lelaki maupun perempuan– terjadi karena kurangnya kapasitas untuk membuat laporan tentang perempuan dan gender secara lebih luas.

Penting harus disadari, jika media ingin berhasil menumbuhkan budaya di demokratis di lingkungan kerjanya, maka media harus mencerminkan keragaman yang ada di masyarakat<sup>4</sup>. Keragaman sosial yang mencakup bahasa, budaya, agama, ras, etnisitas, dan gender. Agar dapat secara akurat merefleksikan masyarakat dan menghasilkan liputan yang beragam, penting bagi media untuk memproduksi berita lebih mendalam dengan menanggalkan pandangan maskulin dan stereotip. Semua jurnalis dapat memainkan peran untuk membuka pemikiran akan kesetaraan gender serta membongkar stereotip berbasis gender di, dan melalui, media.

Indikator Sensitif Gender untuk Media (GSIM) berupaya membidik titik antara pemberdayaan perempuan dan perkembangan media. Fokus utamanya adalah kesetaraan dan keberagaman sosial dalam dimensi gender di media.

## **KHALAYAK SASARAN SERTA DESAIN GSIM**

GSIM adalah serangkaian indikator yang sifatnya non-

---

4 Media sebagai cerminan keragaman masyarakat adalah indikator kunci dalam Kategori 3 – Media sebagai platform wacana demokratis dalam perkembangan media. Indicators: A framework for assessing media development: UNESCO, 2008, Paris-<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>

prescriptive<sup>5</sup> dan secara khusus dirancang untuk semua bentuk media. Indikator ini juga dapat dimanfaatkan oleh mediamilik warga yang mengadvokasi kesetaraan gender, atau LSM, asosiasi media, serikat dan klub jurnalis, badan/regulator media, organisasi masyarakat sipil—terlebih yang memberikan perhatian pada isu gender dan media—kementerian atau lembaga pemerintah, institusi akademis, dan pusat-pusat penelitian seperti jurnalisme, komunikasi, sekolah teknologi dan universitas serta lembaga pelatihan lain.

Tujuan indikator adalah mendorong media mengambil peran agar isu-isu kesetaraan gender dapat dipahami masyarakat. Juga berfungsi untuk menganalisis kebijakan dan praktiknya di internal media. Sekaligus pijakan mengambil langkah penting untuk melakukan perubahan. Harapannya, organisasi media dapat memutuskan—melalui mekanismenya sendiri— untuk mengadaptasi dan menerapkan indikator-indikator itu, demi peningkatan mutu organisasi media dan jurnalisme.

Menimbang sifat GSIM yang demikian, UNESCO tidak menempatkan GSIM sebagai pendekatan “sapu jagat” yang dapat menyelesaikan seluruh masalah terkait ketimpangan gender. Organisasi media secara mandiri diharapkan dapat memanfaatkan indikator tersebut—secara penuh ataupun sebagian—sesuai konteks kebutuhan dan ukuran sendiri.

---

5 “Indikator adalah instrumen yang menyajikan informasi mengenai status dan perkembangan media secara spesifik, begitu juga terkait, proses, atau kondisi media. Diharapkan didapat pengetahuan tentang kondisi media secara sederhana, lugas dan mudah dipahami. Kompleksitas masalah yang muncul sangat bergantung pada hasil penggalan Sifatnya bisa sederhana atau kompleks bergantung apakah yang dihadapi serangkaian data spesifik dan saksama atau sejumlah indikator sederhana yang disatukan.” – Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels,” laporan final disunting oleh EAVI untuk Komisi Eropa, 2009

GSIM adalah perluasan dari Indikator Perkembangan Media (MDI)<sup>6</sup> dan menjadikan kesetaraan gender sebagai prioritas global UNESCO. MDI telah lama digunakan untuk memetakan seraya menjadi pendorong perkembangan media di negara-negara anggota. Pemetaan kondisi media telah dilakukan di 10 negara, dan 11 negara lainnya dalam proses serupa. Selain itu, MDI digunakan sebagai basis proposal proyek yang diserahkan kepada forum UNESCO, International Programme for the Development of Communication (IPDC). GSIM sangat relevan dengan lima kategori dalam MDI, khususnya kategori dua dan tiga yang menekankan kemajemukan dan keragaman media, serta wacana demokrasi.

Penerapan indikator-indikator tersebut akan disponsori dengan dana publik, karena itu media komunitas berkewajiban mengaplikasikan prinsip sensitivitas gender, sebagai bagian kelompok yang mencerminkan keragaman sosial. Bukan berarti organisasi media sektor swasta dapat mengabaikan kesetaraan gender, khususnya pihak-pihak yang mengambil manfaat dari pemanfaatan frekuensi publik.

Penekanan indikator gender ini adalah mendorong media secara independen dan merdeka memetakan tingkat sensitivitas gender. Selanjutnya indikator-indikator itu dapat berfungsi sebagai perangkat. Masyarakat sipil dapat mengambil peran menggunakan perangkat itu sebagai alat untuk melakukan evaluasi tingkat tanggung jawab media mengimplementasikan gender sensitif tersebut. Indikator itu setidaknya mencakup isu:

- Kebijakan internal media, diperlukan untuk memastikan tingkat sensitivitas gender manajemen media.

---

6 Media Development Indicators: A framework for assessing media development: UNESCO, 2008, Paris - <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>

- Pengembangan kapasitas bagi para profesional media;
- Peran asosiasi/serikat profesional dan lembaga akademis. Kelompok masyarakat sipil, menjadi kelompok sasaran sekunder.

Konten indikator sensitif gender ini lengkap/ komprehensif karena menggunakan model pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif dan harus dipahami dalam proses implementasi terbuka dengan masukan agar kesetaraan gender di media dapat dievaluasi bersama.

Ada dua kategori yang saling berkaitan. Masing-masing memberikan penekanan pada masalah utama gender dan media: Kategori A – Aksi untuk mendorong kesetaraan gender pada organisasi media (terbagi menjadi lima subkategori) dan Kategori B – Potret gender dalam pemberitaan. (dua subkategori). Tiap kategori disusun dengan memperhatikan: sasaran pengguna; isu penting yang harus diperhatikan; tujuan strategis; indikator; alat verifikasi.

## **APLIKASI GSIM**

Implementasi instrumen ini sangat bergantung kepada sejumlah kondisi seperti anggaran, tujuan yang ingin dicapai organisasi atau lembaga media, tingkat kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan dalam organisasi, dan ada atau tidaknya tenaga ahli. Adaptasi instrumen dapat dilakukan jika beberapa faktor di atas dapat dipenuhi.

Hal penting pertama dalam proses adaptasi GSIM adalah menggali masalah mendasar penerapan kesetaraan gender di media yang selanjutnya digunakan sebagai pembanding. Menghimpun temuan-temuan itu ke dalam sebuah laporan bermanfaat untuk mengartikulasikan kebijakan dan strategi yang tepat, penentuan target secara terukur dan masuk akal, melakukan pengawasan serta memetakan perkembangan.

Seperti halnya riset lain, penetapan jangkauan riset sangatlah perlu. Dibutuhkan waktu dan dana besar guna melakukan penilaian komprehensif memakai seluruh indikator secara bersamaan. Sangat disadari pemetaan tingkat sensitivitas gender satu perusahaan media (mencakup manajerial dan konten) cukup ruwet, apalagi seluruh perusahaan media dalam satu negara.

Karena itu pemilihan sampel yang tepat membutuhkan panduan pakar. Contohnya, butuh ukuran sampel tertentu dalam menilai konten atau jangka waktu untuk analisis praktik organisasi media. Dibutuhkan kepekaan agar pola-pola tertentu tidak terlewatkan karena mengalokasikan waktu riset yang pendek dan sampel terlalu kecil, sehingga terjebak melakukan generalisasi. Parameter-parameter tersebut dibuat secara jelas agar dapat digunakan untuk mengukur hasil temuan.

Yang mesti dicatat terkait konten peka gender di media, misalnya, tidak harus dimaknai konten yang memiliki dampak pada khusus pada khalayak. Begitu juga redaksi yang dikepalai perempuan tidak serta merta diambil kesimpulan stereotip gender berkurang. Riset khalayak<sup>7</sup> acap kali diperlukan dalam menilai signifikansi temuan, lewat analisis konten atau analisis kelembagaan untuk memastikan bagaimana konten tertentu mempengaruhi publik.

Dalam GSIM juga terdapat hasil studi kasus hasil pemetaan terhadap anggota lima serikat/asosiasi penyiaran. Yaitu, Asia

---

7 Riset khalayak adalah jenis metodologi riset komunikasi yang menyoal khalayak tertentu untuk mengumpulkan informasi mengenai sikap, pengetahuan, ketertarikan, kesukaan, atau kebiasaan terkait dengan pesan yang diterima dari media. Pengelompokan khalayak tertentu dapat berdasar atas sejumlah karakteristik seperti gender, ras, etnisitas, usia, pendidikan, atau pemasukan rumah tangga.

Pacific Broadcasting Union, Caribbean Broadcasting Union, COPEAM (Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators), OTI (Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas), dan Southern Africa Broadcasting Association (SABA).

Studi kasus yang muncul dari basis yang menjadi pilot proyek GSIM, tidak dapat dipandang hanya sekedar riset. Riset ini penting, tapi langkah ini masih jauh dari cukup untuk mencapai tujuan sesuai yang diinginkan UNESCO, organisasi internasional lain, juga instrumen lain terkait kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan.

Kebijakan dan strategi internal media terkait kesetaraan gender kerap mengabaikan elemen mendasarnya. Langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah mendorong media menjalankan proses mewujudkan kesetaraan gender sebagai bagian dari kebutuhan internal media. Banyak lembaga swadaya masyarakat dan universitas yang telah atau sedang menggelar riset gender di media dari sisi organisasi ataupun konten media. Ini adalah kondisi bagus dan harus terus berlanjut. Namun, masih terjadi kesenjangan riset. Banyak media yang tidak melakukan pemetaan internal dan membuat langkah-langkah penting terkait kebijakan dan strategi yang diperlukan.

*Secara berurutan, hanya 16 persen, 27 persen, dan 69 persen dari sampel perusahaan media di Eropa Timur, Timur Tengah dan Afrika Utara serta kawasan Sub-Sahara yang memiliki kebijakan terkait kesetaraan gender*

*– Global Report on the Status of Women in the News Media, 2011*

Selain studi kasus dalam Annex 1, pihak-pihak yang memanfaatkan GSIM diajak menengok Global Report on the Status of Women in the News Media yang disponsori UNESCO dan dipelopori oleh International Women Media Foundation.

Hasil akhir yang diharapkan adalah GSIM menjadi dokumen yang dapat digunakan. Meski indikator-indikator umum yang digunakan cukup komprehensif tapi bukan berarti cukup mendalam. Harapannya, instrumen-instrumen ini akan digunakan para stakeholder kunci, pelajaran penting yang didapat akan bermanfaat untuk penyempurnaan GSIM.



## **KATEGORI A**

# **LANGKAH-LANGKAH UNTUK MENDORONG KESETARAAN GENDER DI ORGANISASI MEDIA**

# AI. Keberimbangan Gender pada Level Pengambil Keputusan

---

**Pengguna** : Organisasi media

**Fokus** : Level pengambil keputusan dalam manajemen media.

## AI.1

**TUJUAN STRATEGISI: Keberimbangan gender di antara para pengambil keputusan di organisasi media**

### INDIKATOR

1. Proporsi perempuan dalam kepemilikan, manajemen usaha, dan jabatan direksi.
2. Proporsi perempuan yang menjabat sebagai kepala di media (pemimpin redaksi, redaktur, kepala departemen, kepala desk).
3. Review dan laporan langkah-langkah yang telah dibuat demi menjamin terjaganya keberimbangan gender pada level pengambil keputusan secara berkala/ periodik,
4. Kebijakan efektif yang menjamin kesetaraan dengan dilengkapi peraturan pelaksanaan, target, batas waktu, dan mekanisme pengawasan komprehensif.
5. Membangun kebijakan yang menjamin kesetaraan di tubuh media dengan melibatkan dan mendapatkan dukungan dari para staf.
6. Membuat kebijakan terukur untuk menyingkirkan semua penghambat bagi implementasi kesetaraan. Tujuannya untuk peningkatan produktivitas kerja perempuan (misal, ruang menyusui, pekerjaan paruh-waktu, kriteria jenjang karier yang transparan dan diketahui bersama, dsb.)

7. Anggaran khusus untuk menyokong kebijakan pemberlakuan kesempatan setara yang komprehensif.
8. Menciptakan sistem kuota mewakili keberadaan perempuan dalam pengambilan keputusan.
9. Menciptakan tindakan khusus (affirmative actions) dan membuat badan/ komisi khusus untuk meningkatkan keberadaan perempuan dalam segala jenjang struktural di organisasi media.
10. Pengumuman proporsi pekerjaandibuat secara transparan dan dapat diakses oleh seluruh karyawan.
11. Mengumumkan kebijakan keberimbangan gender yang telah dibuat para pengambil kebijakan.
12. Mengupayakan penilaian tingkat kesadaran implementasi kebijakan kesetaraan gender.
13. Membuat laporan hasil kinerja penerapan kebijakan kesetaraan gender.

#### SARANA VERIFIKASI

- Pemetaan tempat kerja, menitikberatkan keberadaan perempuan menduduki posisi pengambil keputusan, baik secara internal (termasuk dengan serikat pekerja) atau eksternal audit.
- Kebijakan-kebijakan internal
- Wawancara staf
- Catatan keuangan
- Catatan personalia yang relevan
- Kebijakan eksternal seperti Undang-undang Ketenagakerjaan
- Laporan tindakan khusus yang telah dilakukan (affirmative reports).

## A2. Kesetaraan Gender di Ruang Kerja

---

Pengguna : Manajemen Media

Fokus : Kondisi kerja

### A2.1

**TUJUAN STRATEGIS I: Perlakuan dan pengakuan sama terhadap kapasitas perempuan dan laki-laki di tempat kerja**

#### INDIKATOR

1. Keberadaan bidang urusan gender atau pelaksana khusus pengarusutamaan gender untuk memonitor dan mengevaluasi kesetaraan gender di tempat kerja.
2. Membangun kesadaran di antara para staf bahwa desk urusan gender atau pelaksana pengarusutamaan gender hadir untuk memberikan perhatian penting untuk lelaki dan perempuan.
3. Keberadaan sistem monitoring dan evaluasi atas kesetaraan gender di tempat kerja.
4. Proporsi perempuan dan lelaki yang bekerja di berbagai bidang media (misal, terkait ruang pemberitaan dan produksi) serta segala jenjang (junior, menengah, atas).
5. Ulasan serta pelaporan berkala mengenai pelbagai tindakan untuk meningkatkan persentase perempuan yang bekerja di ruang pemberitaan.
6. Keberadaan kebijakan media yang menjamin perlakuan setara terkait kondisi/lingkungan kerja secara umum serta hak-hak pekerja seperti gaji dan peluang naik jabatan.
7. Review dan pelaporan upah dan tingkat kenaikan jabatan yang setara antara perempuan dan laki-laki secara berkala.

8. Menbuat kebijakan tentang promosi dan kenaikan gaji tahunan yang proporsional antara perempuan dan laki-laki.
9. Tunjangan yang setara termasuk skema pensiun.
10. Praktik perekrutan yang setara dan transparan (misal, para pewawancara harus berimbang secara gender, pelaksana kesetaraan gender terlibat dalam proses rekrutmen pada tahapan tertentu).
11. Perjanjian/ kesepakatan bersama yang menjamin perlakuan setara antara perempuan dan laki-laki.
12. Penyesuaian kebijakan terkait kesetaraan gender dengan sejumlah pasal dalam hak-hak perempuan dan konvensi CEDAW seperti pasal 2, 4, 10, 11, dsb.
13. Pemantuan terhadap anggaran yang memperhatikan kebutuhan dan melibatkan partisipasi perempuan
14. Keberadaan kebijakan personalia terkait kesetaraan dan perlakuan sama terhadap pegawai
15. Mengumumkan kebijakan personalia terkait kesetaraan gender
16. Manajemen media memfasilitasi penyebaran peraturan/undang-undang tenaga kerja mengenai perlakuan sama terhadap pegawai perempuan dan laki-laki
17. Proporsi pegawai perempuan dan lelaki dengan status kontrak paruh waktu
18. Proporsi pegawai perempuan dan laki-laki dengan status kontrak tetap
19. Proporsi lelaki dan perempuan yang menghasilkan atau melaporkan pelbagai subjek berita (misal olahraga, politik, dan konflik bersenjata)
20. Membuat tindakan spesifik agar persentase perempuan melaporkan pelbagai subjek berita meningkat (misal,

dengan membuat kuota)

21. Review dan laporan berkala mengenai pelbagai tindakan untuk meningkatkan keterlibatan perempuan (misal, produksi atau reportase) dalam semua subjek berita

#### SARANA VERIFIKASI

- Catatan personalia yang berkaitan dengan rekrutmen, deskripsi pekerjaan, dsb.
- Evaluasi internal atas kebijakan, prosedur, dan fasilitasterkait perlakuan setara terhadap staf
- Evaluasi eksternal atas kebijakan, prosedur, dan fasilitas
- Jajak pendapat terhadap para staf mengenai lingkungan kerja
- Kesepakatan bersama mengenai perlakuan setara di tempat kerja
- Laporan analisis gender di manajemen media
- Data terpilah berdasarkan jenis kelamin, mengenai upah dan rasio promosi jabatan
- Data terpilah berdasar jenis kelamin mengenai partisipasi dalam produksi berbagai subjek berita.

#### **A2.2**

#### **TUJUAN STRATEGIS 2: Lingkungan kerja yang aman bagi perempuan dan laki-laki**

#### INDIKATOR

1. Keberadaan beragam fasilitas yang menjawab perbedaan kebutuhan antara perempuan dan lelaki (seperti transportasi yang aman dan/atau fasilitas asrama bagi perempuan yang bertugas hingga larut malam, toilet terpisah bagi perempuan, perlengkapan keselamatan bagi perempuan yang meliputi di zona perang)

2. Ketersediaan dan implementasi tindakan pencegahan yang menyeluruh, kotak saran, dukungan, sistem kompensasi terkait pelecehan seksual dan intimidasi di tempat kerja
3. Penyesuaian kebijakan media dengan pasal-pasal CEDAW yang relevan dengan keamanan lingkungan kerja bagi perempuan dan lelaki, serta pengambilan tindakan untuk menyoroti kesenjangan.

#### SARANA VERIFIKASI

- Aturan yang dibangun berdasarkan kesepakatan bersama mengenai keamanan lingkungan kerja, pelecehan dan intimidasi.<sup>1</sup>
- Inspeksi lingkungan kerja.
- Kebijakan menentang pelecehan seksual dan intimidasi.
- Klausul dalam kebijakan media mengenai martabat di tempat kerja.
- Kumpulan pengaduan serta keberhasilan dalam mencari penyelesaiannya
- Jajak pendapat pegawai di lingkungan kerja
- Evaluasi internal terkait kebijakan, prosedur, dan fasilitas keselamatan
- Evaluasi eksternal atas kebijakan, prosedur, dan fasilitas terkait keselamatan
- Kesepakatan bersama

---

1 Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (CEDAW), diadopsi Sidang Umum PBB pada 1979, “kerap digambarkan sebagai deklarasi hak-hak internasional untuk perempuan. Konvensi itu berisi pembukaan dan 30 pasal yang menguraikan hal-hal diskriminasi perempuan serta menetapkan agenda bagi pengambilan tindakan secara nasional untuk mengakhiri diskriminasi – UN WOMEN 2012.

## A2.3

### TUJUAN STRATEGIS 3: Upah setara

#### INDIKATOR

1. Kesetaraan upah bagi pekerja media; perempuan dan lelaki.
2. Penerapan konvensi remunerasi setara yang dikeluarkan Organisasi Buruh Internasional, atau ILO<sup>2</sup>, (100).
3. Skala upah di perusahaan media transparan, yang menggunakan kriteria struktur upah yang sama bagi pegawai lelaki dan perempuan
4. Audit upah tahunan yang transparan
5. Evaluasi internal upah berkala
6. Evaluasi eksternal upah berkala
7. Kesepakatan bersama/staf, ketentuan/ aturan yang menjamin upah setara bagi perempuan dan lelaki

#### SARANA VERIFIKASI

- Catatan personalia
- Evaluasi internal atas kebijakan, prosedur, fasilitas mengenai upah setara
- Evaluasi eksternal atas kebijakan, prosedur, fasilitas mengenai upah setara
- Kesepakatan bersama mengenai upah setara
- Laporan audit
- Data terpilah berdasar jenis kelamin mengenai upah/ rasio promosi jabatan (persentase laki-laki dan perempuan)

---

2 Konvensi mengenai Remunerasi Setara bagi Pekerja Lelaki dan Perempuan untuk Pekerjaan yang Bernilai Sama (Catatan: mulai berlaku: 23:05:1953.)- <http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convde.pl?C100>



## **A2.4**

### **TUJUAN STRATEGIS 4: Keseimbangan antara hidup dan pekerjaan**

#### **INDIKATOR**

1. Pengaturan kerja yang luwes bagi perempuan dan lelaki
2. Kesepakatan bersama untuk pengaturan kerja yang luwes
3. Kebijakan khusus mengenai pengaturan kerja yang luwes
4. Catatan personalia mengenai penyerapan pengaturan kerja yang luwes
5. Semua profesional media memiliki masa cuti layak dalam tanggungan, untuk ibu melahirkan dan suami yang menemani istri melahirkan.
6. Semua staf mendapatkan akses berkualitas pengasuhan anak serta fasilitas pendukungnya.
7. Klausul dan kebijakan khusus mengenai cuti melahirkan/ menemani istri melahirkan dan cuti mengasuh anak (parental leave) serta dukungan bagi anak.
8. Jajak pendapat berkala bagi para pengguna fasilitas perawatan anak.

#### **SARANA VERIFIKASI**

- Catatan personalia mengenai penyerapan cuti.
- Catatan mengenai penggunaan fasilitas pengasuhan anak.
- Catatan keuangan.
- Evaluasi internal kebijakan, prosedur, fasilitas mengenai upah setara.
- Evaluasi eksternal kebijakan, prosedur, fasilitas mengenai upah setara.
- Aturan yang dibangun berdasarkan kesepakatan

bersama mengenai fleksibilitas dan cuti melahirkan serta menemani istri melahirkan

## **A3. Kesetaraan Gender di Serikat, Asosiasi, Klub, dan Organisasi Jurnalis, Profesional Media Lain, serta Badan Regulator Media**

---

Pengguna : Serikat, asosiasi, klub, dan organisasi jurnalis, serta profesional media lain dan regulator media

Fokus : Serikat, asosiasi, klub, dan organisasi jurnalis, serta profesional media lain dan regulator media

### **A3.1**

**TUJUAN STRATEGIS I: Kehadiran dan partisipasi para perempuan pemimpin yang mengambil kebijakandalam struktur-struktur itu.**

#### **INDIKATOR**

1. Keberadaan sistem monitoring dan evaluasi partisipasi perempuan dalam pengambilan keputusan di segala jenjang struktur
2. Menyiapkan, membuka akses, dan promosi pelatihan kepemimpinan bagi perempuan yang ada dalam struktur ini.
3. Ketersediaan, aksesibilitas dan promosi aturan pemungutan suara terkait keanggotaan.
4. Membuat langkah khusus agar keterwakilan perempuan dalam pengambilan keputusan terpenuhi.
5. Terdapat tindakan afirmatif untuk meningkatkan

keberadaan perempuan di kursi kepemimpinan

6. Jumlah perempuan dan lelaki dalam catatan keanggotaan proporsional
7. Jumlah kehadiran perempuan dan lelaki dalam pemungutan suara proporsional
8. Jumlah lelaki dan perempuan yang bekerja di dalam organisasi proporsional
9. Jumlah perempuan dan lelaki proporsional dalam struktur pengambil keputusan di semua level.
10. Evaluasi tahunan dalam struktur di atas demi mendapatkan kepastian dan laporan mengenai partisipasi perempuan dalam kepemimpinan pada seluruh aktivitas/program.

#### SARANA VERIFIKASI

- Data terpilah berdasar jenis kelamin dalam catatan kehadiran pemungutan suara

### **A3.2**

**TUJUAN STRATEGIS2: Pengarusutamaan gender pada seluruh kegiatan dalam struktur-struktur tersebut**

#### INDIKATOR

1. Pertemuan rutin menggalakkan wacana gender.

#### SARANA VERIFIKASI

- Anggaran dasar.
- Dokumen kebijakan
- Jajak pendapat keanggota mengenai persepsi atas kebijakan ramah gender
- Catatan keuangan

- Evaluasi internal atas kebijakan, prosedur, fasilitas terkait pengarusutamaan gender
- Evaluasi eksternal atas kebijakan, prosedur, fasilitas terkait pengarusutamaan gender
- Berita acara/laporan dari struktur yang bertanggung jawab terhadap kesetaraan gender
- Laporan analisis gender

### **A3.3.**

#### **TUJUAN STRATEGIS 3: Pemimpin di semua jenjang struktur mempromosikan kesetaraan gender di tempat kerja**

##### **INDIKATOR**

1. Pemimpin di semua jenjang struktur mengembangkan dan mengusulkan rekomendasi bagi kesetaraan gender yang lebih luas (keterlibatan dalam pengambilan keputusan, upah dll) kepada para eksekutif media serta pemerintah daerah, dan nasional.
2. Kesemuanya melakukan audit gender rutin terhadap organisasi media.
3. Mereka menggalang peningkatan kesadaran terhadap kesetaraan gender di tempat kerja.
4. Mereka memberikan saran dan dukungan kepada para anggotanya jika terjadi ketimpangan gender di tempat kerja; mengarahkan anggotanya untuk menerapkan mekanisme melawan diskriminasi atau gugatan hukum, dsb.
5. Terdapat mekanisme transparan untuk menerima rekomendasi atas kesetaraan gender.
6. Terdapat mekanisme transparan untuk merespon

peringatan dan kasus kesetaraan gender.

7. Persentase peringatan atau kasus kesetaraan gender yang diterima dan dapat diselesaikan secara transparan.
8. Proporsi pernyataan dari asosiasi, serikat, dan klub dalam hubungannya dengan kasus kekerasan terhadap perempuan.
9. Jajak pendapat keanggotaan yang digelar secara berkala atas persepsi mengenai kesetaraan gender di tempat kerja.
10. Pertemuan-pertemuan mengenai peningkatan kesadaran atas kesetaraan gender.
11. Proporsi perempuan dan laki-laki yang menghadiri pelbagai pertemuan tersebut.

#### SARANA VERIFIKASI

- Daftar peserta kursus dan pelatihan (rasio perempuan terhadap laki-laki).
- Laporan analisis gender.
- Dokumen kebijakan.
- Catatan personalia.
- Evaluasi internal kebijakan, prosedur, dan fasilitas kesetaraan gender dalam struktur-struktur tersebut.
- Evaluasi eksternal kebijakan, prosedur, dan fasilitas kesetaraan gender dalam struktur-struktur tersebut.

#### **A3.4**

**TUJUAN STRATEGIS 4: Beragam struktur itu mengintegrasikan kesadaran gender di media melalui penerapan kebijakan dan pengambilan inisiatif, untuk mempromosikan kesadaran atas gender dan peningkatan keragaman di media**

## INDIKATOR

1. Penyertaan sensitivitas gender ke dalam prinsip-prinsip dan nilai-nilai profesional serikat/asosiasi profesi.
2. Kampanye prinsip-prinsip dan nilai-nilai tersebut kepada para anggota.
3. Adopsi dan promosi pelbagai sumber seperti kebijakan, kode etik, dan buku panduan yang mencerminkan kebutuhan atas sensitivitas gender dan penghargaan terhadap keragaman dalam praktik media.
4. Pengorganisasian/fasilitasi pelatihan atas program-program/lokakarya bagi para anggota (lelaki dan perempuan) serta profesional media di bidang lain, di berbagai jenjang, demi meningkatkan kesadaran gender ke dalam praktik media.
5. Melakukan pemantauan konten media secara periodik atau terus-menerus guna mengukur sensitivitas gender dan menghargai keragaman dalam praktik media.
6. Daftar keikutsertaan mengikuti pelatihan, terpilah berdasar jenis kelamin.

## SARANA VERIFIKASI

- Wawancara dengan serikat/asosiasi pemimpin dan anggota.
- Jajak pendapat, atau catatan, atas kebijakan tertulis organisasi, kode etik, buku panduan, mengenai praktik gender dan media pada serikat dan asosiasi jurnalis serta profesional media lainnya
- Jajak pendapat atas, atau catatan organisasi atau keberadaan program pelatihan/lokakarya, mengenai praktik gender dan media pada serikat dan asosiasi jurnalis serta profesional media lainnya

## **A4. Organisasi Media Mendorong Penerapan Kode Etik/Kebijakan Editorial yang Mendukung Kesetaraan Gender dalam Pemberitaan**

---

**Pengguna:** Organisasi media

**Fokus** : Komitmen kelembagaan untuk mempraktikkan sensitif gender di kelompok/organisasi media terkait konten

### **A4.1.**

**TUJUAN STRATEGIS I:** Integrasi kesadaran gender dalam praktik media melalui penerapan kebijakan dan membangun inisiatif mendorong jurnalis sadar-gender, juga pada personel kreatif/teknis lain yang berkontribusi terhadap produksi konten media

#### **INDIKATOR**

1. Keberadaan kebijakan gender (tertulis) dengan rujukan khusus kepada praktik media.
2. Keberadaan kode etik (tertulis) yang juga berisi rujukan kepada representasi gender
3. Keberadaan sumber untuk kepentingan pemberitaan sensitif gender seperti buku panduan, direktori/daftar narasumber para pakar perempuan diberbagai bidang, daftar narasumber individu atau badan yang memiliki perspektif gender, yang dapat membantu jurnalis merumuskan angle yang berperspektif gender di berbagai bidang. Tujuannya membantu jurnalis dan bidang kreatif lainnya menghindari seksisme, sekaligus membantu mengadopsi sensitivitas gender dalam praktik

profesionalnya.

4. Staf redaksi seperti redaktur mengetahui dan menerapkan kebijakan keberagaman gender, kode etik sensitif gender dan keberagaman, serta buku panduan gender dan keberagaman.
5. Jajaran manajerial seperti anggota direksi dan manajer senior mendapatkan mengetahui dan menerapkan kebijakan gender/keberagaman, kode etik sensitif gender dan keberagaman, serta buku panduan gender dan keberagaman.
6. Memfasilitasi program pelatihan/lokakarya agar para staf redaksimedia terbiasa menggunakan sumber relevan seperti kebijakan gender, kode etik sensitif gender, dan buku panduan. Tujuannya untuk memudahkan mereka dalam mengintegrasikan kesadaran gender ke dalam praktik media
7. Keberadaan monitoring internal terhadap konten media secara periodik/terus-menerus demi mengukur efektivitas serta memetakan dampak berbagai alat ukur seperti kebijakan gender, kode etik sensitif gender, buku panduan, dan program pelatihan/lokakarya.
8. Menyiapkan mekanisme internal pemantauan konten media secara terus-menerus melibatkan publik. Misalnya dengan menyiapkan forum, agar masyarakat dapat melakukan pengaduan atau kritik terkait isu kesetaraan gender dalam pemberitaan. Bentuknya bisa dengan membangun lembaga ombudsman, surat pembaca, dan/atau dewan pers. Serta menjamin publik mengetahui mekanisme ini.
9. Publikasi atas kebijakan gender dan pelaporan rutin mengenai daya tanggap kelembagaan terhadap pengaduan atau persepsi atas kinerja pada isu-isu gender.



10. Ketaatan pada kebijakan sensitive gender terkait konten media, dapat digunakan sebagai salah satu penilaian kinerja dan salah satu pertimbangan kenaikan jabatan.
11. Mengakui keberadaan organisasi independen (atau setara dengan itu) sebagai mekanisme eksternal –memberikan akses bagi publik—, dengan membentuk forum bagi publik menyalurkan pengaduan dan kritik mengenai konten media. Sekaligus menyadarkan masyarakat saluran-saluran penyampaian kritik tersebut.
12. Daftar pesertaberdasar jenis kelamin untuk lokakarya
13. Promosi penggunaan data jenis kelamin dalam konten jurnalistik
14. Ulasan data monitoring dan tindakan atas pelbagai masalah signifikan (ref.Indikator 7)

#### SARANA VERIFIKASI

- Tinjauan prevalensi kebijakan tertulis, kode etik, buku panduan mengenai gender/keragaman dan praktik dalam pemberitaan.
- Tinjauan prevalensi program pelatihan/lokakarya mengenai gender/keragaman dan praktik media pada pemberitaan.
- Penilaian jurnalis; pekerja media lain dan jajaran manajerial pada level-level berbeda di redaksi media dan produksi: pembiasaan terhadap kebijakan dan proses-proses yang diperlukan, serta sikap yang relevan terkait isu gender, saat proses jurnalistik dan produksi program.

## **A5. Keberimbangan Gender dalam Pendidikan dan Pelatihan**

---

Pengguna : Sekolah-sekolah jurnalistik dan universitas, sekolah-sekolah komunikasi, institut pelatihan, dan LSM

Fokus : Pendidikan dan pelatihan/pelatihan seumur hidup

### **A5.1**

**TUJUAN STRATEGIS: Kesadaran atas kesetaraan gender di antara para profesor/instruktur, mahasiswa jurnalistik dan mahasiswa lain yang menekuni media dan komunikasi (misal, manajemen media, konten program, teknik produksi/penyuntingan, dan wilayah teknis lain seperti ICT)**

#### **INDIKATOR**

1. Persentase perempuan dan laki-laki yang mengajarkan ilmu jurnalistik dan kursus media/komunikasi lain yang terkait
2. Persentase perempuan dan laki-laki yang menjadi kepala departemen, direktur program, dekan program, serta menduduki posisi kepemimpinan lain
3. Profesor jurnalistik di universitas/kampus yang mendapatkan pelatihan untuk mengintegrasikan konten spesifik gender dan mengarusutamakan gender di pelbagai kurikulum dan perkuliahan.
4. Keberadaan konten khusus berkenaan dengan masalah-masalah kesetaraan gender serta keberadaan pengarusutamaan gender pada kurikulum sekolah serta jurusan jurnalistik/komunikasi dan kursus-kursus.
5. Masalah kesetaraan gender disertakan untuk kajian, penelitian, debat, dan praktik

6. Lembaga pelatihan yang relevan melakukan monitoring, khususnya terhadap kinerja mahasiswa perempuan jurusan jurnalistik, pada saat menjalani pendidikan dan setelah lulus.
7. Persentase kesepakatan mengenai kesempatan magang dan pemberian beasiswa antara sekolah jurnalisme dan organisasi media yang memberi peluang khusus bagi mahasiswa perempuan.
8. Proporsi mahasiswa laki-laki dan perempuan yang menghadiri kursus pelatihan tentang gender serta pertukaran pengalaman di pelbagai negara
9. Penyelenggaraan sejumlah kursus mengenai produksi jurnalisme investigatif yang menghasilkan kedalaman, serta diskusi lebih jauh mengenai masalah kesetaraan gender.
10. Proporsi perempuan dan laki-laki yang mendaftar dalam pendidikan formal institute pada beberapa bidang jurnalisme dan media, di kampus-kampus teknik yang dipisahkan menjadi lembaga pelatihan jurnalisme dan universitas.
11. Keberadaan sistem kuota bagi calon mahasiswa perempuan dan laki-laki di sejumlah bidang jurnalisme dan media, di institute, lembaga pelatihan jurnalisme tertentu, serta universitas

#### SARANA VERIFIKASI

- Catatan pelajar di universitas dan sekolah
- Kurikulum universitas dan sekolah
- Silabus khusus tentang gender
- Jajak pendapat di antara para siswa
- Laporan baseline survey

## **A5.2**

**TUJUAN STRATEGIS2: Kesadaran kesetaraan gender bagi jurnalis, pekerja media, dan pejabat media (laki-laki dan perempuan) dan; akses menuju pendidikan dan pelatihan, di antaranya mengenai masalah terkait gender, bagi perempuan dan laki-laki di media**

### **INDIKATOR**

1. Pelatihan wajib dan rutin bagi semua jurnalis dan pekerja media di semua jenjang termasuk manajemen mengenai kesetaraan gender di tempat kerja
2. Pelatihan wajib dan rutin bagi semua jurnalis dan pekerja media di semua jenjang termasuk manajemen mengenai penggambaran gender dalam konten media
3. Isu kesetaraan gender menjadi arus utama dalam semua kursus pelatihan yang diselenggarakan atau dibiayai oleh organisasi media
4. Proporsi lelaki dan perempuan dalam kursus pelatihan
5. Terdapat tindakan untuk meningkatkan calon siswa laki-laki dalam kursus/sesi pelatihan mengenai gender
6. Terdapat tindakan untuk meningkatkan calon siswa perempuan dalam kursus/sesi pelatihan mengenai gender
7. Organisasi media memonitor karier perempuan peserta pelatihan jurnalis pada saat dan setelah menuntaskan ajang itu
8. Tingkat persentase pendaftaran perempuan dalam mengikuti program pengembangan karier berkelanjutan
9. Langkah untuk meningkatkan persentase perempuan yang mengakses program pengembangan karier berkelanjutan
10. Ulasan dan laporan atas tindakan yang diambil guna meningkatkan persentase perempuan yang mengakses

program pengembangan karier seumur hidup

11. Aksesibilitas dan ketersediaan pelatihan bagi perempuan dalam hal teknologi baru komunikasi
12. Proporsi kursus pelatihan atas masalah gender di media, sebagai persentase seluruh kursus
13. Alokasi sumber daya untuk kursus pelatihan menyangkut akses dan kontribusi perempuan

#### SARANA VERIFIKASI

- Daftar peserta pelatihan media
- Evaluasi internal pelatihan media tentang kesetaraan gender
- Evaluasi dampak kursus pelatihan pada laki-laki dan perempuan
- Evaluasi dampak pelatihan pada konten berita yang dibuat peserta
- Catatan personalia menyangkut kursus pelatihan dan aktivitas pengembangan karier yang relevan, termasuk anggaran yang dialokasikan
- Catatan mahasiswa



## **KATEGORI B**

### **POTRET GENDER DALAM KONTEN MEDIA**

## BI. Berita dan Current Affairs

---

**B**anyak proyek yang membahas representasi gender dalam pemberitaan, terutama pemberitaan (dalam sejumlah kasus, laporan-laporan itu muncul sebagai berita utama dan kadang sebagai berita biasa pada koran atau buletin berita, juga ditayangkan pada jam-jam penting 'primetime' di media penyiaran). Gambaran lebih lengkap akan muncul jika pelbagai bentuk berita dan program di luar berita seperti dialog, talkshow (termasuk yang diturunkan berkala) dan jenis peliputan lain (reportase, opini/komentar/analisis, feature, dokumenter, dsb), pada beberapa segmen media (seperti halaman/program tentang fokus khusus olahraga, bisnis, kesehatan, masalah sipil/lingkungan, dsb) dijadikan pertimbangan.

Karena itu, garis besar indikator ini untuk mengukur level kesadaran gender dalam konten editorial media, juga pemberitaan dan program-program di luar pemberitaan seperti dialog, talkshow, yang memiliki jangkauan lebih luas.

**Pengguna** : Organisasi media dan jurnalis (termasuk redaktur), penyusun program, asosiasi media, serikat dan klub jurnalis, profesional media lainnya, badan regulator media, NGO media, organisasi masyarakat sipil, khusus yang memberikan perhatian pada isu gender dan media, lembaga akademis, pusat-pusat penelitian, kementerian dan badan pemerintah.

**Fokus** : Keseimbangna gender dalam kontenpemberitaan (tertulis, tersiar, dan/atau termuat online oleh media swasta, komunitas, dan/atau publik).



## **BI.1**

**TUJUAN STRATEGIS 1: Keberimbangan antara laki-laki dan perempuan —mencerminkan komposisi masyarakat serta pengalaman, tindakan, pandangan, dan perhatian masyarakat yang tercover dalam berita dan produksi media di luar berita seperti talkshow dan dialog (current affairs).**

### **INDIKATOR**

1. Proporsi perempuan dan laki-laki yang muncul, didengar dan dibaca dalam pemberitaan dan produksi media non berita seperti dialog/ talkshow (termasuk foto), secara acak dalam satu pekan.
2. Proporsi perempuan dan laki-laki yang langsung diwawancarai/dikutip dalam pemberitaan dan produksi media non berita seperti dialog/ talkshow sebagai sumber informasi dan/ atau opini.
3. Proporsi perempuan dan laki-laki yang muncul sebagai 1) Juru Bicara; 2) Pakar; dan 3) warga biasa dalam pemberitaan dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog.
4. Proporsi orientasi sosial perempuan dan laki-laki yang dilihat, didengar, atau dibaca dalam pemberitaan dan produksi non berita seperti dialog atau talkshow, termasuk gambar (umpama, terkait pekerjaan bukan rumah; terkait hubungan asmara, bukan hubungan keluarga).
5. Proporsi perempuan dan laki-laki yang dilihat, didengar, atau dibaca dalam konten berita dan peristiwa kiwari yang terbagi menurut status sosial (misal, kaya, kelas pekerja, elit politik, miskin, warga pedesaan)
6. Proporsi perempuan dan laki-laki yang tampil, didengar, atau dibaca dan/ atau diwawancarai/dinukil sebagai sumber informasi/ opini dalam pemberitaan dan produksi

media non berita seperti dialog atau talkshow dibedakan menurut tema seperti 1) politik dan pemerintahan; 2) ekonomi dan bisnis; 3) perang dan konflik; 3) sains dan teknologi; 4) olahraga; 5) lain-lain

7. Persentase berita dengan fokus/ isu utamanya adalah perempuan atau masalah-masalah khusus perempuan (misal, kekerasan berbasis gender, hak-hak perempuan, prestasi perempuan, dsb.), dalam pemberitaan dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog.
8. Proporsi waktu/ruang dan nilai penting (dalam hubungannya dengan penempatan berita, apakah saat waktu puncak/ prime time, halaman depan atau *feature*), pada kisah yang menampilkan perempuan sebagai sumber informasi/opini, dan/atau fokus utamanya perempuan atau masalah dengan relevansi khusus perempuan di pemberitaan atau produksi non berita seperti dialog dan talkshow.

## SARANA VERIFIKASI

- Analisis berdasar jenis kelamin atas pemberitaan dan produksi di luar berita seperti dialog dan talkshow, yang diambil dari arsip media dan kajian independen yang dilakukan oleh pemangku kepentingan lain, termasuk LSM.
- Monitoring dan analisis berdasarkan jenis kelamin (sex-disaggregated) narasumber terkait konten berita dan produksi non berita seperti dialog atau talkshow.
- Laporan penilaian atas dan/atau evaluasi/kritik atas konten pemberitaan dan produksi di luar berita seperti talkshow dan dialog oleh para manajer, redaktur, dan/atau jurnalis serta pekerja media lainnya

## **BI.2**

### **TUJUAN STRATEGIS 2: Penggambaran yang adil atas perempuan dan laki-laki melalui penghapusan stereotip dan mendorong representasi/ gambaran yang multidimensional**

**Fokus** : Potret gender dalam konten media (tertulis, tersiar dan/atau dimuat secara online oleh media swasta, komunitas dan/atau media publik)

#### **INDIKATOR**

1. Proporsi kisah dengan stereotip (penafsiran seksis yang terbuka atas karakteristik serta peran perempuan dan lelaki di dalam masyarakat)
2. Proporsi kisah dengan stereotip (penggambaran karakteristik kolot “feminin”/”maskulin” serta peran laki-laki/perempuan, sehingga penggambaran itu terlihat hal yang wajar dan tak terelakkan. Sementara itu, sifat dan fungsi lain laki-laki dan perempuan dalam masyarakat diabaikan)
3. Proporsi perempuan berbanding dengan laki-laki yang digambarkan sebagai korban (contoh, korban kejahatan, kekerasan, konflik, bencana, kemiskinan, dsb.)
4. Proporsi perempuan berbanding dengan laki-laki sebagai penyintas (yaitu, orang telah mampu mengatasi dan yang dapat berbagi pengalaman merugikan seperti kejahatan, kekerasan, konflik, bencana, kemiskinan, dsb.)
5. Persentase kisah yang juga berisi representasi/ penggambaran multi-dimensi mengenai laki-laki dan perempuan (bentuk upaya jurnalistik untuk melawan stereotip berbasis gender).

6. Persentase kisah yang mengandung bahasa seksis digunakan oleh pewarta atau penyiar, bukan kutipan langsung dari sumber (misal, bahasa yang dipakai terindikasi berisi prasangka, diskriminasi atau stereotip berbasis jenis kelamin atau peran gender).

#### SARANA VERIFIKASI

- Monitoring dan analisis berdasar jenis kelamin terhadap pemberitaan dan produksi non berita seperti dialog dan talkshow, atau kajian independen yang dilakukan pemangku kepentingan lain, termasuk NGO.
- Analisis pemberitaan dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog berdasar jenis kelamin, bersumber dari arsip media
- Penerapan pembalikan aturan (rule inversion) atau teknik bertukar peran (role reversal), untuk mengilustrasikan makna stereotip.
- Laporan penilaian mengenai, dan/atau evaluasi/kritik terhadap, konten berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog, oleh para manajer, redaktur, dan/atau jurnalis serta pekerja media lainnya

#### **BI.3**

#### **TUJUAN STRATEGIS 3: Pemberitaan mengenai kesetaraan dan keadilan gender sebagai bagian penting dan integral dari peran media sebagai “anjing penjaga”(watchdog)masyarakat**

**Fokus** : Kesetaraan gender dalam pemberitaan media(tertulis, tersiar dan/atau dimuat online oleh media swasta, komunitas dan/atau publik)

## INDIKATOR

1. Persentase kisah yang berfokus pada masalah-masalah kesetaraan/ketimpangan gender (kisah mengenai kasus kesetaraan maupun ketimpangan gender tertentu antara perempuan dan laki-laki, kebijakan bersangkut-paut, masalah legislatif, program-program yang dirancang untuk melindungi dan menggalakkan hak asasi manusia, hak-hak perempuan, dan kesetaraan gender).
2. Persentase kisah yang menyoroti aspek kesetaraan/ketimpangan gender atas pelbagai peristiwa dan masalah (termasuk politik dan pemerintahan, ekonomi dan bisnis, perang dan konflik, kejahatan, kekerasan, kemiskinan, sains dan teknologi, olahraga, dsb.)
3. Persentase waktu atau ruang dan nilai penting pemberitaan (dalam hal alokasi waktu apakah saat primetime atau waktu puncak, halaman depan atau tulisan feature)

## SARANA VERIFIKASI

- Monitoring dan analisis konten berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog berdasar jenis kelamin
- Analisis konten berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog, berdasar jenis kelamin yang bersumber dari arsip media
- Laporan penilaian, dan/atau evaluasi/kritik terhadap, konten berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog oleh manajer, redaktur dan/atau jurnalis, dan pekerja media lainnya

## **BI.4**

**TUJUAN STRATEGIS 4: Bukti kesadaran gender dalam beberapa jenis konten media (misal, reportase, penyuntingan, komentar, feature, dokumenter, wawancara, acara bincang-bincang, dsb.), dalam men-cover isu penting seperti politik dan pemerintahan, ekonomi dan bisnis, sains dan teknologi, dsb. Serta kategori/rubrik lain (misal, halaman berita, opini, rubrik bisnis, rubrik olahraga, dsb.)**

**Fokus** : Kesadaran gender di semua konten media baik berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog.

### **INDIKATOR**

1. Persentase kisah yang termuat dalam halaman depan atau dalam buletin selama *primetime*, pada halaman editorial atau opini masyarakat, kolom, pembicaraan/wawancara yang dilakukan di studio, feature/dokumenter, acara bincang-bincang, dsb.
2. Persentase kisah terkait isu gender atau aspek gender atas peristiwa/masalah pada bidang-bidang seperti politik (termasuk peliputan pemilihan umum), ekonomi dan bisnis, sains dan teknologi, perkembangan wilayah perdesaan, olahraga, dsb.
3. Persentase kisah, termasuk data berdasar jenis kelamin narasumber, terkait peristiwa atau berbagai isu.

### **SARANA VERIFIKASI**

- Analisis konten berita dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog) berdasar jenis kelamin, yang bersumber dari arsip media.
- Monitoring dan analisis konten berita dan current

affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog) berdasar jenis kelamin

- Laporan penilaian mengenai, dan/atau evaluasi/kritik terhadap, konten berita dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog), oleh manajer, redaktur dan/atau jurnalis serta pekerja media lainnya

## **BI.5**

**TUJUAN STRATEGIS 5: Bukti atas pemahaman yang akurat dan utuh terkait kekerasan berbasis gender — dalam beragam bentuk—, sebagai kekerasan terhadap hak asasi manusia, yang diakui secara internasional (Deklarasi PBB mengenai Penghapusan Kekerasan terhadap Perempuan, 1993)**

**Fokus** : Pemberitaan kekerasan berbasis gender

### **INDIKATOR**

1. Pemakaian bahasa yang tidak menghakimi, perbedaan aktivitas seksual yang didasari suka sama suka dengan tindakan kriminalitas. Menahan diri untuk tidak menyalahkan korban/penyintas atas kejahatan yang dialami
2. Pemakaian kata 'penyintas' ketimbang 'korban' kecuali jika individu yang mengalami kekerasan itu memakai istilah 'korban' atau belum mampu melewatinya masa-masa sulit tersebut.
3. Identifikasi orang-orang yang pernah mengalami kekerasan berbasis gender sebagai sumber, dengan persetujuan mereka.
4. Persentase kisah yang: 1) melanggar privasi dan/atau, 2)

melecehkan martabat individu yang mengalami kekerasan berbasis gender/pilihan seks.

5. Penggunaan informasi serta statistik pendukung untuk menyajikan kekerasan berdasar gender sebagai masalah sosial, bukan tragedi individual dan personal.
6. Pencantuman informasi mengenai pihak-pihak/ organisasi yang dapat dihubungi bagi para individu yang terdampak kekerasan berbasis gender.
7. Proporsi waktu atau ruang, serta nilai penting dalam kisah kekerasan berbasis gender, dikaitkan dengan kisah lain.

#### SARANA VERIFIKASI

- Monitoring dan analisis konten berita dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog) berdasar jenis kelamin
- Laporan penilaian mengenai, dan/atau evaluasi/kritik terhadap, konten berita dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog) oleh manajer, redaktur dan/atau jurnalis serta pekerja media lainnya
- Analisis konten berita dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog), berdasar jenis kelamin yang bersumber dari arsip media

## **B2. Iklan**

---

- Pengguna :**
1. Organisasi Media
  2. Serikat, asosiasi, klub, dan organisasi jurnalis, profesional media lainnya, serta badan regulator media



3. Kelompok media warga dan LSM Lainnya
4. Sekolah-sekolah jurnalistik dan universitas, sekolah-sekolah komunikasi, institut pelatihan, dan NGO

**Fokus** : Potret gender dalam iklan

## **B2.1**

### **TUJUAN STRATEGIS I: Penggambaran yang adil sosok perempuan dan laki-laki dalam pesan komersial di media**

#### **INDIKATOR**

1. Proporsi perempuan dan laki-laki dalam iklan (suara dan gambar)
2. Proporsi perempuan dan laki-laki sebagai pengisi suara dalam iklan
3. Proporsi perempuan dan laki-laki yang muncul sebagai pemeran utama dan pasif dalam iklan (suara dan gambar).
4. Proporsi perempuan dan laki-laki yang muncul dalam iklan sebagai pakar/penasihat, konsumen yang terdidik/pintar/sadar diri/hati-hati, konsumen tidak terdidik/mudah tertipu/mudah dipengaruhi, figuran.
5. Pekerjaan perempuan dan laki-laki dalam iklan.
6. Orientasi eksternal atau sosial perempuan dan laki-laki dalam iklan (contoh, kantor, rumah, keluarga/kekasih, dsb).
7. Penampilan (termasuk bagian penutup dan postur) perempuan dan laki-laki dalam iklan yang ditampilkan sebagai karakter utama, sementara karakter lainnya tidak terlampau penting.
8. Proporsi perempuan dan laki-laki dalam iklan untuk

beragam kategori produk yang menunjukkan stereotip atas peran gender alami (misal, barang rumah tangga dipakai untuk memasak dan bersih-bersih, makanan, minuman (beralkohol/tidak), produk kosmetika dan kesehatan, produk anak, barang elektronik, otomobil, peralatan/aksesoris olahraga, dsb)

9. Proporsi perempuan dan laki-laki dalam iklan untuk beragam kategori jasa/aktivitas yang menunjukkan stereotip atau peran gender alami (misal, travel & wisata, perhotelan dan pariwisata, pendidikan, kesehatan, pengasuhan anak, telekomunikasi, perbankan dan investasi, real estate, olahraga)
10. Penggambaran seksualitas dalam iklan (relevan atau tidak)

#### SARANA VERIFIKASI

- Monitoring dan analisis iklan berdasar jenis kelamin yang muncul di pemberitaan dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog).

## **B2.2**

### **TUJUAN STRATEGIS 2: Identifikasi stereotip berbasis gender dalam iklan di media**

#### INDIKATOR

1. Persentase iklan yang menggambarkan stereotip halus (menekankan karakteristik tradisional atas hal yang dianggap "feminin"/"maskulin" serta peran laki-laki/perempuan, membuatnya terlihat normal dan wajar).
2. Persentase iklan yang mencakup representasi/penggambaran multidimensi atas laki-laki dan perempuan

(mengindikasikan upaya kreatif untuk melawan stereotip berbasis gender serta bentuk lain representasi yang seksis).

#### SARANA VERIFIKASI

- Monitoring dan analisis iklan berdasar jenis kelamin yang muncul dalam pemberitaan dan current affairs (produksi non berita seperti talkshow dan dialog).



## RUJUKAN

- Aidan, W. (Ed). (2009). *Getting the balance right: Gender Equality in Journalism*. Brussels: Inter-national Federation of Journalists.
- Beck, T. (June 1999). *Using Gender-Sensitive Indicators: A Reference Manual for Governments and Other Stakeholders*. London: Commonwealth Secretariat.
- Canadian International Development Agency. (August 1997). *Guide to Gender-Sensitive Indicators*. Quebec: CIDA.
- Canadian International Development Agency. (August 1997). *The Why and How of Gender-Sensitive Indicators: A Project Level Handbook*. Québec: CIDA.
- Catts, R. Lau, J. Chang, H.H. & Lee, A. (February, 2012). *Theoretical and Conceptual Framework for Media and Information Literacy (MIL) Indicators*. Paris: UNESCO.
- Celot, P. (Ed). Lopez, G.L. & Thompson, N. (Sub-Eds). (2010). *European Association for Viewers Interests. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed*. Brussels: EAVI
- Communicating Gender for Rural Development (August, 2011). *Integrating gender in communication and development. The information cycle, participation and gender (pp. 44)*. Brussels: FAO-Dimitra.
- Downing, J., Mohammadi, A., & Mohammadi, S.A. (Eds). (1995). *Questioning the Media: A Critical Introduction*. Second edition.

- Gender, Representation and the Media* (pp.311). Thousand Oaks, London & Delhi: Sage.
- Gender-Sensitive Monitoring and Indicators* (March, 2006). Danida: Ministry of Foreign Affairs of Denmark
- Gender Links. (2005). *Better Late than Never: Audit of the Southern African Declaration on Gender and Development – Gender & Media*
- GMMP Report. (2005). *Who makes the News? Global Media Monitoring Project 2005*. London: World Association for Christian Communication.
- GMMP Report. (2010). *WhomakestheNews? Global Media Monitoring Project 2010*. London: World Association for Christian Communication.
- Huyer, S. Hafkin, N. (2007). *Engendering the Knowledge Society: Measuring Women's Participation*. Quebec: Charron, Y, C. Orbicom.
- International Association of Women in Radio and Television. (2009). *Asian Women Look Through the Lens: The IIC-IAWRT Asian Women's Festival 2005-2009*. Delhi: India International Centre.
- International Women's Media Foundation. (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. Washington D.C: District Creative Printing Inc.
- Kagoiya, R. (Ed). (2009). *The African Women Development and Communication Network: Freedom of Information (FOI) & Women's Rights in Africa*. A collection of case studies from Cameroun, Ghana, Kenya, South Africa and Zambia. Kenya: Pafido Enterprises.
- Lloyd, F. & Howard, R. (2005). *Gender, Conflict & Journalism*. Paris: C&I UNESCO.
- Morna, C.L. (Ed). (2010). *Gender Links. Gender and Media Barometer*. Johannesburg: Genderlinks.
- Morna, C.L. (Ed). (2004). *Gender Links. Getting it Right: Gender and Media in Southern Africa*. Johannesburg: DS print media.

- Ruhnbro, C. (Ed). (2008). *Voices/Pictures: The Story of the International Association of Women in Radio and Television*. Stockholm: EO GrafiskaAB.
- United Nations Fund Development for Women (UNIFEMA) (2009). *Users' Guide to Measuring Gender-Sensitive Basic Service Delivery*. UNDP Oslo Governance Centre & Senftova, S.L.
- UNESCO. (2011). *Women and the Teaching Profession: Exploring the Feminisation Debate*. London: Common wealth Secretariat.
- UNESCO. (2008). *The Intergovernmental Programme for the Development of Communication. Media Development Indicators: A frame work for assessing media development*. Paris: UNESCO.
- Wilson, C. Grizzle, A. Tuazon, R. Akyempong, K. Cheung, C.K. (2011). *Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers*. Paris: UNESCO.

## **SUMBER DAN TAUTAN WEB TERKAIT**

- A publication from the World Association for Christian Communication: *Media & Gender Monitor*. (April2010).  
[http://waccglobal.org/images/stories/media\\_and\\_gender\\_monitor/](http://waccglobal.org/images/stories/media_and_gender_monitor/)
- Gender Links. *Gender and Advertising in Southern Africa*. Johannesburg: Gender Links <http://www.genderlinks.org.za/article/gender-and-advertising-in-southern-africa-2007-07-16>
- Gender Issues in the Media <http://www.etfo.ca/Resources/ForTeachers/Documents/Gender>
- Gender Links. *Gender in Media diversity: Collecting, connecting, collaborating*. Johannesburg:
- Gender Links <http://www.genderlinks.org.za/page/gmdc>
- Gender and Women's studies for Africa's Transformation. (September,2009). *Gender and Media in Africa - A Review*.

Johannesburg.  
<http://www.gwsafrica.org/teaching-resources/gender-media/review-essay>

Global Media Monitoring Project (GMMP) <http://www.whomakesthenews.org/gmmp-background.html>

International Federation of Journalists. *Media and gender strategy for West Africa*. (March, 2007).  
<http://africa.ifj.org/assets/docs/143/144/e41298f-3454f90.pdf>

Maria João Silveirinha, (June 2010). *Equality indicators in the media: Establishing the basis for a multi-dimensional approach*. Madrid  
<http://www.seigualdad.gob.es>

Mc Connell, M. (September, 2008). *Media and Gender Stereotyping*. Serendip. <http://serendip.brynmawr.edu/local/scisoc/sports03/papers/mmconnell.html>

Smith, S, L. & Granados, A, D. *Gender and the Media* <http://www.pta.org/3736.htm>

Srivastava, A. (June 2004). *Media and the Gender Issues*. New Delhi: Integral Liberation Vol.8, No.2  
<http://www.holycrossjustice.org/pdf/WageIndicator>  
<http://www.wageindicator.org/main/Salarycheckers>

Yanghee, K.(2002). Concept paper on Gender Indicators for the Regional Implementation of the Beijing Platform for Action. Korean Women's Development Institute <http://www.unescap.org/esid/gad/Events/EGMBeijingPlatformDec2002/index.asp>

UNDP. *Gender and democratic Governance in development: Delivering services to Women*. <http://www.undp.org/content>



## DAFTAR ISTILAH GENDER

**Pemberdayaan:** Proses kolektif dan individual perempuan dan laki-laki dalam mengendalikan hidup, menyiapkan agenda sendiri, mencari kecakapan, membangun kepercayaan diri, menyelesaikan masalah, dan mengembangkan kemandirian.

**Gender:** Perbedaan antara laki-laki dan perempuan yang merupakan konstruksi sosial, berubah bersama waktu, serta memiliki variasi luas di dalam dan di antara budaya lain. Berseberangan dengan karakteristik biologis (jenis kelamin), gender merujuk kepada kelakuan yang dipelajari serta ekspektasi untuk memenuhi gambaran tertentu akan maskulinitas dan femininitas. Gender pun menjadi variabel sosial-ekonomi dan politik untuk menganalisis peran, tanggung jawabnya, kendala yang dihadapi, serta manusia. Istilah gender tidak sama dengan perempuan; istilah itu lebih cenderung digunakan sebagai semacam atribut sosial terkait perempuan dan laki-laki secara kolektif

**Kesadaran Gender (sensitif gender):** Komitmen untuk mengakui bahwa perempuan dan laki-laki tidak sejajar, sehingga kebutuhan dan prioritas perempuan harus diperhatikan, serta menganalisis program dan proyek untuk dampak yang berbeda-beda yang dirasakan perempuan dan laki-laki. Kesadaran itu di antaranya pengetahuan bahwa perempuan serta laki-laki harus terlibat dalam konsultasi mengenai praktik media.

**Keberimbangan gender:** Lihat paritas gender

**Kekerasan berbasis gender:** Segala tindakan yang berujung

kemalangan fisik, seksual, psikologis atau ekonomis atau penderitaan yang berdasar atas jenis kelamin atau gender yang diadopsi oleh seseorang. Biasanya, kekerasan itu merujuk kepada perempuan atau gadis, pun lesbian, gay, dan kaum transgender. Kekerasan itu mencakup ancaman, paksaan, perampasan kebebasan serta hak-hak untuk bekerja atau berpekerjaan, pemerkosaan seksual atau mental, penguntitan atau bentuk lain pelecehan baik itu terjadi di ruang publik maupun privat.

**Kesetaraan gender:** Perempuan dan laki-laki yang memiliki kesempatan setara untuk merealisasikan sepenuhnya hak-hak serta potensi mereka untuk menyumbang kepada pembangunan nasional, politik, ekonomi, sosial dan kebudayaan serta mengambil manfaat dari hasil tersebut. Kesetaraan gender adalah penilaian setara dari masyarakat atas kesamaan dan perbedaan perempuan dan laki-laki serta peran berbeda yang kemungkinan dipilih. Konvensi PBB atas Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (CEDAW) menetapkan prinsip-prinsip kesetaraan gender melalui jaminan bahwa perempuan memiliki akses dan kesempatan setara dalam kehidupan politik dan kemasyarakatan serta pendidikan, kesehatan dan pekerjaan.

**Keadilan gender:** Kehadiran dan partisipasi yang berimbang antara perempuan dan laki-laki demi menghasilkan kesetaraan pada lingkungan tertentu. Perempuan dan laki-laki menjalani proses yang adil. Demi menjamin itu, dibutuhkan ukuran-ukuran tertentu untuk mencari solusi kebuntuan historis dan sosial yang mencegah kesetaraan antara perempuan dan laki-laki.

**Pengarusutamaan gender:** Metodologi, sarana; proses mengintegrasikan perspektif gender dalam semua aktivitas yang dilakukan organisasi termasuk juga kebijakan,

program, pelatihan, rekrutmen, dan evaluasi dengan pencapaian kesetaraan gender sebagai tujuan utamanya.

**Paritas gender:** Konsep numerik bagi representasi dan partisipasi. Paritas gender adalah langkah penting demi menjelang kesetaraan gender, meski itu saja tidak cukup. Paritas gender sama dengan keberimbangan gender.

**Penggambaran/ potret gender:** Representasi peran, perilaku, dan karakteristik gender.

**Tanggap gender:** Langkah pertama dalam ketanggapan atas gender adalah menjadi sadar gender atau sensitif gender. Langkah kedua adalah mengartikulasikan kebijakan dan inisiatif yang menysasar kebutuhan, aspirasi, kapasitas dan kontribusi berbeda bagi perempuan dan laki-laki.

**Stereotip gender:** Konstruksi sosial mengenai laki-laki dan perempuan yang acap kali, meski tidak selalu, seksis dan negatif. Keyakinan itu mengabaikan kompleksitas manusia dan mengesampingkan pengecualian dan pilihan.

**Kebijakan transformatif gender:** Pendekatan transformatif gender adalah kebijakan dan inisiatif yang mengubah kebijakan, praktik, dan program yang ada serta memiliki bias/diskriminatif serta mempengaruhi perubahan untuk kebaikan banyak orang.

**Data berdasar jenis kelamin:** Data-data diklasifikasi silang berdasarkan jenis kelamin.

**Seksisme:** Anggapan, keyakinan, atau penegasan bahwa salah satu jenis kelamin lebih hebat dari jenis kelamin lainnya. Kerap dikemukakan dalam konteks pelekatan stereotip tradisional atas peran sosial berdasar jenis kelamin. Hasilnya, diskriminasi terjadi pada anggota jenis kelamin yang dianggap inferior.<sup>1</sup>

---

1 IPS gender and development glossary, <http://www.ips.org/mdg3/GenderandDevelopmentGlossary.pdf>

# Lautan Melebur



© K.SMITH

“**S**aya mencari ilustrasi yang dapat menggambarkan kesetaraan gender tanpa bias ataupun bersifat stereotip. Gambar ini saya dapatkan berkat dunia yang kian terhubung dalam jaringan. Fenomena alam ini diabadikan oleh Kent Smith saat berlayar di perairan Alaska. Ia menyebutnya ‘Lautan Melebur’. Garis putih itu menandai pertemuan gelombang yang memiliki berat jenis berbeda. Jika anda tengah bersama saya dalam pelayaran ini, anda pun kemungkinan sepakat bahwa fenomena alam itu gambaran tepat mengenai kesetaraan gender. Apa pasal? Garis putih itu dapat dilihat sebagai pengakuan kesamaan antara lelaki dan perempuan – bujang dan gadis – kekuatan dan kemampuan yang sama, bebas menjadi apapun, bebas memiliki cita-cita, menggapai cita-cita itu, bebas mengalir...Namun, garis putih itu pun dapat menjadi simbol perayaan akan perbedaan, jenis kebebasan yang lain – kebebasan bagi perempuan dan laki-laki untuk duduk sama tinggi di kursi Dewan, ruang-ruang kantor, siaran berita, film, atau bahkan iklan meski berbeda.

Gambar yang sama itu memiliki banyak signifikansi bagi gender dan media, yang tentunya menjadi tujuan materi GSIM. Demi memungkinkan kesetaraan perempuan dan laki-laki, media, tanpa menghiraukan teknologi yang digunakan, yang salah satu fungsinya adalah menjadi cerminan kebhinnekaan masyarakat, harus memainkan peran dalam membuka pemikiran atas kesetaraan gender serta stereotip berbasis gender di, dan melalui, media. Jadi, jika anda masih berlayar bersama saya, garis putih permanen yang senantiasa nyata ini juga mewakili fungsi media dan peran semua jurnalis untuk memungkinkan transparansi serta keterpahaman publik atas masalah-masalah kesetaraan gender.”

**Alton Grizzle**



# **ANNEX**

## **STUDI KASUS TERPILIH<sup>1</sup> DARI ASIA-PASIFIK, KEPULAUAN KARIBIA, EROPA DAN NEGARA-NEGARA ARAB, AMERIKA LATIN SERTA AFRIKA SELATAN**

---

<sup>1</sup> See the complete set of case studies commissioned by UNESCO, please view at [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)





# **ANNEX I**

## **PENGARUSUTAMAAN GENDER DI MEDIA: STUDI KASUS DARI ASIA PASIFIK**

**ASIA-PACIFIC BROADCASTING UNION**

## RINGKASAN ESEKUTIF

Studi kasus Asia Pasifik menyertakan empat organisasi penyiaran – dari kawasan Asia Pasifik – yang juga merupakan anggota Serikat Penyiaran Asia Pasifik (ABU), yaitu:

- Philippines Broadcasting Service
- Radio Television Malaysia
- Thai Public Broadcasting Service
- Voice of Vietnam

Studi kasus ini memiliki dua maksud. Pertama, mereka memaparkan kondisi kesetaraan gender terkini di manajemen dan konten media di kawasan ini, dengan perspektif media itu sendiri. Langkah ini penting sebelum memulai penerapan GSIM secara sistematis, dan membantu membuka jalan bagi representasi gender di media yang lebih adil. Kedua, studi kasus ini menyumbang kepada tahap kedua yaitu Pengarusutamaan Gender di Media yang menjadi program ABU (lihat di bawah).

Studi kasus sangat bersandar kepada laporan dan observasi para utusan organisasi media yang ambil bagian dalam penelitian. Karena itu, dalam beberapa kasus, bahasa yang digunakan dalam laporan dan pembicaraan lokakarya telah dijaga otentisitasnya.

Utusan dari masing-masing organisasi itu meneliti kondisi terkini kesetaraan gender – baik potret di media maupun di tempat kerja – di negara dan organisasi masing-masing. Delegasi itu juga diminta menyiapkan rencana aksi untuk menerapkan ABU Broadcasting for All Guidelines<sup>1</sup> serta materi terkait.

Setelahnya, lokakarya dua hari digelar pada 27-28 September 2011 di Kuala Lumpur, Malaysia, yang melibatkan para *focal point*

---

1 Dokumen dapat dilihat di <http://www.aibd.org.my/node/1753>, Accession 03 July 2012.

dari organisasi media, anggota staf pilihan ABU, serta konsultan yang memandu proses tersebut. Dalam pertemuan itu, para *focal point* melaporkan temuan, berbagi pengalaman, mendiskusikan isu dan tantangan yang lazim mereka hadapi. Setelah itu, merumuskan rekomendasi awal dan melakukan finalisasi rencana aksi untuk implementasi.

Sebagai bagian dari kesepakatan dengan pemimpin perusahaan, mereka ambil bagian dalam sesi pengembangan profesi. Program ini dirancang untuk membekali mereka agar lebih baik saat memimpin proses pengarusutamaan gender di tempat masing-masing.

Meski semua organisasi adalah lembaga penyiaran publik di Asia dan banyak memiliki kesamaan, terdapat perbedaan tajam terkait faktor kultural, sosial ekonomi, sejarah maupun politik.

## **PELBAGAI KESAMAAN DAN MASALAH KHUSUS**

Studi kasus kembali menegaskan pentingnya faktor-faktor berikut dalam membangun kapasitas organisasi untuk menangani masalah kesetaraan gender dan menebalkan kemungkinan untuk berhasil:

1. Pengakuan kebudayaan nasional sebagai faktor penentu dalam organisasi media tersendiri, kontribusi media untuk mengubah praktik-praktik budaya tertentu, dan sebaliknya, budaya mengubah praktik media tertentu;
2. Hasrat organisasi media untuk memiliki kebijakan terukur sertapengawasan yang terartikulasikan dan terdokumentasikan, baik bersandar pada hukum atau aturan eksternal yang biasanya dibuat oleh pemerintah;
3. Kumpulan data untuk mengukur kesetaraan dan ketimpangan, sebagai parameter dan peningkatan kualitas;
4. Dibutuhkan pendekatan secara keseluruhan secara lintas

organisasi dan di semua jenjang;

5. 'Mengutamakan pengarusutamaan gender' – untuk menghindari isu kesetaraan gender menjadi isu sampingan – secara bersama-sama agar isu ini mendapatkan dukungan dari kaum laki-laki di dalam organisasi;
6. Perlunya bersikap gigih dengan kelompok pembela masalah gender serta kelompok lain yang telah sukses sebagai referensi berhasil untuk keberhasilan jangka panjang;
7. Manfaat monitoring dan pengukuran eksternal terkait kriteria dan indikator yang telah disepakati;
8. Nilai-nilai program pengembangan gender sudah berjalan melibatkan pakar di lapangan tersebut;
9. Pelatihan untuk mengasah kepekaan gender bagi laki-laki dan perempuan di organisasi penyiaran.

## **PENTINGNYA BUDAYA**

Semua studi kasus menyoroti sentralitas budaya masyarakat yang lebih luas, sebagai faktor penentu kemampuan organisasi untuk menerapkan program, dan berhasil menjalankan proses kesetaraan gender. Terbukti bahwa meski di Asia Pasifik memiliki berbagai kesamaan, masing-masing masyarakat memiliki kekhasan sendiri, yang pada akhirnya mempengaruhi organisasi media.

Masalah demikian dihadapi oleh penyiar publik yang terpaksa terikat dan menjadi cermin atas norma serta tradisi nasional dan kawasan. Hal tersebut menjadi kekuatan sekaligus kelemahan dalam mencapai kesetaraan gender secara luas pada para penyiar. Kelemahan lain yang muncul dalam semua studi kasus adalah kemampuan kultur dominan

dalam 'menjebak' perempuan ke dalam peran tradisional dan perilaku yang diharapkan.

Namun, studi kasus juga menguak bahwa sejumlah stereotip dapat menjadi pendorong kuat. Contohnya, pada tempat yang memandang perempuan sebagai manajer keluarga, kecakapan tersebut, serta kredibilitas terkait, dapat diterapkan dengan baik di tempat kerja. Secara umum, posisi paling senior di organisasi media di beberapa negara dipegang oleh laki-laki. Namun, wakilnya (atau wakil presiden, dsb.) adalah seorang perempuan yang cakap dan berpengaruh serta mampu menerapkan perubahan. Observasi ini memperteguh kebutuhan untuk menilai kesetaraan gender bukan saja menurut jabatan, tapi dengan melihat di mana sebenarnya pemegang pengambilan keputusan.

## **KEBIJAKAN ORGANISASI PERSEORANGAN**

Beberapa organisasi yang dikaji mengandalkan hukum dan aturan nasional untuk menyiapkan kebijakan gender. Biasanya terkait dengan hukum tentang hak-hak perempuan dan pelecehan seksual atau diskriminasi. Ini menunjukkan terdapat pertalian dekat antara kebijakan pemerintah dengan kebijakan penyiaran.

Namun, sementara terdapat nilai yang kentara untuk saling berbagi regulasi eksternal demi terciptanya konsistensi, sikap perusahaan menunjukkan bahwa masalah gender adalah urusan pemerintah, bukan bagian dari tanggung jawab mereka. Guna melawan itu, organisasi media dianjurkan untuk mengembangkan kebijakan gendernya sendiri baik dengan dokumen terpisah maupun sebagai bagian integral dari tujuan perusahaan, rencana strategis, kode, panduan, dan/atau aturan. Kebijakan-kebijakan itu harus dievaluasi

secara tepat, dengan hasil spesifik, proses, aturan, dan sistem pelaporan formal tertentu.

## **PENGUMPULAN DATA**

Studi kasus itu menggiring pentingnya pengumpulan data mengenai kesetaraan gender di tempat kerja serta penyiapan program. Meski informasi mengenai partisipasi dan diskriminasi, terhadap perempuan di banyak negara di dunia, kian meningkat, masih terdapat kesenjangan besar dalam urusan ketersediannya data, di negara masing-masing dengan organisasi media di negara tersebut.

Sementara itu, yang menggembirakan saat ini adalah kita mampu mengukur dan membandingkan kondisi kerja, serta potret media secara adil di seluruh dunia. Tapi di banyak wilayah, informasi terpercaya tidak tersedia, khususnya di negara-negara Selatan. Padahal data mempunyai nilai penting.

Ironisnya, organisasi media di banyak negara, tidak saja gagal mencatatkan kemajuan dalam urusan kesetaraan gender, tapi juga gagal mengukur masalah-masalah dalam isu kesetaraan dan mengumpulkan data bermanfaat. Banyak organisasi itu memiliki alat ukur khalayak yang canggih, tapi tidak sanggup mengungkapkan jumlah perempuan yang bekerja di jenjang manajemen berbeda atau proporsi perempuan yang menjadi narasumber bidang ekonomi.

## **PENDEKATAN HOLISTIK ORGANISASI**

Penting kiranya bagi organisasi yang ingin membuat terobosan nyata dalam kesetaraan gender menerapkan strategi yang tepat bagi semua organisasi, tidak sekedar mencari cara yang mudah untuk dicapai. Studi kasus mengidentifikasi bidang teknik dan teknologi sebagai ranah yang paling menentang perubahan, tapi jenjang pengambil keputusan

seperti manajemen senior, eksekutif, dan dewan perusahaan pun membatasi partisipasi. Perlu dicatat, kalkulasi total tidak serta-merta merefleksikan kondisi yang sebenarnya tentang keadilan gender di organisasi manapun. Mengidentifikasi posisi/ karir tertentu di dalam organisasi media, yang awalnya sulit diraih bagi perempuan, memiliki nilai relevansi yang lebih besar.

### **KESETARAAN GENDER SEBAGAI KEWAJIBAN UTAMA, MENJAMIN PARTISIPASI LAKI-LAKI**

Satu hal penting yang perlu diidentifikasi dengan membentuk satu departemen atau unit tertentu yang bertanggung jawab terhadap isu kesetaraan gender adalah sinyal upaya mengejar kesetaraan gender, yang selama ini dipandang masalah inferior bagi organisasi,—kesetaraan gender seharusnya menjadi urusan tiap orang. Hal demikian pun dapat dengan mudah dimanfaatkan sebagai kedok belaka. Organisasi harus merasa pengarusutamaan gender menjadi bagian dari kewajiban utama organisasi.

Satu strategi yang digunakan oleh Thai PBS adalah memberikan pelatihan gender khusus untuk kaum laki-laki. Langkah ini tidak hanya menciptakan lingkungan yang mendukung, tapi juga menandakan bahwa keadilan gender adalah masalah semua orang. Perlu ditekankan sesi gender untuk laki-laki harus dilakukan profesional—sebaiknyamelibatkan pelatih laki-laki—serta menghindari stereotip atau memperdalam perbedaan gender.

### **PEMBELA GENDER DAN KELOMPOK REFERENSI**

Perlu digarisbawahi, penting memiliki para pembela masalah gender,—terutama pada kursi direksi atau level CEO—, serta

kelompok referensi gender. Hal yang disebut terakhir konon menghabiskan lebih banyak waktu, khususnya pada organisasi dengan proses birokratik kuat. Namun, investasi semacam itu akan memberikan manfaat pada jangka panjang. Kelompok referensi harus disesuaikan dengan organisasi tersendiri.

## **PEMANTAUAN DAN PENGUKURAN EKSTERNAL**

Demi menghindari praktik kesetaraan gender sekedar memenuhi syarat atau symbol (*tokenism*), sekaligus untuk melestarikan para pembela gender dan kelompok referensi, dianjurkan melakukan pemantauan dan penilaian eksternal terhadap sistem pengarusutamaan gender di dalam organisasi. Hal demikian akan memacu transparansi dan kredibilitas serta memberikan kesempatan untuk membuat parameter berdasarkan organisasi nasional atau internasional lain. Langkah-langkah itu dapat menjadi pendorong efektif menuju keberhasilan.

## **MEMANFAATKAN KEAHLIANYANG ADA**

Organisasi media bisa mendapatkan dukungan dan bantuan pakar dari program keadilan gender serta bidang keahlian yang lain. Salah satunya adalah Springboard Women's Development Programme untuk perempuan di jajaran manajemen menengah, yang pada awalnya dikembangkan untuk BBC dan telah terbukti berhasil di banyak negara. Namun, di Asia Pasifik, program tersebut belum diperkenalkan secara signifikan.

## **PELAKSANAAN PELATIHAN**

Sebagaimana pengembangan bisnis, pelaksanaan pelatihan penting bagi kemajuan kesetaraan gender. Di banyak negara, jumlah pelatih dan mentor yang memiliki latar belakang pendidikan atau melatih diri dalam urusan kesetaraan gender,



tidak banyak. Sementara itu, pakar asing dapat menjadi alternative –dan, sebagaimana disebutkan sebelumnya, dapat menyuntikkan perspektif yang cukup berharga—prioritas pelatihan harus diberikan kepada pakar lokal yang mampu menyelenggarakan pelatihan atau menjadi mentor dalam isu kesetaraan gender.

## **PROGRAM PENGARUSUTAMAAN GENDER**

Program ini merupakan inisiatif ABU, Yayasan Friedrich Ebert Stiftung (FES), Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD) dan International Association of Women in Radio and Television (IAWRT) dalam mengejar United Nations Beijing Platform for Action (1995).

Tahap pertama menghasilkan panduan 'Broadcasting for All: Focus on Gender' serta materi terkait lainnya untuk dapat diterapkan organisasi penyiaran. Panduan itu diluncurkan dalam ajang Asia Media Summit di Hanoi pada Mei 2011. Tujuan pokok penerapannya adalah meningkatkan kesetaraan gender di media penyiaran Asia Pasifik.

Pada awal 2011, organisasi penyiaran di enam (6) negara Asia yang menjadi anggota ABU direkrut untuk ambil bagian dalam tahap percontohan inisiatif tersebut untuk satu tahun. Mereka dituntut mengeksplorasi pelbagai langkah positif untuk menerapkan prinsip-prinsip inisiatif dan praktik keadilan gender di media. Keenamnya adalah:

- Maldives National Broadcasting Corporation
- Philippines Broadcasting Service
- Radio TV Malaysia
- Thai Public Broadcasting Service
- Voice of Vietnam
- Young Asia TV in Sri Lanka

# Radio Television Malaysia (RTM)

---

## LATAR BELAKANG

RTM adalah lembaga penyiaran nasional milik pemerintah yang berdiri sebagai stasiun radio pada 1921. Sebagai lembaga pemerintah, lembaga ini berada di bawah Kementerian Komunikasi Informatika dan Kebudayaan (MICC). Alhasil, mandat dan strategi RTM selaras dengan visi serta misi MICC.

Visi RTM adalah “menjadi stasiun penyiaran nasional utama sekaligus stasiun penyiaran berkelas dunia yang dinamis dengan menegakkan konsep ‘1 Malaysia’<sup>2</sup>.”

Misi RTM adalah “menyebarkan informasi, menyiarkan program hiburan radio dan televisi berkualitas dengan memanfaatkan teknologi tercanggih demi memenuhi aspirasi khalayak untuk menggapai visi nasional 2020.” RTM mengoperasikan 35 stasiun radio dan dua saluran televisi. Peran utamanya adalah memenuhi kewajiban sosial pemerintah dengan menyediakan layanan penyiaran gratis berorientasi nonkomersial.

Saat ini, RTM dikepalai oleh Direktur Jenderal Datuk Norhayati Ismail, seorang perempuan. Ia adalah perempuan pertama yang menduduki jabatan tersebut dalam sejarah RTM. Direktur Jenderal adalah jabatan yang ditunjuk pemerintah dan tidak melalui proses rekrutmen. RTM tidak memiliki dewan direktur noneksekutif. Hirarki kepemimpinannya mencakup seorang dirjen, dua deputy dirjen, dan 12 direktur fungsional serta sejumlah direktur negara. Hanya terdapat dua

---

2 Lihat detail strategi di <http://1malaysia.com.my/about/about-1malaysia/>. Accessed on 03 July 2012.

perempuan eksekutif di organisasi tersebut. Satu perempuan lain adalah Direktur Multichannels, Transmission & Control Centre.

RTM tidak menerbitkan data berdasar jenis kelamin pada kategori pekerjaan atau jabatan. Organisasi itu hanya memberikan taksiran umum: 62% tenagakerjanya (2011) adalah laki-laki, dan 38% perempuan.

RTM, saat ini, memiliki kebijakan dan panduan gender sendiri. Sebagai departemen pemerintah, RTM diharapkan mengikuti agenda pemerintah dalam hubungannya dengan pelbagai isu seperti gender dan keragaman.

## **KONTEKS NASIONAL**

Menurut sensus penduduk, populasi Malaysia hampir mencapai 29 juta orang dan setengahnya adalah perempuan. Pada 1989, pemerintah Malaysia menerapkan Kebijakan Nasional untuk Perempuan.<sup>3</sup> Tujuan utama kebijakan itu adalah:

- Menjamin pembagian akuisisi sumber daya dan informasi dengan adil, kesempatan dan manfaat pengembangan bagi laki-laki dan perempuan. Tujuan kesetaraan dan keadilan harus menjadi esensi kebijakan pengembangan yang berorientasi manusia. Diharapkan, perempuan, kaum yang mengisi setengah jumlah penduduk Malaysia, dapat menyumbang dan merealisasikan potensinya seoptimal mungkin; dan
- Mengintegrasikan perempuan ke segala sektor pengembangan sesuai dengan kapabilitas dan

---

<sup>3</sup> Lihat, <http://sgdatabse.unwomen.org/uploads/National%20Policy%20on%20Women.pdf>. Lihat juga analisis mendetail dalam Country Briefing Paper, *Women in Malaysia* by Ahmad, Aminah (1998) - [http://www.onlinewomeninpolitics.org/malaysia/adb\\_my.pdf](http://www.onlinewomeninpolitics.org/malaysia/adb_my.pdf). Accessed on 03 July 2012

kebutuhannya demi meningkatkan kualitas hidup, memberantas kemiskinan, kebodohan dan buta huruf, serta menjamin terwujudnya bangsa yang damai dan makmur

Kementerian Perempuan, Keluarga, dan Pembangunan Masyarakat, atau KPWK, Malaysia, adalah kementerian pemerintah yang bertanggung jawab menentukan kebijakan dan strategi untuk menggapai tujuan kesetaraan gender, pengembangan keluarga, dan masyarakat peduli yang selaras dengan komitmen Malaysia pada Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan<sup>4</sup> serta Deklarasi Beijing dan Rencana Aksi<sup>5</sup>.

KPWKM secara resmi berdiri pada 17 Januari 2001 sebagai Kementerian Urusan Perempuan. Lembaga tersebut dikepalai oleh perempuan yang menjadi menteri setara kabinet yang bertanggung jawab memusatkan perhatian pada pengembangan perempuan. Cakupan kementerian lantas diperluas ke arah pengembangan keluarga. Di kemudian hari, namanya berubah menjadi Kementerian Perempuan dan Pengembangan Keluarga pada 15 Februari 2001. Pada 2004, cakupan itu kian diperluas hingga kesejahteraan sosial dan pembangunan. Kementerian itu akhirnya bernama seperti sekarang pada 27 Maret 2004.

Departemen Pengembangan Perempuan berada di bawah kewenangan KPWK. Pendahulunya adalah Dewan Penasihat Nasional Integrasi Perempuan dalam Pembangunan (NACIWID) yang berdiri pada 1975 sebagai sarana untuk

---

4 <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>. Accessed on 03 July 2012.

5 <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/> Accessed on 03 July 2012.

menjamin keterlibatan perempuan dalam pembangunan. NACIWID berfungsi sebagai badan penasihat dan konsultasi bagi pemerintah menyangkut pelbagai masalah perempuan dalam perencanaan pembangunan dan penerapannya. Pada 1983, Sekretariat Urusan Perempuan (HAWA) dalam Departemen di bawah naungan Perdana Menteri didirikan untuk mengambil-alih tugas-tugas sekretariat NACIWID. Dari 1997, HAWA berfungsi sebagai departemen di bawah bekas Kementerian Persatuan Nasional dan Pembangunan Sosial. Pada 2001, departemen itu berada di bawah kewenangan KPWKM dan mengalami restrukturisasi sebagai Departemen Pengembangan Perempuan (DWD).

Peran DWD adalah menjamin kepentingan perempuan menjadi pertimbangan pengambilan keputusan. Terutama di empat bidang prioritas yang ditangani pemerintah Malaysia:

- Menggalakkan potensi ekonomi dan kemandirian perempuan;
- Meningkatkan partisipasi perempuan dalam pengambilan keputusan;
- Memperkuat mekanisme di semua jenjang untuk menggalakkan kemajuan perempuan; dan
- Memberantas kekerasan terhadap perempuan.

Maka dari itu, Rencana Pembangunan Malaysia Keenam dan Ketujuh<sup>6</sup> (1990-1995; 1996-2000) memberikan perhatian khusus mengenai Perempuan dan Pembangunan, sebagaimana berikut: *'...pemerintah pun mengakui bahwa proses perumusan strategi tertentu, agar efektif, harus melibatkan perempuan. Untuk itu, upaya keras akan dilakukan demi mengurangi pelbagai hambatan*

---

6 Lihat PlansinMalayath<http://www.pmo.gov.my/?menu=page&page=2005>Diakses pada04Juli2012.

*serta memfasilitasi peran besar perempuan dibidang sosial dan ekonomi.'* (Rencana Pembangunan Malaysia Keenam).

Pada 2004, KPWKM mempunyai peran penting agar pemerintah setujumerumuskan pedoman untuk sektor publik, mengupayakan minimal 30 persen kursi pengambil keputusan untuk perempuan.

Menurut **Laporan Kesenjangan Gender Global yang dirilis Forum Ekonomi Dunia** pada 2011, Malaysia menduduki posisi ke-97 dari 135 negara dengan kesenjangan terbesar pada pemberdayaan politik (90 persen) diikuti dengan partisipasi dan kesempatan ekonomi (57 persen). Meski jumlah perempuan yang secara aktif terlibat dalam perekonomian telah meningkat, pertumbuhan terbesar partisipasi perempuan adalah pada pekerjaan menengah dan rendah seperti pegawai administrasi dan produksi. Sementara lebih banyak perempuan yang memasuki sektor profesional, terbatas pada bidang keperawatan dan pengajaran.

Dalam hubungannya dengan media, **Proyek Monitoring Media Global (GMMP)** pada 2010 menunjukkan persentase perempuan sebagai sebagai subjek berita di Malaysia masih rendah. Perempuan sebagai subjek berita hanya 15 persen dari seluruh subjek berita. Sedangkan laki-laki, mendapat porsi 85 persen sebagai subjek berita.<sup>7</sup> Taksiran tersebut bahkan lebih rendah dari survei nasional oleh All Women's Action Movement (AWAM) pada 2006<sup>8</sup> yang memperkirakan porsi perempuan sebagai subjek berita mencapai 17 persen. Perempuan sebagai subjek dikonsentrasikan pada ranah kejahatan, kekerasan, serta selebritas dan insan hiburan. Di sisi lain, laki-laki menjadi subjek

---

7 Lihat laporandi<http://www.whomakesthenews.org/gmmp-2010-reports.html>Diakses pada 04Juli2012.

8 Lihat deskripsi di<http://www.awam.org.my/nmm.html>Diakses pada 04Juli2012.

berita di hampir seluruh ranah berita. Rendahnya persentase perempuan sebagai subjek berita terhitung konsisten di semua media.

## **PENGEMBANGAN GENDER**

Pemimpin RTM saat ini perempuan, yakni Datuk Norhayati Ismail sebagai direktur jenderal. Lembaga itu mempraktikkan meritokrasi dalam merekrut para profesional untuk mengisi sejumlah posisi seperti insinyur, analis sistem, produser program, jurnalis penyiaran, dan teknisi. RTM memiliki 4.252 pegawai, dengan 61,2 persen diantaranya laki-laki dan 38,8 persen perempuan.

## **KEBIJAKAN DAN STRATEGI**

RTM sebagai jejaring penyiaran milik pemerintah diharapkan menerapkan kebijakan pemerintah. RTM saat ini tidak memiliki kebijakan gender atau panduan ketenagakerjaan sendiri. Pada Juni 2011, Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Najib Tun Razak mengumumkan bahwa kabinet telah menyetujui kebijakan 30 persen posisi pengambil keputusan di sektor korporasi harus diisi perempuan. Pemerintah memberikan waktu lima tahun bagi perusahaan untuk memenuhi persyaratan tersebut.

Langkah itu adalah perluasan dari kebijakan serupa yang dikeluarkan pemerintah pada 2004 untuk sektor publik. Akibatnya, keikutsertaan perempuan kala itu meningkat dari 18,8 persen menjadi 32,3 persen pada 2010. Strategi internal RTM sejalan dengan kebijakan pemerintah yang menunjukkan bahwa 38,8 persen total tenaga kerja RTM diisi oleh perempuan.

## **SUKSES DAN TANTANGAN**

Sebagaimana yang terjadi di banyak organisasi media,

pada bidang atau wilayah kerja tertentu menunjukkan tingkat ketidakadilan yang lebih besar dari yang lain. Hal demikian jelas terekam pada level pengambil keputusan. Dalam kasus RTM, berikut laporannya:

- *Administrator*: 6 dari 8 posisi eksekutif diduduki laki-laki. Pada level manajemen dan profesional, perempuan lebih banyak (185) dari laki-laki (180). Asumsinya secara umum adalah laki-laki lebih berfokus pada tugas dan berorientasi hasil karena tidak terbebani oleh tanggung jawab domestik. Kewajiban ekonominya pada ranah publik menjamin kontrol mereka terhadap sumber yang sangat berharga serta meningkatkan keistimewaan laki-laki. Peran reproduktif perempuan serta tanggung jawabnya atas pekerjaan rumah tangga membatasi akses pada sumber ekonomi yang lebih tinggi.
- *Personel teknis*: Mayoritas urusan teknis di RTM—termasuk operator kamera—adalah laki-laki. Pasalnya, laki-laki dianggap lebih cenderung melek teknologi dan fasih dalam urusan gawai, selain pula memiliki kelebihan fisik. Namun, menurut sistem pendidikan Malaysia, lebih banyak perempuan yang menjadi insinyur dan teknisi. Jadi, akhir-akhir ini, jumlah perempuan yang menjadi personel teknis mengalami peningkatan, dan mengisi posisi insinyur, pengarah kamera studio, *switcher*, dan penanggung jawab unit kontrol kamera (CCU).
- *Produser*: Jumlah laki-laki dan perempuan yang menjadi produser program di RTM cukup berimbang kecuali di divisi olahraga, yang lebih banyak diisi laki-laki. Logikanya, laki-laki lebih tertarik dan berhasrat dengan olahraga dibandingkan perempuan. Sebagaimana terjadi di banyak negara, olahraga laki-laki mendominasi agenda, terutama pada level profesional. Konsekuensinya,



kondisi ini mempengaruhi gender jurnalis olahraga.

- *Personel keamanan*: Ranah ini didominasi laki-laki. Hanya enam dari 75 personel keamanan di kompleks RTM adalah perempuan. Personel keamanan perempuan mendapatkan tugas-tugas ringan dengan fungsi khusus.
- *Sopir*: Lagi, posisi ini didominasi laki-laki. RTM memiliki 25 sopir laki-laki meski perempuan telah melahirkan terobosan dengan menjadi sopir angkutan umum di Malaysia.

Saat ini, RTM belum memiliki kebijakan untuk menyiasati kesenjangan gender pada ranah keamanan, teknis, serta wilayah lain yang disebutkan di atas.

Telah banyak perempuan yang tergabung dengan organisasi media menyusul berseminya stasiun televisi di Malaysia. Buletin berita berbahasa Mandarin NTV7 digawangi oleh perempuan. Baru-baru ini, Maliza Goh dari NTV7 menjadi satu-satunya jurnalis perempuan yang bergabung dengan tim asistensi bantuan Mercy Malaysia ke Somalia untuk meliput. RTM dan stasiun TV lain setidaknya memiliki seorang pembaca berita perempuan sebagai *anchor* bersama rekan prianya. Lebih banyak perempuan memasuki media setelah menyelesaikan studi dalam bidang Komunikasi Massa.

## **RENCANA KE DEPAN**

- a. Berkonsultasi/mencari dukungan dari Direktur Jenderal untuk menginisiasi Proyek Percontohan Gender.
- b. Mengajukan proposal mengenai kebutuhan dan manfaat proyek
- c. Mendapatkan izin dari anggota direktorat untuk proyek percontohan

- d. Survei untuk mengumpulkan umpan-balik atas isu-isu gender di dalam organisasi
- e. Melibatkan Departemen Sumber Daya Manusia
- f. Menunjuk konselor personalia sebagai calon potensial Pejabat Gender RTM
- g. Meninjau rekrutmen pegawai di bidang teknis
- h. Melibatkan manajer laki-laki yang memimpin perempuan ke Kelompok Referensi
- i. Menyiapkan pelatihan bagi semua staf mengenai isu-isu gender
- j. Hadiah/penghargaan bagi perempuan/laki-laki dalam menciptakan program sensitif gender, seperti promosi jabatan dan mewakili RTM di konferensi internasional mengenai isu kesetaraan gender.
- k. Menyelenggarakan aktivitas sosial yang menarik bagi kedua gender
- l. Mengumumkan aktivitas gender di majalah internal RTM

# Thai Public Broadcasting Service (ThaiPBS)

---

## LATAR BELAKANG

Media layanan publik pertama dan satu-satunya di Thailand, Thai PBS didirikan pada 2008 dan didanai dengan uang pungutan pajak alkohol dan rokok yang besarnya per tahun mencapai USD65 juta. Menurut anggaran dasar PBS, perusahaan berkomitmen membuka wawasan anggota masyarakat melalui beragam program pendidikan dan hiburan. Berkomitmen terus menaati kode etik, menjamin liputan berita yang adil, berimbang, serta tidak berpihak.

Visinya adalah menjadi lembaga media publik yang berjuang memajukan masyarakat yang adil dan melek informasi. Target PBS menyajikan layanan penyiaran yang inovatif dan komprehensif berstandar tinggi berdasar atas kode etik, kepentingan umum, dan hemat biaya.

## TUJUANNYA ADALAH:

- Mendorong kesadaran serta partisipasi publik dalam membangun masyarakat adil dan demokratis melalui pelaporan yang tegas, dan tidak berpihak serta mengusung kepentingan umum.
- Mendidik, memberikan informasi dan menghibur segenap lapisan masyarakat dengan tujuan menggalakkan rakyat berkualitas.
- Menginspirasi dan mendorong imajinasi serta kreativitas.
- Berkontribusi menumbuhkan kesadaran identitas, keragaman budaya, serta keserasian sosial.

- Merefleksikan keragaman sosial dan memberi ruang bagi kaum minoritas serta kelompok tertentu yang bertujuan memajukan partisipasi publik baik di tingkat lokal maupun nasional.
- Ikut membentuk pemahaman serta hubungan baik pada tingkat lokal maupun global.

## **KONTEKS NASIONAL**

Undang-undang Dasar Thailand menjamin kesetaraan antara laki-laki dan perempuan, termasuk di antaranya kesempatan sama dalam hal ketenagakerjaan. Rencana Pembangunan Nasional, Sosial dan Ekonomi ke-10 menunjukkan peningkatan persepsi masyarakat mengenai kesetaraan gender.

Dengan terpilihnya Yingluck Shinawatra sebagai Perdana Menteri perempuan Thailand pertama, akses menuju pelbagai sumber yang diperlukan dalam menyoal masalah kesetaraan gender seharusnya meningkat. Sejak ia terpilih, pemerintah memberikan pendanaan rata-rata sebesar 100 juta baht per provinsi untuk mengembangkan peran dan kapasitas perempuan.

Kebijakan Jaminan Jiwa dan Sosial mendorong adanya kesempatan sama bagi laki-laki dan perempuan untuk ikut serta dalam pembangunan negara serta melindungi hak-hak perempuan.

## **PENGEMBANGAN GENDER**

Sekitar 31 persen dari 900 staf Thai PBS adalah perempuan.

Kewenangan tertinggi Thai PBS adalah Dewan Gubernur, yakni badan pembuat kebijakan yang dipilih melalui proses independen dengan masa kerja empat tahun. Dewan beranggotakan sembilan orang itu mengesahkan strategi, menetapkan tujuan, dan menerima pengaduan. Dewan juga menyusun kode etik dan menyiapkan panduan riset yang

berkaitan dengan program.

Selain itu, dewan menunjuk direktur pelaksana dan dewan eksekutif serta mengevaluasi kinerja mereka. Saat ini, perempuan menduduki empat dari sembilan kursi dewan gubernur. Pada level dewan eksekutif, perempuan menempati tiga dari empat posisi yang keempat kursi deputi direktur pelaksana adalah laki-laki. Pada level manajemen eksekutif, hanya dua dari 13 posisi yang dipegang perempuan—direktur personalia serta direktur partisipasi publik.

Pada level operasional, 37 persen manajer dan tenaga ahli adalah perempuan. Sebanyak 22 dari 28 pewarta adalah perempuan, dan mereka juga membuathard news.

## **KEBIJAKAN DAN STRATEGI**

Thai PBS memiliki kebijakan antidiskriminasi gender saat menawarkan kesempatan kerja kepada laki-laki dan perempuan. Perusahaan merekrut anggota berdasar atas keunggulan calon dan memberikan manfaat jaminan sosial yang sama, termasuk cuti melahirkan dan Buddhist Dharma bagi perempuan.

Thai PBS menggalakkan kesetaraan gender dan pengembangan perempuan melalui konten, kondisi kerja, dan fasilitas para stafnya. Dorongan itu tercermin pada Kode Etik Thai PBS, yang menghargai martabat dan hak-hak manusia dalam urusan privasi, serta dalam rencana strategis perusahaan untuk produksi program yang mengakui keragaman gender dan budaya, serta menghindari penggambaran perempuan sebagai 'objek seks' dan stereotip tradisional.

## **KEBERHASILAN DAN TANTANGAN**

Thai PBS secara aktif mengimplementasikan kebijakan

kesetaraan gender, dan hal itu tampak di bidang presenter, pembawa acara berita serta redaktur program, tapi di bidang penyiar radio, dinilai sangat rendah. Jumlah penonton Thai PBS sekitar 6 persen. Sementara itu, media komersialnya— yang menggambarkan citra perempuan Thailand secara tradisional dan stereotipikal— memiliki presentasi lebih tinggi dengan 38 persen dan 39 persen.

Thai PBS memberikan pelatihan berikut kepada para pegawainya:

- Lokakarya presentasi berita dan program dengan perspektif perempuan.
- Pelatihan bagi jurnalis lapangan perempuan yang secara khusus dirancang untuk menciptakan kesadaran mengenai pincangnya penggambaran gender yang terdapat pada budaya media yang didominasi kaum laki-laki. Memberikan keterampilan perempuan desa— yang terlibat program produksi konten dari masyarakat/ pengguna (user-generated content)—, membuat dokumenter pendek untuk TV mengenai kisah mereka sendiri dari sudut pandang perempuan.
- Lokakarya bagi kaum laki-laki di Thai PBS mengenai perempuan dan media. Mengasah kepekaan tenaga kerja laki-laki terhadap masalah-masalah dan penggambaran gender, juga menggali sudut pandang laki-laki pada program-program yang berfokus pada masalah-masalah gender.
- Pengalaman dan Sudut pandang
- Poin-poin berikut mewadahi pelbagai aspek mengenai pandangan Thai PBS atas pengarusutamaan gender:
- Pentingnya mendorong adanya pemahaman mengenai martabat dan nilai-nilai serta peran masing-masing gender. Mengembangkan standar atau panduan tertentu dalam peliputan perempuan di media akan

membantu dalam mengurangi bias dan citra stereotip perempuan. Pekerja media harus lebih bekerja sama serta menggalakkan pembentukan jejaring yang efektif dalam proses memilih dan menampilkan konten media tentang masalah kesetaraan gender.

- Dibutuhkan lebih banyak program pelatihan serta proses belajar dan saling berbagi pengetahuan ihwal produksi konten terkait masalah kesetaraan gender. Ada pula kebutuhan untuk mendorong pertukaran pengetahuan dan pengalaman di antara perempuan di dalam, dan di luar industri media.
- Pemahaman atas etika media adalah hal penting demi menjamin bahwa panduan dan kode etik media ditaati. Belajar dari praktik dan gerakan mengenai kesetaraan gender di industri media.
- Seharusnya ada peningkatan kapasitas perempuan yang bekerja di media demi mendorong terbentuknya jejaring di antara mereka.

## **RENCANA AKSI**

- a. Riset/survei atas masalah gender di organisasi dan dalam konteks Thailand.
- b. Memilih proyek yang cocok dengan unit/anggaran organisasi yang kecil serta mendapatkan dukungan dari CEO/Dewan Eksekutif dan Direksi Thai PBS.
- c. Memilih tokoh panutan serta membentuk kelompok kerja di beberapa bidang.
- d. Memberikan pelatihan personalia, pemrograman, berita, dsb.
- e. Menyampaikan hasil pelbagai program ini melalui Thai PBS, Asia Media Summit 2012 dan forum-forum lainnya.
- f. Membuat target jangka panjang, perencanaan, serta kode etik.

# Radio the Voice of Vietnam (VOV)

---

## LATAR BELAKANG

Voice of Vietnam dalam bahasa Vietnam disingkat menjadi “Dai TNVN”. Nama komersialnya adalah “Voice of Vietnam”, atau, pendeknya, VOV.

VOV merupakan stasiun radio nasional bentukan Republik Sosialis Vietnam pada September 1945. Radio itu dikelola dan didanai pemerintah pusat melalui Kementerian Informasi dan Komunikasi. Melalui radio itu, partai menyiarkan panduan dan hukum. Tujuan VOV adalah berkontribusi terhadap standar intelektual Vietnam serta menghidupkan spirit warga melalui program radio, Internet, televisi, dan koran.

VOV memiliki empat jejaring radio skala nasional dan satu siaran dunia. Mereka juga menyajikan berita – koran daring; VOVT – Radio Image Broadcasting Channel; VOV Traffic Channel; dan koran cetak. Siaran dunia VOV disajikan dengan 11 bahasa.

## KONTEKS NASIONAL

Vietnam meratifikasi piagam CEDAW pada Februari 1982 dan menjadi salah satu negara pertama Asia Tenggara yang meratifikasi. Sekitar 25 persen anggota Majelis Nasional adalah perempuan. Dua dari empat wakil presiden Vietnam adalah perempuan.

Undang-undang nasional mengenai Keadilan Gender dikukuhkan pada 2006. Laporan terakhir Vietnam untuk CEDAW berangka tahun 2007. Sejumlah hal kunci yang



dijadikan perhatian<sup>9</sup> oleh komite di antaranya:

- Ketidacukupan data atau informasi mengenai dampak aktual reformasi hukum serta sejauh mana reformasi itu mempercepat kemajuan perempuan, dan sejauh mana mereka dapat menikmati hak-hak dasarnya;
- Sikap patriarkal dan stereotip masih mengakar dalam keluarga dan masyarakat. Salah satu contohnya: kehadiran bayi laki-laki lebih diharapkan dari perempuan; dan
- Kurangnya wakil perempuan dalam posisi-posisi di pelbagai lembaga pengambil keputusan publik, khususnya pada level distrik dan masyarakat. Padahal, undang-undang baru yang menetapkan sistem kuota bagi representasi perempuan telah dibuat. Ini menjadi indikasi bahwa partisipasi perempuan dalam kehidupan publik masih mengalami ganjalan.

Laporan Kesenjangan Gender Global yang diterbitkan oleh Forum Ekonomi Dunia menempatkan Vietnam pada posisi 79 dari 135 negara. Kesenjangan yang terendah terdapat pada sektor kesehatan dan kelangsungan hidup (6 persen) dan pencapaian pendidikan (8 pendidikan). Kesenjangan tertinggi terdapat pada sektor pemberdayaan politik (89 persen) dan partisipasi dan kesempatan ekonomi (29 persen).<sup>10</sup>

Laporan negara mengenai Target Pembangunan Milenium untuk Keadilan Gender menunjukkan bahwa masalah utama yang dialami Vietnam adalah lambatnya implementasi undang-undang dan kebijakan keadilan gender. Serta

---

9 Komite Penghapusan Diskriminasi terhadap Perempuan, sesi ke-37, 15 Januari-2 Februari 2007; Komentari simpulan Komite Penghapusan Diskriminasi terhadap Perempuan: Viet Nam.

10 World Economic Forum; The Global Gender Gap Report 2011, Country Report-Vietnam.

buruknya data statistik atau kewajiban untuk mengumpulkan data tersebut:

“Kesenjangan antara satu regulasi dengan regulasi lain serta implementasi nyatanya telah menyumbat upaya untuk mencapai pelbagai target keadilan gender. Penerapan strategi nasional untuk memajukan perempuan Vietnam di pelbagai sektor dan medan masih memiliki banyak hambatan, dan tidak efisien. Proses perencanaan dan penerapan kebijakan gender tidak berjalan baik.

*Statistik gender tidak sepenuhnya terpusat. Di hampir seluruh sektor, sistem data statistik tidak dibangun. Selain itu, tidak terdapat keharusan (undang-undang) untuk mengumpulkan data berdasar atas gender. Hal demikian menjadi hambatan bagi proses pembangunan kebijakan dan perancangan program intervensi guna memenuhi permintaan untuk keadilan gender di Vietnam.”<sup>11</sup>*

## **PENGEMBANGAN GENDER**

Sekitar 30 persen jurnalis Vietnam adalah perempuan. Di organisasi pers, mereka adalah penulis-penulis berbakat tidak saja di isu sosial, tapi juga ekonomi. Jumlah komentator perempuan telah meningkat lebih dari tahun-tahun sebelumnya. Banyak perempuan luar biasa mengisi TV nasional, meski hanya sedikit saja yang berkuat dalam jurnalisme.

Hanya sedikit perempuan yang menjadi pemimpin redaksi surat kabar, bahkan majalah yang target pembacanya adalah perempuan, seperti *Vietnam's Women* dan *Women in the Capital*. Majalah busana dan kecantikan terlaris, *Beauty Magazine*,

---

11 Promoting Gender Equality and Empowering Women in Vietnam in the Report on the implementation of the Millennium Development Goals in Vietnam, 2010

memiliki redaktur laki-laki; meski hal tersebut dapat dipandang positif maupun negatif. Dari kasus tersebut, kemungkinan terjadi pergeseran peran laki-laki yang selama ini menjadi stereotip.

Citra perempuan di pelbagai media massa telah dicap dengan sejumlah pola tradisional tertentu: perempuan mengurus rumah tangga dan anak-anak; perempuan harus menjadi simbol femininitas (bertubuh molek, berbusana anggun, dan seksi) jelas terlihat dalam jurnal elektronik dan iklan di TV. Citra perempuan acap kali ditampilkan sebagai korban kekerasan atau penganiayaan seksual.

Perempuan sering mendapat citra yang tidak konsisten, tidak saja secara umum tapi juga dalam publikasi media. Di satu sisi, kadang media membangun dan memuji citra modern perempuan sebagai sosok dinamis, percaya diri, dan berani berpikir serta berbuat, sukses di tempat kerja sekaligus menjadi pemimpin baik. Di sisi lain, dalam hubungannya dengan nilai-nilai tradisional, media sepertinya lebih memilih citra perempuan yang anggun, tahan uji, sabar, dan berkorban untuk keluarganya. Selain juga cakap dalam melakukan pekerjaan rumah, memasak, serta mengurus anak.

Konsekuensi dengan konflik untuk menerima konsep baru dan memelihara nilai-nilai tradisional, citra perempuan di media massa dibangun sebagai 'perempuan sempurna' – sukses dalam karier dan memiliki bakti sosial tapi masih dapat memenuhi tugas-tugas rumah tangga. Banyak artikel membicarakan masalah 'Rahasia Memelihara Kebahagiaan Perempuan Sukses'.

Pemikiran di kalangan jurnalis dan masyarakat adalah jika perempuan ingin sepenuhnya bahagia, maka mereka harus cakap dalam karier dan rumah tangga. Selain itu, banyak koran memuat pesan tersirat bahwa jika perempuan ingin berhasil dalam karier, mereka harus berkorban. Jika mereka memilih

karier, mereka akan sukses meski kehidupan pribadinya tidak membahagiakan. Dan jika mereka memilih untuk menjadi istri dan ibu yang halus, mereka akan menemukan ketenangan dan kebahagiaan.

Pada sebuah seminar mengenai perempuan jurnalis pada 2011 di Ho Chi Minh City, yang diselenggarakan untuk memperingati Hari Perempuan Internasional, dikatakan bahwa: *“Jurnalisme adalah pekerjaan berat dan membutuhkan lebih banyak waktu dan usaha serta kemampuan tertentu. Jumlah jurnalis perempuan yang sukses proporsinya kerap terbalik dengan jumlah perempuan yang kehidupan keluarganya bahagia. Solusi terbaik bagi perempuan jurnalis untuk menggapai kebahagiaan adalah dengan memilih filosofi yang tepat...”*

Pada tahun-tahun sebelumnya, pemegang jabatan wakil presiden VOV adalah perempuan. Namun, saat ini, laki-laki memegang semua posisi tersebut. VOV mempunyai sekitar 3.000 pegawai yang menghasilkan lebih dari 200 jam waktu mengudara harian. Perusahaan memiliki lima biro regional, sembilan biro internasional, dan radio yang menjangkau 99,55 persen khalayak (2010).

Dari sekitar 1.000 wartawan dan redaktur, lebih dari setengahnya adalah perempuan. Perusahaan mengoperasikan enam saluran penyiaran, VOV online, koran VOV, dan VOV TV, yang manajer sistem (Channel 2), pemimpin redaksi (VOV Online) dan manajer broadcast engineering centre adalah perempuan.

Terdapat 47 program pada VOV2, dengan 80 staf, wartawan, dan redaktur di sembilan divisi yang 60 di antaranya adalah perempuan. Program perempuan sering menyiarkan laporan mengenai ‘masalah kesetaraan gender’, yang terbatas di sekitar tanggung jawab rumah tangga, pengasuhan anak, serta isu sosial/busana.

Terlepas dari statistik ketenagakerjaan umum, VOV tidak menyangkan profil gender atau dokumen kebijakan gender.

## **KEBIJAKAN DAN STRATEGI**

VOV mendirikan Departemen Peningkatan Kapasitas Perempuan yang terdiri atas para pemimpin VOV serta kepala divisi. VOV membentuk kelompok pengawas, yang menyunting program-program radio dan membuatnya lebih sensitif gender. Implementasinya telah berjalan selama empat tahun. Kelompok itu tidak memiliki kebijakan eksternal atau dokumen. Masalah gender di Vietnam diatur oleh Undang-undang Kesetaraan Gender dan Undang-undang Pencegahan Kekerasan dalam Rumah Tangga.

## **KEBERHASILAN DAN TANTANGAN**

Secara umum, masalah kesetaraan gender tercermin secara langsung maupun tidak di sebagian besar program. Namun, meski memiliki 'departemen/unit perempuan', masih terdapat isu structural hingga hari ini, masalah kesetaraan dan perspektif gender tidak masuk ke dalam program VOV lebih luas.

Wacana mengenai gender dan kesetaraan gender di Vietnam harus mempertimbangkan masalah mendasar (budaya), bukan yang tampak di permukaan serta hanya memperhatikan jumlahnya belaka. Wacana itu harus mengenali dan menjelaskan masalah kesetaraan gender tanpa melepaskan konteks sejarah dan budaya negeri tersebut.

Contohnya, NGO Shadow Report 2006 menunjukkan sejumlah masalah berikut mengenai partisipasi perempuan dalam politik di Vietnam:

- Rendahnya tingkat partisipasi perempuan dalam politik – di bawah 30 persen dalam Majelis Nasional, sekitar 20

persen dalam Dewan Rakyat di seluruh jenjang dan hanya sekitar 15 persen pada jenjang jabatan tinggi lainnya.

- Jumlah perempuan yang menduduki jabatan tinggi di tingkat lokal sangat rendah, kurang dari 4 persen saja, kecuali di tingkat pusat, yakni 12 persen.
- Partisipasi perempuan di Dewan Rakyat “terpola”. Perempuan biasanya tidak memiliki kuasa sejati atau suara layak dalam struktur manajemen pemerintah. Mereka cenderung menjadi deputi alih-alih kepala kewenangan dan biasanya hanya ambil bagian dalam lapangan sosial seperti perburuhan, pendidikan, layanan kesehatan, kependudukan, perempuan, anak-anak, dsb.
- Di tingkat akar rumput, kewenangan politik berada di tangan laki-laki.
- Dengan posisi yang rendah di struktur manajemen, perempuan jarang menduduki posisi kepemimpinan yang utama.<sup>12</sup>

Karena itu, sementara jumlah perempuan yang berpartisipasi dalam tim kerja terus meningkat, pengaruh perempuan dalam penyusunan dan penerapan kebijakan secara umum dan kebijakan gender secara khusus terbatas.

Jumlah perempuan dalam level manajemen dan pemimpin juga kecil. Laporan WEF Global Gender Gap menegaskan hal tersebut. Sementara partisipasi antara perempuan dan laki-laki hampir setara, kesenjangan terbesar terletak pada sub-indeks legislator, pejabat senior, dan manajer –72 persen. Masalah hulunya ada di lingkungan keluarga, sekolah, relasi dan tanggung jawab sosial. Saat perempuan bekerja,

---

12 Vietnam NGO Shadow Report on CEDAW, 2006.

lingkungan kerja mereka tidak memberikan dukungab bagi perempuan. Kaum perempuan tidak mendapatkan kesempatan mendapatkan pelatihan serta perkembangan yang sama. Karena itu, sulit bagi mereka untuk mengembangkan kemampuan. Para jurnalis harus menyebutkan masalah kesetaraan gender tersebut di media.

## **PENGALAMAN DAN SUDUT PANDANG**

Para narasumber studi kasus VOV membuat pengamatan berikut:

- Kampanye gender dan kesetaraan gender harus memperhatikan masalah budaya, tidak hanya memperhatikan masalah yang tampak di permukaan serta hanya memperhatikan jumlahnya belaka. Karena itu, dibutuhkan pengenalan serta penjelasan masalah-masalah terkait kesetaraan gender dalam konteks historisnya.
- Masalah-masalah kesetaraan gender mesti dipopulerkan dengan cara meleburkan diri ke dalam budaya Vietnam.
- Ketika membicarakan masalah-masalah kesetaraan gender, media harus menampilkan tidak saja dampak negatif sikap tradisional tapi menggunakan nilai-nilai tradisional sebagai bahan melakukan analisis kesetaraan.
- Dalam menerapkan kesetaraan gender di Vietnam, harus ada cara untuk mengatasi pengaruh paham Konfusianisme Cina dalam kebudayaan setempat yang berujung pada chauvinisme laki-laki.
- Para pakar urusan gender di tingkat domestik dan internasional harus didukung dalam membantu para jurnalis Vietnam mendekati pelbagai masalah secara proporsional sesuai dengan budaya Vietnam. Saat para jurnalis memahami hal tersebut, mereka akan

menjalankan peran ganda, yakni tidak saja merefleksikan realitas objektif tapi juga menyumbang kepada perubahan prasangka gender di dalam masyarakat.

## **RENCANA AKSI**

- a. Kemajuan perempuan di pelbagai departemen. Membuka kesempatan bagi kenaikan jabatan, pelatihan, serta cuti melahirkan, dsb. Membuat kebijakan internal adalah cara terbaik meraihnya.
- b. Mengorganisasi lokakarya membangun kapasitas bagi para jurnalis dan redaktur. Kelompok pengawas gender VOV yang membuat panduannya.
- c. Saluran televisi bidang budaya, sosial serta pendidikan yang memiliki 47 program mesti didorong untuk meninjau kandungan semua programnya dalam hal kesetaraan gender. Misal, program perempuan, sosial, dan keluarga tidak hanya menayangkan penderitaan perempuan, tapi juga manfaat keadilan gender.
- d. Perempuan terwakili dalam semua program menyangkut ekonomi, politik, dsb.
- e. Memakai bahasa sensitif gender dalam semua program.
- f. Memantau dan mencatat hasil langsung dan segera (output) serta efek jangka panjang (outcome).



## **ANNEX 2**

# **PENGARUSUTAMAAN GENDER DI MEDIA: STUDI KASUS DARI KEPULAUAN KARIBIA<sup>1</sup>**

**CARIBBEAN BROADCASTING UNION**

---

<sup>1</sup> The complete set of case studies is available at [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld).

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Kumpulan studi kasus dari Kepulauan Karibia menarik perhatian empat organisasi media yang telah lama berdiri; tiga di antaranya adalah bagian dari Caribbean Broadcasting Union. Satu media mewakili sektor cetak.

Studi kasus dilakukan untuk secara substantif mendapatkan laporan kemajuan dari pelbagai media dalam urusan sensitivitas gender atau pengarusutamaan gender di organisasi mereka selama lima hingga delapan tahun belakangan. Studi kasus itu juga untuk mengeksplorasi bagaimana keberhasilan atau kekurangan di wilayah itu, hasilnya tampak dengan membandingkan praktik informal dengan kebijakan resmi atau tertulis.

Ketika membicarakan kesetaraan gender di tempat kerja, Karibia berada di tataran yang menggembirakan. Sejarah dan kenyataan budaya menunjukkan bahwa Karibia cukup familier dengan struktur matriarki dan konsep “perempuan pekerja”. Pun, perkembangan serikat pekerja yang efektif serta gerakan *Black Power* pada dasawarsa 1970-an juga berdampak kepada seputar masalah “hak-hak minoritas”. Hasilnya adalah perkembangan yang konsisten ke arah kesetaraan di tempat kerja, bahkan kebangkitan perempuan “di kantor”.

Pertanyaan apakah perubahan-perubahan itu telah mempengaruhi atau merangsang sensitivitas gender di tempat kerja adalah wilayah menarik lain yang ditangkap dalam studi kasus ini. Sejarah lima hingga delapan tahun terakhir memperlihatkan bahwa perkembangan media di Karibia sangat mencerminkan perkembangan politik dan masyarakat yang timbul sebagai hasil dari proses itu.

Otobiografi mantan taipan media, Ken Gordon yang berjudul “Getting It Write” memberikan gambaran yang kaya mengenai

perkembangan media di Karibia. Di Karibia, media awalnya tumbuh saat masyarakat kolonial masih cukup dominan. Media sebelumnya dikuasai dan dikontrol investor asing, yang dominan laki-laki. Pada masa itu, masalah hak-hak perempuan dan sensitivitas gender merupakan masalah kecil dari perjuangan 'riil' untuk kemerdekaan pers di Karibia serta perlawanan terhadap dominasi kolonial yang mempertahankan kepentingan ekonominya setelah Karibia mendapat kemerdekaan politik.

Saat itu, kemenangan Karibia dilukiskan sebagai hal "yang mengalihkan kendali media ke tangan kepemilikan lokal" (baik itu semua laki-laki), dan membuka jalan bagi beragam entitas seperti Trinidad Express, Barbados Nation, Starbroek News di Guyana dan Jamaica Observer.

Pada dekade 1970-an, muncul Gerakan Black Power, yang berawal dari pemberdayaan negara dan berujung kepada pemberdayaan ras "kulit hitam". Lagi-lagi, masalah perempuan belum mendapat perhatian utama. Munculnya identitas Karibia dari dua periode penting itu yang memungkinkan timbulnya matriarki sebagai ekspresi absah (telah ada dalam komunitas Afrosentris selama berabad-abad).

Namun, pada abad selanjutnya, perempuan berupaya meningkatkan akses untuk mencecap pendidikan. Proses ini menciptakan dinamika sempurna bagi perempuan untuk menemukan ruangnya, baik itu posisi penting sebagai jurnalis, atau manajer media, berdasar atas kinerja, potensi, dan kualifikasi.

CBU menyatakan syukur atas kesediaan media yang setuju profilnya disertakan ke dalam laporan ini: RJR Group; TV6, Trinidad dan Tobago; The Nation Publishing dan Starcom Network di Barbados. Secara umum, para utusan manajemen senior dari semua perusahaan itu mendapatkan giliran wawancara, baik dari sudut pandang personalia maupun konten media.

Empat perusahaan media itu memiliki kesamaan, tapi studi ini menemukan perbedaan dalam sejumlah pendekatan terhadap tantangan tertentu terkait masalah kesetaraan gender.

Tabel berikut menunjukkan profil ringkas keempat organisasi:

NAMA	JENIS	PROFIL UMUM
TV6, Trinidad & Tobago	Televisi	Berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog (current affairs)
		Program Lokal dan Asing
Nation Publishing, Barbados	Koran	Harian Minggu
		Edisi Bisnis Mingguan
		Koran Daring Majalah online remaja
Starcom	Radio	3 stasiun
The RJR Group,	Televisi	7 perusahaan

Penting diketahui bahwa TV6, the Nation dan Starcok Network baru-baru ini (dua tahun belakangan) menjadi bagian dari konglomerasi besar media regional, One Caribbean Media Group, atau OCM.

OCM adalah organisasi media terbesar dengan fokus bisnis terbanyak di kawasan mencakup koran, radio, televisi, Internet, dan media baru. Kelompok itu beroperasi di Barbados, Granada, St. Lucia, serta Trinidad dan Tobago. Kelompok itu, pada waktunya, pasti akan menyumbang pengaruhnya sendiri terkait etos korporasi serta kebijakan personalia, termasuk di antaranya masalah kesetaraan gender. Penting juga disebutkan bahwa OCM kini memiliki CEO perempuan, yakni Dawn Thomas.

Bentuk awal studi, masing-masing media menilai sudut pandang

sensitivitas gender serta pengarusutamaan dalam perusahaan mereka. Kemudian berupaya menganalisis dan merangkum lanskap media berdasarkan empat pengalaman yang ditampilkan.

Harapannya, studi kasus itu akan memberikan gambaran nyata mengenai kondisi lingkungan media saat ini. Setelah itu, diharapkan dapat membuat parameter untuk program pendidikan/pelatihan jangka panjang di kawasan Karibia. Studi kasus juga dapat memberikan isyarat tentang bagaimana atau di mana media Karibia dapat mengambil manfaat GSIM dalam proses pemetaan pendekatan pengarusutamaan gender.

# Nation Publishing-Barbados

---

**T**he Nation memulai penerbitan pada 1973 dan kini menjadi satu dari tiga koran utama di Barbados. The Nation tercatat mempunyai sirkulasi terbesar dengan oplah harian mencapai 31.533 eksemplar dan koran minggu 51.44 eksemplar.

The Nation Publishing adalah anak usaha Nation Corporation, perusahaan media dan komunikasi milik Barbados. Pada 2006, *The Nation* bergabung dengan Caribbean Communications Network (CCN) dari Trinidad dan Tobago guna membentuk One Caribbean Media Limited.

Harold Hoyte menjadi redaktur koran itu pada 1975; menjadi presiden direktur pertama perusahaan dan pensiun pada 2006, setelah 31 tahun memimpin administrasi dan editorial *The Nation*. Ia dianggap sebagai pencetus slogan “The Nation Cares”, atau “Kepedulian *The Nation*”, serta etos korporasi yang kemudian bertahan. Menyusul pengunduran dirinya, Viviane-Anne Gittens menduduki kursi direktur utama.

Ketimbang dua negara lain dalam studi kasus, Barbados tampak memberikan konteks legislatif lebih lanjut untuk kebijakan The Nation tentang kesetaraan gender. Dewan Ekonomi dan Sosial Perserikatan Bangsa-bangsa (ECOSOC), dalam laporan terakhir, mengindikasikan bahwa Barbados telah meratifikasi Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan dan aktif mengupayakan reformasi legislatif yang diperlukan untuk menambal lubang undang-undang di Barbados.

Sumber wawancara:

- **Kaymar Jordan, Pemimpin Redaksi**

- Cicely Green, Manajer Grup urusan Personalia
- Margaret Husbands, Deputi Manajer Personalia
- Sanka Price, Pewarta/Redaktur, Sun edisi Akhir Pekan dan Sun edisi Sabtu
- Carol Martindale, Pewarta/Redaktur, Sun edisi Minggu

## **SUDUT PANDANG GENDER**

Keyman baru menjabat sebagai pemimpin redaksi—saat wawancara dilakuakn—, tapi ia telah bekerja selama beberapa tahun di media regional dan memiliki relasi individu di banyak media, pada banyak wilayah Karibia. Menurut observasinya, terkait dengan *The Nation*, fokus mengarah pada “penyelesaian tugas” bukan “siapa yang akan menyelesaikannya”. Selain itu, upayanya untuk menjadi “perusahaan yang peduli keluarga” telah memberikan pengaruh pada praktik sensitivitas gender selama bertahun-tahun.

Perusahaan telah mendokumentasikan kebijakan mengenai cuti bagi suami (lima hari dengan tanggungan). Kebijakan mengenai fleksibilitas jam kerja pun diberlakukan. Upah setara dibayarkan berdasar atas skala gaji yang telah disepakati serikat pekerja dan cuti melahirkan.

Staf *The Nation*, termasuk jurnalis, diwakili oleh serikat pekerja. Namun, divisi personalia mengindikasikan bahwa selama ini telah ada kesepakatan mengenai masalah kesetaraan gender antara manajemen perusahaan dengan serikat pekerja; selama ini pula belum pernah terjadi pertikaian serikat pekerja dalam masalah tersebut. Namun, sebagian besar kebijakan mengenai kesetaraan gender pun bersifat informal dan tidak terdokumentasikan.

Secara umum, masalah kesetaraan belum pernah menjadi prioritas utama bagi perusahaan karena urusan ketenagakerjaan dan kenaikan jabatan perempuan telah menjadi bagian dari etos

perusahaan. Kepala Personalia menghubungkannya dengan dua fakta kunci:

1. Pada 30 tahun pertama masa berdiri *The Nation*, petinggi personalia perusahaan adalah perempuan.
2. Direktur utama pada 30 tahun pertama perusahaan adalah laki-laki, namun ia dikabarkan sangat tertarik menciptakan lingkungan kerja yang peduli. Efeknya pun merambati praktik korporasi dalam hubungannya dengan pengarusutamaan gender.

## **KEBIJAKAN UTAMA**

Dari perspektif kepegawaian, terdapat 129 pekerja laki-laki dan 110 pekerja perempuan di perusahaan itu. Redaksi berisi 31 pria dan 34 perempuan. Pada level manajemen editorial, rasio yang tercipta adalah 50 persen- 50 persen. Perempuan pun tidak ditugaskan atau meminta tugas peliputan khusus terkait dengan urusan gender. Laki-laki dan perempuan siap meliput topik apapun seperti kriminalitas, politik, kebudayaan, dsb.

Pada level teknis, ditemukan bahwa—contoh, bagian sirkulasi—keberadaan laki-laki lebih lazim daripada perempuan. Masalah utamanya adalah wilayah itu menerapkan giliran tugas larut malam.

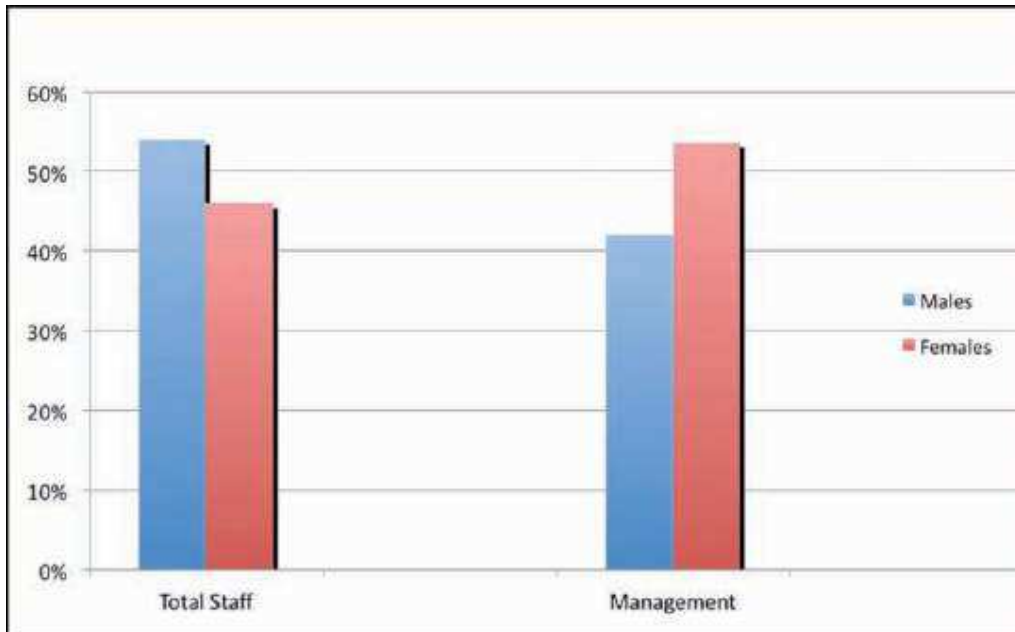
Yang cukup menarik adalah pengunduran diri ‘para senior’ dalam empat hingga lima tahun terakhir memungkinkan sejumlah perempuan untuk naik jabatan. Saat ini, pada level manajemen senior, terdapat lima pekerja lelaki dan tujuh pekerja perempuan yang posisi kuncinya—direktur utama; pemimpin redaksi; manajer pemasaran—dipegang oleh perempuan.

Hasilnya, masalah sensitivitas gender pada level manajemen dikabarkan lebih terfokus pada bagaimana menjamin bahwa sudut pandang laki-laki masih mendapatkan ruang untuk mempengaruhi



operasi perusahaan alih-alih dominasi perempuan dalam tim dimaksud.

### Rasio staf Laki-laki berbanding Perempuan di Nation Publishing



Penting diutarakan bahwa ketiga subjek yang diwawancarai pada level manajemen mengindikasikan bahwa meski jumlah perempuan lebih besar, kebijakan atau pendekatan korporasi tidak berbelok. *The Nation*, khususnya di tengah iklim perekonomian terkini, sangat memusatkan perhatian pada kinerja keuangan perusahaan; menjaga dominasinya di pasar, dan menyiapkan kecakapan yang tepat bagi karyawannya untuk melakukan pelbagai pekerjaan.

### **SUDUT PANDANG JURNALIS**

Menarik mencermati bahwa sudut pandang “jurnalis” mencerminkan sudut pandang manajemen.

Sanka Price telah bergabung dengan organisasi itu sejak 1989, dengan pekerjaan awal sebagai pewarta. Ia juga telah mencicipi beragam penugasan “redaktur” selama beberapa

tahun. Saat bergabung dengan *The Nation*, atasannya adalah perempuan dan mayoritas staf di ruang pemberitaan adalah perempuan. Pada hematnya, perusahaan tidak membedakan perlakuan antara pegawai laki-laki dengan perempuan. Namun, ia mengindikasikan bahwa di *The Nation* berlaku pepatah “yang terbaik untuk melakukan pekerjaan itu adalah perempuan” – *The best man for the job is a woman*. Ia sadar bahwa perempuan jurnalis lebih terfokus dan efisien sehingga kerap dipertimbangkan untuk mendapatkan promosi jabatan. Namun, secara umum, para pewarta dipekerjakan dan mendapatkan tugas pilihan berdasar atas kompetensi, bukan gender.

Terkait dengan konten berita, sang jurnalis merasa bahwa tuntunan bagi konten *The Nation* adalah “apa itu berita”. Terdapat empati dalam menggambarkan situasi seseorang serta sensitivitasnya terhadap manusia secara umum. Namun, Sanka menunjuk kebijakan konten yang dianggap harus mendapatkan perhatian. Saat ini, kebijakan media terkait peliputan kasus pemerkosaan memungkinkan pemuatan nama tersangka, sementara nama korban tidak pernah disebutkan. Sanka merasa bahwa nama tersangka hanya boleh dituliskan jika ia telah terbukti bersalah.

Menurutnya, kadang kasus-kasus semacam itu tidak pernah diusung ke meja hijau, atau bahkan sang pelaku kemudian terbukti tidak bersalah. Namun, pada komunitas kecil seperti Barbados, nama dan reputasi orang tersebut akan selamanya tercoreng. Ia mempertanyakan kemungkinan adanya kebijakan editorial untuk melindungi kaum laki-laki, dalam contoh tersebut.

Kolega Sanka, Carol Martindale, memiliki pandangan serupa mengenai pendekatan kesetaraan gender di *The Nation*. Ia telah bekerja di perusahaan itu selama 25 tahun dan pertama kali bergabung sebagai pewarta. Ia pun pernah menjadi redaktur di beberapa kompartemen liputan.

Ia mengatakan bahwa keberadaan laki-laki dan perempuan pada ruang pemberitaan di sana “cukup berimbang”. Namun, menurutnya, sebagian besar posisi puncak perusahaan diduduki oleh perempuan. Tapi, seperti Sanka, Carol merasa bahwa promosi perempuan di organisasinya bukan merupakan hasil pengarusutamaan strategis atas gender, tapi hanya berdasar atas kinerja.

Dalam hubungannya dengan konten berita, Carol merasa bahwa *The Nation* sebenarnya sangat peka dengan masalah kesetaraan gender. Hanya, itu berangkat dari sudut pandang bahwa penting kiranya memiliki pandangan pria dan perempuan pada masalah-masalah penting yang mempengaruhi ruang pemberitaan serta konten berita. Ia pun menambahkan bahwa *The Nation* dapat memperbaiki pendekatan sensitivitas gender karena terkait dengan pilihan terhadap beberapa berita yang dikerjakan, pun penarikan tenaga kerja. Dengan demikian, ruang pemberitaan menjaga keberimbangan gender yang sehat.

## **TANTANGAN**

*The Nation* telah mengambil langkah mendasar dalam menjamin tingkat sensitivitas gender secara formal maupun informal. Yang mungkin membutuhkan lebih banyak perhatian adalah konten media. Hal demikian sungguh kompleks bagi koran harian dengan dinamika pengumpulan berita yang cukup rutin setiap hari.

Namun, ada banyak upaya untuk menjamin tingkat sensitivitas gender dalam peliputan dan penyiapan berita. Agaknya, hal itu sebagian dipengaruhi oleh fakta bahwa “penjaga gawang” utama di *The Nation* adalah perempuan. Contoh, *The Nation* berupaya memastikan keseimbangan dalam peliputan Hari Ibu dan Hari Ayah agar tidak dituding lebih memihak yang pertama.

Kebanyakan kolumnis *The Nation* adalah laki-laki, tapi perusahaan menjamin bahwa sudut pandang kaum perempuan tidak tersisihkan. Kepekaan terhadap penggunaan bahasa tertentu yang memperkuat stereotip atau bias gender tertentu pun berlaku.

Tapi kebijakan lebih formal tetap dibutuhkan, sebagai pedoman dalam proses pemberitaan. Berikut sejumlah contoh berita yang menarik perhatian dan membuka pemahaman pentingnya panduan tertulis yang jernih:

1. *The Nation* mengeluarkan laporan mengenai prestasi istri mantan seorang perdana menteri. Kisah itu khusus tentang kisah sukses istri perdana menteri, tapi paragraf pembuka berita menggambarkan tokoh tersebut sebagai istri perdana menteri, bukan sebagai pribadi yang memiliki prestasi. Narasumber tersebut merasa sudut panjang itu tidak tepat, karena berhak menyanggah “brand” sendiri. Ia merasa sang redaktur, “sebagai seorang perempuan”, seharusnya lebih tahu rasanya.
2. Koran Sabtu *The Nation* menampilkan gambar di halaman 5 dengan judul, “*Girl Next Door*”, yang tiap pekan menyoroti perempuan muda dengan busana sensasional berpose ala model. Sebenarnya para “penjaga gawang” utama di *The Nation* mungkin berharap menghilangkan kolom semacam itu. Namun, menurut *rating*, kolom itu sangat populer di mata para lelaki dan perempuan. Serta mempengaruhi penjualan koran edisi Sabtu.

Dalam upaya mengurangi dampak kolom tersebut, Sanka Price, redaktur *Koran Sabtu*, menyatakan bahwa media itu juga menampilkan “*Boy Next Door*” dari waktu ke waktu. Ia berupaya meyakinkan bahwa para perempuan yang tampil memiliki latar belakang baik—berkualitas secara akademis,

kuliah di perguruan tinggi, dan/atau menyumbang hal positif bagi masyarakat.

Seorang redaktur berita pun menyatakan bahwa perempuan juga berubah; lebih kuat, tak lagi terlampau peka atau takut dengan darah. Hal ini akibat pada bagaimana sebuah koran mengartikan sensitivitas gender saat harus menjatuhkan putusan mengenai konten.

## **PENGALAMAN PRAKTIS**

*The Nation* menjelajahi pelbagai pendekatan untuk menolong para pegawainya yang mengurus anak. Salah satu tradisi keluarga itu adalah mengajak anak-anak ke kantor setelah pulang sekolah. Tapi lagi-lagi membutuhkan solusi yang lebih efektif. Departemen personalia menimbang kemungkinan untuk memberikan bantuan keuangan bagi para orang tua, agar dapat membayar pengasuh sendiri. Perusahaan menegaskan bahwa besarnya jumlah pegawai perempuan tidak mengganggu tingkat produktivitas.

# RJR Communications Group- Jamaica

---

**R**JR Communications Group mencakup tujuh media yang memiliki nama besar di negara tersebut: *RJR 94FM*, *FAME 95FM*, *HITZ 92FM*, *Television Jamaica (TVJ)*, *Reggae Entertainment Television (RETV)*, *TVJ Sports Network (TVJSN)*, dan *Jamaica News Network (JNN)*. Perusahaan juga mengoperasikan Multi-Media Jamaica Limited yang bergerak di bidang solusi teknologi.

Perusahaan-perusahaan dalam kelompok itu berbentuk PT dan terdaftar di Bursa Efek Jamaica.

RJR menjadi satu-satunya kelompok media dalam studi kasus ini yang tidak menjadi anggota OCM Group. Namun, penting diketahui bahwa perusahaan itu memiliki sejumlah kecil saham, 48, 254, di OCM per 31 Maret 2011 (OCM adalah perusahaan multimedia yang beroperasi di Trinidad dan Tobago, Barbados, Granada, dan St. Lucia.)

Salah satu stasiun televisi tertua Jamaica, *TVJ*, berada dalam RJR Group. Saat ini, stasiun televisi tersebut memiliki pangsa penonton siaran gratis terbesar di Jamaica. Pasalnya, hampir dua per tiga penonton (66 persen) menyaksikan program-program *Berita*, *Hiburan*, dan *Diskusi TVJ*. Sementara itu, stasiun radio andalannya, *RJR 94FM*, telah beroperasi selama 60 tahun.

Pendekatan RJR atas kualitas gender mencerminkan peningkatan usaha di tingkat hukum atau negara untuk bergerak menuju masyarakat yang lebih netral dalam masalah gender. Menariknya, tantangan RJR di wilayah tersebut mencerminkan masalah-masalah tradisional stereotip gender yang masih mengganggu sejumlah aspek kehidupan di Jamaica.

Laporan terbaru OECD Development Centre (Social Institutions and Gender Index) mengindikasikan bahwa Jamaica di tingkat negara dan kebijakan mengupayakan rancangan undang-undang yang akan menjamin bahwa hak-hak dasar semua kelompok masyarakat akan dilindungi. Selain itu, melarang diskriminasi berbasis gender. Mereka telah mempunyai kebijakan Aturan Keluarga (*Family Code*) yang akan menegakkan prinsip-prinsip kesetaraan bagi perempuan. Pemerintah melarang poligami, perempuan serta laki-laki memiliki kewenangan pengasuhan anak yang setara. Mengesahkan Undang-undang 1995 sebagai pengakuan bahwa kekerasan dalam rumah tangga adalah kejahatan.

Sumber wawancara:

- Gary Allen, Direktur Utama, RJR Communications Group

## **SUDUT PANDANG GENDER**

Direktur utama saat ini telah menduduki posisi tersebut kira-kira delapan tahun. Ia melaporkan kemajuan bagus terkait pelbagai masalah sensitivitas dan pengarusutamaan gender. Kebijakan mendasar seperti upah setara, cuti melahirkan, serta aturan mengenai pelecehan seksual terdokumentasi dengan baik dan perusahaan pun menerapkan jam kerja fleksibel.

Para pegawai RJR masuk sebagai anggota Serikat Pekerja Nasional dan semua kebijakan yang relevan bagi mereka dibicarakan serta disepakati dalam proses tawar-menawar kolektif dua kali setahun.

Sekitar kurang dari 50 persen kebijakan terkait gender bersifat formal dan terdokumentasikan. Namun, perusahaan saat ini tengah memperbarui buku panduan kebijakan serta merencanakan transisi sejumlah praktik informal menjadi tertulis.

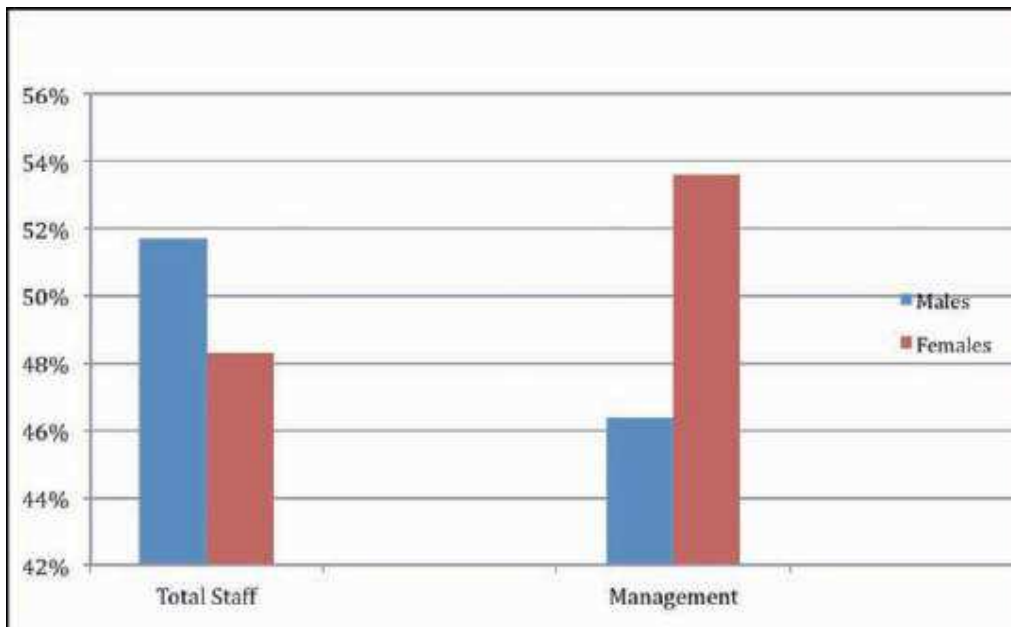
Kelompok itu yakin bahwa para pegawai perempuan menerima

kesempatan setara dalam hal ketenagakerjaan dan jenjang karir di tujuh perusahaannya. Ada kesadaran pula untuk bisa menembus level direksi.

## KEBIJAKAN UTAMA

Per akhir September 2011, total pegawai RJR Group adalah 551 orang – 285 laki-laki, dan 266 perempuan.

### Rasio Pegawai Laki-laki dan Perempuan di RJR



Pada level manajemen senior, 15-28 manajer adalah perempuan; 13 laki-laki; dan sebagian besar manajer perempuan memiliki gelar pascasarjana.

Pada level direksi, biasanya terdapat satu perempuan dari tujuh pria di kelompok tersebut. Kebiasaan itu berubah dengan bergabungnya seorang perempuan lagi di direksi. Di tingkat anak perusahaan, masing-masing direksi berisi enam anggota, yang dua di antaranya perempuan.

Kaum laki-laki biasa menduduki kursi direksi. Namun, ada



satu badan, yakni ROC (Women's Resource and Outreach Centre) sangat menganjurkan adanya penambahan jumlah perempuan pada kursi direksi di Jamaica. RJR telah menerapkan pendekatan itu dengan mencuplik sejumlah manfaat atas keberadaan perempuan di direksi, yang salah satunya mampu fokus pada hal-hal detil.

Menurut perusahaan, perempuan telah menunjukkan lebih banyak inisiatif mendapatkan sertifikasi dan mempunyai memacu diri untuk mendapatkan kenaikan jabatan; tidak terdapat tanda-tanda penurunan produktivitas meski perusahaan mempekerjakan banyak perempuan.

Contohnya, perusahaan menargetkan semua pegawainya dapat melek komputer pada 2013. Sekitar 50,7 persen perempuan telah bersertifikasi, dibandingkan 48,3 persen laki-laki. Disebutkan pula bahwa sementara perusahaan menyiapkan program sertifikasi bagi para pegawai, lebih banyak perempuan daripada laki-laki yang telah lebih dulu bersertifikat.

## **SUDUT PANDANG JURNALIS**

Pada tingkat pegawai, sensitivitas gender dirasakan tidak menjadi fokus RJR. Bukan karena dianggap tidak ada, tapi karena para staf merasa cara perusahaan memperlakukan pegawai laki-laki dan perempuan tidak jauh berbeda.

Celia Morgan, Redaktur Berita Radio, menyatakan bahwa dari sudut pandang dan pengamatannya, kebijakan perusahaan tidak mempunyai perhatian spesifik gender dan pegawai lelaki maupun perempuan mendapat perlakuan yang sama. Ia mengulangi kepuasannya bahwa laki-laki dan perempuan mendapatkan standar yang sama. Dengan demikian, Celia merasa bahwa jika memang diperlukan

perbaikan, penyusunan struktur pengaturan kerja serta jam kerja akan sangat membantu kehidupan berkeluarga – bagi laki-laki maupun perempuan.

Dalam kasus konten berita, Celia mengamati bahwa pendekatan yang seimbang dan objektif terkait konten berita biasanya, terus dilakukan. Sehingga tidak ada fokus yang bias gender dalam pemberitaan setiap hari.

Redaktur Berita TV, Archibald Gordon, memiliki pandangan senada dengan Celia. Ia merasa bahwa gender tidak memainkan peranan pada sebagian besar keputusan di RJR. Pasalnya, menurutnya, laki-laki dan perempuan diperlakukan sama. Sensitivitas justru terarah kepada akomodasi dan fasilitasi keluarga. Ia menyebut situasi ketika anak-anak sakit dan orang tua mereka harus meliburkan diri. Banyak upaya dilakukan untuk mengakomodasi situasi semacam itu.

Sehubungan dengan konten berita, Gordon merasa bahwa kebijakan perusahaan berdasar atas pelaporan yang wajar dan objektif tanpa harus banyak dipengaruhi pendekatan pengarusutamaan gender. Namun, ia sigap menerangkan bahwa ruang pemberitaan memiliki kepekaan terhadap masalah-masalah khusus seperti pemerkosaan atau pelecehan seksual. Mereka bertujuan menjamin bahwa baik korban maupun pelaku mendapatkan perlakuan sama dalam pemberitaan.

Dari sudut pandang Gordon, pelatihan serta paparan lebih besar atas masalah-masalah sensitivitas gender di tempat kerja mungkin dapat dilakukan untuk memperbaiki kondisi RJR. Dengan demikian, akan muncul kesadaran serta pemahaman lebih besar mengenai bagaimana hal tersebut dapat menopang perekrutan dan orientasi pegawai.

## TANTANGAN

Pada level pesonalia, RJR Group menunjukkan kecenderungan kuat sensitivitas gender dan pengarusutamaan gender pada operasional perusahaan serta konten media, meski begitu banyak kebijakan perusahaan yang masih bersifat informal. Sementara itu, mereka telah memiliki solusi untuk masalah semacam pelecehan seksual dan waktu kerja fleksibel, cuti bagi suami yang istrinya melahirkan (*paternity leave*) belum mendapatkan banyak perhatian. Perusahaan justru memilih memberikan pilihan bagi para ayah untuk mengambil cuti berdasar kasus-kasus tertentu.

Di level konten, perusahaan tengah berupaya kian awas dalam menyusun kebijakan sensitif dan pengarusutamaan gender.

Di TVJ, misalnya, lima dari enam manajer adalah perempuan, termasuk di antaranya manajer umum, manajer program, dan manajer produksi. Kondisi ini berujung kepada sensitivitas gender yang signifikan dalam konten, walau sifatnya informal. Selama ini, redaksi kerap dituding menyusul penggambaran negatif atau stereotip atas perempuan. Pun, perusahaan mengatakan bahwa konten lokal mencapai 50-60 persen. Hal demikian memungkinkan kendali konten lebih besar serta kecenderungan pada program-program berorientasi keluarga.

Kontras dengan kondisi redaksi di TV, redaksi radio bergelut dengan pelbagai masalah sensitivitas gender. Sebagian besar radio milik Group menawarkan lebih banyak musik dan hiburan dengan latar budaya yang kuat. Banyak musik Jamaica masih berisi bahasa dan citra stereotip kuat terkait perempuan. Karena itu, sulit memperoleh konten yang sensitif terhadap gender. Kepala radio adalah laki-laki. Namun, pandangannya mengenai pengarusutamaan gender kalah pengaruh dari realitas budaya dan popularitas musik Jamaica dalam konteks khusus ini. Pada level manajemen, ada permintaan atas keseimbangan lebih kuat. Namun, belum ada kebijakan khusus yang

mereka ajukan.

Dalam ranah berita dan produksi non berita seperti talkshow dan dialog (*current affairs*), perusahaan akan segera membuat panduan pemberitaan dan kebijakan editorial. Isinya terkait penggunaan bahasa antidiskriminatif terkait berbagai isu termasuk gender.

## **PENGALAMAN PRAKTIS**

RJR Group belum menemukan kelemahan berarti terkait produktivitas akibat banyaknya jumlah staf perempuan. Namun, tantangan yang dihadapi adalah para pegawai, laki-laki maupun perempuan, harus meninggalkan kantor menjemput anak-anak. Muncul masalah keselamatan, akibat besarnya jumlah anak-anak yang diajak ke kantor. Dalam beberapa kasus, anak-anak itu tidak mendapatkan pengawasan, karena orang tua mereka harus mengerjakan tugas.

Akibatnya, RJR Group telah lama menjelajahi kemungkinan untuk mendirikan program pascapulang sekolah guna menjamin bahwa anak-anak pegawainya terawasi dengan baik di tempat kerja.

Pengalaman praktis lain yang dihadapi RJR adalah ketegangan yang terjadi antara staf laki-laki dan manajer perempuan. Secara umum, manajer perempuan dapat diterima. Namun, ada beberapa insiden ketika pegawai laki-laki mengutarakan para menejer perempuan bersikap merendahkan.

Pun, pengamatan selama ini menunjukkan bahwa para manajer perempuan lebih keras pada perempuan daripada laki-laki di RJR. Kadang, mereka menjadi pengganjal utama bagi karir para pegawai perempuan.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Keempat kelompok media dalam studi kasus memberikan laporan dan sudut pandang sangat serupa mengenai sensitivitas dan pengarusutamaan gender di masing-masing perusahaan. Bahkan, dari tinjauan sekilas atas perusahaan media di Karibia, tergambar detail lanskap media dalam masalah-masalah kesetaraan gender.

Penting untuk dicatat bahwa tiga dari empat perusahaan melaporkan jumlah tenaga kerja berimbang. Dalam kasus *TV6*, kebanyakan pegawai adalah perempuan. Dan, lagi-lagi, pada level manajerial, selain *Starcom Network*, kelompok media di atas melaporkan pada level manajemen mereka memiliki rasio pegawai perempuan dan laki-laki sebesar 50-50 persen. Pada dua dari tiga perusahaan itu, kepemimpinan puncak dipegang para perempuan dengan dukungan dari para manajer perempuan di posisi-posisi penting.

Namun, pada banyak kasus, banyaknya perempuan di level manajerial, kebijakan kesetaraan gender kabarnya tidak mengalami bias. Perempuan yang berada di wilayah manajemen mempunyai fokus yang sama, meningkatkan operasional dan laba yang menguntungkan, sebagaimana rekan laki-lakinya. Pun, perekrutan dan promosi jabatan di perusahaan-perusahaan tersebut selama ini dilaporkan berdasar atas kemampuan dan kapasitas profesional, bukan kebijakan tertentu mengenai kesetaraan gender.

Pada saat bersamaan, ada beberapa contoh jelas mengenai bagaimana gender telah memainkan peranan dalam mempengaruhi pendekatan dan keputusan perusahaan. Pengalaman *RJR* menunjukkan pengaruh terhadap konten televisi karena kuatnya perempuan pada tim redaksi. Sementara itu, kepemimpinan perempuan pada *TV6* dan

OCM memiliki pengaruh pada kebijakan personalia.

Di level staf, tak satu pun perusahaan menyatakan bahwa gender telah memberi efek signifikan pada produktivitas atau profesionalisme. Namun, tren itu pasti akan membawa dampak langsung pada struktur manajemen mendatang. Pasalnya, seperti disebutkan oleh dua perusahaan, para pegawai perempuan lebih agresif dari para kolega laki-laki untuk meningkatkan kualifikasi serta keterampilannya.

Berkaitan dengan kebijakan personalia, semua perusahaan dalam studi kasus membenarkan bahwa beberapa kebijakan sensitif gender yang mendasar telah berlaku. Beberapa elemennya antara lain upah setara, cuti melahirkan, serta manfaat-manfaat lain. Namun, hanya dua perusahaan yang mendokumentasikan kebijakan pelecehan seksual secara formal. Dua perusahaan pun memiliki panduan jelas cuti bagi suami yang istrinya melahirkan.

Secara umum, kebijakan sensitif gender bersifat informal serta berdasar atas praktik korporasi dan terwujud berkat etos manajemen perusahaan.

Dalam hal kebijakan konten, keempat perusahaan tidak terlalu memberikan kejelasan. Dalam banyak kasus, berita memiliki panduan editorial. Namun, dalam kasus televisi dan radio hiburan, jelas bahwa kebijakan sensitif gender sangat bergantung kepada siapa yang menjadi penjaga gawang redaksi. Sementara itu, musik pada kanal-kanal radio di negara tertentu memiliki konten yang sangat dipengaruhi realitas budaya ketimbang, kebijakan gender atau editorial.

Baik *RJR* dan *TheNation* sangat sadar mengenai pentingnya dokumentasi kebijakan konten.

Menariknya, keempat perusahaan menghadapi tantangan serupa dalam menyalahi para pegawai yang membawa anak-anak sepulang sekolah ke kantor. Pada masing-masing

kasus, manajemen perusahaan berupaya membuat kebijakan, memberikan solusi bagi kebutuhan pegawai itu. Beberapa perusahaan mempertimbangkan untuk menyediakan layanan pengasuhan; satu perusahaan mengupayakan bantuan keuangan bagi para pegawai sehingga pengasuhan tidak harus dilakukan di kantor; sementara itu, rencana *TV6* untuk menyediakan layanan pengasuhan/ tempat penitipan anak di kantor kemungkinan menjadi pendekatan paling ambisius.

Tabel berikut memberikan ikhtisar ringkas mengenai masing-masing kelompok media re: praktik kesetaraan gender dan kebijakan

TITIK FOKUS	RJR	TV6	NATION	STARCOM
Rasio Staff	Lebih banyak pria	Lebih banyak perempuan	Lebih banyak pria	50-50
Rasio manajemen	Lebih banyak perempuan	50-50	Lebih banyak perempuan	Lebih banyak pria

TITIK FOKUS	RJR	TV6	NATION	STARCOM
Upah setara	Ya	Ya	Ya	Ya
Cuti melahirkan	Ya	Ya	Ya	Ya
Cuti suami yang istrinya melahirkan	Tidak	Tidak	Ya	Ya
Kebijakan pelecehan seksual	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
Kebijakan konten berita	Tidak formal	Ya	Tidak formal	Tidak formal
Kebijakan konten lain	Tidak formal	Tidak	Tidak	Tidak

## REKOMENDASI

Berdasar atas hasil-hasil di atas, tepat jika disampaikan kelompok media di kawasan itu bergerak menuju kebijakan sensitif gender yang progresif, terutama terkait dengan masalah-masalah personalia. Dengan advokasi terus-menerus, sebagian besar kelompok media dalam delapan tahun ke depan seharusnya dapat menyelesaikan pelbagai masalah seperti cuti melahirkan dan pelecehan seksual.

Kelompok media tentu saja berhadapan dengan beragam tantangan lain yang timbul terutama karena tingginya tenagakerja perempuan, termasuk pengasuhan/pengawasan terhadap anak; keselamatan dan keamanan pekerjaan. Dibutuhkan dukungan dan memberikan pemahaman lebih jauh untuk membantu perusahaan media mengerti isu ini. Contohnya penitipan dan pengasuhan anak di kantor harus dipraktikkan dengan sebaik-baiknya; template untuk kebijakan keamanan terkait giliran kerja malam harus ada, dsb.

Selain itu, dibutuhkan pendokumentasian kebijakan konten dalam hal gender dan serangkaian masalah lain. Kabar yang menggembirakan, sebagian besar perusahaan menyadari pentingnya hal tersebut selama wawancara. Namun, kelompok media membutuhkan pendidikan, advokasi, dan dukungan lebih jauh dalam hal ini. Perusahaan jelas harus menyisihkan waktu dan uang untuk melakukan penelitian dan mencari model yang dibutuhkan. Dukungan apapun dari kelompok advokasi dan organisasi yang relevan kemungkinan bisa dengan mudah didapatkan.

Masalah konten yang paling sulit ditangani terdapat pada radio hiburan. Pasalnya, kebanyakan lirik dalam musik Karibia dapat menyinggung sensitivitas gender. Jika pengekanan terhadap konten musik dilakukan, laba perusahaan dapat terpengaruh. Hasilnya, keengganan dalam menyentuh



wilayah itu kemungkinan juga mempengaruhi kemampuan kelompok media dalam memperkenalkan kebijakan sensitif gender yang kuat pada wilayah konten media lain.

Namun, pendidikan yang kuat dan meyakinkan, terutama pada tim manajerial dari berbagai departemen, yang banyak diisi perempuan, dapat menghasilkan solusi atau pendekatan kreatif menyelesaikan tantangan khusus ini.

Ujung-ujungnya, masalah paling mencolok yang dihadapi semua kelompok media adalah pentingnya mendokumentasikan kebijakan sensitif gender secara formal. Masih banyak kebijakan yang masih bersifat informal.

Kebijakan informal rawan mengalami inkonsistensi, subjektivitas, kepemimpinan reaksioner, dan dianggap tidak adil oleh para pegawai. Kelompok media Karibia harus memikirkan posisi dan sudut pandang korporasi serta melakukan pendokumentasian kebijakan, khususnya dalam kaitan dengan konten media. Masalahnya, media terus memainkan peranan penting dalam masyarakat kecil Karibia. Dan, terbukti, pendekatan media atas sensitivitas gender, pemakaian bahasa, dan mencitrakan kesetaraan gender akan berefek pada kondisi sosial secara umum.

Sebagai penutup, beberapa rekomendasi ini diajukan:

1. Seiring peningkatan tenaga kerja perempuan serta banyaknya perempuan di level dalam manajemen, kelompok media harus mendokumentasikan kebijakan ketenagakerjaan yang melindungi dan memberdayakan perempuan dan laki-laki dalam pekerjaannya. Masalah cuti bagi suami yang istrinya baru melahirkan harus dipertimbangkan masak-masak. Seiring dengan perubahan masyarakat, laki-laki diharuskan untuk lebih banyak terlibat dalam pengurusan dan pengembangan anak.

2. Departemen personalia dituntut melihat ke depan mengenai kemungkinan adanya desakan yang meningkat menyusul kenaikan jumlah pegawai perempuan. Hal demikian memungkinkan perusahaan untuk meneliti model untuk menemukan praktik terbaik terkait kebijakan atau pendekatan yang perlu diimplementasikan.
3. Dalam hubungan dengan konten, kelompok media di kawasan dapat berinvestasi pada konsultan atau melakukan inisiasi lokakarya industri demi menghasilkan setidaknya model panduan untuk kebijakan korporasi dan konten nonberita.
4. Kelompok media harus melewati proses transisi dari sebelumnya memakai panduan editorial umum menjadi kebijakan konten berita progresif yang memecahkan masalah-masalah gender, stereotip, serta keprihatinan dan kesempatan relevan lainnya.
5. Tak satu pun organisasi yang menjadi objek studi kasus di atas secara khusus menyebutkan pentingnya pelatihan dalam area pengarusutamaan atau kesetaraan gender di tempat kerja. Media Karibia dirasakan tidak lagi memandang masalah kesetaraan gender sebagai tantangan besar. Namun, peneliti menyimpulkan bahwa pelatihan yang terkait dengan pengembangan kebijakan akan disambut oleh lembaga media seiring pergulatan mereka dengan solusi dan pendekatan praktis pengarusutamaan gender di dalam organisasi mereka.

Studi kasus tersebut semoga membantu dalam dua hal. Pertama, penelitian merepresentasikan progress terkait kesetaraan gender dalam industri media Karibia lima hingga delapan tahun terakhir. Kedua, studi kasus ini turut mengidentifikasi enam langkah besar yang dibutuhkan untuk

berpindah dari pendokumentasian kebijakan gender informal menjadi pendokumentasian formal, lima hingga delapan tahun ke depan.



## **ANNEX 3**

# **PENGARUSUTAMAAN GENDER DI MEDIA: STUDI KASUS DARI EROPA DAN NEGARA- NEGARA ARAB<sup>1</sup>**

**COPEAM  
(PERMANENT CONFERENCE OF  
THE MEDITERRANEAN AUDIOVISUAL  
OPERATORS)**

---

1 The complete set of cases studies is available at [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld).

## PENGANTAR UMUM

Sektor media-sorotan kedua belas dalam *Beijing Platform of Action*—adalah salah satu wilayah kerja terpenting dan menantang untuk mendorong kesetaraan gender. Secara umum, diskriminasi gender di level legislatif sudah dihapuskan. Namun, perwakilan dan keterwakilan perempuan masih terbatas serta terpengaruh stereotip. Tantangan utamanya adalah bagaimana mengubah pola pikir yang berkembang selama berabad-abad serta melekat pada adat-istiadat, budaya, serta agama.

Kesetaraan gender berarti pemberdayaan, kesempatan, tanggung jawab, partisipasi, dan penggambaran yang setara atas diri laki-laki dan perempuan, dan terwujud pada perlakuan adil serta wajar di semua jenjang. Dalam konteks media, perwujudannya adalah pemberdayaan secara penuh serta pemberian kesempatan, tanggung jawab, partisipasi di semua tingkat dan penggambaran setara dalam nilai-nilai media, khususnya pada media publik.

Media, khususnya stasiun televisi, berpotensi memainkan peran besar dalam dua aspek pemberdayaan perempuan. Pertama, media dapat meningkatkan keterlibatan perempuan dalam melakukan tugasnya, termasuk di tingkat pengambilan kebijakan. Kedua, mereka dapat mengangkat gambaran yang berimbang dan nonstereotip mengenai perempuan; meningkatkan partisipasi serta akses berekspresi serta memperluas pemberitaan para pemimpin perempuan atau pihak-pihak lain yang berposisi sebagai pengambil keputusan.

Penelitian ini bermaksud menghadirkan pemetaan kesetaraan gender serta pemberdayaan perempuan dalam hal kebijakan dan praktik di empat organisasi media publik pada jejaring COPEAM: Cyprus Broadcasting Cooperation (CYBC), Siprus; Jordan Radio Television (JRTV), Yordania; Radiotelevisione Italiana (RAI), Italia dan National Society of

Radio and Television (SNRT), Maroko.

Metodologi:

- Keempat lembaga penyiaran itu telah dipilih berdasar atas kriteria dan pertimbangan berikut:
  - Dua negara dari pesisir Mediterania utara dan dua dari pesisir bagian selatan sebagai gambaran bagi kawasan.
  - Identifikasi pendekatan dan hasil yang berbeda dengan melakukan investigasi atas kebijakan gender serta efektivitasnya – pada organisasi besar, menengah, dan kecil.
- Identifikasi *focal point* yang tepat bagi masing-masing organisasi, yang bertanggung jawab atas koordinasi riset internal.
- Elaborasi terhadap penilaian internal/diri secara terperinci oleh masing-masing organisasi
- Elaborasi terhadap analisis kualitatif berdasar data yang terkumpul.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, wawancara semi-terstruktur telah disusun dan diserahkan kepada para mitra yang terlibat dalam studi kasus ini. Menimbang wilayah aksi COPEAM, kami telah memilih empat negara yang menunjukkan ketertarikan luar biasa pada isu gender dan media, serta mengalami evolusi konkret secara internal.

Tiap negara memiliki sejarah masing-masing yang kemudian mempengaruhi pendekatan mereka terhadap masalah kesetaraan gender. Dalam paparan berikut, situasi tiap negara digambarkan secara singkat, khususnya menyangkut masalah perempuan di media serta kesetaraan gender secara umum.

## ITALIA

Dibandingkan dengan banyak negara Eropa, Italia menunjukkan kurangnya perhatian kesempatan setara bagi perempuan di pelbagai sektor, dari ekonomi hingga sosial-budaya. Menurut data ketenagakerjaan terbaru dari Eurostat,<sup>1</sup> Italia menduduki peringkat terakhir dalam daftar 27 negara Eropa dengan tingkat pekerjaan perempuan 46,4 persen, sementara Eropa mencatatkan tingkat pekerjaan 64,6 persen. Di lain pihak, tingkat pengangguran laki-laki mencapai 9,3 persen.

Minimnya representasi perempuan di media, khususnya media mainstream, menjadi catatan dalam sejumlah kajian penelitian empiris<sup>2</sup>, mencerminkan masyarakat yang belum sanggup menggandeng perempuan sepenuhnya. Hal ini terutama terlihat dalam keterlibatan perempuan dalam kehidupan publik, yang sangat jelas tergambar di media. Realitas ini dapat menebalkan budaya masyarakat yang tidak mendorong adanya pendekatan serta pemahaman berimbang akan perspektif gender.

Gambaran kolektif yang ditemukan pada media Italia menunjukkan bahwa perempuan tereduksi menjadi: objek seksual (dalam hubungannya dengan 'budaya macho' di negeri tersebut) serta sebagai ibu dan pengurus rumah. Italia telah mengadopsi ketentuan Eropa yang menyerukan representasi perempuan yang lebih berimbang dan mengurangi penggambaran seksis perempuan di semua media, yang diumumkan di '*Testo Unico della Radiotelevisione*'<sup>3</sup>

---

1 Eurostat Newsrealise 117/2010-4 Agustus 2010; Sumber <http://ec.europa.eu/eurostat>.

2 See 'Osservatori di Pavia-Fondazione Rosselli', Female Representations, and images of women. Monitoring RAI palimpsests, 2008 (Sumber: <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000106>).

3 See at [http://www.arpa.emr.it/cms3/documenti/cem/normativa/dl177\\_05.pdf](http://www.arpa.emr.it/cms3/documenti/cem/normativa/dl177_05.pdf). Accessed on 17 Juli 2012.



pada 2005.

Ada berbagai upaya memberikan perhatian pada isu representasi perempuan. Namun, pandangan itu belum dapat sepenuhnya diterima, meskipun jumlah profesional perempuan yang bekerja di sektor media terus tumbuh. Analisis yang dilakukan oleh Global Media Monitoring Project (GMMP) menemukan bahwa peningkatan jumlah jurnalis perempuan, khususnya pembawa berita TV di Italia, belum dapat membawa perubahan pada ruang pemberitaan atau konten berita yang lebih sensitif gender<sup>4</sup>, sesuai harapan.

## **MAROKO**

Dampak televisi terhadap imajinasi kolektif warga serta pembentukan opini publik tidak terbantahkan. Kekutan itu tampak dengan kehadiran TV di hampir tiap rumah. Tidak seperti media cetak, televisi dapat menjangkau siapa saja, termasuk kalangan buta aksara, yang sayangnya sangat lazim di Maroko.

Pada dekade lalu, topik mengenai 'Perempuan Arab dan Media' menjadi bahasan di banyak penelitian dan seminar di banyak negara Arab. Organisasi internasional, otoritas publik, dunia akademis dan organisasi perempuan telah mengangkat masalah representasi serta citra perempuan di media di berbagai tingkatan.

Kenaikan jumlah perempuan yang bekerja di media, di kawasan ini cukup besar. Namun, peningkatan jumlah itu tidak tampak pada posisi-posisi penting di perusahaan media atau membawa pengaruh signifikan pada konten media. Contoh,

---

4 <http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/national/Italy.pdf>.

pembawa berita perempuan lebih banyak dari laki-laki. Namun, jumlah reporter lapangan perempuan cenderung lebih sedikit dari laki-laki. Hanya 33 persen pewarta di Timur Tengah adalah perempuan<sup>5</sup>.

Di Maroko, penerapan Piagam Nasional untuk memperbaiki citra perempuan di media pada 2005, diikuti dengan Deklarasi Rabat mengenai kesetaraan antara jurnalis laki-laki dan perempuan di Maghribi, menunjukkan langkah-langkah positif yang telah dilakukan. Penting untuk menekankan bahwa Maroko adalah satu-satunya negara di Maghribi dan dunia Arab yang memiliki piagam seperti itu – yakni memecah stereotip dan citra perempuan yang reduktif di media. Baru-baru ini, Kementerian Komunikasi Maroko meluncurkan Lembaga Penelitian Nasional untuk memperbaiki citra perempuan di media berdasarkan Piagam tersebut.<sup>6</sup>

## **SIPRUS**

Menyusul minimnya data kuantitatif dan kualitatif tentang media di Siprus, hasil GMMP 2010 adalah hasil riset yang menyajikan pelbagai elemen penting dan relevan untuk menilai kondisi perspektif kesetaraan gender di negeri tersebut, serta mendukung aktivitas advokasi terkait isu ini.

Media monitoring sangat penting, terutama dalam konteks Siprus, menyusul perpecahan serius yang terjadi akibat konflik antara komunitas warga keturunan Yunani dan warga keturunan Turki. Perpisahan itu merembes ke dalam seluruh kehidupan sosial dan politik di negeri itu. Problem Siprus terus mendominasi

---

5 [http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/Middle\\_%20East.pdf](http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/Middle_%20East.pdf).

6 <http://www.mincom.gov.ma/MinCom/Fr/Actualites/Observatoire+image+femme.htm>, Diakses pada 7 Agustus 2012.

berita, mengaburkan masalah-masalah lain, termasuk ketimpangan gender. Hal yang kerap diabaikan adalah bagaimana situasi sosial-politik Siprus dipengaruhi oleh konflik gender dengan cara-cara tertentu. Namun, suara dan perspektif mereka terkait masalah Siprus dibungkam dalam forum diskusi.

Media pemberitaan masih menjadi sumber utama informasi, gagasan, dan yang paling berpengaruh bagi banyak orang di seluruh dunia. Media menjadi salah satu elemen penting yang menghubungkan individu dengan masyarakat, dalam dimensi publik dan privat, serta menentukan kesadaran diri dan kesadaran kritis. Terlebih pada bangsa atau masyarakat yang tidak sepenuhnya memberi tempat layak bagi aspirasi warga. Yang penting dicermati adalah siapa dan apa yang muncul di berita, serta bagaimana media menggambarkan kelompok tertentu dan peristiwa. Sama penting untuk diteliti adalah siapa yang dikesampingkan dan apa yang tidak diliput. Artinya, minimnya perwakilan perempuan di media sangat berkontribusi, bahkan meski tidak langsung, bagi ketimpangan gender dan diskriminasi terhadap perempuan.

Di Siprus, menurut hasil GMMP, perwakilan perempuan di media sangat sedikit. Meski perempuan menjadi subjek berita, pewarta dan presenter, persentasenya hanya mencapai 15 persen, dibandingkan laki-laki yang mencapai 85 persen. Kesenjangan gender yang begitu lebar itu menunjukkan bahwa di Siprus, perempuan nyaris tidak terlihat di media.<sup>7</sup>

## **YORDANIA**

Yordania berhasil menorehkan pencapaian besar kesetaraan gender pada dekade terakhir di tingkat legislatif, ekonomi, politik, dan

---

<sup>7</sup> [http://www.medinstgenderstudies.org/wp-content/uploads/GMMP-2010\\_National-Report\\_CY\\_Final.pdf](http://www.medinstgenderstudies.org/wp-content/uploads/GMMP-2010_National-Report_CY_Final.pdf)

sosial. Kesemua bidang itu berkontribusi terhadap perkembangan status perempuan pada pelbagai aktivitas penting seperti pendidikan, kesehatan, pekerjaan, politik, dan lapangan lainnya. Tingkat buta aksar di kalangan perempuan telah merosot, demikian statistik 2004, menjadi 15,1 persen..<sup>8</sup>

Pengakuan resmi pentingnya upaya-upaya yang sistematis, teorganisasi, dan berkelanjutan akan masalah-masalah perempuan menjadi salah satu pencapaian Yordania yang paling menonjol. Hal tersebut tercermin dalam pemberlakuan National Strategi for Jordanian Women (NSJW) oleh pemerintah pada 1993. Komisi Nasional untuk Perempuan, melakukan pemetaan secara periodik untuk mengevaluasi efektivitas dan relevansi strategi secara terus-menerus.

NSJW 2006-2010<sup>9</sup> mencakup beragam ranah seperti legislatif, pemberdayaan ekonomi, partisipasi perempuan dalam kehidupan publik, keselamatan manusia, perlindungan sosial (termasuk pendidikan, kesehatan, kemiskinan, keluarga dengan perempuan sebagai kepala rumah tangga, kekerasan, jompo, orang berkebutuhan khusus, ketahanan pangan, lingkungan, tempat bernaung dan perumahan), serta media dan komunikasi massa.

NSJW 2006-2010 menyatakan bahwa 'tren negatif di media terus berlangsung dan kadang mengabaikan pencapaian perempuan. [Perempuan] tidak diundang sebagai pakar dalam pelbagai program terkait masalah politik, ekonomi, hukum, dsb. Mereka terus menunjukkan citra stereotip perempuan yang berdasar atas pembagian kerja tradisional di antara dua

---

8 AW.reCpEoDrt2005

9 <http://sgdatabase.unwomen.org/uploads/National%20Strategy%20Jordanian%20Women.pdf>, Accessed on 23 July 2012.

jenis kelamin, serta memamerkan citra takpatut perempuan dalam sejumlah iklan dan program hiburan. Tren tersebut bertentangan dengan pemanfaatan media dan perangkat komunikasi massa yang ideal guna mengangkat isu-isu tentang perempuan. Tren kian diperparah dengan kecilnya jumlah perempuan yang duduk dalam posisi pengambil kebijakan dan keputusan meskipun terjadi peningkatan jumlah pekerja perempuan di media' (hlm. 73).

# Radiotelevisione Italiana (RAI)

---

## LATAR BELAKANG

Operasional siaran televisi rutin dimulai di Italia pada 3 Januari 1954 dengan kemunculan RAI. Pada akhir 1954, televisi menghiasi 58 persen rumah tangga Italia, dan pada 1961, jumlahnya mencapai 97 persen dari jumlah penduduk Italia. Siaran radio, di sisi lain, telah populer sejak awal dasawarsa 1920-an dengan keberadaan tiga stasiun: *Primo*, *Secondo*, dan *Terzo* (atau jaringan 1,2 dan 3). Tingkat berlangganan tumbuh stabil pada 10 tahun pertama, dari mulai hanya 24.000 pada 1954 menjadi lebih dari 6 juta pada 1965.

Peranan televisi sebagai layanan publik dimaksudkan tidak hanya semata menjadi sumber hiburan, tapi juga sarana pendidikan dan informasi. Bahkan, media juga untuk memerangi buta huruf yang meluas dan menciptakan bahasa nasional. Pada awalnya, semua program hanya berjalan selama empat jam. Pada 1957, terjadi perubahan besar dengan masuknya iklan. Peningkatan konten hiburan cukup pesat. Namun, RAI mengklaim berita dan informasi masih bertengger di atas dengan persentase konten lebih dari 70 persen, pemirsa TV menyaksikan berita. Mendekati akhir dekade, sistem siaran kian beragam sehingga televisi tidak lagi terbatas pada siaran langsung.

Pada 1980, layanan teletext, subtitling bagi pemirsa yang pendengarannya terganggu, serta penerapan sistem rating Auditel pertama kali diterapkan. Pada Februari 1996, RAI secara resmi merambah internet dengan meluncurkan situs [www.rai.it](http://www.rai.it), dan pada akhir 1997 perusahaan meluncurkan tiga saluran digital terrestrial pertama yang berbasis tema, yang telah diuji coba pada akhir dekade 1990-an.

Pada akhir 2003, Dewan Direksi RAI menyetujui pembentukan

asosiasi untuk perkembangan siaran televisi digital terrestrial. Pada Januari 2004, RAI meluncurkan layanan pertamanya pada platform baru dan memulai era baru dalam perkembangan pasar televisi Italia.

Misi layanan siaran publik berdiri berdasarkan Undang-undang Dasar Italia, Instruksi Uni Eropa dalam 'Television Without Frontiers' pada 1989, dan amandemen yang kemudian menyusul, protokol kesembilan sistem siaran publik sebagai bagian dari Pakta Amsterdam 1993, dan Communication of the European Communities 2009/C 257/01 yang terdapat dalam Official Gazette bertanggal 27 Oktober 2009.

## **KEBIJAKAN SERTA STRATEGI UTAMA DALAM KESETARAAN GENDER DAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN**

### **KEBIJAKAN INTERNAL: KOMISI KESEMPATAN SETARA**

Perlakuan terhadap perempuan yang bekerja di RAI diatur oleh Kesepakatan Tenaga Kerja Kolektif Italia (ICLA) bagi para eksekutif pegawai, dan pekerja yang ditandatangani oleh RAI dan serikat pekerja pada 1998, melaksanakan rekomendasi Masyarakat Ekonomi Eropa pada 13 Desember 1984 mengenai promosi aksi positif bagi perempuan.<sup>10</sup> The ICLA memungkinkan terciptanya Komisi Kesempatan Setara (EOC) yang tujuannya adalah mengangkat gambaran realistis mengenai peran perempuan dalam masyarakat Italia.

Komisi tersebut bertanggung jawab untuk:

- Menyiapkan kondisi yang tepat bagi pengembangan tingkat partisipasi tenaga kerja perempuan di semua divisi

---

<sup>10</sup> Please see <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31984H0635:EN:HTML>. Accessed on 23 July 2012.

perusahaan, pun melalui proses pelatihan khusus;

- Mengambil langkah-langkah positif yang bertujuan mengidentifikasi dan menyingkirkan segala hambatan yang membatasi kesempatan setara serta meningkatkan kerja perempuan;
- Memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap posisi kerja yang lebih luas, pun lewat pekerjaan paruh waktu.

Perundangan-undangan Italia mengenai perlindungan dan dukungan atas cuti melahirkan serta cuti bagi suami yang menemani istri melahirkan (No.53/2000) sangat lengkap.<sup>11</sup> RAI menjawab dan menerapkan segala persyaratan itu melalui Kesepakatan Tenaga Kerja Kolektif.

RAI telah memberikan pilihan untuk bekerja paruh-waktu sejak 1980. Persentase perempuan yang mengambil manfaat dari opsi tersebut meningkat hingga 70-80 persen. Dalam beberapa tahun terakhir, persentase perempuan meningkat secara signifikan.

Dalam urusan pengasuhan, di luar legislasi Italia, RAI memberikan kesempatan bagi para pegawai—laki-laki maupun perempuan—untuk mengambil cuti tanpa tanggungan saat anak berusia 3-6 tahun sakit. Di akhir cuti melahirkan, tunjangan sebesar 90 persen dari gaji bulanan juga diberikan bagi mereka yang memintanya demi kepentingan cuti bulan berikutnya.<sup>12</sup>

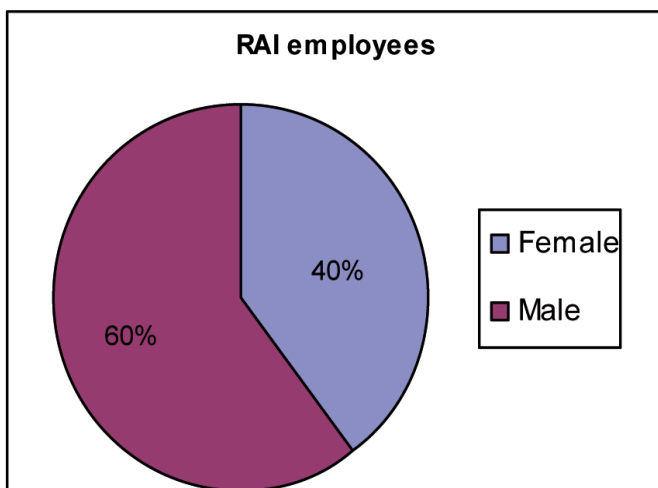
Pada Januari 2008, Komisi Kesempatan Setara dan Asosiasi Eksekutif RAI meminta direktorat jenderal memberikan ruang bagi keberimbangan gender pada posisi-posisi puncak di masa mendatang. Permintaan ini berujung representasi perempuan di tingkat senior yang lebih setara beberapa tahun belakangan.

---

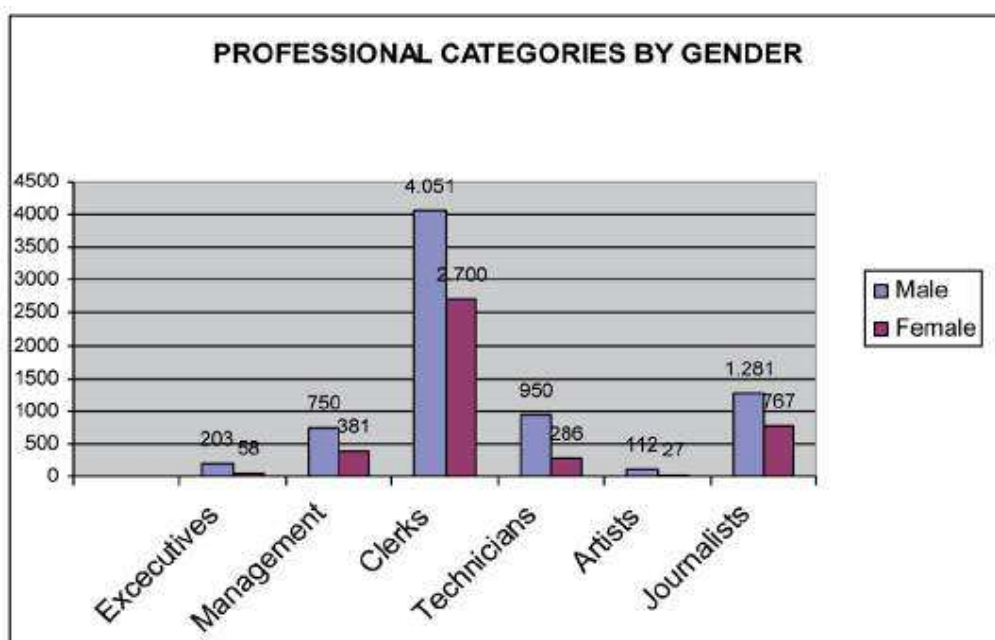
11 <http://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/01151dl.htm>

12 Lihat annex A mengenai legislasi untuk kerja paruh-waktu





Total Pegawai : 12,165  
 Perempuan : 4,818  
 Laki-laki : 7,347



Kerangka Acuan Kerja bagi Layanan Penyiaran Publik, ditandatangani oleh RAI dan Kementerian Komunikasi serta berlaku untuk masa tiga tahun, adalah persyaratan untuk memenuhi tugas layanan publik dalam wilayah Republik Italia. Kesepakatan 2010-2012 itu mencakup sejumlah indikasi penting dan memberikan panduan baru mengenai representasi perempuan pada media layanan publik.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> [www.segretariatosociale.rai.it/regolamenti/contratto2010\\_2012.html](http://www.segretariatosociale.rai.it/regolamenti/contratto2010_2012.html)

Lebih jauh, RAI sepakat untuk menghasilkan –seraya menghargai martabat– konten program televisi atas dasar kepantasan, selera yang bagus, nonvulgar, serta menjamin representasi perempuan yang lebih modern di masyarakat, pun memperbesar peranan mereka. Sebagaimana dinyatakan oleh salah satu wakil RAI, hal utama yang patut dipertimbangkan dalam konteks ini adalah perlunya ‘penggambaran yang wajar akan citra perempuan, dan, lebih umum lagi, dunia perempuan di televisi.’

Kerangka acuan kerja yang baru memperkirakan eksplorasi representasi peranan perempuan yang riil dan nonstereotip. Cakupannya beragam, seperti teringkas di bawah ini:

- Menggalakkan seminar internal dengan tujuan mencegah representasi negatif citra perempuan dengan memakai sumber internal dan eksternal, sesuai bidang profesinya.<sup>14</sup>
- Dalam urusan program dan *feature* TV, mengawasi komitmen “dunia penyiaran yang sanggup mengomunikasikan representasi peranan perempuan secara utuh dan realistis kepada publik dalam kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Serta di pelbagai lembaga, dan keluarga. Dengan mengutamakan kesempatan, keterlibatan dan keberhasilan perempuan dari berbagai sektor, sesuai dengan prinsip-prinsip dalam undang-undang dasar’.<sup>15</sup>
- Fokus khusus menyangkut program acara untuk anak di bawah umur demi menghindari persepsi salah atas perempuan, atau kekerasan terhadap perempuan.<sup>16</sup>
- Terkait radio, membuat pelbagai liputan *feature* yang

---

14 2n9o..2aprat.ragraph3,letterb

15 art. no. 9 paragraph2/b

16 art. no.12

didedikasikan untuk kesetaraan gender serta peranan perempuan dalam masyarakat.<sup>17</sup>

- Memberikan perhatian khusus pada kualitas berita, yang menjamin penghormatan terhadap berbagai kriteria mengenai pluralisme, kelengkapan, objektivitas, keberimbangan, independensi, dan perlindungan terhadap kesetaraan gender.<sup>18</sup>
- Tidak kalah penting, pasal dalam kesepakatan yang menyangkut pemrograman untuk warga asing. RAI ikut serta dalam menawarkan program-program yang menghargai citra perempuan dengan mempertimbangkan martabat kultural dan profesional mewakili peranan perempuan di dalam masyarakat dengan realistis.<sup>19</sup>

Selain memberikan perhatian pada masalah kesetaraan gender dalam urusan konten dan ketenagakerjaan, RAI turut terlibat dalam mencegah kekerasan terhadap perempuan, dengan melakukan kolaborasi bersama bagian produksi dan menyebarkan dalam berbagai platform penyiaran berbeda.<sup>20</sup>

Pada saat bersamaan, RAI melakukan aksi monitoring dan memberikan rancangan laporan tahunan guna memeriksa kesesuaian dengan panduan. Laporan itu harus diteruskan kepada Kementerian Komunikasi, *Authority for Communication Guarantees* dan Komisi DPR atas Pengawasan. Pemantauan itu akan menjadi pertimbangan kementerian untuk memverifikasi perlunya amandemen kesepakatan di masa mendatang dengan mitra-mitra lainnya.<sup>21</sup>

---

17 art. no.10

18 art. no. 4, paragraph1

19 3n4o..14a/r1t.

20 art. no.13/6

21 art. no. 2, paragraph7

## PENGALAMAN PRAKTIS DAN PERSPEKTIF GENDER

Selain membuat kebijakan dan panduan, National Service Agreement merealisasikan langkah inisiatif yang konkret beberapa tahun belakangan. Mereka juga melakukan analisis mendalam perkembangan dan efisiensi tindakan yang telah diambil.

RAI menggelar dua penelitian mengenai monitoring dan analisis mengenai representasi perempuan pada program-program televisi: pertama pada 1998, dan riset lain pada 2008 demi *European Year of Equal Opportunities for All*.

Pertama, *Representasi Perempuan dalam Program Informasi TV RAI*<sup>22</sup>, adalah proyek penelitian yang bertujuan memberikan penekanan pada nilai perbedaan gender. Disusun berdasarkan sejumlah metodologi seperti:

Wawancara dengan perempuan yang bertanggung jawab terhadap proyek-proyek kesetaraan dan/atau kebijakan-kebijakan terkait organisasi dan produksi di Inggris, Swedia, dan Belanda; empat kelompok berisi pegawai laki-laki dan perempuan RAI yang memiliki keterampilan berbeda serta berasal dari berbagai departemen 'berita' internal; realisasi enam wawancara dengan para profesional perempuan yang menduduki sejumlah posisi yang relevan di RAI (pembawa berita perempuan, jurnalis, dan kepala departemen); dan studi proses pelatihan eksperimental bagi para pegawai RAI dan para profesional dari luar mengenai pelbagai topik urusan kesetaraan gender.

Pada dasarnya, penelitian mencakup survei konten dengan mempertimbangkan analisis kuantitatif dan kualitatif

---

22 Female Representations, and images of women. Monitoring RAI palimpsests", Marketing Direction-Francesca De Rosa and Loredana Cornero, Osservatorio di Pavia, Fondazione Rosselli, 1998. <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000106>. Diakses pada 24 Juli 2012.

terkait peran yang disandang perempuan dan laki-laki pada program-program televisi RAI.

## HASIL

Data kuantitatif menunjukkan peranan profesional perempuan di dunia jurnalistik meningkat. Namun, pada saat bersamaan, ada kegagalan membawa pengaruhnya untuk mengubah apa dan bagaimana isu kesetaraan gender dalam pemberitaan.

Survei sosio-kualitatif menunjukkan bahwa laki-laki memiliki kewenangan lebih besar; pakar laki-laki berposisi lebih dari pakar perempuan, yang acap kali tunduk pada kaidah laki-laki. Bahkan, arahan program televisi sering berkontribusi dalam membangun citra perempuan. Caranya? Membingkai perempuan dengan memberikan penekanan pada penampilan tubuh. Jurnalis/presenter perempuan pun sering mengikuti logika dan metode produksi informasi –sering dilakukan secara sadar –dengan mengadopsi pola pikir laki-laki dalam memproduksi informasi.

Berikutadalah ringkasan penelitian pada 2008, *Female Representations and Images of Women*.<sup>23</sup>

Dalam *Program-program informasi*, tercatat besarnya jumlah perempuan sebagai *host* atau *announcer* serta kehadiran jurnalis perempuan yang cukup memadai, yakni 38,5 persen. Salah satu temuan positif dalam riset itu adalah perbedaan di masa lalu bahwa jurnalis perempuan terkait dengan *soft news* dan jurnalis laki-laki pada *hard news*, tidak lagi berlaku. Dengan berita olahraga sebagai pengecualian, wartawan perempuan secara luas terwakili

---

23 *Female Representations, and images of women. Monitoring RAI palimpsests*, Marketing Direction-Francesca De Rosa and Loredana Cornero, Osservatorio di Pavia, Fondazione Rosselli, 2008. <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000106>. Diakses pada 24 Juli 2012.

dalam semua jenis liputan.

Riset tersebut menyoroti paradoks dalam hal kehadiran perempuan pada ranah berita. Di satu sisi, hal tersebut positif. Namun, di sisi lain, perempuan mendapatkan mudarat berdasar atas dua alasan: prioritas berita, dengan bobot dan pandangan masalah-masalah yang menjadi dominasi pria (contohnya, politik dan ekonomi), serta kriteria dalam memilih pewawancara, umumnya pandangan terarah pada kelas berkuasa, tempat perempuan tidak terwakili dengan baik. Dapat dikatakan bahwa perempuan, sadar atau tidak, memperteguh status quo.

Dalam program-program hiburan, riset menunjukkan representasi gender setara di antara para *host*; besarnya kehadiran perempuan di antara jurnalis dan profesional yang terlibat dalam produksi program-program TV; representasi gender setara di antara orang-orang yang disebutkan atau para tamu dalam acara televisi; perempuan dan laki-laki sama-sama terwakili pada semua peran di televisi. Realitas yang bertentangan: kehadiran stereotip gender terus berlanjut dan membayangi hal-hal positif yang baru saja disebutkan.

Program-program acara fiksi menunjukkan perhatian besar kepada perempuan dan dunianya walaupun tergambarkan secara simbolis: sekitar 77,6 persen episode yang dianalisis memiliki fokus karakter perempuan.

Menyoroti keterwakilan umum karakter, perbandingan antara laki-laki dan perempuan memperlihatkan penggambaran lingkungan kerja modern yang dirasakan oleh laki-laki dan perempuan, serta di lingkungan keluarga, perempuan digambarkan lebih banyak mengambil peran.

Kondisi ekonomi para karakter perempuan biasa sedang-sedang saja, dan pria menengah-ke-atas. Level budaya menempatkan perempuan pada posisi menengah-ke-atas, dan

pria menengah-ke-bawah. Dalam banyak kasus, perempuan memandang pekerjaannya sebagai sarana mencapai target pribadi. Gambaran karakter umum yang berjuang dengan tugas pengasuhan, secara keseluruhan, cukup taklazim. Namun, jika muncul yang semacam itu, situasinya terkait dengan kondisi sekarang: perempuan dan laki-laki ditampilkan sama-sama mengurus anak, orang tua, anggota keluarga yang cacat, atau orang sakit. Pekerjaan rumah tangga digambarkan lebih tradisional dengan perempuan umumnya digambarkan sebagai pelaku. Akhirnya, banyak karakter perempuan digambarkan sebagai sosok baik-baik tapi rapuh. Sementara itu, pria dilukiskan sebagai sosok jahat tapi tangguh.

## **RENCANA MENDATANG**

Kerangka Acuan Kerja untuk Layanan Penyiaran Publik, monitoring terhadap representasi perempuan dalam program televisi, dengan memanfaatkan metodologi yang sama dalam menganalisis program-program ini akan diterapkan tiga kali setahun di RAI.

# National Society of Radio and Television(SNRT)

---

## LATAR BELAKANG

Pelopop SNRT, Morocco Radio mulai mengudara pada 15 April 1928. Pada masa masih menjadi negara protektorat. Maroko adalah perintis dalam bidang audiovisual. Pada dasawarsa 1950-an, negara itu terlibat uji coba pertama yang dilakukan oleh perusahaan Perancis, Telma yang melihat potensi khalayak pada masyarakat Eropa di Maroko. Pada 1951, izin operasional dan distribusi diserahkan ke Telma, yang mulai melakukan siaran pada 1954. Kelahiran televisi milik publik di Maroko harus menunggu kemerdekaan, yakni pada 3 Maret 1962 -tayangan hitam-putih.

Pada Oktober 1966, *Radiodiffusion Télévision Marocaine (RTM)* menjadi lembaga publik dengan status hukum dan otonomi finansial, tapi kembali di bawah penguasaan langsung pemerintah Maroko pada Januari 1968. SNRT lantas ditempatkan di Pusat Administrasi Kemeterian Informasi pada 1978.

Pada April 2005, dengan konteks liberalisasi dan meningkatnya persaingan dalam lanskap audiovisual di dalam negeri, Perusahaan Radio dan Televisi Nasional (*Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision*) menggantikan RMT, yang masih menjadi lembaga pemerintah. Sebanyak 2.300 pegawai RTM lantas berganti status. Kelompok itu tidak lagi menjadi lembaga pemerintah, tapi perusahaan negara independen.

Beberapa proyek modernisasi dalam hal struktur organisasi dan penciptaan saluran tematik telah dimulai. Portal Internet diluncurkan. TNT dan TV Mobile bermunculan.



SNRT, seiring Undang-undang No. 77-03 terkait Komunikasi Audiovisual, adalah perseroan terbatas yang seluruh modalnya milik negara dan dipimpin oleh Faisal Laraichi (CEO) sejak 2006.

SNRT didanai negara, penerimaan iklan, dan pajak promosi atas lanskap audiovisual nasional (TPPAN). Melalui program-program yang diproduksi, saluran layanan publik Maroko bertujuan mempromosikan dan menjaga warisan audiovisual nasional.

Aktivitas SNRT dibatasi serangkaian spesifikasi yang menetapkan roadmap serta target yang harus dipenuhi berbagai saluran. Lanskap audiovisual Maroko telah memiliki pihak berwenang, yakni High Authority of the Audiovisual Communication (HACA). Misi utamanya adalah menjamin kemajemukan ungkapan pikiran dan opini serta menjamin visibilitas serta akses setara ke dalam media penyiaran bagi semua partai politik, serikat pekerja, dan beragam organisasi profesional di luar masa pemilihan umum. Teks HACA muncul dari kurangnya yurisdiksi dalam perkara tersebut.

Secara historis, SNRT telah menjadi pionir dalam bidang kesetaraan gender. Bahkan, pegawai pertama radio itu selagi Maroko masih menjadi protektorat adalah perempuan. Pada 1962, dengan kemunculan televisi, tren itu berkembang seiring dengan iklim umum di Maroko pada dasawarsa 1950-an. Periode ketika mendiang HM Mohammed V, dalam kunjungannya ke Tangier, menunjuk putrinya yang masih berusia 17 tahun, Putri Lalla Aicha, untuk berpidato di hadapan para siswa Islam. Pada saat itu, aksi tersebut dianggap simbolis. Peralnya, pidato Lalla membuka ruang bagi para perempuan Maroko untuk memasuki bidang-bidang lain di luar pendidikan anak dan pekerjaan rumah tangga.

Berikut beberapa pendukung yang menandai sejarah penyiaran Maroko pada dasawarsa 1950-an dan 1960-an dalam bidang jurnalisme dan kesenian:

- *Journalisme*: Maria Ammar, Latifa Cadi, Badia Rayane, and Latifa ElFasssi.
- *Kesenian*: Habiba Madkouri, Amina Rachid, Fatima Benziane, and SafiaZiyani.

Maroko adalah satu dari 181 negara yang meratifikasi Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan, yang menjadi dasar bagi 120 negara untuk menyusun rencana aksi nasional bagi kesetaraan gender.

Selama satu dasawarsa, Kerajaan Maroko telah mengembangkan reformasi penting atas penguatan masyarakat yang modern dan demokratis.

Beberapa proyek pembangunan disebar. Perubahan itu membuat masalah hak-hak asasi manusia, khususnya hak-hak perempuan, tersorot. Percepatan reformasi, khususnya liberalisasi penyiaran, membawa pemikiran baru mengenai posisi perempuan di media dan perjalanannya menuju proses pengambilan keputusan dalam konteks keadilan dan kesetaraan.

Dari sudut pandang legislatif, Maroko telah mengambil sejumlah langkah penting terkait kesetaraan gender. Undang-undang Dasar Maroko yang baru, berlaku pada 2011, menyatakan dalam pasal 19: "Laki-laki dan perempuan harus menikmati hak-hak dan kebebasan sipil, politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan dengan sejajar seperti termaktub dalam bab ini serta ketentuan lain yang terdapat dalam UUD, serta yang ditetapkan dalam konvensi dan perjanjian internasional yang diratifikasi pihak kerajaan sejalan dengan ketentuan UUD dan dengan nilai-nilai takberubah serta undang-undang kerajaan. Negara Maroko berkomitmen terhadap keadilan antara laki-laki dan perempuan. Untuk mencapai tujuan ini, negara menciptakan otoritas untuk kesetaraan dan perlawanan atas segala bentuk diskriminasi.'

Reformasi itu, bersama dengan Undang-undang Dasar Maroko,

memberikan akses lebih baik bagi perempuan untuk berpartisipasi secara politis, ekonomis, dan sosial dalam kehidupan bernegara yang aktif.<sup>24</sup>

### Kebijakan dan strategi utama dalam kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan

Sebagai media layanan publik, SNRT menerapkan strategi kesetaraan gender yang berpatokan pada strategi nasional. Setelah melewati proses konsultasi, menghadirkan dua tujuan utama:

- Perempuan dan laki-laki mempunyai pengaruh yang sama untuk mengembangkan program politik dan program lain secara setara dan adil.
- Perempuan dan laki-laki, termasuk kelompok muda, dapat merasakan manfaat dari program dan kebijakan ekonomi dan pembangunan sosial, dengan setara dan adil.

Strategi itu berdasar atas lima poin strategis. Salah satunya khusus menyangkut perilaku sosial dan individu dengan mempertimbangkan stereotip tentang laki-laki dan perempuan serta isu kesetaraan gender di media.

Sejak menjadi perusahaan terbatas, SNRT memutuskan mengalirkan darah baru ke dalam perusahaan serta lebih memilih perempuan untuk menjadi pegawai radio dan televisi—selaras dengan kebijakan kesempatan setara—tanpa pembedaan atau diskriminasi.

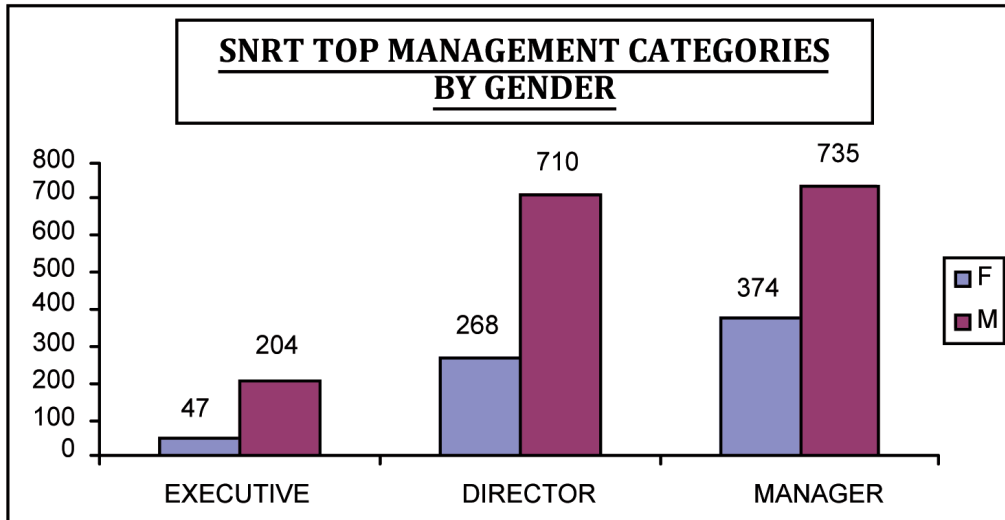
Pendekatan strategis SNRT terinspirasi dari strategi nasional mengenai kesetaraan gender yang, dengan menerapkan, menjamin akses terhadap perempuan ke pelbagai posisi di radio dan televisi: kategori profesional (jurnalisme, editing, filmmaking, produksi, komersial, pemasaran, administrasi, teknis, dsb; manajemen puncak

---

<sup>24</sup> Lihat annex B mengenai reformasi besar-besaran

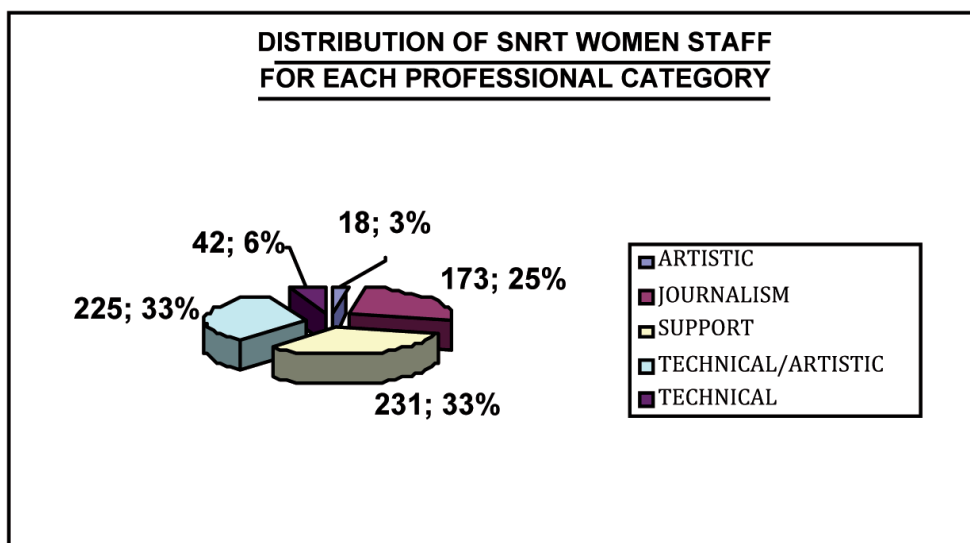
(eksekutif, direktur, manajer) dan manajemen menengah (Kepala Departemen, Kepala Layanan, dan Kepala Stasiun Radio).

Bagan I



Bagan 1 menunjukkan kesenjangan besar antara laki-laki dan perempuan pada tiga bidang pekerjaan di SNRT meskipun kehadiran perempuan pada posisi manajerial mencapai 50 persen.

Bagan2



Bagan 2 menunjukkan bahwa perempuan memiliki akses ke semua posisi di SNRT, khususnya teknis/artistik, jurnalisme, dan support.

Kebijakan khusus SNRT, melaksanakan proses pelembagaan kesetaraan gender yang diusung Kementerian Informasi dan Komunikasi, yang berfungsi sebagai pengawas. Dengan latar belakang tersebut, SNRT diwakili oleh dua anggota tetap (seorang perempuan dan seorang laki-laki), ditunjuk pada 2008, untuk ikut andil dalam komite yang melibatkan seluruh lembaga mitra kementerian dalam proyek itu. Komite itu bertanggung jawab dalam pelaksanaan program aksi jangka menengah terkait kesetaraan gender dalam bidang komunikasi, yang mencakup tiga kepentingan:

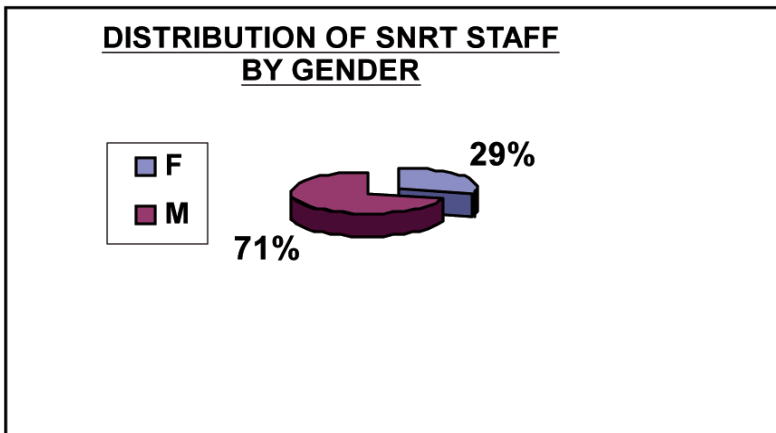
- Peningkatan kemampuan kelembagaan kementerian serta lembaga rekanan untuk mendukung praktik kesetaraan gender;
- Peningkatan kompetensi para mitra pada sektor komunikasi untuk meningkatkan citra perempuan di media;
- Promosi kesetaraan gender di Kementerian Komunikasi dan lembaga media serta akses perempuan pada posisi-posisi pengambil keputusan

Tujuan utama SNRT adalah menjangkirkan sejumlah persepsi negatif laki-laki mengenai kebijakan gender serta menegaskan kesetaraan gender berdasar atas nilai-nilai keterbukaan, demokrasi, dan keadilan. Dalam praktiknya, hal ini diupayakan dengan pelbagai aksi yang bertujuan mencapai kesetaraan gender pada sektor ketenagakerjaan dan konten SNRT, termasuk di tingkat pengambilan keputusan – dengan yang pertama berdasar atas keunggulan serta kemampuan tanpa pembedaan gender.

Sebagai contoh:

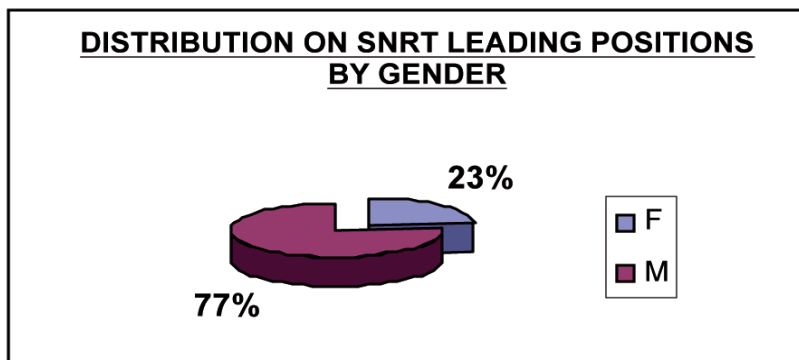
- Personel SNRT saat ini terdiri dari 2.388 pegawai, dari jumlah itu 689 perempuan – melampaui tingkat rata-rata nasional dengan persentase 29 persen.

Bagan3



- Perempuan pada posisi pemimpin berjumlah 39 dari 168 orang dengan persentase 23 persen. Tujuh perempuan dipekerjakan sebagai manajer dan/atau direktur – bertanggung jawab atas saluran televisi, berita televisi, hubungan internasional, iklan, legal, dsb.—dan lima perempuan adalah kepala radio regional.

Bagan4



## **PENGALAMAN PRAKTIS DAN SUDUT PANDANG**

SNRT berpartisipasi dalam proyek Euromed-News yang didanai Komisi Eropa dalam bingkai Call for Tender for Media Activities, negara-negara anggota European Neighbour and Partnership Instrument<sup>25</sup> (ENPI)-kerja sama regional sektor televisi yang digawangi oleh France Télévisions dan mempertemukan Arab States Broadcasting Union, COPEAM, European Broadcasting Union, dan lembaga penyiaran Aljazair, Yordania, Suriah, Maroko, Libanon, dan Mesir.

Dalam bingkai Euromed-News, strategi 'Kesetaraan Gender' diterapkan pada semua aspek inisiatif terkait pembentukan tim operasional dan koordinasi, pun topik yang disepakati dengan televisi. Tujuan strategi tersebut adalah mendorong refleksi – melalui media yang terlibat – mengenai evolusi peran perempuan dalam masyarakat Mediterania Selatan serta mempromosikan citra, yang melampaui citra klise dan stereotip.

Mitra-mitra televisi memproduksi berita serta majalah yang mengulas seluruh aspek yang berkaitan dengan perempuan dan media. Selain itu, sesi pelatihan terfokus pada alat ukur 'Screening Gender'<sup>26</sup> digelar di Amman. Pelatihan itu – digelar dengan strategi lintas sektoral kesetaraan gender-untuk para jurnalis anggota konsorsium TV agar terbiasa dengan alat ukur, yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Arab dalam kerangka proyek Euromed-News.

---

25 [http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/overview/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/overview/index_en.htm). Diakses pada 23 Juli 2012.

26 <http://yle.fi/vintti/yle.fi/gender/wmintro.html> Diakses pada 23 Juli 2012.

## **RENCANA MENDATANG**

Setelah mengalami transformasi terkait personalia dan perekrutan staf baru, SNRT akhirnya membidik integrasi penerapan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan sebagai elemen kunci serta strategi ke depan, sebagaimana dikerjakan oleh beberapa sektor lain masyarakat Maroko.

SNRT akan terlibat dalam penerapan program jangka menengah pelebagaan kesetaraan gender nasional yang dipromosikan oleh Pemerintah Maroko dengan perhatian khusus pada sektor komunikasi<sup>27</sup>.

Program ini bertujuan untuk dapat mengintegrasikan pendekatan kelembagaan dengan praktik, sistem, dan kebijakan tentang kesetaraan gender pada sektor komunikasi.

Program tersebut diartikulasikan dalam tiga tahapan dan proyek-proyek yang relevan:

### **TAHAP I:**

Peningkatan atas kemampuan kelembagaan Kementerian Komunikasi serta lembaga-lembaga mitra dalam melancarkan program kesetaraan gender dalam struktur dan praktik.

#### **PROYEK I.1:**

Dukungan pemerintah dan penguatan Komite Pendukung bagi 'Pelebagaan Kesetaraan Gender'.

#### **PROYEK I.2:**

Mendukung penciptaan dan penguatan jejaring program 'Pelebagaan Kesetaraan Gender' di lembaga-lembaga mitra utama pada sektor komunikasi.

---

27 <http://www.mmsp.gov.ma/fr/decline.aspx?m=2&r=191>



## **TAHAP 2:**

Penguatan kemampuan pemain-pemain terkait di sektor komunikasi bagi peningkatan citra perempuan di media.

### **PROYEK2.1:**

Penyusunan dan penerapan program pelatihan, informasi, dan kampanye membangun kesadaran.

### **PROYEK2.2:**

Pelatihan jurnalistik bagi para jurnalis dan mahasiswa.

## **TAHAP 3:**

Promosi kesetaraan gender dan akses perempuan pada posisi-posisi pengambilan keputusan di Kementerian Komunikasi dan organisasi media.

### **PROYEK3.1:**

Penyusunan kajian strategis mengenai kesetaraan gender dan media.

### **PROYEK3.2:**

Pengembangan prosedur-prosedur kelembagaan di lembaga-lembaga mitra.



## **ANNEX 4**

# **PENGARUSUTAMAAN GENDER DI MEDIA: STUDI KASUS DARI AMERIKA LATIN<sup>1</sup>**

**OTI  
(ORGANIZACIÓN DE  
TELECOMUNICACIONES  
IBEROAMERICANAS)**

---

<sup>1</sup> Studi kasus lengkap tersedia di [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)

## LATAR BELAKANG

**M**engingat pentingnya media sebagai sarana belajar masyarakat mengenai dirinya serta sarana pembentukan pemahaman masyarakat mengenai nilai-nilai<sup>1</sup>, studi kasus ini mengusut pengalaman media di Amerika Latin akan promosi kesetaraan gender.

Studi kasus ini adalah hasil dari penilaian atas kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan dalam hal kebijakan dan praktik di empat organisasi media di Amerika Latin selama tiga bulan. Studi kasus menyoroti pelbagai masalah seperti keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan, akses ekspresi, penggambaran gender dalam pemberitaan, dan gaji. Informasi yang didapatkan bersumber dari dokumen resmi, laporan sejumlah redaktur utama, manajer, pemilik, jurnalis dan praktisi yang bekerja di organisasi media masing-masing.

Metodologi yang diajukan berfokus pada identifikasi kebijakan dan praktik konkret yang kemungkinan telah menyumbang perkembangan di ranah tersebut pada organisasi masing-masing. Metodologi juga berfokus pada tantangan yang dihadapi untuk mengimplementasikan kebijakan dan strategi di organisasi masing-masing. Untuk kepentingan itu, serangkaian wawancara tertutup dan terbuka dilakukan pada level berbeda (dewan direksi, manajemen senior, dan pegawai lain) serta pada wilayah profesional lain yang tertentu seperti penjualan, produksi dan konten, sumber daya manusia, teknis serta administratif.

Temuan dalam studi kasus ini ditujukan untuk menggali kesempatan, praktik terbaik, serta rekomendasi yang dapat dipakai di organisasi media serupa. Analisis komprehensif

---

1 UNESCO (2008), *Media Development Indicators: A framework for assessing media development*. (<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>)

dari pelbagai dimensi gender utama lainnya dibutuhkan untuk menyoroti kekurangannya yang ada saat ini.

Masalah kesetaraan gender bukan subjek baru dalam agenda Amerika Latin.<sup>2</sup> Sebagaimana kawasan dunia lainnya, masih banyak pekerjaan yang harus dituntaskan untuk memperbaiki ketimpangan gender. Reformasi hukum yang penting dalam beberapa dasawarsa belakangan telah menyumbang perubahan positif. Beberapa negara di Amerika Latin pun kini telah menegakkan hak dan kewajiban yang setara bagi perempuan dan laki-laki. Namun, stereotip masih kuat.

Menurut GMMP 2010, Laporan Regional Amerika Latin<sup>3</sup>, persentase perempuan yang terdapat dalam subjek berita di kawasan mencapai 32 persen (televisi), 29 persen (cetak), dan 22 persen (radio). Jumlah jurnalis perempuan hanya 36 persen. Potret dalam berita sering kali dikaitkan dengan peran dan topik yang secara sosial diidentikkan dengan perempuan. Contoh, kontes kecantikan. Penggambaran perempuan di media Amerika Latin pada dasarnya terkait dengan peran stereotip perempuan dalam keluarga: sebuah situasi yang dapat merintangikan konseptualisasi perempuan sebagai makhluk yang sanggup mencukupi dirinya sendiri serta berdikari.

---

2 PNUD (2008) *Políticas de Igualdad, Equidad y Gender Mainstreaming. ¿De qué estamos hablando?: Marco Conceptual*.

3 GMMP 2010: *Informe Regional América Latina*; available at: [http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/América\\_latina.pdf](http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/América_latina.pdf)

# Canal Uno: Ekuador

---

## LATAR BELAKANG, KEBIJAKAN DAN PRAKTIK UTAMA TERKAIT GENDER

Canal Uno dibentuk pada Mei 2002 sebagai bagian dari “RivasComunicacionesS.A.”, dengan operasional menjangkau seluruh provinsi Ekuador dan berada di pimpinan Presiden sekaligus CEO Marcel Rivas Sáenz.

Media itu bertanggung jawab menyiarkan berita dan ajang olahraga. Saat ini, Canal Uno tengah berupaya menjadi saluran hiburan keluarga yang fokus utamanya adalah ibu rumah tangga.<sup>4</sup>

Sebagaimana organisasi lain, Canal Uno sejak awal menghadapi tantangan yang besar dalam urusan sensitivitas terhadap gender. Dalam konteks ini, perusahaan menerapkan sejumlah prinsip dan mengembangkan serangkaian praktik untuk merawat kesetaraan di antara para pegawainya.

Canal Uno tidak memiliki kebijakan kesetaraan gender internal, formal, jelas dan tertulis. Menyusul pernyataan bahwa “kesetaraan gender di seluruh dunia harus berdasar atas rasa hormat terhadap norma-norma internasional, perlakuan setara atas perempuan dan laki-laki, serta penghapusan diskriminasi gender di tempat kerja”,<sup>5</sup> perusahaan itu menggalakkan respek atas hak-hak asasi, keragaman budaya, dan penghapusan segala bentuk diskriminasi berbasis gender. Salah satu panduan utama pada level personalia adalah dorongan bagi perempuan dan laki-laki mendapatkan kesempatan

---

4 Information available at: <http://www.facebook.com/pages/Canal-Uno-Tv-Ecuador/152775808083612?sk=info>

5 Interview with Marcel Rivas, CEO Canal Uno:Ecuador

sama berdasar kecakapan individu, kapasitas dan kinerja profesional serta skala penggajian yang transparan.

Lebih jauh, Canal Uno dalam lima tahun terakhir telah menerapkan serangkaian inisiatif sensitif gender. Beragam aktivitas itu telah dilaksanakan secara nyata dan konkret berkat konsultasi dan aplikasi yang sistematis dan berkala.

Perusahaan itu artinya telah menerapkan mekanisme informal yang ditujukan untuk meraih keseimbangan antara tanggung jawab personal dan profesional seperti waktu kerja yang fleksibel dan cuti orang tua. Canal Uno telah mengembangkan program pelatihan untuk kesetaraan gender dan program profesional yang tidak diskriminatif.

Canal Uno membuat kerangka legal terkait perlakuan sama terhadap perempuan dan laki-laki bagi para pegawainya. Perusahaan menaati legislasi nasional yang menentang kekerasan terhadap gender, serta menerapkan penggunaan bahasa tidak merendahkan salah satu jenis kelamin (*nonsexist*) di dalam organisasi.<sup>6</sup>

Dalam ranah personalia, terutama dalam hubungannya dengan pemilihan staf, Canal Uno mendorong akses terhadap pekerjaan yang stabil bagi perempuan, peningkatan partisipasi profesional di berbagai tingkatan organisasi (terutama di posisi-posisi berhubungan dengan teknik dan posisi pimpinan), perekrutan perempuan yang telah lama tidak bekerja, serta seleksi berdasar atas objektivitas, transparansi, serta kemampuan profesional.<sup>7</sup>

Dalam kaitan dengan gaji, Canal Uno mengikuti legislasi nasional tentang keadilan penggajian serta melakukan audit gaji rutin dan transparan. Perusahaan menggunakan skala penggajian

---

6 *idem*

7 Source: Human Resources Department of Canal Uno Ecuador

yang transparan serta sistem evaluasi gaji internal.<sup>8</sup>

Perusahaan bekerja sama dengan organisasi serta kelompok lain dengan menawarkan ruang berekspresi mengenai masalah kesetaraan gender.

Pengalaman praktis tentang masalah-masalah gender: faktor penentu keberhasilan dan tantangan yang dihadapi

Promosi bagi peningkatan karir yang berbasis objektivitas, transparansi, dan kapasitas profesional, serta praktik sensitif gender yang sebelumnya disebutkan kemungkinan telah berkontribusi terhadap peningkatan positif partisipasi perempuan pada wilayah-wilayah tertentu seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1: Representasi Perempuan dalam Ranah Profesional di Canal Uno: Ekuador, 2006 dan 2011<sup>9</sup>

REPRESENTASI PEREMPUAN BERDASAR PROFESI	2006	2011
Staf	31%	42%
Total Presenter Berita	45%	52%
Pembawa Berita: Politik dan Pemerintahan	30%	45%
Pembawa Berita: Ekonomi	50%	50%
Pembawa Berita: Kriminalitas	50%	50%
Pembawa Berita: Industri Hiburan	67%	67%
Jabatan Eksekutif	24%	32%
Posisi Editorial: Televisi	32%	25%
Posisi Editorial: Web	50%	50%

<sup>8</sup> *idem*

<sup>9</sup> Human Resources Department of Canal Uno: Ecuador.



<b>REPRESENTASI PEREMPUAN BERDASAR PROFESI</b>	<b>2006</b>	<b>2011</b>
Posisi Operasi dan Produksi	21%	41%
Jurnalis	41%	30%
Posisi Teknis	20%	11%
Posisi Administratif	48%	49%

Secara khusus, penerapan pelbagai mekanisme yang diarahkan untuk mencapai keseimbangan antara kehidupan personal dan profesional, seperti jam kerja fleksibel (bahkan jika dilakukan secara informal) seperti telah memainkan peranan penting bagi partisipasi perempuan di sektor-sektor tertentu, seperti administrasi. Para perempuan yang menjadi narasumber penelitian, pada posisi-posisi administratif, memandang bahwa salah satu elemen penentu yang mereka pertimbangkan dalam melamar pekerjaan atau menjaga posisi yang tengah diduduki adalah keberadaan “manajer yang memiliki kepekaan terhadap keperluan perempuan, seperti misalnya jam kerja fleksibel demi merawat tanggung jawab terhadap keluarga.”

Di sektor lain, faktor penentu keberhasilan karir profesional dan ekonomi perempuan di posisi pengambil keputusan (dari sudut pandang manajerial) tidak hanya karena kapasitas dan upaya-upaya profesional, serta dukungan dari para staf. Tapi juga berkat kegigihannya dalam memikul tanggung jawab.

Kemajuan dalam hal upah di level manajerial pun telah terlihat, dapat dilihat pada Tabel 2 mengenai tren atas keseimbangan yang terjadi antara 2006-2011.

Tabel2: Rata-rata gaji perempuan dibandingkan gaji laki-laki per tingkat jabatan di Canal Uno<sup>10</sup>

POSISI	RATA-RATA GAJI PEREMPUAN DIBANDINGKAN GAJI LAKI- LAKI PADA 2006	RATA-RATA GAJI PEREMPUAN DIBANDINGKAN GAJI LAKI- LAKI PADA 2011
Jabatan Eksekutif	67%	76%
Posisi Manajemen Menengah	93%	92%
Posisi Lainnya	110%	102%

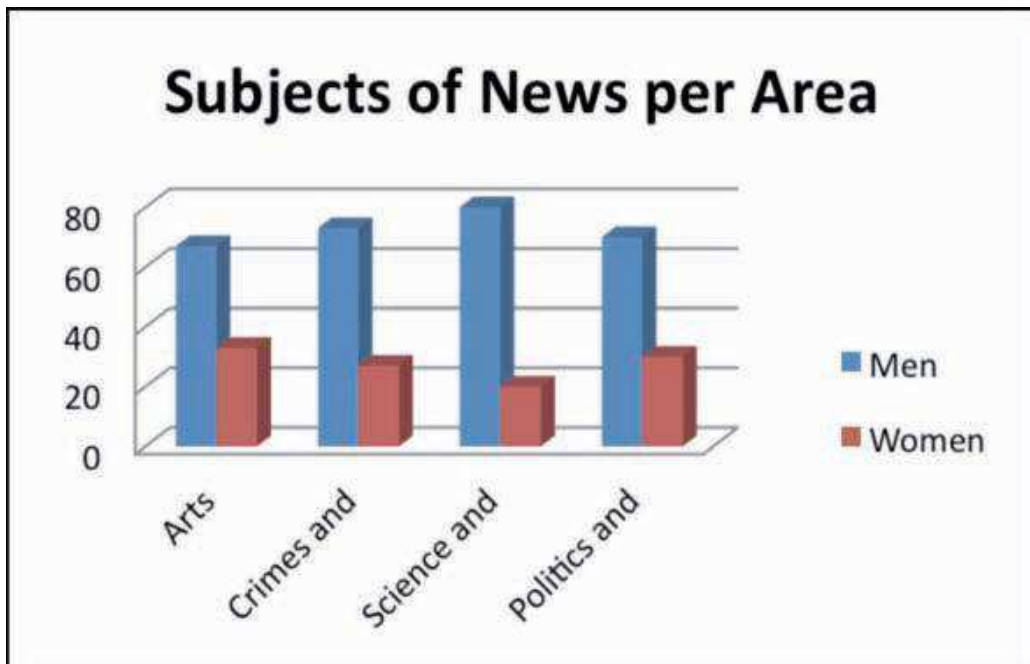
Meskipun terdapat kemajuan di bidang-bidang yang telah disebutkan, masih terdapat sejumlah tantangan, perempuan masih takut menduduki jabatan lebih tinggi—seperti posisi manajerial—atau rendahnya motivasi untuk bekerja pada sektor yang dianggap “milik” laki-laki, seperti jabatan teknis: bidang keamanan dan logistik. Meski terdapat kesempatan profesional serta penerapan praktik sensitif gender, jumlah perempuan dalam sejumlah wilayah itu masih belum terwakili.<sup>11</sup>

Presentasi perempuan sebagai sumber berita pun masih menjadi tantangan (hanya 27 persen dari seluruh berita). Secara lebih khusus, di wilayah intelektual dan saintifik (kesenian, kesehatan, dan politik), representasi perempuan terbukti masih rendah, seperti dapat dilihat pada Grafik 1.

<sup>10</sup> *idem*

<sup>11</sup> Interview with Marcel Rivas, CEO Canal Uno:Ecuador.

Grafik I: Perempuan dan laki-laki sebagai subjek berita<sup>12</sup>



## RENCANA MENDATANG MENGENAI KESETARAAN GENDER

Implementasi praktik-praktik informal membangun perspektif gender ke dalam proses internal menunjukkan langkah operasional pertama organisasi. Perspektif itu akan diterapkan dan direplikasi pada level eksternal, berkoordinasi dengan agen iklan dan pemasok.

Canal Uno baru-baru ini mengadakan serangkaian pembicaraan dengan para staf mengenai berbagai tema konkret untuk memenuhi kebutuhan pegawai yang lebih luas. Sekaligus mengembangkan program pengembangan kapasitas, khususnya di pelbagai bidang yang masih sangat minim jumlah perempuan.

Canal Uno terus berupaya mencari solusi melawan segala bentuk diskriminasi terhadap perempuan agar mempunyai

<sup>12</sup> Human Resources Department of Canal Uno: Ecuador.

dampak positif, serta berupaya membangun kesetaraan perempuan dan laki-laki dalam pengembangan profesi. Karena itu, salah satu tujuan jangka pendek organisasi adalah—dari sudut pandang manajemen—menjadi rujukan kesetaraan gender di sektor media.<sup>13</sup>

---

13 Wawancara dengan Marcel Rivas, CEO Canal Uno: Ekuador.

# Televisa: Meksiko

---

## LATAR BELAKANG SERTA KEBIJAKAN DAN PRAKTIK TERKAIT GENDER

Televisa adalah korporasi hiburan internasional yang dipimpin Presiden sekaligus CEO Emilio Azcárraga Jean. Sebagian besar programnya ditayangkan di Amerika Serikat lewat Univision dengan kontrak eksklusif. Organisasi itu memulai bisnisnya sebagai stasiun radio<sup>14</sup> pada 1930, dan seiring waktu menjadi kelompok televisi terpenting dalam jagat bahasa Spanyol<sup>15</sup>. Per 31 Desember 2010, Televisa telah memiliki 24.739 pegawai.<sup>16</sup>

Terinspirasi prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, Televisa aktif terlibat dalam serangkaian program dan inisiatif kesetaraan gender dalam tiga tahun terakhir. Bersama dengan sembilan perusahaan Meksiko lainnya, Televisa terlibat dalam kelompok kerja mengenai “Pengembangan Perempuan dalam Jabatan-jabatan Tinggi” sejak 2009. Dengan pengorganisasian oleh IPADE Business School (Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa). Tujuannya memberikan pemahaman yang lebih jernih mengenai masalah-masalah gender di sektor ini.

Bentuk programnya adalah melakukan serangkaian wawancara dengan perempuan yang menduduki posisi

---

14 Informasi tersedia di: <http://www.televisa.com/inversionistas-ingles/166445/the-journey-of-media-and-advertising>

15 Informasi tersedia di: <http://www.tedial.com/en/news/news-archive/98-televisa-bpm>

16 Informasi tersedia di: <http://www.televisa.com/inversionistas-ingles/faq/160423/faq-english-televisa-investors/>

tinggi bidang administrasi serta bekerja langsung pada sektor produksi dan konten editorial. Tujuannya agar dapat mengembangkan kebijakan sesuai rekomendasi dari multi-stakeholder.<sup>17</sup>

Lebih jauh, wakil Departemen Personalia dari Televisa telah mengikuti pelbagai konferensi dan lokakarya internasional dalam rangka tukar pengalaman dan mengembangkan mekanisme sensitif gender di organisasi lainnya.<sup>18</sup>

Menurut dokumen resmi mengenai standar yang mengatur operasional Televisa, "hubungan manusia dapat dinilai melalui perlakuan penuh hormat, setara, dan adil terhadap seluruh staf. Di Televisa, kami membangun atas rasa hormat terhadap sesama" serta "penghargaan berarti mempertimbangkan semua keunggulan dan keberhasilan orang-orang yang berkontribusi terhadap perkembangan Televisa tanpa memandang jabatan, jenis kelamin, dan usia".<sup>19</sup>

Keunggulan dan kinerja profesional menjadi panduan dan prinsip-prinsip manajemen personalia. Dari sudut pandang manajerial<sup>20</sup>, terlihat alasan utama mengapa tidak menggunakan sistem kuota terhadap kaum perempuan atau lelaki.

Meskipun tidak mempunyai sistem kuota, perusahaan mendorong perempuan yang berpengalaman dan dinamis agar takragu dalam pemilihan presenter program dan berita.

---

17 Sumber: Departemen Personalia, Televisa: Meksiko.

18 Lokakarya "Businesscase: Women's economic empowerment" OECD, 2012 dan ditindaklanjuti dengan Pertemuan Tingkat Menteri OECD, Mei 2012.

19 Translated from Spanish. Information available at: <http://www.televisa.com/quienes>

20 Sumber: Departemen Personalia, Televisa: Meksiko.

Upaya itu dilakukan agar mendapatkan sudut pandang berimbang serta keragaman opini dan gaya.

Menurut Departemen Personalia, peningkatan kesadaran mengenai kesenjangan gender adalah pendekatan yang menentukan untuk menjaga kesetaraan: "Penting untuk memahami pelbagai kesulitan yang dialami perempuan yang memiliki tanggung jawab di rumah maupun di kantor. Terutama di Meksiko, tempat para ibu memainkan peran penting dalam keluarga. Karena para ibu menjadi dasar bagi segala masyarakat yang sehat dan berkelanjutan, sangat penting bagi perusahaan manapun menciptakan mekanisme yang memungkinkan perempuan meraih keseimbangan antara kehidupan pribadi dan kepuasan profesional."<sup>21</sup>

Kegiatan yang biasa dilakukan di antara para manajer adalah memungkinkan jam kerja dan jadwal kerja yang fleksibel bagi para pegawai perempuan untuk meraih keseimbangan tersebut. Keputusan itu berpulang kepada kebijaksanaan manajer masing-masing. Perusahaan juga telah mengembangkan gagasan dan inisiatif lain seperti kerja sama dengan pusat pengasuhan anak serta menegosiasikan *rate*(harga) istimewa bagi para perempuan yang bekerja di Televisa.

Lebih jauh, perusahaan membuat platform digital bagi perempuan di situs internet utamanya. Rubrik *Mujer*(Perempuan) mencakup informasi yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari serta blog untuk berbagi opini. Situs itu menggambarkan perempuan sebagai sosok aktif, terlibat dalam lingkungan, dan merdeka secara seksual. Dengan menyajikan pelbagai kanal seperti gaya hidup, seks, kesehatan, ekologi, makanan, dan olahraga. Namun, tak satu

---

21 *idem*

pun informasi atau aspek profesional yang muncul.<sup>22</sup>

Dalam hal pengembangan kecakapan, Televisa memungkinkan perempuan dan laki-laki untuk mendapatkan sesi pelatihan khusus pada sektor yang terkait dengan tugas mereka masing-masing. Contohnya: lokakarya mengenai sistem informasi, penulisan dan presentasi program, serta sesi pelatihan mengenai manajemen dan keterampilan komunikasi.<sup>23</sup>

Para petinggi televisi itu sedang mengembangkan kebijakan internal terkait jam kerja, peluang bekerja di rumah, serta pengaturan kerja paruh-waktu dan fleksibel yang akan memungkinkan perempuan untuk menyeimbangkan kehidupan sebagai profesional sekaligus pilar keluarga.

Pengalaman praktis atas masalah-masalah kesetaraan gender: faktor penentu kesuksesan dan tantangan yang dihadapi

Seperti terlihat dalam Grafik 2 di bawah, data yang terkait dengan saluran televisi utama Televisa memperlihatkan bahwa upaya merawat peningkatan partisipasi perempuan dalam redaksi –sebagai presenter dan analis–agaknyanya berkontribusi dalam mencapai keberimbangan gender.

Perusahaan juga bergantung kepada perempuan sukses dan berpengalaman dalam struktur manajerial dan editorial. Sensitif gender membawa dampak positif pada kehidupan personal dan karier mereka. Selain itu perusahaan mendapatkan manfaat lebih besar dilihat dari sudut pandang manajerial –yakni tampak perubahan peningkatan kinerja perempuan pada posisi atau jabatan tinggi.

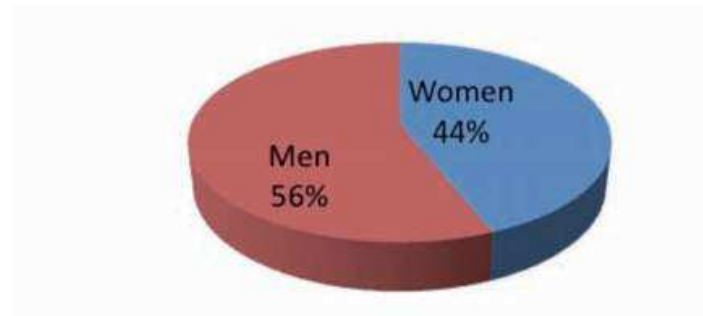
---

22 Informasi tersedia di :<http://www2.esmas.com/mujer>

23 *idem*



Grafik 2: Presenter dan Analis Berita Televisa pada 2011 berdasarkan Gender<sup>24</sup>



Pernyataan seorang perempuan yang menjadi narasumber, “Perempuan-perempuan itu berhasil berkat kemampuan pribadi dan kinerja profesional, sekaligus dukungan organisasi dalam pengembangan profesional tanpa memandang gender. Karakter dinamis serta kecakapan komunikasi dan negosiasi mereka telah berkontribusi terhadap terciptanya kondisi kerja yang memungkinkan perempuan menyeimbangkan kehidupan pribadi dengan karier masing-masing.”

Salah satu tantangan utama yang dihadapi perempuan dalam urusan pengaturan jam kerja fleksibel adalah sifat dialog yang subjektif menyangkut hal tersebut. Keputusan menyangkut realisasi kondisi kerja fleksibel tergantung kepada kebijakan masing-masing pimpinan terkait.<sup>25</sup>

Seorang perwakilan senior organisasi menyatakan bahwa “Di perusahaan kami, ada pemahaman yang sangat jelas mengenai pentingnya kaum perempuan. Kami memiliki ikon perempuan yang cukup hebat, seorang juru bicara, aktris dan eksekutif perempuan yang membagikan bakat luar biasa setiap harinya. Mereka adalah bagian tak terpisahkan, dari

24 Informasi tersedia di: <http://www.televisa.com/programas/noticieros-y-analisis>

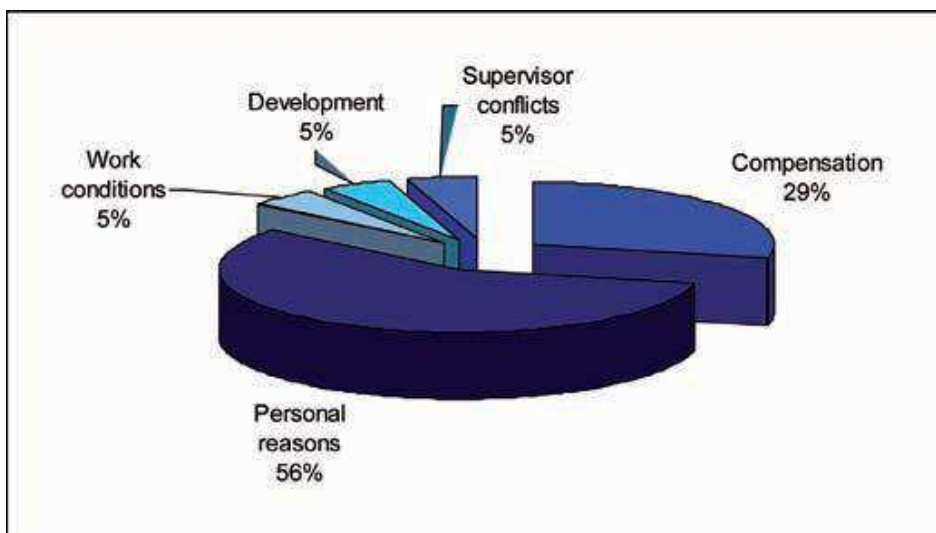
25 Sumber: Departemen Personalia, Televisa: Meksiko

upaya kami memelihara kepemimpinan yang dapat dirasakan perusahaan kami di seluruh dunia. Pertanyaan besarnya adalah, apa yang dapat kami lakukan untuk terus mendorong, memelihara, dan mengembangkan figur perempuan unggul?”

Untuk itu, Televisa melakukan analisis untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang pentingnya pekerja perempuan di perusahaan. Mereka pun memetakan sejumlah langkah penting yang dapat diambil perusahaan untuk memenuhi keperluan itu.

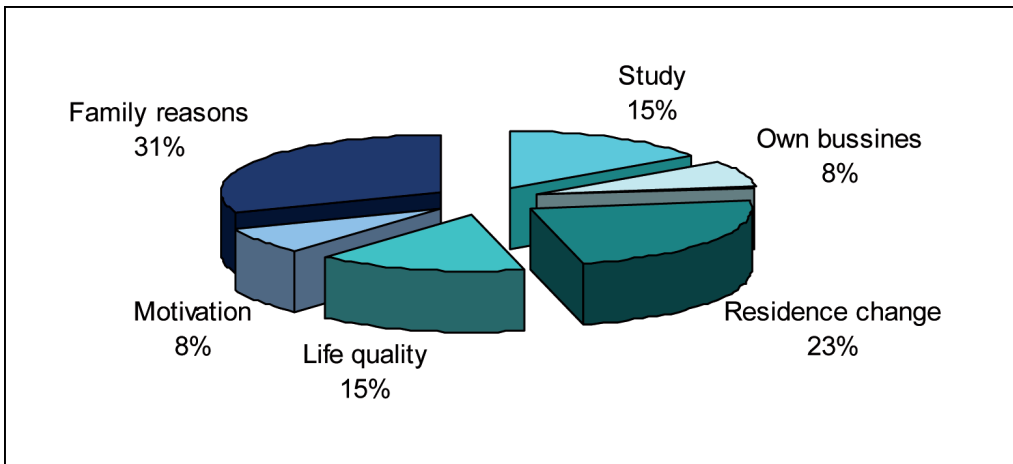
Menurut bukti yang terlihat dalam Grafik 3 di bawah ini, faktor utama yang mempengaruhi perempuan dengan beragam latar profesional dan tingkatan dalam perkembangan profesional di perusahaan adalah “alasan pribadi”. Jika dilihat lebih jauh pada data terkait alasan perempuan mengundurkan diri dari pekerjaan menunjukkan “alasan keluarga” sebagai masalah utama (lihat Grafik 4).

Grafik 3: Sumber gangguan dalam perkembangan profesional perempuan di organisasi<sup>26</sup>



26 Sumber: Konferensi “Businesscase: Women’s economic empowerment”, Enrique Peña, OECD E(Paris,2012).

Grafik 4: Sumber gangguan personal dalam perkembangan profesional perempuan di organisasi<sup>27</sup>



Apalagi, meski bidang tertentu telah mengalami kemajuan, masih perlu upaya lebih besar menangani kesenjangan gender di semua jenjang seperti level eksekutif, yang tidak terwakili perempuan.<sup>28</sup>

## **RENCANA MENDATANG TERKAIT KESETARAAN GENDER**

Televisa bertujuan meneruskan kolaborasi dengan IPADE Business School untuk mengembangkan strategi dan kebijakan perusahaan yang konkret mengenai masalah-masalah gender, yang kemungkinan dapat membantu memberantas dialog “suka dan tidak suka” mengenai kesetaraan gender. Serta lebih jauh menjelajahi kemungkinan (dari sudut pandang beragam pemangku kepentingan) untuk mengubah sejumlah kebijakan dan praktik menjadi persyaratan legal.<sup>29</sup>

<sup>27</sup> *idem*

<sup>28</sup> Informasi tersedia di: <http://www.theofficialboard.es/organigrama/grupo-televisa>

<sup>29</sup> Sumber: Departemen Personalia, Televisa: Meksiko.

Televisa mengupayakan penciptaan Gender Office, yang akan bertanggung jawab terhadap perkembangan, pengimplementasian, dan penilaian pelbagai inisiatif, kebijakan, dan praktik yang sensitif terhadap gender, bekerja sama dengan para pakar di bidang tersebut.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Tidak diragukan lagi, tantangan yang muncul dari implementasi strategi mengatasi kesenjangan gender ternyata sama rumitnya dengan konsep gender sendiri. Gender melibatkan sisi dan dimensi yang berbeda, belum lagi dibutuhkan pemahaman atas psikologi manusia, hubungan antarbudaya dan antarindividu.

Yang perlu digarisbawahi adalah pemahaman dan perspektif mendalam dari berbagai multidisiplin adalah elemen kunci penyelesaian masalah dan promosi kesetaraan gender. Hal itu juga mengidentifikasi peran setiap individu atau institusi dalam konstruksi gender.

Dalam kasus media, kontribusi media dalam pengarusutamaan gender tidak dapat dielakkan lagi. Sebagai jendela dan saluran komunikasi utama bagi khalayak massa sebuah bangsa, media memainkan peran fundamental dalam menundukkan atau mengekalkan stereotip.

Dengan kata lain, peran media mempunyai tanggung jawab ganda: di satu sisi, secara kelembagaan, terdapat tantangan untuk menerapkan mekanisme dalam mempromosikan kesetaraan pada sumber daya manusia di internal organisasi; dan di sisi lain, secara eksternal, kontribusi untuk konstruksi gender melalui pesan atau berita yang disampaikan kepada khalayak massa.

Dalam kasus Ekuador, representasi perempuan dalam

pengambilan keputusan dan posisi teknis masih kurang. Dari sudut pandang manajerial, rendahnya representasi perempuan dalam posisi tersebut erat kaitannya dengan ketakutan menerima tanggung jawab yang lebih tinggi atau rendahnya motivasi bekerja di wilayah yang “dikuasai” laki-laki. Praktik-praktik penting untuk memberikan laki-laki dan perempuan kondisi yang sama dalam pengembangan profesi terbukti memberikan kontribusi pada perubahan positif di area tertentu; namun praktik pemberdayaan perempuan untuk meningkatkan kepercayaan diri (contohnya pengembangan keterampilan perempuan di bidang teknis “yang secara budaya milik laki-laki”) juga turut berperan dalam mendorong partisipasi perempuan dalam bidang yang sebelumnya kurang diminati.

Ini juga berlaku dalam kasus Honduras, penggambaran perempuan sebagai ahli di berbagai bidang, dapat membantu mengatasi karakter “eksklusif maskulin” di sektor tertentu (misalnya, program olahraga). Cara ini secara tidak langsung berkontribusi dalam menyeimbangkan persentase staf laki-laki dan perempuan, dengan memperluas jangkauan pilihan topik dari tahap sebelumnya. Dengan kata lain, kemungkinan besar perempuan mempertimbangkan mempelajari bidang teknik jika tidak disajikan sebagai “eksklusif maskulin”.

Kebutuhan penerapan praktik pemberdayaan perempuan yang bertujuan memperkuat rasa percaya diritampak pada kasus Meksiko. Faktor kesuksesan utama di balik representasi perempuan dalam posisi pengambilan keputusan adalah “upaya mereka mengembangkan karakter yang kuat dan dinamis, serta keterampilan komunikasi dan negosiasi yang kuat.” Yang terakhir tentu memberi kontribusi pada pembentukan kondisi kerja yang memungkinkan perempuan menemukan keseimbangan antara kehidupan pribadi

dan profesional mereka. Juga untuk mengatasi tantangan bersifat subjektif dan sewenang-wenang dari dialog gender saat ini dalam organisasi, yang biasanya secara tradisional menyerahkan pada kebijaksanaan manajer atau pengawas.

Dalam pengalaman di Chili, kerangka hukum nasional memicu pelebagaan gender melalui kebijakan-kebijakan konkret untuk memunculkan kepekaan pada permasalahan ini, sekaligus membantu konstruksi gender dengan cara yang lebih alami atau cair. Perwakilan perempuan pada tingkat pengambilan keputusan di area kunci dalam organisasi media merupakan hasil dari dinamika konstruksi persamaan gender. Serta mencerminkan dinamika sosial-ekonomi, politik, dan sosial yang ada di negara ini.

Tabel 3 dan 4 (di bawah) menunjukkan gambaran tentang berbagai tantangan dan kesempatan yang dihadapi organisasi media terkait praktik persamaan gender di lingkungan kerja.

Tabel 3: Praktik dan Kebijakan Terkait Gender pada Organisasi Media di Amerika Latin

ORGANISASI	PRAKTIK DAN KEBIJAKAN SENSITIF GENDER	KISAH SUKSES	TANTANGAN
Canal Uno: Ekuador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesempatan profesional untuk perempuan dan laki-laki berdasarkan objektivitas, transparansi, dan kapasitas profesional.</li> <li>• Kelompok praktik pada kesetaraan upah, pelatihan tentang kesetaraan gender, promosi keseimbangan kehidupan profesional dan personal, komunikasi inklusif, kesehatan kerja dan pelecehan seksual, dan kerja sama yang memberikan landasan berekspresi pada isu gender.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan partisipasi perempuan di berbagai bidang dalam banyak kasus memicu keberimbangan perwakilan perempuan; dan dalam beberapa kasus, seperti dalam redaksi jumlah perempuan terlalu banyak.</li> <li>• Tren keadilan upah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurangnya keterwakilan perempuan di posisi teknis dan pengambilan keputusan</li> <li>• Kurangnya keterwakilan perempuan sebagai subjek berita, terutama di area yang menggambarkan perempuan di tingkat eksekutif</li> </ul>
Televisi: Honduras	Kesempatan profesional bagi perempuan dan laki-laki berdasarkan motivasi, kualifikasi dan kapasitas profesional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keberimbangan relatif dalam ketenagakerjaan, dan dalam ranah tertentu seperti pemberitaan dan program acara.</li> <li>• Tingkat keterwakilan perempuan yang tinggi dalam pemberitaan tentang subjek yang spesifik seperti anak-anak, acara sosial dan hiburan.</li> </ul>	Kurangnya keterwakilan perempuan di ranah tertentu yang “secara sosial” khusus laki-laki seperti presentasi program acara olahraga

ORGANI-SASI	PRAKTIK DAN KEBIJAKAN SENSITIF GENDER	KISAH SUKSES	TANTANGAN
Televisi: Meksiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluang karir perempuan dan laki-laki berdasarkan kompetensi dan prestasi</li> <li>• Kerja sama dengan lembaga tentang masalah gender</li> <li>• -Promosi peningkatan partisipasi perempuan yang giat dan berpengalaman sebagai presenter berita dan program dan analisis</li> <li>• Sesi pelatihan terkait tugas Praktik yang memungkinkan perempuan meraih keseimbangan antara kehidupan personal dan profesional (misal, kontrak dengan pusat penitipan anak, jam kerja yang fleksibel-dan berubah-ubah)</li> </ul>	Relatif seimbang dalam presentasi, analisa berita dan program acara.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurangnya keterwakilan perempuan di tingkat eksekutif</li> <li>• Sifat subjektif dialog tentang gender</li> </ul>



ORGANISASI	PRAKTIK DAN KEBIJAKAN SENSITIF GENDER	KISAH SUKSES	TANTANGAN
TVN: Chili	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesempatan profesional untuk semua kelompok dan sektor, dan kesetaraan kondisi akses</li> <li>• Bagan “Orientasi Program” yang menopang prinsip dan kebijakan spesifik gender.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• meningkatnya partisipasi perempuan dalam beberapa tahun terakhir</li> <li>• tingkat partisipasi perempuan yang tinggi pada wilayah-wilayah kunci bagi pengembangan gender di tingkat pengambilan keputusan</li> </ul>	tidak adahambatan pelaksanaan kebijakan atau praktik gender. Namun demikian, perempuan kurang terwakili di sektor staf

1. Informasi mengacu pada dokumen-dokumen resmi dan informasi yang diberikan oleh masing-masing Departemen Personalia di organisasi media .
2. Praktik disajikan dalam dimensi umum . Untuk praktik tertentu sesuai dengan bidang-bidang tertentu silahkan mengunjungi studi kasus masing-masing.

Tabel 4: Kebijakan dan praktik lintas sektor yang diusulkan untuk media

- Membuat kontrak dengan pakar dari luar untuk melakukan audit/penilaian secara sistematis dan periodik terhadap isu gender di berbagai wilayah dan di semua tingkatan organisasi media.
- Pembentukan biro gender internal yang bertugas sebagai rujukan bagi staf urusan gender: misalnya, hukum, sosial, dan lain-lain.
- Menyiapkan dukungan kondisi darurat, misalnya tempat tinggal, makanan, keuangan (jika terjadi kekerasan dalam rumah tangga)
- Ketersediaan dukungan psikologis yang permanen (karena kesenjangan gender memiliki sumber yang berbeda, misalnya keluarga. Ini mungkin diperlukan sebagai konsekuensi kekerasan dalam rumah tangga) dikombinasikan dengan pendampingan atau pelatihan profesional pada pemberdayaan perempuan.
- Mempromosikan pengakuan dari sudut pandang gender: misalnya, pemberian jasa penghargaan kepada perempuan, memberikan penghargaan kepada laki-laki dan perempuan yang terlibat atau bekerja pada isu-isu gender.
- Program kerja sama dengan sekolah-sekolah media: misal, menawarkan magang kepada mahasiswa jurnalistik untuk mempromosikan isu kesetaraan gender dan magang mempelajari rendahnya keterwakilan perempuan dalam organisasi.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kisah sukses dan ranah peluang itu, media dapat menerapkan praktik lintas bidang lain (di bawah ini). Lembaga lain secara umum dapat membantu menyatukan strategi pengarusutamaan gender.

Pemetaan berikut ini mungkin berguna untuk menerapkan strategi konkret dalam praktik dan kebijakan pengarusutamaan gender di media:

1. Menunjuk "Duta Gender", yaitu orang di dalam organisasi atau eksternal yang memahami perspektif tentang gender secara menyeluruh dan multidisiplin.
2. Duta Gender akan bertanggung jawab untuk mengidentifikasi pemangku kepentingan utama atau "focal point" dari setiap departemen untuk bekerja sama dengan pemegang kebijakan di organisasi.
3. "Duta" tersebut akan menyediakan sesi pelatihan untuk focal point, untuk membuat mereka lebih peka terhadap konsep utama, aspek praktis dan manfaat ekonomis dari

pengarusutamaan gender dalam pekerjaan mereka.

4. Focal point itu, berkoordinasi dengan “Duta”, akan melakukan analisis atau audit terhadap kebutuhan utama di bidang masing-masing, dan akan memberikan umpan balik dan memberikan catatan penting secara terus menerus terkait implementasi.
5. Dalam proses dua arah yang dinamis ini, sebagai balasannya “duta” akan mendalami informasi yang didapat, dan mengembangkan analisis internal yang spesifik dari situasi dan kebutuhan terkini.
6. Berdasarkan informasi ini, sang “duta” akan mengembangkan kebijakan dan praktik yang baik, khusus untuk organisasi media tersebut. Pelibatan pihak eksternal mungkin akan diperlukan pada pada tahap ini.
7. Dengan panduan sang “duta”, para *focal point* itu akan terlibat dan bertanggung jawab dalam implementasi pengarusutamaan di wilayah atau departemen masing-masing. Perhatian khusus akan diberikan di bidang yang secara tradisi rendah tingkat partisipasi perempuannya. (Misalnya melalui lokakarya berkala atau sesi pelatihan pemberdayaan perempuan).
8. Menyusun jadwal evaluasi dampak penerapan kebijakan akan disusun oleh sang “duta” serta *focal point*.
9. Para *focal point* itu akan melaporkan hasil evaluasi dan menyerahkan kepada organisasi media dan berbagi dengan lembaga mitra lainnya.
10. Sangat penting bahwa CEO atau pucuk pimpinan media terlibat dalam seluruh proses agar dapat mendukung pengarusutamaan gender, mulai dari tingkat makro dan sistemik, serta menawarkan penerapan yang lebih luas.



## **ANNEX 5**

# **PENGARUSUTAMAAN GENDER DI MEDIA: STUDI KASUS DARI AFRIKA SELATAN**

**SOUTHERN AFRICAN BROADCASTING  
ASSOCIATION (SABA)**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

**S**outhern African Broadcasting Association (SABA) bersama dengan United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) membuat sebuah pemetaan di empat radio siaran SADC. Tujuannya mencari dampak dari pengarusutamaan gender pada program acara, kebijakan dan tindakan yang diambil South African Broadcasting Corporation (SABC), Namibia Broadcasting Corporation (NBC), Lesotho National Broadcasting Services (LNBS) dan Broadcasting Services of Botswana (BSB).

Survei ini difasilitasi oleh konsultan dengan menggelar kuesioner mandiri yang diikuti dengan wawancara mendalam pada berbagai lembaga penyiaran. Wawancara-wawancara itu mengambil pendekatan kelompok terarah yang dimoderatori oleh konsultan untuk menggali wawasan, sudut pandang, pengalaman dan tantangan yang terkait pengarusutamaan gender.

SADC Protocol Barometer 2011 mengungkapkan bahwa 61 persen siswa media adalah perempuan, tapi ada lebih banyak pengajar media laki-laki di Afrika Selatan. Studi dari *The Glass Ceiling in Southern African Newsroom* (2009) menunjukkan bahwa meskipun perempuan mewakili 41 persen semua praktisi media, mereka masih menjadi minoritas di posisi manajerial.

Lebih lanjut lagi, terdapat peningkatan kecil sebesar 2 persen dalam sumber perempuan di media di SADC, dari 17 persen di tahun 2003 menjadi 19 persen menurut *Gender and Media Baseline Study* (GMBS). Sementara negara-negara seperti Afrika Selatan (20 persen), Namibia (20 persen) dan Botswana (20 persen) tercatat tidak mengalami perubahan, negara kecil yang lebih sosial konservatif seperti Lesotho (32

persen) menunjukkan peningkatan yang menakjubkan.

Afrika Selatan dan Namibia memiliki kebijakan yang paling mutakhir dalam hal hak asasi dan kesetaraan gender dengan latar belakang media yang plural dan beragam. Kedua Negara tersebut mempekerjakan 50 persen dan 40 persen perempuan praktisi media. SABC dan NBC berbagi sejarah politik yang sama, dan, karena BUMN beroperasi di lingkungan multikultural yang terikat dengan kewajiban Undang-undang Kebijakan Hak Minoritas, dituntut untuk menyerahkan laporan pengembangan tahunan kepada Komisi Kesetaraan Ketenagakerjaan. Namun, laporan-laporan ini mengungkapkan angka pekerja perempuan di posisi manajerial masih tidak sebanding dengan laki-laki.

SABC memiliki perwakilan perempuan terbanyak (44 persen) di manajemen teratas, sementara NBC hanya memiliki 17 persen perwakilan perempuan di manajemennya. SABC, sebagai satu-satunya media siaran di SADC dengan seorang perempuan sebagai Group CEO. Perusahaan ini mempunyai rencana tiga tahun yang progresif tentang kesetaraan pegawai yang mempromosikan perempuan, kaum difabel, dan pihak yang sebelumnya tidak diuntungkan.

Sebagai tambahan, anggaran responsif gender memegang peranan penting dalam mempromosikan praktik dan kebijakan pengarusutamaan gender. Tapi butuh untuk bekerja lebih keras lagi untuk mempersempit celah antargender di tingkat manajemen senior. SABC menjadi satu-satunya lembaga dari empat media siaran di SADC dengan kebijakan gender dan mendapatkan dukungan tinggi dari manajemen atas dan dewan.

Karena itu, program seleksi dan rekrutmen, lingkungan kerja, pelatihan dan pembentukan kapasitas perempuan,

sejalan dengan rencana SABC untuk mengubah profil pegawainya dalam hal gender di semua jenjang pekerjaan. Hal ini untuk memastikan gambaran masyarakat Afrika Selatan yang lebih representatif dan seimbang.

Meski tidak memiliki kebijakan gender, NBC tetap harus memenuhi aturan *Affirmative Action Act* tahun 1998 untuk menyerahkan laporan tahunan mengenai pengembangan pemberdayaan perempuan, kaum difabel dan pihak yang sebelumnya kurang diuntungkan. NBC sedang melalui proses restrukturisasi, yang mempengaruhi perwakilan perempuan pada manajemen atas.

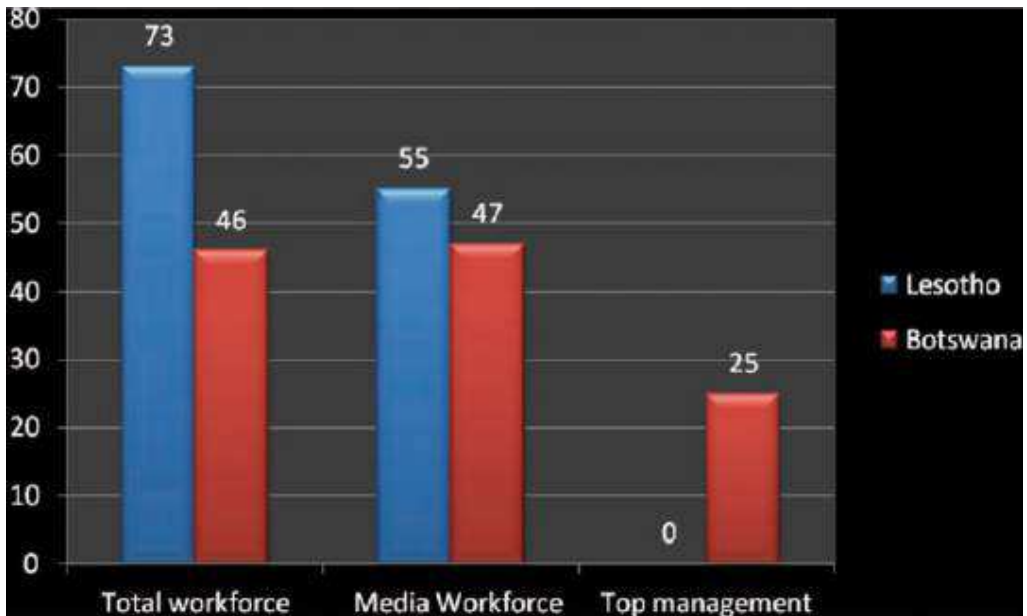
Sebelum restrukturisasi, NBC memiliki 50 persen perwakilan perempuan di manajemen puncak. Sekarang hanya 17 persen dari posisi manajerial puncak yang diisi oleh perempuan. Lebih jauh lagi, jumlah perempuan di manajemen menengah secara signifikan lebih rendah dari jumlah laki-laki. Oleh karena itu, NBC membutuhkan kebijakan gender yang dapat menjamin pendekatan yang lebih berimbang dalam hal gender saat menyeleksi dan merekrut manajemen senior.

Meskipun demikian, NBC memiliki Kebijakan [anti] Pelecehan Seksual; laki-laki dan perempuan mendapat remunerasi yang setara; tersedia cuti melahirkan; tidak ada anggaran khusus yang dialokasikan untuk pengarusutamaan gender yang disebabkan karena kurangnya dukungan dari direksi dan manajemen puncak.

Lesotho dan Botswana memiliki undang-undang yang efektif dan dihormati yang berlaku di lingkungan homogen dengan LNBS dan BSD menjadi direktorat di departemen pemerintah. Tujuh puluh tiga persen (73 persen) dari industri media Lesotho adalah pekerja perempuan. Ini adalah angka tertinggi di wilayah SADC, sementara Botswana



mempekerjakan 46 persen pekerja perempuan. LNBS tidak memiliki satu pun perempuan di manajemen puncak meskipun mempekerjakan 55 persen pegawai perempuan dan BSB memiliki 25 persen perwakilan perempuan di manajemen puncak meskipun mempekerjakan total 47 persen pegawai perempuan.



Dikarenakan tidak adanya aturan wajib, kedua direktorat tidak memiliki kebijakan gender, tidak menyediakan pelatihan gender, tidak ada *Affirmative Action Act* wajib, dan tidak perlu melakukan perekrutan dengan prinsip tindakan afirmatif. Oleh karena itu, di kedua direktorat ini (LNBS dan BSB) jumlah perempuan di tingkat manajemen menengah dan pengawas senior secara signifikan lebih tinggi dari jumlah laki-laki. Untuk itu, LNBS dan BSB perlu lebih menyeimbangkan gender di tingkat manajemen senior dan manajemen puncak.

SABC telah mengalahkan semua media siaran di SADC karena memiliki keterwakilan perempuan tertinggi di tingkat atas dan juga memiliki seorang CEO perempuan. Kebijakan pengarusutamaan gendernya telah mendorong konsep bahwa

perempuan memiliki kontribusi pada keragaman, dan bahwa perwakilan perempuan yang berimbang dalam pengambilan keputusan telah mendorong SABC untuk memanfaatkan secara penuh potensi sektor pegawai.

Pola hirarki SABC tampak lebih mudah dilihat pada mobilitas peningkatan perempuan yang bertentangan dengan LNBS dan BSB karena memiliki petunjuk dalam memajukan kesetaraan gender. NBC telah menunjukkan rencananya untuk mempraktikkan pengarusutamaan gender, namun belum menerapkannya.

Protokol SADC merekomendasikan semua media siaran untuk mendorong pengembangan dan penerapan kebijakan pengarusutamaan gender di semua tingkat. Protokol ini juga membuat ketentuan untuk anggaran tanggap gender agar dialokasikan untuk penerapan kebijakan pengarusutamaan gender. Sebagai tambahan, harus ada dukungan penuh dari manajemen puncak dan direksi untuk menciptakan landasan sebagai sarana berbagi ide dan informasi mengenai pengarusutamaan gender dan pembangunan kapasitas yang sesuai.

## **PENGANTAR**

Partisipasi perempuan di semua tingkat pengambilan keputusan dalam industri media sangat penting bagi pengarusutamaan gender dan pemberdayaan perempuan. Beberapa kemajuan telah terjadi di SADC, tapi lebih banyak yang harus dilakukan untuk meningkatkan keterwakilan perempuan praktisi media pada tingkat manajemen dan direksi.

UNESCO dan SABA membuat tinjauan pengarusutamaan gender pada empat organisasi media siaran nasional di

wilayah SADC. Ulasan ini dilakukan dengan tujuan untuk menggali diri sejauh mana protokol SADC telah memajukan pengembangan kesetaraan gender di semua tingkat dalam struktur organisasi dengan melalui survei penilaian diri.

Survei dilakukan di South African Broadcasting Corporation (SABC), Namibian Broadcasting Corporation (NBC), Lesotho National Broadcasting Services (LNBS) dan Broadcasting Services of Botswana (BSB). Hasil dari penelitian ini akan meningkatkan pengembangan kebijakan dan program pengarusutamaan gender.

Peneliti, seorang ahli media yang tinggal di Namibia, telah ditugaskan untuk melakukan survey pada empat studi kasus. Waktu yang digunakan adalah April sampai Juni 2012. Survey Pemetaan Pengarusutamaan Gender atau The Mainstreaming Gender Self-Assessment (GMSA) dilakukan menggunakan kuesioner, analisa isi, dan wawancara mendalam di berbagai media siaran. Data yang dikumpulkan sebagian besar kualitatif dan karena itu digunakan statistik deskriptif untuk menganalisanya

## **LATAR BELAKANG**

Menurut laporan Konferensi Perempuan Sedunia keempat (Fourth World Conference on Women) (Aliansi Protokol Gender SADC, 2011:23), "pengarusutamaan perspektif gender adalah proses penilaian implikasi untuk laki-laki dan perempuan dalam semua tindakan, termasuk undang-undang, kebijakan atau program, di semua wilayah dan tingkatan. Ini adalah sebuah strategi membangun kepedulian tentang perempuan sama seperti laki-laki, pada dimensi integral: desain, penerapan, pemantauan, dan evaluasi kebijakan. Juga pada bidang politik, ekonomi, dan sosial, sehingga

perempuan dan laki-laki mendapat keuntungan yang setara, dan menghilangkan ketidaksetaraan. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesetaraan gender.”

## A. KONTEKS

Studi Kasus Pengarusutamaan Gender di Afrika Selatan, Namibia, Lesotho dan Botswana diadakan oleh Asosiasi Penyiaran Afrika Selatan/ Southern Africa Broadcasting Association (SABA) dalam rangka menilai pengarusutamaan gender di empat media siaran, yaitu SABC, NBC, LNBS dan BSB. Tujuan utama dari penilaian ini adalah untuk:

- i. Menilai kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan dalam kebijakan, program dan praktik di empat organisasi ini.
- ii. Menggali strategi di empat media siaran untuk mempromosikan perempuan ke posisi manajerial.
- iii. Membandingkan dan mencari perbedaan dari empat organisasi media ini untuk menentukan tingkat perbedaan dari komitmen dalam mendukung keseimbangan dan pengarusutamaan gender.

## B. TEORI TERKAIT

Penelitian ini memakai kerangka teori pengarusutamaan gender yang secara praktik dan konsep yang telah diuji, karena melibatkan penemuan kembali, penyusunan kembali, dan pemberian nama baru pada bagian penting feminisme di era kontemporer. Studi ini adalah formasi baru dari praktik kebijakan dan politik tentang gender dan sekaligus strategi tentang gender terbaru untuk pengembangan teori.

Sebagai praktik, pengarusutamaan gender adalah sebuah

proses mempromosikan kesetaraan gender. Pun, tujuannya adalah memperbaiki efektivitas kebijakan utama dengan memperjelas asumsi, proses, dan hasil sifat gender. Namun, ada banyak definisi yang berbeda tentang pengarusutamaan gender seperti halnya banyak variasi dalam praktiknya.

Dalam bentuk teori, pengarusutamaan gender adalah proses revisi konsep kunci untuk pemahaman yang lebih mendalam, bukan pembentukan teori baru gender. Pengarusutamaan gender merangkum banyak ketegangan dan dilema dalam praktik dan teori feminisme pada dasawarsa lalu dan memberikan fokus perdebatan baru mengenai cara menggerakkan mereka. (Behning and Pascual 2001; Beveridge et al. 2000; Mazey 2000; Verloo 2001; Walby 2001; Woodward 2003).

### C. PENELITIAN SEBELUMNYA TENTANG PENGARUSUTAMAAN GENDER DI SADC

Sejumlah besar penelitian tentang pengarusutamaan gender dan topik di media telah dilakukan oleh Gender Links seperti *Roadmap to Equality 2009*, *Glass Ceiling: Women and Men in Southern African Media 2009*, *Gender and Media Diversity Journal*, *Second Draft SADC Gender Protocol Baseline Study 2011*, *Diversity in Action 2006* and *SADC Gender Protocol 2010, 2011 and 2012*.

Berdasarkan keseluruhan riset yang dilaksanakan pada 2012 oleh *SADC Gender Protocol Barometer*, sebagian besar dari 15 negara di Afrika Selatan belum mencapai 50:50 atas porsi laki-laki dan perempuan untuk 2015. Namun, dengan adanya 12 pemilu tersisa, keterwakilan dapat meningkat hingga mencapai 30 persen. Riset menemukan hasil yang beragam.

Pada April 2012 sejarah telah terukir di Afrika Selatan

saat Joyce Banda menjadi perempuan pertama yang menjadi Presiden Malawi dan sekaligus Kepala Negara Bagian di SADC. Kemudian, mantan Menteri Urusan Dalam Negeri Afrika Selatan Nkosozana Dlamini-Zuma, menjadi perempuan pertama yang menjadi Ketua Komisi Uni Afrika (African Union Commission). Ini merupakan kemenangan bagi perempuan. Negara-negara SADC telah membuka jalan tapi masih banyak yang harus dicapai. Contohnya “di Afrika Selatan, sementara menteri perempuan memenangkan Undang-Undang Kesetaraan Gender yang mencakup banyak aturan kunci dari Protokol Gender dan Pengembangan SADC, sebuah Rancangan Undang-undang Otoritas Tradisional yang memberikan kekuasaan untuk merebut kepada pengadilan adat telah memicu protes dari kelompok pembela hak-hak perempuan.” (SADC Protocol on Gender and Development 2012:8)

Riset mengungkapkan di luar pencapaian yang telah diperoleh beberapa tahun terakhir dalam hal pengarusutamaan gender, masih terdapat beberapa tantangan:

- Sikap patriakal laki-laki masih tampak jelas, dengan melihat tingginya angka kekerasan berbasis gender; stereotip gender di media dan sekolah. Pengambilan keputusan yang didominasi laki-laki tampak di semua tingkatan. Serta ketentuan konsitusional yang dikendalikan hukum adat hanya menimbulkan sedikit reaksi di beberapa negara.
- Terdapat penurunan jumlah perwakilan perempuan di tingkat nasional dan lokal dalam pemilu terakhir di negara-negara SADC. Lesotho hanya mencatatkan kenaikan marjinal sebesar 1 persen di bulan Mei 2012 pada tingkat nasional dan mengalami penurunan di tingkat lokal dari 58 persen menjadi 49 persen di bulan November

2011. Namibia juga mengalami penurunan dari 30 persen menjadi 26 persen di tingkat nasional pada tahun 2009.

- Laki-laki masih mendominasi ekonomi laki dan perempuan kurang mendapat akses untuk membuat keputusan ekonomi (26 persen), tanah, kredit dan alat produksi lain. Mayoritas perempuan masih miskin, terbuang, dan bekerja di bidang informal.
- Kebanyakan perempuan muda terinfeksi HIV dan AIDS, dan harus merawat mereka yang terinfeksi.
- Dilaporkan juga bahwa sementara institusi media telah membuat aturan gender yang lemah, angka regulasi yang menyusun undang-undang ramah gender meningkat dari enam menjadi tujuh.
- Berdasarkan *Barometer on Gender SADC* yang terbaru, hanya terjadi peningkatan kecil dalam pendidikan, kesehatan dan pengambilan keputusan dalam ekonomi.

Studi pengarusutamaan gender di empat media siaran ini sangat penting sebagai salah satu penelitian terbaru yang mengamati dampak pengarusutamaan gender pada laki-laki dan perempuan di wilayah SADC. Studi ini menunjukkan pengembangan dan atau kekurangan perempuan mendapatkan kesuksesan ekonomi.

Meskipun seringkali dilakukan studi tentang pengarusutamaan gender, masih banyak media yang belum memiliki kebijakan gender. Studi ini memberikan rekomendasi spesifik untuk kelompok media, memastikan membuat kebijakan, menerapkan, memantau serta melakukan evaluasi.

## **DESKRIPSI PROGRAM**

### **A. SEJARAH DAN PENGEMBANGAN PENGARUSUTAMAAN GENDER SADC**

Konferensi Perempuan Sedua yang keempat (The Fourth World Conference on Women) di Beijing pada tahun 1995 mengusulkan penghapusan diskriminasi terhadap perempuan melalui praktik dan kebijakan pengarusutamaan gender, serta dari tindakan pemerintah dan institusi. Hal ini menekankan kembali pentingnya pengarusutamaan gender untuk kesetaraan gender, sama halnya dengan dampak positif yang dirasakan para perempuan dan laki-laki.

Pengarusutamaan gender juga berkontribusi pada pengembangan komunitas yang berkesinambungan. Beragam negara SADC mengadaptasi kebijakan nasional dan internasional untuk mempromosikan pengarusutamaan gender. Tujuan Milenium Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations Millennium Goals*) dianut banyak negara di seluruh dunia, karena telah membuat aturan promosi kesetaraan gender. Di wilayah SADC, anggota negara bagian mengadopsi Protokol Gender dan Pengembangan SADC (SADC Protocol on Gender and Development) pada Agustus 2008 di Johannesburg.

Untuk dicatat, sembilan dari 15 negara menyetujui dan menandatangani protokol gender, serta memberlakukan 28 indikator gender pada 2015. Sebagai tambahan bagi protokol regional dan kesepakatan internasional lainnya, beragam negara dalam SADC telah mengembangkan kebijakan sendiri untuk mempromosikan pengarusutamaan gender di dalam organisasi dan pemerintahan.

Afrika Selatan telah meloloskan Undang-undang Kesetaraan Gender pada 2012 yang melindungi banyak



aturan dalam Protocol Gender SADC; Mozambik melarang diskriminasi terhadap gay dan lesbian di lingkungan kerja; Sembilan negara SADC memiliki konstitusi yang memberikan perlindungan terhadap perempuan sementara tujuh negara telah memiliki aturan yang berkaitan dengan kesetaraan gender dan ulasan konstitusional telah mendapat tempat di tujuh negara SADC. Lesotho, Botswana, Afrika Selatan memiliki perempuan gubernur di Bank Sentral mereka.

Menteri Keuangan Namibia adalah seorang perempuan. Secara keseluruhan, dalam SADC terdapat enam perempuan Wakil Menteri Keuangan(40 persen). Enam dari lima belas Negara SADC telah mengabulkan cuti bagi suami yang menemani istri melahirkan. Protokol Gender dan Pengembangan SADC digunakan oleh perusahaan swasta di Afrika Selatan untuk menjadi tolok ukur pencapaian pengarusutamaan gender.

Lesotho memiliki angka tertinggi untuk anggota dewan perempuan (49 persen) dalam SADC, dan juga pada jumlah siswa perempuan sekolah dasar di wilayahnya. Hampir seluruh Negara SADC berusaha untuk menyesuaikan prioritas nasional mereka dengan aturan yang terdapat dalam pengarusutamaan gender di tingkat regional dan global.

## **B. MISI DAN TUJUAN**

Tujuan utama dari Pemetaan Pengarusutamaan Gender/ Gender Mainstreaming Self-Assessment (GMSA) adalah untuk menilai tindakan lanjutan, strategi, program, dan kebijakan dari SABC, NBC, LNBS, dan BSB mengenai kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan.

Dalam rangka menetapkan tingkat target ini, survei pemetaan ini mencakup analisis yang meneliti sejauh mana

pemberdayaan gender diperhitungkan dalam kebijakan personalia, seperti tindakan afirmatif, rekrutmen dan seleksi, pelatihan, pembentukan kapasitas, anggaran tanggap gender, monitoring dan evaluasi pengarusutamaan gender. Dan hasil atas kesetaraan di semua tingkat pegawai dan perumusan rekomendasi, keberhasilan dan pelajaran yang didapat untuk meningkatkan pengarusutamaan gender.

### C. PRINSIP DAN METODE

Survey Pemetaan Pengarusutamaan Gender difasilitasi oleh konsultan dengan menggelar kuesioner mandiri yang diikuti dengan wawancara mendalam pada berbagai lembaga penyiaran. Wawancara-wawancara itu mengambil pendekatan kelompok terarah yang dimoderatori oleh konsultan untuk memetik wawasan, sudut pandang, pengalaman dan tantangan yang terkait pengarusutamaan gender.

Peserta terdiri atas empat belas manajer SABC, LNBS, NBC, dan BSB yang berasal dari divisi personalia, layanan televisi, kesehatan, layanan radio, manajemen kebijakan, kesetaraan pegawai, dan departemen teknik.

Sebuah analisa awal dari kebijakan penting pada strategi pengarusutamaan gender media di Afrika Selatan dan empat institusi media dilakukan sebelum memilih media siaran berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Wilayah geografi yang serupa, SADC
- Kemiripan populasi multikultur (NBC/SABC) dan homogen (LNBS/BSB)
- Latar belakang sejarah/politik (wajib undang-undang tindakan afirmatif).
- BUMN (SABC/NBC) vs. Departemen Kementerian

(LNBS/BSB).

- Kemiripan dan perbedaan: latar belakang sejarah/politik
- Ketertarikan untuk ikut-serta

Pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan dampak pengarusutamaan gender pada desain, penerapan dan program dan kebijakan secara keseluruhan dari media siaran. Juga terkait pengutamaan pada seleksi dan rekrutmen, kondisi pegawai, pembentukan kapasitas, pemberdayaan perempuan, pemantauan dan evaluasi dan anggaran. Survei juga memetakan tantangan utama, keberhasilan, harapan dan pelajaran yang sudah dialami dan dipelajari.

# Lesotho National Broadcasting Services (LNBS)

---

## LATAR BELAKANG

Lesotho telah merdeka sejak tahun 1966 dan telah melalui beragam kudeta. Negara ini berada di dikeliling pegunungan Afrika Selatan dengan populasi 2,1 juta orang. Lesotho tidak mendapatkan penilaian *Reporters without Borders*. Namun, pada 1993, Undang-undang Dasar Lesotho menjamin kebebasan media, “Setiap orang memiliki hak dan (kecuali dengan persetujuannya sendiri) tidak boleh dihalangi dalam menikmati kebebasan ekspresinya, termasuk kebebasan untuk beropini tanpa intervensi, kebebasan untuk menyampaikan gagasan dan informasi tanpa intervensi (baik komunikasi kepada publik secara umum atau perorangan atau kelompok) dan kebebasan dari campur tangan dengan korespondensinya.” (Undue Restriction, MISA 2004:p34).

Lesotho adalah satu-satunya negara di SADC yang tidak memiliki surat kabar harian tapi memproduksi tiga koran mingguan yang dimiliki swasta: Public Eye, Lesotho Times, dan Sunday Express. Leshoto Today adalah mingguan yang dimiliki dan dioperasikan pemerintah, dan diterbitkan dalam bahasa Inggris dan bahasa Sesotho. Terdapat delapan stasiun radio komersial dan dua stasiun radio Negara, Radio Lesotho dan Ultimate Radio, yang terakhir beroperasi dengan prinsip komersial.

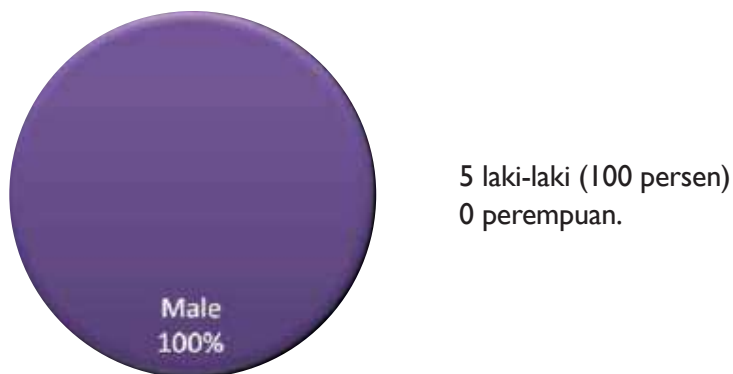
Dari kedua saluran televisi di negara ini, salah satunya milik negara, yaitu Lesotho TV, yang muncul sejak tahun 1988, selain DSTV, sebuah TV berlangganan yang dioperasikan oleh Multi-Choice dari Afrika Selatan.

Kantor Pusat Lesotho National Broadcasting Service (LNBS) berada di ibu kota negara, Maseru, dan menjadi direktorat pemerintahan yang bernaung pada Kementerian Informasi, Komunikasi, Sains dan Teknologi. Direktur jenderal melapor kepada *Permanent Secretary*. Pegawainya berjumlah 174 orang dengan 79 (45 persen) laki-laki dan 95 (55 persen) perempuan.

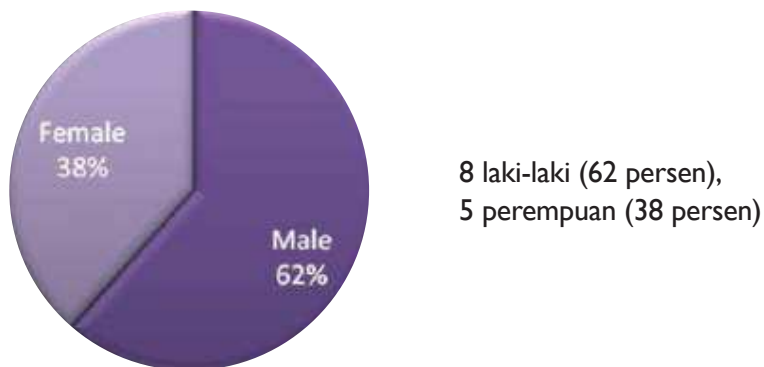
Data yang dipilah LNBS berdasarkan gender untuk tingkat Puncak, Senior, Menengah, Pengawas, dan di bawah tingkat pengawas

Struktur Pegawai LNBS berdasarkan gender:

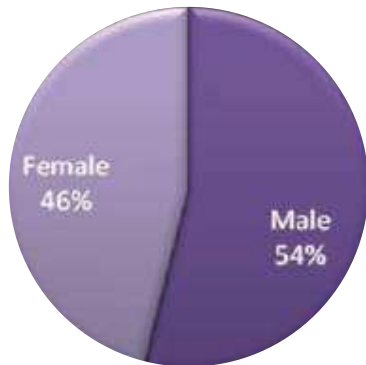
Bagan 11: Manajemen Puncak



Bagan 12: Manajemen Senior

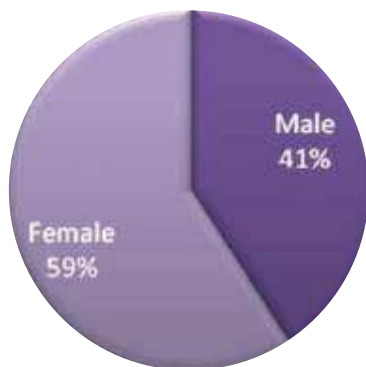


Bagan 13: Manajemen Menengah



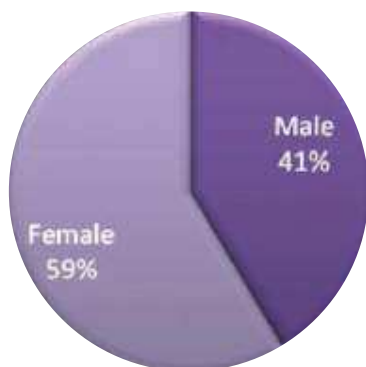
7 laki-laki (54 persen)  
6 perempuan (46 persen)

Bagan 14: Pengawas



25 laki-laki (41 persen)  
36 perempuan (59 persen)

Bagan 15: Tingkat di bawah Pengawas



34 laki-laki (41 persen)  
48 perempuan (59 persen)

LNBS memperoleh 80 persen pendapatannya dari pemerintah dan 20 persen dari iklan dan pendapatan lainnya, dan masyarakat tidak membayar penggunaan TV. Hal ini diatur oleh Lesotho Communications Authority pada tahun

2000 tanpa kebijakan kesetaraan pekerja, tapi warganya dilindungi undang-undang.

Lesotho adalah masyarakat yang homogeny, telah mengesahkan dan menyetujui Protokol Gender dan Pengembangan SADC. Yang menarik, Lesotho adalah satu-satunya negara di SADC yang telah memenuhi persyaratan protokol SADC dalam pemilu pemerintahan lokal, dengan memiliki 58 persen perwakilan perempuan di tahun 2005. Hal ini terjadi saat tindakan afirmatif diperkenalkan pada saat pemilu pemerintahan lokal.

Saat ini perwakilan gender perempuan di parlemen adalah sebesar 26 persen, pemerintahan lokal sebesar 49 persen (pemilu 2011); dan kabinet memiliki 39 persen perwakilan perempuan (The SADC Gender Protocol Alliance, 2011:58).

Perempuan di Lesotho mengisi 73 persen siswa media dan 67 persen pegawai di lembaga pendidikan tinggi media. Pemimpin perempuan di media mencapai 73 persen, Dewan Direksi 47 persen, dan manajemen 52 persen (The SADC Gender Protocol Alliance, 2011:272). Lesotho juga menjadi satu dari tiga negara di wilayah SADC yang memiliki narasumber perempuan dengan jumlah tertinggi (32 persen) yang diwawancara dengan topik yang biasanya didominasi laki-laki seperti politik, olahraga dan ekonomi (The SADC Gender Protocol Alliance, 2011:255).

## **TINDAKAN AFIRMATIF**

The Lesotho National Broadcasting Services tidak dituntut untuk memiliki rencana tindakan afirmatif, tapi melekat kepada konstitusi negara dan kebijakan nasional lainnya. "Lesotho menerapkan kebijakan yang bertujuan untuk mempromosikan masyarakat berdasarkan kesetaraan dan

keadilan bagi seluruh warga negara, tanpa membedakan ras, warna, jenis kelamin, bahasa, politik ataupun opini lain, asal sosial atau kebangsaan, properti, kelahiran, atau status lain. Secara khusus, negara harus mengambil langkah yang tepat dalam rangka mempromosikan kesempatan setara bagi kelompok yang kurang diuntungkan dalam masyarakat demi memungkinkan mereka untuk berpartisipasi secara penuh dalam seluruh kehidupan publik.” (Lesotho Constitution article 26 page 29: [www.constitutionnet.org/files/Lesotho%PDF](http://www.constitutionnet.org/files/Lesotho%PDF)).

## **REKRUTMEN DAN SELEKSI**

Sementara LNBS memfasilitasi iklan lowongan, sebagai direktorat, LNBS tidak bertanggung jawab untuk seleksi dan rekrutmen pegawai di tingkat manajerial karena dilakukan melalui Komisi Pelayanan Publik. Mereka hanya mewawancarai pegawai tingkat rendah. “Departemen Personalia di setiap kementerian, departemen atau agensi harus, (a) mengumumkan semua posisi kosong di dalam kementerian, departemen atau agensi yang terkait secara efisien, efektif dan seluas mungkin melalui media yang tersedia untuk meraih seluruh pelamar yang potensial, kecuali untuk perwakilan politik dan posisi konsitusional.” (Aturan Layanan Publik 2008, Bab II: halaman 5). LNBS tidak memiliki tujuan khusus untuk mendukung perempuan untuk berkarier di industri media, tapi semakin banyak perempuan yang mempelajari bidang ini.

## **SITUASI LINGKUNGAN KERJA**

LNBS memberikan cuti melahirkan dalam tanggungan selama tiga bulan serta dua jam istirahat per hari untuk menyusui tiga bulan berikutnya tanpa cuti bagi suami yang



istrinya melahirkan.

Tidak ada kebijakan khusus yang disusun untuk meminimalisasi stereotip perempuan, tapi panduan undang-undang regional telah diterapkan secara efektif. Lebih jauh lagi, LNBS tidak memiliki Kebijakan Pelecehan Seksual, tapi sudah tercantum di bawah undang-undang. Perempuan bebas untuk mengambil pekerjaan yang biasa dilakukan laki-laki seperti operator kamera, fotografer, dan teknisi, tapi kebanyakan mengundurkan diri untuk melakukan kewajiban terhadap tradisi dan keluarga.

## **PENGEMBANGAN STAF**

LNBS menawarkan pengembangan staf yang bervariasi kepada pegawainya, tapi tidak ada yang khusus untuk perempuan. Tidak terdapat Program Pengembangan Manajemen yang menargetkan perempuan dalam direktorat untuk menempati posisi manajerial.

LNBS memperkenalkan kursus diploma peningkatan mutu media terkait dengan Lesotho National University untuk meningkatkan keterampilan praktisi media terkini di bidang penyiaran. "Ketersediaan untuk pelatihan dan pengembangan: setiap petugas publik bisa mendapatkan pelatihan dan pengembangan. (2) Meskipun, pada peraturan pertama mengatur keputusan dibuat berdasarkan tipe pelatihan dan pengembangan, petugas akan bertanggung jawab atas kebutuhan petugas dan organisasi, namun kebutuhan organisasi akan diutamakan." (Aturan Layanan Publik 2008, hlm. 32).

## **PROMOSI**

Seluruh pegawai mendapatkan promosi kenaikan jabatan lewat rekomendasi dari pengawas dan disetujui

oleh Serikat Layanan Publik. Tidak ada kuota yang tersedia untuk perempuan. “Promosi dalam Layanan Publik harus berdasarkan pada keunggulan dan, di antara hal lainnya, pengalaman yang relevan dan sesuai, kinerja baik yang konsisten, dan sikap yang baik dan ketersediaan posisi yang kosong” (Undang-undang Layanan Publik, hlm. 13 pasal 31).

## **MONITORING DAN EVALUASI**

Tidak ada kontrol untuk mengawasi dan mengevaluasi pengarusutamaan gender karena tidak adanya kebijakan pengarusutamaan gender. Statistik pegawai tidak dipilah berdasarkan jenis kelamin dan tidak ada anggaran yang dialokasikan untuk menerapkan program-program kesetaraan gender.

## **TANTANGAN-TANTANGAN**

- LNBS memiliki lebih banyak perempuan di departemennya, tapi manajemen puncak diisi laki-laki. Bahkan, saat ketiga lapisan tertinggi digabung menjadi satu, hanya ada 35 persen dalam staf melengkapi 55 persen pegawai perempuan. Ini mengindikasikan kebutuhan pengarusutamaan gender yang tepat.
- Radio Ultimate dipimpin seorang laki-laki dan sembilan perempuan sebagai bawahan. Pada suatu waktu, tujuh orang perempuan mengambil cuti melahirkan pada saat bersamaan dan menciptakan masalah dalam pekerjaan sehari-hari. Pembagian gender harus seimbang di tingkat yang sesuai untuk memastikan manfaat maksimal bagi media siaran dan pegawainya.
- Manajemen tidak memiliki kendali pada seleksi dan rekrutmen pegawai.

- Komunikasi antar divisi tidak terbentuk dengan baik.
- Sebagai direktorat di kementerian pemerintahan, cakupan kekuasaan manajemen terbatas.
- Birokrasi dan hambatan keuangan menyebabkan lowongan tidak terisi tepat waktu.
- Pewarta dan teknisi kamera perempuan lebih memilih untuk bekerja di daerah yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk dapat memenuhi kewajiban keluarga.

### **FAKTOR KESUKSESAN**

- LNBS telah berhasil mempekerjakan lebih banyak perempuan (55 persen) dan mereka kemungkinan mendapat promosi.
- Media Lesotho secara keseluruhan mewawancarai lebih banyak narasumber perempuan (32 persen) di wilayah SADC seputar topik yang didominasi laki-laki seperti politik, olahraga dan ekonomi.

### **PELAJARAN YANG DIDAPAT**

Pelajaran paling berharga yang didapat adalah mempekerjakan lebih banyak perempuan dengan cara yang kurang tepat tidak memberikan kontribusi penting terhadap paritas gender. Namun, hal demikian dapat merugikan perusahaan sebagaimana bisa dilihat pada kasus Radio Ultimate, yang tujuh pegawai perempuannya mengambil cuti melahirkan pada saat bersamaan. Dibutuhkan kebijakan pengarusutamaan gender untuk menyeimbangkan gender secara tepat.

### **HARAPAN DAN KESEMPATAN**

LNBS berharap akan keberimbangan gender yang lebih

adil yang memungkinkan perempuan bisa menanjak dan mendapat promosi ke tingkat lebih tinggi di direktorat. LNBS menginginkan kebijakan pengarusutamaan gender dan harus menawarkan gaji lebih kompetitif untuk dapat menarik profesional yang tepat.

# Penilaian atas Broadcasting Services of Botswana (BSB)

---

## LATAR BELAKANG

Botswana adalah salah satu negara Afrika dengan pertumbuhan dan dinamika ekonomi tercepat, dengan didukung industri berlian yang menguntungkan. Dengan populasi lebih dari 2 juta orang, Botswana adalah salah satu bagian Afrika yang paling stabil dan damai. Pada tahun 2011, Reporters without Borders memberi Botswana peringkat 42 untuk kebebasan media, meningkat 20 poin sejak tahun 2010. Lebih jauh lagi, Transparency International telah menetapkan Botswana sebagai negara paling tidak korup di Afrika.

Terdapat 13 surat kabar komersial yang dimiliki oleh bisnis yang berbeda dan satu milik pemerintah, yaitu *The Daily News*. Broadcasting Services of Botswana (BSB) meliputi *Radio Botswana* (RB) dan *Botswana Television* (BTV). Radio Botswana mencakup dua stasiun radio, *RB1* dan *RB2*, yang terakhir kemudian menjadi radio komersial pertama yang diperkenalkan pada 1992. BTV diluncurkan pada 2000 dan disiarkan dalam bahasa Inggris dan Setswana.

Broadcasting Services of Botswana (BSB) dengan kantor pusatnya yang berada di ibu kota Gaborone mendapatkan 80 persen pendanaannya dari pemerintah dan 20 persen sisanya dari iklan dan sumber pemasukan lainnya. National Broadcasting Board (NBB) adalah regulator dan telah mengeluarkan izin radio untuk stasiun swasta *Yarona FM*, *GAZ FM*, dan *Duma FM*. Saat ini satu-satunya televisi berizin adalah *eBotswana*, yang sebelumnya dikenal dengan nama Gaborone Broadcasting Corporation.

Televisi ini mendapatkan izin mengudaranya di tahun 2005. Televisi satelit Afrika Selatan, *Multichoice* diizinkan untuk menyiarkan saluran *DSTV* di Botswana. Izin bagi dua televisi lainnya, *Munhumutape African Broadcasting Corporation (MABC)* dan *Black Earth Communications (BEST TV)* telah ditarik karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditentukan.

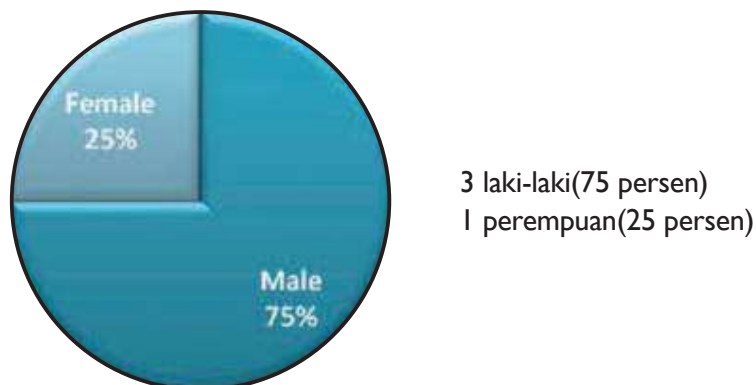
Tidak terdapat dewan direksi, sebagai dalam kasus BUMN, tapi terdapat dewan promosi yang menangani promosi dan pertemuan. BSB tidak memiliki Kebijakan Tindakan Afirmatif, namun menggunakan undang-undang untuk memastikan hak yang setara di Botswana.

Karena berada dalam naungan Presiden, Direktur BSB melapor ke *Permanent Secretary*. Pegawai menyeimbangkan Broadcasting Service of Botswana dengan perbandingan 314 pegawai yang terdiri dari 166 laki-laki (53 persen) dan 148 perempuan (47 persen).

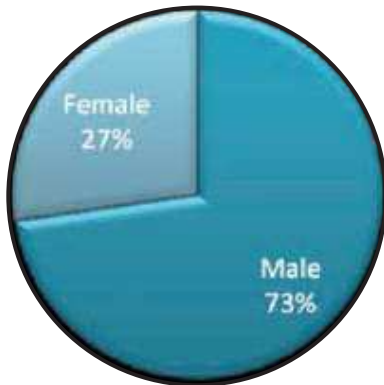
**Data yang dipilah BSB berdasarkan gender untuk tingkat Puncak, Senior, Menengah, Pengawas dan di bawah tingkat Pengawas**

Struktur kepegawaian BSB dipecah sebagai berikut:

Bagan 16: Manajemen Puncak

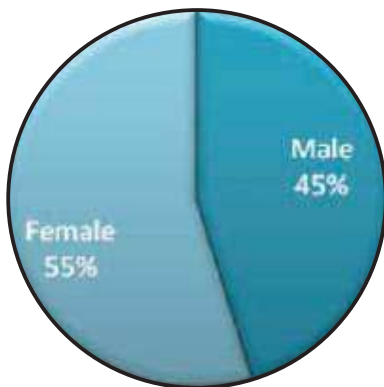


Bagan 17: Manajemen Senior



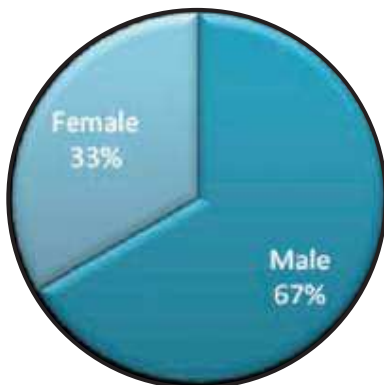
8 laki-laki (73 persen)  
3 perempuan (27 persen)

Bagan 18: Manajemen Menengah



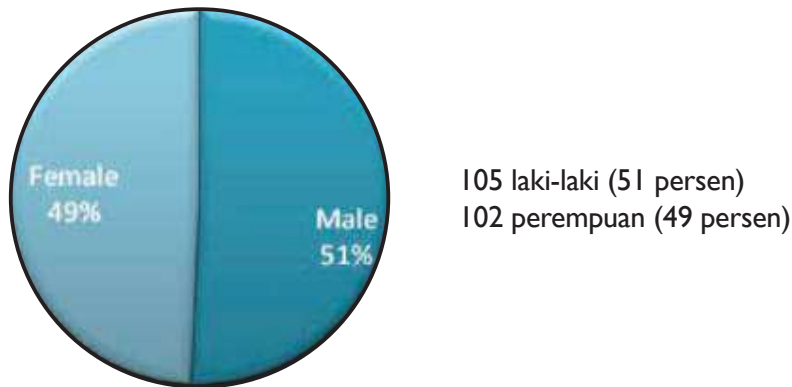
24 laki-laki (45 persen)  
29 perempuan (55 persen)

Bagan 19: Pengawas



26 laki-laki (67 persen)  
13 perempuan (33 persen)

Bagan 20: Tingkat di bawah Pengawas



Botswana belum menandatangani Protokol Gender dan Pengembangan SADC, dan negara ini memiliki perwakilan perempuan terendah kedua di parlemen (8 persen), pemerintahan lokal (19 persen); dan kabinet (17 persen), dalam wilayah SADC (Aliansi Protokol Gender SADC, 2011:272).

Di Botswana, angka siswa perempuan di lembaga media adalah 54 persen, sementara mereka yang berhasil bekerja di institusi media berjumlah 37 persen dari jumlah pegawai. Pegawai perempuan di media (46 persen), dewan direksi (24 persen), dan manajemen (37 persen). (Aliansi Protokol Gender SADC, 2011:131).

Media menggunakan 20 persen narasumber perempuan untuk topik-topik yang biasanya didominasi laki-laki, seperti politik, ekonomi dan olahraga. Fakta ini serupa dengan Afrika Selatan dan Namibia, sementara Lesotho memiliki narasumber perempuan terbanyak, sebesar 32 persen. (Aliansi Protokol Gender SADC, 2011: 271).

## TINDAKAN AFIRMATIF

BSB tidak memiliki Rencana Tindakan Afirmatif karena tidak diwajibkan oleh hukum. BSB memakai panduan dari Undang-undang Dasar negara dan kebijakan nasional lainnya



yang melindungi hak asasi masyarakat.

## **REKRUTMEN DAN SELEKSI**

BSB berada di bawah Presiden, karena itu merupakan Direktorat, dan Komisi Layanan Publik bertanggung jawab untuk perekrutan staf senior di BSB, dimana mereka hanya mewawancarai pegawai dengan tingkat lebih rendah.

## **SITUASI TEMPAT KERJA**

Meskipun undang-undang Botswana tidak membuat aturan untuk melarang diskriminasi berdasar jenis kelamin, Undang-undang Layanan Publik Botswana nomor 14/2000 menambahkan pasal baru (318) yang menjelaskan bahwa pelecehan seksual kepada pegawai negeri oleh rekan kerja atau pengawas adalah perlakuan tidak senonoh (Undang-undang Layanan Publik Botswana, 2010, Hlm.11)

Perempuan boleh bekerja pada posisi yang biasanya diisi laki-laki seperti operator kamera, juru foto, dan teknisi. Selain itu, BSB memberikan tiga bulan cuti melahirkan dalam tanggungan. Serta membolehkan cuti tiga bulan berikutnya, waktu menyusui selama dua jam, serta tidak memberikan cuti bagi suami yang istrinya melahirkan.

## **PENGEMBANGAN STAF**

BSB memiliki Rencana Pengembangan Staf yang memberikan pelatihan pada seluruh pegawai, dan pekerja perempuannya tidak mendapatkan perlakuan berbeda.

## **PROMOSI**

Para manajer menyaring daftar bawahan, memotivasi serta merekomendasikan bawahannya untuk mendapatkan

promosi jabatan dengan persetujuan Dewan Promosi. Namun, perusahaan tidak memiliki sistem kuota untuk perempuan saat dipertimbangkan untuk mendapatkan promosi dan/atau dibutuhkan jasanya.

## **MONITORING DAN EVALUASI**

BSB tidak memiliki kendali untuk mengawasi dan mengevaluasi pengarusutamaan gender karena tidak adanya kebijakan pengarusutamaan gender. Data statistik pegawai tidak dipisahkan berdasarkan jenis kelamin dan tidak ada anggaran yang dialokasikan untuk penerapan kesetaraan gender yang lebih jauh lagi.

## **TANTANGAN**

- Tantangan utama terkait pengarusutamaan gender di BSB adalah kurangnya kebijakan sebagai panduan, dan kurangnya kerangka hukum yang mendorong pengarusutamaan gender.
- Manajemen tidak bertanggung jawab terhadap rekrutmen dan seleksi manajer, serta tidak memiliki kendali.
- Mereka menyarankan terciptanya *platform* untuk berbagi ide dan informasi; saluran komunikasi juga belum berkembang baik.
- Mereka tidak bertemu secara berkala dan informasi biasanya bergerak dari atas ke bawah (*top down*).
- Perwakilan politik tidak selalu familiar dengan penyiaran.
- Birokrasi dan rantainya.

## **FAKTOR KESUKSESAN**

Meskipun pada faktanya BSB kurang memiliki perwakilan

perempuan di dua tingkat paling senior dalam organisasi, BSB memiliki seorang perempuan sebagai manajer senior di departemen teknik.

Terdapat lebih banyak perempuan (55 persen) di tingkat manajemen menengah yang nantinya bisa dipromosikan menjadi senior dan manajemen puncak, jika proses pengarusutamaan gender yang bersih berjalan.

## **PELAJARAN YANG DIDAPAT**

Pelajaran paling berharga adalah BSB telah belajar bahwa tanpa kebijakan pengarusutamaan gender dan kerangka hukum yang relevan, direktorat tidak bisa mendorong kesetaraan gender secara sistemik. Membutuhkan kebijakan-kebijakan untuk menciptakan konsistensi, keadilan, keseragaman di seluruh organisasi.

## **HARAPAN DAN KESEMPATAN**

Para manajer merasa bahwa jika mereka bisa memahami kebijakan pengarusutamaan gender, maka mereka akan tahu apa yang diharapkan dari mereka. Jika *platform* komunikasi yang lebih baik bisa dihadirkan, para pegawai akan dapat berbagi gagasan.

## KESIMPULAN TEMUAN PENGARUSUTAMAAN GENDER DI MEDIA-MEDIA SIARAN SADC

Temuan riset menggambarkan terdapat instrument berikut ini untuk menjamin kesetaraan gender: Tindakan afirmatif, rekrutmen dan seleksi, situasi tempat kerja, pengembangan dan promosi staf. Kesimpulan ini juga menyebutkan faktor-faktor tantangan dan kesuksesan terkini untuk setiap media siaran.

SABC					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMANTAUAN DAN EVALUASI
Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

NBC					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMANTAUAN DAN EVALUASI
Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak

	<b>TANTANGAN</b>	<b>FAKTOR KESUKSESAN</b>
	Tantangan utama yang dialami SABC adalah pembajakan profesional perempuan oleh media siaran swasta seperti E-TV dengan menawarkan remunerasi yang lebih tinggi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SABC adalah media siaran pertama di SADC yang memiliki CEO perempuan.</li> <li>• Chief Financial Officer-nya adalah perempuan.</li> <li>• Komite dan Forum Kesetaraan Pegawai meningkatkan pengarusutamaan gender.</li> <li>• Komite Teknis Perempuan adalah pencarian cepat perempuan di profesi yang didominasi laki-laki.</li> <li>• SABC memiliki kebijakan pengarusutamaan gender dan anggarannya.</li> </ul>

	<b>TANTANGAN</b>	<b>FAKTOR KESUKSESAN</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada target organisasi yang spesifik untuk pengarusutamaan gender.</li> <li>• Tidak ada anggaran untuk aktivitas atau pelatihan gender</li> <li>• Tidak ada kebijakan gender di tempat kerja</li> <li>• Tidak ada dukungan dari manajemen puncak untuk focal point gender serta usulannya.</li> <li>• Tidak ada pelatihan gender rutin untuk staf.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penunjukkan focal point gender di tingkat senior.</li> <li>• Laporan AA Tahunan</li> <li>• Review tahunan untuk kebijakan personalia, yaitu cuti melahirkan, pelecehan seksual, dan rekrutmen.</li> </ul>

LNBC					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMANTAUAN DAN EVALUASI
Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak

TANTANGAN	FAKTOR KESUKSESAN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LNS memiliki jumlah perempuan lebih banyak di departemen, tapi pimpinan puncak dikuasai laki-laki. Bahkan jika tiga lapisan puncak digabung hanya ada 35 persen yang mewakili 55 persen jumlah pegawai perempuan. Ini mengindikasikan kebutuhan akan pengarusutamaan gender yang layak.</li> <li>• Radio Ultimate dipimpin oleh satu laki-laki dan Sembilan perempuan sebagai bawahannya. Di satu waktu, tujuh orang perempuan mengambil cuti melahirkan pada saat bersamaan, yang menyebabkan aktivitas sehari-hari menjadi sulit dilaksanakan.</li> <li>• Pembagian gender harus seimbang di tingkat yang tepat untuk memastikan manfaat maksimal bagi media siaran dan pegawainya.</li> <li>• Manajemen tidak memiliki kendali pada rekrutmen dan seleksi pegawai.</li> <li>• Komunikasi antardivisi tidak terbangun dengan baik.</li> <li>• Menjadi direktorat di kementerian pemerintahan membatasi ruang kuasa manajemen</li> <li>• Pita merah birokrasi dan hambatan financial menyebabkan lowongan tidak diisi tepat waktu</li> <li>• Repoter dan teknisi kamera perempuan lebih memilih untuk bekerja dekat rumah karena kewajiban keluarga.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LNBS berhasil mempekerjakan lebih banyak pegawai perempuan (55%) yang memiliki kemungkinan dipromosikan.</li> <li>• Media Lesotho secara keseluruhan mewawancarai lebih banyak narasumber perempuan (32%) di wilayah SADC mengenai topik yang biasanya didominasi laki-laki, seperti politik, olahraga dan ekonomi.</li> </ul>

BSB					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMANTAUAN DAN EVALUASI
Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak

## KESIMPULAN

### TINDAKAN AFIRMATIF

Afrika Selatan dan Namibia adalah yang paling menonjol di wilayahnya sebagai negara dengan kebijakan hak asasi dan kesetaraan gender yang paling maju. Kedua negara ini masuk ke dalam peringkat 50 besar di antara negara-negara dengan praktik kebebasan media yang terbaik. Kedua negara ini juga memiliki media yang beragam dan majemuk yang masing-masing mempekerjakan 50 persen dan 40 persen praktisi media perempuan di negaranya.

Kedua negara ini berbagi sejarah politik yang sama, dan NBC dan SABC adalah BUMN yang beroperasi dalam lingkungan multibudaya. Pemerintah mengharuskan untuk memiliki Rencana Tindakan Afirmatif dan melaporkannya ke Komisi Kesetaraan Pegawai setiap tahun. Keduanya juga pernah mengalami tingkat pergantian direktur jenderal yang



TANTANGAN	FAKTOR KESUKSESAN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tantangan utama terkait pengarusutamaan gender di BSB adalah kurangnya kebijakan untuk menjadi pedoman dan kurangnya kerangka hukum untuk mendorong pengarusutamaan gender.</li> <li>• Manajemen tidak bertanggung jawab untuk rekrutmen dan seleksi manajer, serta tidak memiliki kendali</li> <li>• Mereka menyarankan pentingnya platform untuk berbagi ide; saluran komunikasi tidak dikembangkan.</li> <li>• Mereka tidak mengadakan pertemuan secara rutin dan informasi biasanya mengalir dari atas ke bawah</li> <li>• Perwakilan politik belum tentu memahami penyiaran.</li> <li>• Birokrasi dan rantainya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meskipun BSB memiliki perwakilan perempuan yang rendah di dua tingkat paling senior di dalam organisasi, BSB memiliki seorang perempuan sebagai manajer senior di departemen teknik.</li> <li>• Terdapat lebih banyak perempuan (55 persen) di tingkat manajemen menengah yang nantinya bisa dipromosikan ke manajemen senior dan puncak jika proses pengarusutamaan gender yang bersih dimaksimalkan.</li> </ul>

tinggi selama beberapa tahun terakhir. Namun, berfokus pada komposisi manajemen mereka, gambarannya cukup berbeda.

SABC adalah satu-satunya media siaran di kawasan dengan *Group Chief Executive Officer* perempuan, yang mengelola manajemen puncak yang terdiri dari 44 persen perempuan, sementara NBC memiliki 17 persen. Manajemen senior meliputi 36 persen manajer perempuan, sementara NBC terdiri dari 32 persen perempuan. Jika ketiga manajemen digabungkan, perempuan SABC mewakili 40 persen jumlah pekerjanya dan NBC sebesar 32 persen.

NBC saat ini sedang melalui proses restrukturisasi dan tahun lalu di manajemen puncak, jumlah perwakilan perempuan dikurangi dari sebelumnya sebesar 50 persen menjadi 17 persen. Karena restrukturisasi masih berlangsung, maka ini dapat menjelaskan hasil sebesar 57 persen di tingkat manajemen senior.

Perbedaan lainnya adalah direksi dan manajemen puncak SABC mendukung penuh serta memprioritaskan pengarusutamaan gender dalam program dan kebijakannya, sementara NBC tidak. SABC memiliki anggaran yang tanggap gender dan pemberdayaan perempuan masuk ke dalam sistem manajemen kinerja. Direksi SABC menyetujui Rencana Tiga Tahun Kesetaraan Pegawai, sementara NBC belum melakukannya.

Di sisi lain NBC sudah menyiapkan Rencana Tindakan Afirmatif dan bahkan kebijakan gender, tinggal menunggu persetujuan direksi. *Focal point* gender di NBC mendapatkan dukungan minimal dan tidak ada program pengembangan perempuan. Beberapa tingkat organisasional di SABC masih harus mencapai keseimbangan gender, tapi konsistensi usaha memperkecil jarak antargender terlihat di hampir semua tingkat. SABC melakukannya dengan baik karena status quo yang dialaminya sejalan dengan kebijakan pengarusutamaan gender yang terorganisasi dan sistematis. NBC tidak menjalankannya dengan baik karena kurangnya sistem untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi persamaan gender.

Sementara NBC diatur oleh Undang-undang Tindakan Afirmatif untuk memenuhi target tertentu, dan juga dengan tertundanya kebijakan gender, NBC kurang menerapkannya dengan baik. NBC memiliki 228 pegawai laki-laki dan 144 pegawai perempuan pada 2009. Menurut Rencana Tiga Tahun Tindakan Afirmatif, NBC menargetkan untuk menambah 53 pegawai perempuan dan 22 pegawai laki-laki pada tahun fiskal 2010/2011. Namun, NBC hanya berhasil mempekerjakan 20 perempuan, kurang 33 orang lagi dari yang ditargetkan; tapi berhasil mempekerjakan 22 laki-laki melampaui targetnya (NBC Affirmative Action Report 2008/2009).

Lesotho dan Botswana juga merupakan negara yang damai dengan konstitusi yang efektif dan dihormati. Kedua Negara ini memiliki masyarakat yang homogen, dan LNBS serta BSB merupakan departemen dalam kementerian pemerintah. Botswana, sama seperti Namibia dan Afrika Selatan, masuk ke dalam dalam 50 besar negara di dunia yang mempraktikkan kebebasan media terbaik. Sementara Lesotho tidak mendapat peringkat oleh Reporters without Borders, jurnalis mereka bebas melakukan pelaporan tanpa ancaman dan intimidasi.

Industri media Lesotho memiliki rata-rata jumlah pegawai perempuan tertinggi (73 persen) di SADC, sementara Botswana mempekerjakan 46 persen, juga masih lebih tinggi dari rata-rata wilayah SADC. Tapi terdapat sedikit perbedaan pada komposisi manajemen mereka.

LNBS adalah satu-satunya dari keempat media siaran yang tidak memiliki perempuan di manajemen puncak. 100 persen laki-laki. Sementara BSB memiliki 25 persen perwakilan perempuan. Di LNBS, manajemen senior terdiri dari 38 persen perempuan, sementara BSB 27 persen. Di tingkat manajemen menengah BSB berjalan dengan baik karena terdapat 55 persen perempuan dan LNBS memiliki 46 persen. LNBS dan BSB memiliki perwakilan perempuan yang sangat rendah di lapisan pertama dan kedua, tapi keduanya mengejanya di tingkat manajemen menengah. Merupakan hal yang sangat penting bahwa perempuan terwakili dengan baik di tingkat pengambilan keputusan, terutama di tingkat tertinggi dalam organisasi manapun.

Bukti menunjukkan bahwa untuk mencapai paritas gender, penting untuk menciptakan kerangka hukum seperti kebijakan gender untuk mengarusutamakan semua program, proses dan tindakan organisasi, serta memastikan semua penerapannya sesuai dengan kerangka hukum. Situasi di

LNBS jelas menunjukkan di negara dengan jumlah praktisi media perempuan tertinggi, jumlah siswa perempuan tertinggi di institusi media, jumlah narasumber perempuan tertinggi untuk berita langsung, jumlah pegawai perempuan tertinggi di LNBS, maka tidak dapat diterima bahwa tidak ada perwakilan perempuan di manajemen puncak dan hanya 38 persen yang berada di tingkat manajemen senior.

Lesotho telah mendemonstrasikan kekuatan politik saat munculn Undang-undang Tindakan Afirmatif saat pemilu lokal dan menang dengan 58 persen anggota dewan legislatif perempuan. Mereka telah berhasil mencapai meskipun sempat ada usaha untuk membuat pengadilan tinggi menghentikan inisiatif ini. Meski demikian, LNBS dapat mengadvokasi untuk kebijakan inklusi dan distribusi perempuan yang lebih seimbang di semua tingkat.

Mempekerjakan lebih banyak perempuan di satu departemen dapat berakibat buruk bagi pekerjaan sebagaimana telah ditunjukkan dengan tujuh perempuan yang mengambil cuti melahirkan secara bersamaan. NBC menekankan keseimbangan gender dan kebutuhan akan dukungan direksi untuk dapat menerapkan inisiatif gender secara efektif. BSB harus menengok pada tingkat manajemen puncak dan tingkat manajemen senior bahwa penerapan kesetaraan gender tidak merata. SABC telah melaksanakan perumusan kebijakan dengan baik, tapi harus meningkatkan manajemen seniornya. Namun demikian, terdapat pola yang sistematis dan dapat diduga dalam penerapan kesetaraan gender di semua tingkat di SABC.

## REKRUTMEN DAN SELEKSI

SABC memiliki kebijakan rekrutmen dan seleksi

yang sama dan sebangun dengan kesetaraan gender dan pengarusutamaan gender. Panel pewawancara telah berimbang secara gender dan anggaran tanggap gender dari SABC telah mencakup rekrutmen perempuan. NBC menggunakan panel pewawancara yang berimbang secara gender. Tapi sama seperti kasus BSB dan LNBS, tidak ada anggaran dan kebijakan gender yang muncul, yang secara spesifik bertujuan untuk mempromosikan peningkatan karir perempuan di lingkungan kerja. Untuk itu struktur organisasi SABC menunjukkan upaya yang konsisten dan sistematis menyeimbangkan pegawai laki-laki dan perempuan di hampir semua tingkat.

Komisi Kesetaraan Pegawai membuat kriteria tertentu, perempuan yang berpotensi dapat disiapkan untuk posisi senior di tempat kerja. Rencana Tindakan Afirmatif milik NBC berupaya mempekerjakan lebih banyak perempuan di organisasi selama tiga tahun terakhir, tapi tidak terlaksana sesuai rencana. Alasannya, bisa jadi situasi yang tidak stabil pada manajemen dan juga hambatan finansial.

LNBS dan BSB adalah direktorat, dan rekrutmen dan seleksi manajernya difasilitasi oleh Komisi Layanan Publik. Di SABC pengarusutamaan gender adalah bagian dari kinerja manajer, karena itu dengan merekrut dan menyeleksi tim kerja yang berimbang, beragam, dan memenuhi persyaratan secara gender akan menguntungkan manajer.

## SITUASI TEMPAT KERJA

Lingkungan kerja di SABC cukup kondusif bagi pegawai perempuan karena adanya sejumlah kebijakan seperti cuti melahirkan yang baik, kampanye tentang [anti]pelecehan seksual, dan perempuan yang mendapat promosi karena

prestasi, dan pedoman yang telah diatur oleh Komisi Kesetaraan Pegawai. Di NBC, situasinya kurang lebih sama, kecuali cuti melahirkan yang hanya berlangsung tiga bulan serta kebijakan gender yang masih harus diperbaiki. Di BSB dan LNBS, lingkungannya juga baik dengan perlindungan yang serupa di bawah hukum dan tambahan jeda dua jam untuk menyusui selama tiga bulan setelah cuti melahirkan.

Di NBC dan SABC, terdapat data berdasarkan jenis kelamin untuk memastikan pemantauan dan penilaian yang tepat pada status quo perempuan. Juga, informasi lebih mudah didapat untuk penyusunan proposal terkait pengarusutamaan gender. Ini belum diterapkan di LNBS dan BSB. Membutuhkan waktu untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan hal ini. Salah satu syarat kebijakan gender, memiliki informasi yang siap sedia.

SABC memiliki anggaran yang tanggap gender untuk memastikan kesetaraan di tempat kerja terealisasi secara efektif. NBC, LNBS, dan BSB tidak memiliki anggaran khusus untuk pengarusutamaan gender dan ini membuat realisasi program apapun menjadi sulit.

SABC telah menetapkan kebijakan dan praktik untuk mewujudkan tata aturan pengarusutamaan gender yang efektif dan sekaligus membuat contoh yang baik bagi media siaran lainnya di SADC. Meskipun, masih banyak yang perlu dilakukan untuk mempersempit jarak antara status laki-laki dan perempuan di dalam organisasi.

NBC dipersyaratkan oleh hukum untuk menerapkan tindakan afirmatif, dan dalam proses memiliki kebijakan gender. LNBS mayoritas telah diisi oleh perempuan, dan berusaha untuk meningkatkan atau mempromosikan mereka ke tingkat yang lebih tinggi di departemen. BSB tidak terlalu

baik di manajemen puncak dan senior, tapi dengan 55 persen perempuan di manajemen menengah, BSB nantinya dapat mempromosikan mereka ke manajemen puncak.

## **PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN STAF**

SABC telah memprioritaskan pelatihan dan pengembangan staf melalui Rencana Pengembangan Personal (PDP) dan kebutuhan yang didasari program GIBB yang menguntungkan sebagian besar stafnya. Program Woman-in-Technology mempercepat perempuan untuk menjadi andal di bidang yang secara tradisional didominasi laki-laki. Berhubung pengembangan kapasitas adalah indikator penting untuk mewujudkan kesuksesan pengarusutamaan gender, direksi SABC telah menyetujui anggaran yang tanggap gender untuk mewujudkan target pelatihan dan inisiatif pengarusutamaan gender lainnya.

NBC, KNBS, dan BSB tidak memiliki program pelatihan yang dirancang spesifik untuk perempuan, tapi mereka mengabdikan perempuan untuk belajar saat kesempatan muncul melalui program sponsor atau kerja sama dengan lembaga lain.

## **PROMOSI**

Promosi personel di SABC diperoleh dari daftar pendek kandidat yang memenuhi kualifikasi atau mereka yang memiliki potensi untuk menempati posisi lebih tinggi. Ini dilakukan dengan menggunakan kriteria tindakan afirmatif agar adil untuk semua pegawai. SABC menjaga standar yang sama yang diresepkan oleh kebijakan-kebijakannya untuk mempromosikan kandidat yang memenuhi persyaratan. NBC, LNBS dan BSB tidak memberikan preferensi khusus untuk

mempromosikan perempuan berpotensi yang memenuhi kualifikasi karena tidak memiliki kebijakan. Oleh karena itu, ketiganya memiliki perwakilan perempuan terendah di manajemen puncak, dan kebanyakan pegawai perempuan terkonsentrasi di tingkat manajemen yang lebih rendah.

## PEMANTAUAN DAN EVALUASI

Manajemen puncak SABC menciptakan forum dan komite pengarusutamaan gender untuk memastikan informasi dan ide tersebar di departemen-departemen mereka dan di seluruh organisasi sampai ke tingkat provinsi. Target kebijakan hak minoritas diawasi dan dievaluasi dengan efektif sebagai bagian dari kinerja keseluruhan dari manajer dan pegawai terkait. Oleh karena itu, pengarusutamaan gender dinilai, dan para manajer diberikan penghargaan berdasarkan pada target yang berhasil dicapai.

Insentif untuk pencapaian pengarusutamaan gender adalah cara yang efektif untuk memastikan bahwa sistem mendukung pengarusutamaan gender di dalam organisasi. Ini tidak terjadi di NBC, LNBS, dan BSB karena mereka tidak disyaratkan untuk melakukan semua ini. Namun, NBC disyaratkan untuk menyerahkan laporan tindakan afirmatif setiap tahun. Pemantauan dan evaluasi adalah komponen kunci dalam mengukur hasil pengelolaan, dan agar pengarusutamaan gender diterapkan secara efektif, maka harus diawasi dan dievaluasi.



## REKOMENDASI KUNCI YANG DIBUAT OLEH MEDIA-MEDIA SIARAN

SABC					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMAN-TAUAN DAN EVALUASI
Agar memperhatikan kembali struktur tingkat senior dengan memasukkan lebih banyak perempuan di tingkat ini.					

NBC					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMAN-TAUAN DAN EVALUASI
Penerapan Undang-undang kebijakan hak minoritas yang lebih baik lagi	NBC dapat menambahkan lebih banyak inisiatif untuk mendukung lebih banyak perempuan untuk berkarier di sektor media.	Hindari re-strukturisasi yang terus-menerus di manajemen puncak karena menghambat penerapan kebijakan yang sudah ada.	Agar manajemen menyetujui proposal yang diberikan yang berkaitan dengan hal ini	Buat kuota promosi untuk perempuan di semua tingkat dalam organisasi	Alokasikan anggaran spesifik untuk pengarusutamaan gender.

LNBS					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMAN-TAUAN DAN EVALUASI
Pengarusutamaan gender sangat dibutuhkan di semua bidang. Tapi karena LNBS saat ini dikelola pemerintah, maka LNBS harus bertransformasi menjadi media siaran publik untuk memfasilitasi perencanaan internal dan penerapan pengarusutamaan gender di semua tingkat.					

BSB					
TINDAKAN AFIRMATIF	REKRUTMEN DAN SELEKSI	SITUASI TEMPAT KERJA	PENGEMBANGAN STAF	PROMOSI	PEMAN-TAUAN DAN EVALUASI
Botswana harus didorong untuk menandatangani Protokol Gender dan Pengembangan SADC dalam rangka penyediaan pengarusutamaan gender di semua area di atas.					

Partisipasi media siaran nasional dalam Penilaian Diri Pengarusutamaan Gender menghasilkan beberapa rekomendasi kunci untuk meningkatkan dan memperbaiki strategi pengarusutamaan gender pada organisasi. Media siaran menyadari bahwa kebijakan gender dan atau kebijakan hak minoritas adalah penting dalam memastikan kesetaraan gender dan pengarusutamaan gender.

Untuk itu, mereka merekomendasikan agar institusi mereka mengembangkan sebuah dokumen kebijakan yang komprehensif tentang pengarusutamaan gender untuk penerapan program pengarusutamaan gender yang efektif di semua tingkat. Saat program sudah sistematis dan terorganisir, perempuan dapat dengan mudah berkarir keluar dari dari posisi rendah. Perempuan bisa memberikan kontribusi penting pada nilai, budaya, dan pengalaman yang berbeda, dan oleh karena itu perwakilan perempuan yang setara dalam pengambilan keputusan akan meningkatkan kemampuan media siaran untuk memanfaatkan secara penuh potensi perempuan di semua tingkat.

Anggaran responsif gender harus dialokasikan untuk inisiatif yang berkaitan dengan pengarusutamaan gender dan pemberdayaan perempuan. Tujuannya adalah memfasilitasi sumber daya yang dapat meningkatkan kinerja pengarusutamaan gender dan mendampingi dalam transformasi media siaran yang efektif.

Dukungan dari direksi, kementerian yang terkait dan manajemen puncak sangat penting untuk penerapan pengarusutamaan gender. Pengarusutamaan gender harus didukung sebagai strategi yang efektif untuk memastikan kesetaraan gender dalam organisasi dan ini hanya dapat dilakukan dengan dukungan yang tepat dari pemegang kewenangan yang lebih tinggi.

Media siaran harus menciptakan landasan dalam organisasi dimana informasi dan ide tentang cara terbaik dalam penerapan strategi pengarusutamaan gender dapat disebar. Sangat penting untuk mempromosikan pengetahuan tentang pengarusutamaan gender ke semua tingkat institusi. Perlu mengembangkan sebuah strategi untuk memastikan bahwa pengetahuan yang didapat bisa diterapkan secara efektif oleh staf dan manajemen. Pembentukan forum dan komite di semua tingkat yang menangani pengarusutamaan gender dapat menjadi landasan merealisasikan ide ini. Strategi ini memastikan bahwa semua tingkat organisasi tercakup dan pengarusutamaan gender menerapkan dengan efektif.

Pelatihan dan pembangunan kapasitas manajemen dan staf dengan menekankan pada pemberdayaan perempuan sangat krusial, sama halnya dengan pelatihan tentang pentingnya pengarusutamaan gender. Hal ini memungkinkan inklusivitas dan kepemilikan. Lebih lanjut lagi, media siaran harus memulai program yang mendorong perempuan untuk bergabung dengan industri media, khususnya pada bagian yang selama ini dominan laki-laki.

Pengarusutamaan gender harus tampak jelas dalam perancangan dan pelaksanaan setiap kebijakan dan program di organisasi apapun. Untuk itu, sistem manajemen kinerja harus berdasarkan pengarusutamaan gender sehingga para manajer dapat bertanggung jawab sesuai target. Pengarusutamaan gender harus dievaluasi, terukur dan dihargai. Sebagai tambahan, organisasi harus menciptakan program-program yang mempromosikan konsep pengarusutamaan gender di website, radio dan televisi.

Melatih para staf membuat dokumen yang tepat sesuai dengan strategi pengarusutamaan gender, misalnya melengkapi dan menggunakan data terpilah berdasarkan jenis kelamin. \*\*\*

Kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan adalah prioritas umum UNESCO, selain memberikan perhatian pada Afrika. Dalam hal ini, 'kesetaraan' berarti jaminan bahwa potensi yang ada dalam diri perempuan/gadis dan laki-laki lajang sepenuhnya dapat tersalurkan. Selain itu, nilai yang terdapat dalam diri seseorang diakui tanpa prasangka. Kesetaraan gender tengah mendapatkan sorotan yang kian tajam secara global menyusul penetapan sejumlah instrumen legal dan normatif: konvensi dan deklarasi. Salah satu yang menonjol adalah Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan serta Deklarasi Beijing dan Platform Aksi.

Sektor Komunikasi dan Informasi UNESCO telah sepenuhnya berkomitmen dan melibatkan diri secara global dalam pelbagai inisiatif spesifik gender pada seluruh divisi dan kegiatan utamanya. Kedua perspektif – yakni kesetaraan di antara kaum perempuan dan pria yang bekerja di media serta kesetaraan dalam reportase berita atas perempuan dan laki-laki – sama penting dan sedang diperjuangkan.

Sambutan International Programme for the Development of Communication (IPDC) terhadap inisiatif GSIM menegaskan pentingnya topik ini bagi negara-negara anggota UNESCO.

JānisKārklīņš

*Asisten Direktur Jenderal – Komunikasi dan Informasi – UNESCO*

