



## KETIMPANGAN REPRESENTASI *STEREOTIPE* PEREMPUAN DALAM RUANG PUBLIK

Anggi Fuja Sahyana<sup>1</sup>, Riska Anggraini<sup>2</sup>, Adinda Putri Pertiwi<sup>3</sup>, Lilis Karwati<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Universitas Siliwangi, Tasikmalaya

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai representasi stereotipe perempuan dalam ruang publik. Pendekatan penelitian ini menggunakan studi kepustakaan atau (library research), adapun metode analisis yang dilakukan yaitu dengan pemilihan, perbandingan, penggabungan, dan pemilahan terhadap hasil-hasil penelitian yang relevan terkait ketimpangan representasi stereotipe perempuan dalam ruang publik, dan kemudian ditarik kesimpulannya, sehingga dijumpai korelevansi. Hasil kajian penelitian menunjukkan bahwa perempuan sudah mulai mengemansipasi dan mengaktualisasikan perannya ke berbagai ruang publik, ruang publik yang dimaksud yaitu politik dan pemerintahan, pendidikan dan entertainment. Bahkan dalam entertainment keberadaan perempuan mendominasi dibandingkan dengan laki-laki. Namun, kenyataannya perempuan selalu saja mendapatkan ketidakuntungan dalam mengaktualisasikan dirinya dalam berbagai ranah. Meskipun perempuan menjadi dominan dalam persentase keterlibatan dunia entertainment, tetap saja masyarakat publik memberikan representasi stereotipe negatif bagi perempuan sebagai makhluk domestik yang hanya mampu mengerjakan pekerjaan rumah, mengasuh anak, melayani suami, sebagai objek seksualitas laki-laki, sosok yang dianggap lemah, emosional, tidak kredibel dan tidak berdaya.

**Kata Kunci:** perempuan, gender, stereotip, publik

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to examine various stereotypical representations of women in the public sphere. This research uses library research, as for the analysis method carried out, namely by selecting, comparing, combining, and sorting out relevant research results related to the inequality of stereotypical representation of women in public spaces, and then conclusions are drawn, so that relevance is found. The results of the research study show that women have begun to manipulate and actualize their role in various public spaces, the public spaces in question, namely politics and government, education and entertainment. Even in entertainment the existence of females predominates compared to males. However, the reality is that women always get the advantage of actualizing themselves in various domains. Although women became dominant in the percentage of involvement of the entertainment world, still public society gave a negative stereotypical representation for women as domestic beings who were only able to do homework, take care of children, serve their husbands, as objects of male sexuality, and figures considered weak, emotional, not credible and helpless.

**Keywords:** women, gender, stereotypes, public

### A. PENDAHULUAN

Kedudukan berbagai kebijakan mengenai kesetaraan dan pengarusutamaan gender, yang diundangkan melalui Instruksi Presiden No. 9 tahun 2000 yang mewajibkan seluruh kebijakan dan program pembangunan nasional harus dirancang berdasarkan perspektif

\*Corresponding author.  
E-mail address:  
[nasiruddinmuhammad4@gmail.com](mailto:nasiruddinmuhammad4@gmail.com)  
[aderosisitizakiah@gmail.com](mailto:aderosisitizakiah@gmail.com)

gender. Hal ini tentunya memberikan warna baru bagi perempuan untuk terus berkiprah dan melancarkan emansipasinya dalam proses pembangunan berkelanjutan. Perempuan di era modern ini sudah mulai diberikan akses untuk mengekspresikan haknya terutama dalam ruang publik seperti politik, pemerintahan, pendidikan, bahkan dalam dunia entertainment perempuan sudah lebih jauh diberikan akses dalam mengaktualisasikan hak dan perannya. Meskipun demikian, tanpa disadari ketidakadilan gender masih saja terjadi kepada perempuan ketika berkiprah dalam ruang publik.

Ketidakadilan gender terhadap perempuan dalam ruang publik salah satunya adalah *stereotype* atau pelabelan negatif terhadap perempuan. Pelabelan negatif ini dapat mengarah pada tindakan seksisme (*Sexism*) yang merupakan prasangka dan diskriminasi berdasarkan jenis kelamin seseorang (Rosyidah & Nurwati, 2019, hal. 13). Akibatnya sebagian masyarakat menganggap bahwa perempuan hanya makhluk domestik yang hanya mampu bekerja di dapur, sumur, dan kasur. *Stereotype* ini merupakan hasil konstruksi sosial dan budaya patriarki yang simbol, kepercayaan, serta nilai yang dihasilkan dari sistem perilaku tertentu. Kemudian diadopsi oleh suatu kelompok sebagai akibat dari konflik dan relasi atas kekuasaan dari pada karakteristik seseorang itu sendiri (Larasati, 2018). Dari hal tersebut, lahirlah sebuah konstruksi sosial yang membagi antara peran laki-laki dan perempuan yang dikemas dengan adanya pandangan *stereotype*.

Feminisitas dan maskulinitas sebagai bagian dari *stereotype* yang mana laki-laki menganggap bahwa “kompetensi” merupakan bagian dari maskulinitas dan perempuan menganggap “kehangatan” dan “Ekspresif” merupakan bagian dari feminitas (Rollins, 1996) dalam (Larasati, 2018). Akibatnya perspektif gender di dalam masyarakat menunjukkan bahwa peran laki-laki mendominasi atau superior daripada perempuan. Oleh karena itu perempuan sering mendapatkan ketidakadilan baik secara budaya, struktural, dan ekologis yang mana perempuan sering dipojokkan kedalam urusan reproduksi, sebagai pengurus rumah, dan mengasuh anak (Umar, 1999). Sedangkan masyarakat selalu memposisikan laki-laki kedalam sektor publik yang identik dengan kegiatan dinamis, memiliki kekuasaan, serta mampu mengendalikan perubahan sosial.

Perlakuan *stereotype* terhadap kaum perempuan sebagai makhluk domestik seringkali tidak disadari bahkan dinormalisasi dan dianggap wajar oleh berbagai kalangan. Sekalipun perempuan sudah mulai berperan dalam ruang publik *stereotype* negatif masih saja melekat pada perempuan. Faktanya dalam ruang publik seperti ranah politik dan pemerintahan perempuan masih saja dianggap tidak mampu untuk berperan dalam dunia politik karena dianggap lemah,

tidak tegas serta emosional. Sebagaimana dikemukakan dalam (Sahyana et al., 2022), meskipun Megawati Soekarnoputri dan Puan Maharani merupakan pemimpin legislatif perempuan pertama dalam sejarah Indonesia, namun partisipasi perempuan dalam kepemimpinan politik dan pemerintahan masih sangat rendah dan tidak adil (stereotip) terhadap kebijakan perbedaan gender dan pelestarian budaya patriarki yang mengakar dalam perspektif masyarakat Indonesia. Stereotip pada perempuan yang berkiprah dalam karir politik selalu saja dibandingkan dan dianggap tidak lebih baik dari pada laki-laki. Sehingga, keterwakilan perempuan dalam ranah politik dan pemerintahan (legislatif, eksekutif dan yudikatif) sangatlah rendah.

Ketidaksadaran masyarakat publik dalam menormalisasikan *stereotipe* negatif bagi kaum perempuan, juga sering terjadi dalam ruang publik lainnya seperti dalam dunia pendidikan, sebagian masyarakat beranggapan bahwa perempuan tidak perlu sampai ke perguruan tinggi, karena pada akhirnya perempuan akan kembali mengurus rumah, mengasuh anak, dan melayani suaminya. Sementara beberapa masyarakat juga beranggapan bahwa ketika perempuan berpendidikan tinggi tidak akan lebih baik dari pada laki-laki, karena perempuan memiliki akses dan langkah yang terbatas, sehingga ujung-ujungnya perempuan akan ikut bersama suaminya dan melakukan pekerjaan domestik di rumah (Wahyudi, 2019). Tentunya hal ini seringkali terjadi dalam kehidupan bermasyarakat, padahal keterlibatan perempuan dalam ranah publik memiliki urgensi yang sangat esensial dan potensial dalam meningkatkan indeks kesetaraan gender di Indonesia (Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak).

Sementara itu dalam ruang publik entertainment, perempuan sudah mulai aktif mengemansipasi peran publiknya. Terlihat dari beberapa iklan di TV swasta, kemudian presenter, pembawa berita, dalam dunia perfilman (konteks media entertainment di Indonesia) perempuan dilibatkan menjadi bintang utama dalam mengkiprahkan citranya sebagai makhluk yang mampu berperan publik. Namun sayangnya, tetap saja dalam ranah publik perempuan selalu direpresentasikan sebagai makhluk lemah, tidak berdaya, yang hanya mampu mengerjakan pekerjaan domestik saja. Seperti halnya penelitian yang dilakukan (Astuti, 2016) dalam dunia entertainment khususnya iklan, perempuan dijadikan sebagai ikon atau alat jual yang cukup signifikan. Salah satunya adalah menjadi ikon produk deterjen, sabun, handbody, suplemen obat kuat, sabun pencuci piring dan sebagainya. Dari beberapa contoh kasus tersebut terdapat suatu ketimpangan representasi bagi citra perempuan, yang mana dalam ruang publik entertainment perempuan diidentikan dengan hal-hal berbau

kegiatan rumah tangga seperti iklan sabun pencuci piring, deterjen dan sebagainya menampilkan sosok perempuan sebagai tokoh utama dalam iklan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, meskipun perempuan sudah berperan dalam ruang publik, namun ketimpangan representasi mengenai *stereotype* perempuan dalam berbagai ruang publik menjadi bentuk ketidakadilan gender yang masih terjadi hingga saat ini bagi kaum perempuan. Dengan itu, artikel ini bertujuan untuk mengetahui realita ketimpangan representasi *stereotype* perempuan dalam ruang publik, konteks ruang publik dalam artikel ini diantaranya dalam konteks politik dan pemerintahan, pendidikan, serta dunia entertainment. Dengan adanya penelitian ini semoga dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis dengan memperkaya penelitian analitis ketimpangan gender bagi kaum perempuan dalam ruang publik.

## B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kepustakaan atau studi literatur (*library research*). Ini merupakan pendekatan penelitian dengan mengumpulkan data dari beberapa hasil kajian atau penelitian yang mengidentifikasi berbagai literatur terkait dengan masalah yang ingin diselidiki atau dipecahkan (Nazir, 1988) dalam (Mirzaqon dan Purwoko, 2017). Studi literatur atau kepustakaan ini dicapai dengan mengumpulkan beberapa referensi yang terdiri dari beberapa penelitian terdahulu yang kemudian disusun dan diambil kesimpulannya (Mardalis, 1995) dalam (Hartanto & Dani, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan kajian dan hasil penelitian terdahulu yang relevan mengenai ketimpangan representasi dan *stereotype* perempuan dalam ruang publik. Pembatasan isu kajian dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk lebih fokus dan tidak terlalu meluas dalam pembahasannya. Ruang publik dalam konteks ini meliputi aspek politik dan pemerintahan, pendidikan, serta aspek entertainment. Ketiga aspek ini dipilih karena pelibatan peran perempuan sudah mulai digaungkan dalam aspek tersebut, namun dalam pelibatan tersebut masih terjadi *stereotype* atau pelabelan negatif terhadap perempuan. Oleh karenanya, ketiga aspek tersebut relevan dengan tujuan dari penelitian ini.

Kajian penelitian ini menggunakan metode dan prosedur sesuai dengan teori yang disampaikan (Kulthau, 2002) yaitu sebagai berikut: (1) memilih tema kajian; (2) mengeksplorasi informasi terkait isu kajian yang akan dibahas; (3) penentuan arah penelitian; (4) penyajian data; dan (5) menyusun pembahasan dan hasil penelitian (laporan). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yang

memungkinkan ditariknya kesimpulan yang valid dan dapat diuji kembali sesuai konteks (Krippendoff, 1993). Kemudian dalam analisisnya dilakukan seleksi, perbandingan, kombinasi dan pemilahan sehingga ditemukan relevansinya (Sabarguna, 2005).. Analisis ini dilakukan terhadap hasil-hasil penelitian yang relevan terkait ketimpangan representasi *stereotype* perempuan dalam ruang publik, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandangan masyarakat mengenai *stereotype* perempuan akan terus menerus ada sepanjang budaya patriarki masih melekat pada sudut pandang masyarakat Indonesia. Hal ini terjadi karena proses sosialisasi akan *stereotype* sudah dimulai dari sejak dini dalam setiap pendidikan keluarga. Pada masa usia dini mulai diajarkan pada perbedaan hal-hal yang berbau maskulin dan feminim, seperti pada mainan dan pakaian perempuan dan laki-laki secara tidak langsung mengkonstruksikan perbedaan gender secara eksplisit. Seperti halnya anak perempuan yang selalu diarahkan untuk mengerjakan pekerjaan rumah yang berhubungan dengan permainan seperti memasak, bermain di rumah, bermain boneka, memakai baju berwarna pink dan lain-lain. Meskipun laki-laki biasanya diperbolehkan memainkan lebih banyak jenis permainan, tapi mereka tidak boleh memainkan permainan perempuan (Larasati, 2018).

Proses sosialisasi *stereotip* ini terus berlanjut pada tahapan bermasyarakat, sehingga akibatnya *stereotip* ini melekat dan membatasi pergerakan perempuan dalam kehidupan sehari-hari dan cenderung perempuan terjebak pada lingkaran kehidupan domestik serta jarang terlibat dalam ruang publik. Hal tersebutlah yang menjadi akibat perempuan selalu direpresentasikan sebagai makhluk nomor dua yang tidak lebih baik dari pada laki-laki.

Dalam kajian ini, *stereotype* negatif pada kaum perempuan terjadi dalam beberapa ranah publik terutama dalam dunia politik dan pemerintahan, pendidikan, serta entertainment, perempuan direpresentasikan sebagai makhluk domestik, tidak berdaya, dan terbelakang. Oleh karena itu dalam pembahasan kali ini akan mengkaji mengenai potret ketimpangan representasi perempuan dalam ruang publik.

#### Representasi *Stereotype* Perempuan dalam Politik dan Pemerintahan

Eksistensi perempuan di dunia politik dan pemerintahan sudah tertera melalui berbagai kebijakan dan undang-undang, namun hasilnya masih jauh dari kata memuaskan (Prihantoro & Retnoningsih, 2011). *Stereotype* terhadap kaum perempuan dalam politik dan pemerintahan masih terjadi dan menjadi salah satu bentuk ketidakadilan gender yang nyata. Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Pudji, 2008) mengenai citra politik perempuan menunjukkan

bahwa konstruksi dan *image* perempuan dalam relasi masyarakat publik memiliki *stereotype* atau berpandangan bahwa perempuan “tidak layak” memimpin dan berada dalam ranah politik dikarenakan perempuan selalu tidak sejalan dan emosional.

Secara lebih lanjut Pudji menjelaskan bahwa perempuan dalam ruang publik yakni dunia politik tidak cocok untuk perempuan, karena dianggap keras, menuntut akal, menuntut komunikasi dan pemikiran yang cerdas, dan segala sesuatu yang notabene nya harus menjadi milik laki-laki, bukan perempuan. Sementara, (Wahyudi, 2019) mengatakan bahwa representasi *stereotype* negatif bagi perempuan itu terjadi karena “Dominasi budaya patriarki memberikan batasan yang jelas bahwa perempuan dan politik merupakan dua dunia yang berbeda dan tidak bisa saling bersinergi”. Secara jelas, pernyataan tersebut masih merepresentasikan perempuan tidak layak berpolitik karena perempuan adalah “penghuni” dapur/rumah, tidak bisa berpikir rasional dan berani mengambil resiko. Sehingga representasi perempuan dalam ranah politik dan pemerintahan sangat disepelekan.

Faktanya, Indonesia berada di urutan keenam dalam keterwakilan perempuan di parlemen tingkat ASEAN. Secara internasional, Indonesia menempati peringkat 89 dari 168 negara, tertinggal jauh dari Afghanistan, Vietnam, Timor Timur, dan Pakistan. (Prihantoro, 2018). Fakta tersebut menunjukkan bahwa keberadaan perempuan dalam panggung politik dan pemerintahan Indonesia masih sangat minim dan terbatas.

Sementara disatu sisi ketika perempuan terlibat dalam dunia politik atau memegang jabatan dalam posisi pemerintahan, perempuan harus siap memainkan peran ganda, yaitu sebagai ibu dalam wilayah domestiknya dengan urusan pekerjaan rumah, mengasuh anak, serta berperan sebagai kodratnya, dan di sisi lain perempuan harus bekerja dalam ruang publik. Lain halnya dengan laki-laki selalu mendapatkan keuntungan yang bisa terfokus pada pekerjaan publik tanpa harus memikirkan pekerjaan domestik di dalam keluarga karena dianggap bukan ranahnya. Tentu keadaan ini merupakan suatu ketimpangan bagi perempuan ketika berada dalam aktifitas-aktifitas publik.

Kemudian, *stereotype* terhadap perempuan dalam ranah politik dan pemerintahan tidak lepas dari adanya representasi perempuan yang dianggap kurang kredibel dalam memegang pekerjaan-pekerjaan penting dalam konteks politik dan pemerintahan (Wahyudi, 2019). Hal ini cenderung menempatkan perempuan pada posisi yang tidak diuntungkan dalam mengaktualisasikan haknya dalam berpartisipasi politik. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan (Amira nurifkaha et al., 2021) mengemukakan bahwa ketimpangan representasi *stereotype* terhadap perempuan khususnya dalam hal kepemimpinan politik, dimana *stereotype* ini memiliki dua katagori yaitu: “(1) perempuan tidak terlalu cocok untuk dunia politik dan

lebih khusus lagi untuk posisi kepemimpinan politik; (2) Tingginya tuntutan bahwa perempuan yang berkuasa harus mampu melakukan apa saja. “Partisipasi dalam dunia politik seringkali menjadi permasalahan, sehingga aktivitas perempuan di bidang politik menjadi beban yang berat, karena mereka tetap dituntut untuk bertanggung jawab penuh di sisi privat, yaitu dalam mewujudkan sifat kewanitaannya, yaitu dalam rumah tangga”.

Menurut suyanto (1995) menyatakan bahwa perempuan dan politik adalah dua hal yang sulit dibayangkan, khususnya di negara-negara berkembang dan mengatur sistem patriarki seperti Indonesia. Keberadaan perempuan dalam kondisi ini selalu memiliki citra buruk ketika berkecimpung dalam urusan politik dan pemerintahan. Pandangan ini berasal dari sebuah keyakinan yang menyatakan bahwa “Politik sejak lama digambarkan sebagai bidang “kekuasaan” atau otoritas, selalu diasosiasikan dengan dunia laki-laki dan seolah-olah merupakan hal yang “tabu” bagi perempuan. Sosialisasi dalam keluarga baik di masyarakat Barat maupun Timur selama berabad-abad telah menempatkan perempuan di luar jangkauan politik dan kekuasaan.” (Iskandar, 2016).

Kemudian, ketika perempuan sudah terlibat dalam kegiatan politik tetap saja ketimpangan itu menjadi benteng yang menghalangi gerak bebas perempuan dan sering kali menempatkan sosok politisi perempuan dalam dua standar *stereotype* yaitu: (1) ketika perempuan menjadi politisi yang tangguh dan konsisten menyampaikan ide politiknya, akibatnya politisi perempuan tersebut akan dianggap melenceng dari kodrat feminimnya; (2) ketika politisi perempuan menunjukkan emosinya, disisi lain politisi perempuan tersebut akan dianggap memanfaatkan sisi feminimnya untuk memperoleh simpati dan empati dari masyarakat (Latief et al., 2021). Keberadaan politisi perempuan ini dihadapkan pada suatu kenyataan yang serba salah dalam menangani pandangan *stereotype* masyarakat publik. Hal ini tentunya menjadi potret adanya ketimpangan representasi perempuan dalam peran politiknya.

Selain masyarakat publik yang memberi pelabelan negatif terhadap keberadaan perempuan dalam politik dan pemerintahan, individu perempuan itu sendiri merepresentasikan bahwa dirinya tidak mampu untuk berada dalam kegiatan publik (politik dan pemerintahan). Sejalan dengan hal tersebut (Hayat, 2015) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa “perempuan itu sendiri berasumsi bahwa berpolitik itu termasuk hal yang menakutkan, dengan berbagai pandangan hingga kegiatan yang dilakukan malam hari hingga larut malam, kompetisi yang cenderung ketat dan kotor yang menghalalkan segala cara untuk mencapai kekuasaannya, hukum rimba dalam organisasi politik yang masih sering kali terjadi”. Akibatnya, kaum perempuan kebanyakan kurang tertarik pada kegiatan politik, ha

ini mengakibatkan kaum perempuan tidak mau menjadi anggota partai politik. Dari padangan tersebut perempuan menganggap bahwa politik itu kotor dan hanya milik kaum laki-laki (Nurchahyo, 2016). Pandangan tersebutlah yang membuat kaum perempuan merepresentasikan dirinya memiliki ketidakmampuan dan ketidakberdayaan ketika dilibatkan kedalam urusan politik dan pemerintahan. Akibatnya, mata masyarakat semakin terbuka dalam melabelkan perempuan sebagai makhluk domestik yang tidak berdaya.

### Representasi *Stereotype* Perempuan dalam Pendidikan

Banyak dari masyarakat yang masih asing dengan istilah representasi *stereotype* ini, pada intinya adalah konotasi pada hal yang berbau negatif. Hal ini didasarkan pada penilaian subjektif semata. Hal ini biasanya dipengaruhi oleh beberapa hal mulai dari adat atau kebiasaan yang dianut oleh suatu wilayah atau masyarakat tertentu. Pada saat ini semua hal sudah bertransformasi atau berubah beriringan dengan teknologi yang semakin canggih untuk menunjang perubahan ini, tidak terkecuali dalam bidang pendidikan dan budayanya. Pendidikan sendiri dibagi menjadi 3 ada pendidikan informal (keluarga), pendidikan formal, dan pendidikan nonformal.

Mengapa kita butuh pendidikan? Karena pendidikan dijadikan sebagai kebutuhan manusia yang paling esensial. Pendidikan mengajarkan pada kita untuk terus hidup. Secara teori, pendidikan merupakan usaha sadar yang dilakukan pada lingkungan keluarga, masyarakat, dan pemerintah melalui proses belajar, pengajaran, pembelajaran, dan pelatihan baik secara formal, nonformal, dan informal yang dilakukan terus menerus sepanjang hayat dengan tujuan menciptakan individu yang cerdas secara intelektual, emosional, dan mental (IQ, EQ dan SQ) sehingga mereka dapat secara dinamis menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam berbagai bidang kehidupan di masa depan. (Ramayulis 2011:18) dalam (Afif, 2019).

Sedangkan dalam kebudayaannya Indonesia sendiri sangat beragam mengingat Indonesia adalah negara berbentuk kepulauan dimana setiap daerah memiliki ciri khas nya masing masing sesuai dengan lingkungannya dan juga ada yang sudah ada dari zaman terdahulu. Semua hal ini pasti tidak akan lepas dari gender, dimana gender merupakan konstruksi sosial yang membagi atau membedakan fungsi, peran dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan dalam berkeluarga dan bermasyarakat. Pada jurnal ini membahas mengenai gender tetapi lebih kepada perempuan.

Pendidikan sudah dimulai sejak manusia dilahirkan, hal itu tak lepas dari peran orang tua terkhusus ibu, di rumah kita sudah mendapatkan pendidikan yaitu informal. Pendidikan

sendiri merupakan hal yang penting bagi manusia, dimana disana kita bisa belajar atau mempelajari hal-hal yang baru. Terkait dengan perempuan banyak yang menganggap bahwa peran perempuan itu belum maksimal. Harus diakui dimana sampai saat ini peran perempuan masih belum teroptimalisasikan. Hal ini didasarkan oleh keahlian perempuan sampai saat ini belum berwujud melembaga. Dengan kurangnya sumber daya wanita yang kualitasnya teruji (Kurniawaty, 1997:53) dalam (Afif, 2019). Dari sini bisa dilihat bahwa peran perempuan masih dianggap lemah dilihat dari potensi dan kemampuannya.

Ketika mengabaikan keberadaan perempuan berarti sama dengan mengabaikan setengah dari potensi masyarakatnya, selain itu dengan melecehkan perempuan berarti sama saja melecehkan seluruh manusia, karena anak dilahirkan melalui seorang perempuan (Shihab, 2014:33) dalam (Afif, 2019). Perempuan identik dengan kata lemah, lembut, manja, tidak mampu bekerja keras dan sebagainya. Tetapi pada hakikatnya itu hanyalah pelabelan yang dibuat oleh manusia semata. Pada zaman dikarenakan sudah adanya digitalisasi salah satunya dengan adanya media sosial kita bisa dengan mudah menemukan *independent women*.

Disisi lain dalam pelaksanaan kesetaraan gender dipengaruhi oleh budaya dan juga agama yang mana mempunyai pengaruh yang kuat. Seperti pada masyarakat Aceh, anak laki-laki sejak kecil sudah bebas berada di dapur bersama-sama dengan ibu dan saudara perempuannya (Nurlian & Daulay, 2008) dalam (Qomariah, 2019). Perempuan selalu identik dengan dapur, sedangkan untuk laki-laki hal ini dianggap sebagai hal yang tidak lazim dilakukan, padahal baik perempuan dan laki-laki itu bisa melakukannya. Seperti contoh diatas budaya mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap peran gender.

Dalam berbagai media perempuan digambarkan sangat tipikal, yaitu selalu dikaitkan dengan peran istri, selalu tinggal di rumah, bergantung pada laki-laki, terbatas dalam pekerjaan tertentu saja, tidak bisa memutuskan atau membuat keputusan penting, objek pelecehan dan kekerasan, perempuan juga sering kali menjadi korban tetapi sebenarnya diposisikan salah, bersikap pasif, dst (Sumanto, 2009) dalam (Puspitasari, 2013). Hal ini disebabkan oleh ideologi dominan yang ada dimasyarakat yang menjadi akar dari pandangan ini, yaitu ideologi patriaki. Dimana ideologi ini memosisikan perempuan sebagai objek, yang akhirnya memberikan peluang pada media untuk mengkomodifikasi tubuh perempuan (Baria, 2005) dalam (Puspitasari, 2013).

Dari pendapat diatas bahwa perempuan memang selalu diidentikan dengan rumah, entah itu mengerjakan semua pekerjaan rumah mulai dari mencuci, memasak contohnya dan selalu dianggap beban karena menggantungkan hidupnya kepada laki-laki. Padahal pada

jurnal dengan judul “*Stereotype Gender dalam Profesi Guru Anak Usia Dini*” ini didapati bahwa guru PAUD itu didominasi oleh perempuan. Guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang didominasi oleh guru perempuan sudah menjadi fenomena yang diwajarkan oleh masyarakat. Karena fenomena ini yang sudah melekat dengan masyarakat, maka justru ketika laki-laki yang menjadi guru PAUD atau TK ini dianggap kurang sesuai. Dan ketika turun dilapangan pun, guru laki-laki ini akan sangat sulit atau langka untuk ditemukan.

Hal diatas didukung juga dengan data di sebuah lembaga PAUD di Kabupaten Jember, seluruh tenaga pendidiknya adalah perempuan. Tak ada satupun tenaga pendidik laki-laki. Hal ini berbanding lurus dengan laporan data statistik PAUD yang dirilis oleh Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan Kemendikbud RI, jumlah guru dan kepala sekolah TK laki-laki di Indonesia 10.330 orang, sedangkan jumlah guru dan kepala sekolah TK perempuan di Indonesia mencapai 303.317 orang. Artinya, perbandingan jumlah laki-laki dan perempuan adalah 1 : 30 orang (Puspitasari, 2013).

Selain di Indonesia, fenomena langkanya laki-laki yang mengajar PAUD ini juga rupanya terjadi di beberapa negara. Misalnya Hong Kong mempunyai kasus yang hampir sama. Ho & Lam melaporkan bahwa jumlah guru PAUD yang berjenis kelamin laki-laki hanya sebanyak 1.2% dari jumlah keseluruhan guru. Sedangkan di Taiwan, persentase jumlah guru laki-laki hanya mencapai 1.6%.<sup>4</sup> Keadaan yang hampir sama juga berlaku di berbagai belahan dunia lain, seperti di Kanada (3.4%), Amerika Serikat (2%), Selandia Baru (2%), bahkan Australia dengan angka 2.6%.<sup>5</sup> (Puspitasari, 2013). Dari kasus dan juga data diatas sudah bisa kita simpulkan bahwa pada pelabelan yang diberikan masyarakat kepada perempuan itu keliru, dibuktikan dengan banyaknya guru perempuan yang bisa bekerja salah satunya sebagai guru PAUD atau TK dibandingkan dengan laki-lakinya.

Selain itu, dari zaman Indonesia masih dijajah pun sudah ada tokoh wanita yang memperjuangkan pendidikan bagi perempuan pribumi. Tokoh yang terkenal karna keberaniannya untuk memperjuangkan wanita yaitu ada Raden Ajeng Kartini dan Dewi Sartika. Raden Ajeng Kartini memperjuangkan pendidikan untuk kaum perempuan pribumi. Ia menuntut kesetaraan gender bagi kaum perempuan. Dengan semangat perjuangannya ia berhasil mendirikan Sekolah Wanita yang ada di Rembang yang diperuntukan bagi kaum perempuan pribumi. Sama halnya dengan Raden Ajeng Kartini, Dewi Sartika juga merupakan salah satu dari tokoh-tokoh pendidikan Indonesia yang memperjuangkan hak wanita, khususnya dalam bidang pendidikan. Beliau mendirikan Sekolah Istri pada 1904 untuk memfasilitasi pendidikan bagi kaum perempuan.

## *Stereotipe* Perempuan dalam Iklan di Televisi

Salah satu hal yang penting dalam *entertainment* adalah iklan, iklan sendiri merupakan semua jenis pesan promosi tentang objek seperti barang, jasa, produk jadi, dan ide yang disebarkan melalui media dengan melalui sponsor dan diberikan kepada sebagian besar masyarakat (Wikipedia).

Iklan disini lebih menekankan kepada citra produk, bagaimana menggambarkan citra produk ini dengan semenarik mungkin biasanya untuk membangun citra itu pihak- pihak terkait memilih orang yang ahli dibidangnya salah satunya aktor atau aktris apalagi yang sedang naik daun. Dengan citra atau *image* yang diciptakan, sangat diharapkan iklan ini bisa mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan konsumsi, menciptakan permintaan konsumen, dan mengubah perilaku seseorang (Ratna Noviani, 2002 : 14) dalam (Astuti, 2016).

Dalam dunia publik khususnya periklanan, keberadaan perempuan selalu mendominasi dalam dunia ini. Berbeda ketika berada dalam ruang politik dan pemerintahan perempuan hanya sebagai pelengkap bahkan terpinggirkan. Dalam periklanan perempuan mendominasi dalam kategori peran sebesar 33% sedangkan laki- laki hanya sebesar 17%. Sedangkan 35% lokasi yang digunakan yaitu rumah dan produk yang banyak diiklankan adalah makanan dan minuman. Iklan televisi di Indonesia yang didominasi kaum perempuan selalu menampilkan latar tempat rumah dan produk makanan- minuman, sehingga meskipun perempuan berperan dalam ruang publik tetapi perempuan tidak lepas dari *stereotipe* bahwa perempuan erat kaitannya dengan mengurus pekerjaan rumah, anak dan keluarga (Auli & Jamiah, 2017).

Selain daripada itu, representasi *stereotipe* perempuan harus cantik, putih, lemah- lembut dan sebagainya selalu membebani perempuan untuk melaksanakan perannya dalam ruang publik. Padahal penilaian terhadap kecantikan ini berbeda- beda di setiap daerah, oleh karena itu kecantikan merupakan hal yang tidak bisa diukur atau merupakan suatu hal yang relatif (Santrock, 2003). Seiring berkembangnya zaman, hal ini memudahkan budaya luar untuk masuk ke Indonesia. Dibarengi juga dengan kecanggihan teknologi salah satunya melalui internet yang memudahkan untuk mengakses segala hal apalagi yang berhubungan dengan budaya luar negeri. Dengan ini banyak negara maju Asia yang gencar memperkenalkan produk budaya yang mereka miliki. Salah satu negara Asia yang budayanya banyak dikenal dan tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia adalah Korea Selatan (Arsitowati, 2017).

Maka dari itu sekarang ini dunia *entertainment* di Indonesia ini juga sedang *tren* dengan Korea Selatan, pada saat ini banyak produk- produk lokal Indonesia yang mempercayakan

*Brand Ambassador* kepada aktor, aktris, *boy and girlband* asal Korea Selatan, dengan harapan produk tersebut bisa laku keras dan sukses besar dipasaran dengan memanfaatkan situasi saat ini. Tetapi bisa kita lihat bahwa citra yang dimiliki gadis Korea Selatan yang memang mempunyai kulit yang putih, tubuh yang langsing, wajah yang *glowing* dimana hal ini berbeda dengan Indonesia yang identik dengan mempunyai kulit sawo matang, mata yang besar. Sedangkan hakikat cantik itu sendiri tidak terpaku kepada warna kulit, warna mata, bentuk tubuh, cantik itu ketika kita bersyukur atas apa yang sudah Tuhan berikan.

Terkait dengan hal itu penelitian dengan judul “Pengaruh Iklan Shopee Blackpink Sebagai *Brand Ambassador*” Terhadap Minat Belanja *Online* Mahasiswa”. Berbelanja saat ini semakin mudah, kita bisa berbelanja hanya dengan menggunakan *handphone* saja. Sudah banyak *e-commerce* menunjang hal itu, maka dari itu setiap *e-commerce* saling unjuk gigi untuk menarik para konsumen untuk berbelanja di tempat mereka salah satunya dengan menggunakan *brand Ambassador*. Kita bisa melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh *Brand Ambassador* disini yaitu Blackpink yang merupakan salah satu *girl band* yang paling terkenal saat ini, dan juga merupakan member yang terdiri dari 4 orang, dimana memebnya perempuan. Shopee membuat iklan “Shopee *Birthday Sale*” yang mana menampilkan Blackpink sebagai *Brand Ambassador*, dalam iklan itu juga Blackpink tampil dengan menggunakan bahasa Indonesia yang mana hal itu sangat menggemparkan Indonesia sehingga banyak menarik perhatian masyarakat. Hal yang dilakukan shopee juga dengan menayangkan secara rutin iklan itu di beberapa media baik itu televisi nasional, swasta atau media elektronik (Bhara & Amanah, 2019).

Hasil penelitian tersebut bahwa melihat Nilai dan informasi hasil analisis dapat dijelaskan dengan fakta bahwa iklan market place Blackpink sengaja ditujukan ke Indonesia karena melihat banyaknya penggemar Blackpink di Indonesia. Sehingga iklan ini dapat membuat khalayak tertarik untuk berbelanja online. Pernyataan diatas juga didukung oleh data analisis penelitian ini yang dapat menjawab hipotesis bahwa iklan Blackpink Shopee berpengaruh terhadap minat belanja online pelajar. (Bhara & Amanah, 2019). Dari sini kita ketahui bahwa ada pengaruh dari *Brand Ambassador* yaitu Blackpink terhadap minat belanja online mahasiswa. Jadi sebagai perempuan juga bisa bekerja atau bisa juga sebagai pencari nafkah walaupun mereka belum menikah tapi mereka (Blackpink) bisa membuktikan bahwa bisa sukses di usia muda di dunia *entertainment* dunia terkhusus di Korea Selatan. Dari pernyataan tersebut, kemudian muncul suatu pernyataan bahwa perempuan dengan citra yang cantik, putih, terkenal, dan seksi menjadi *stereotipee* bahwa perempuan dengan representasi tersebut

akan sukses dan menjadi standar kecantikan bagi perempuan lain. oleh karenanya dalam dunia publik periklanan ketimpangan mengenai representasi *stereotype* perempuan harus cantik, putih, memiliki keanggunan dan tidak cocok jika berada diruang publik yang penuh kekerasan, dan didominasi oleh laki-laki.

Selain itu, beberapa dunia entertainment (Iklan) di Indonesia menunjukkan adanya ketimpangan *stereotype* bagi representasi seorang perempuan. Hasil penelitian yang dilakukan (Astuti, 2016) mengenai representasi *stereotype* perempuan dalam iklan di TV swasta menampilkan sosok perempuan sebagai alat jual yang signifikan dan menyuburkan *stereotype* yang tidak disadari bahkan dinormalisasi. Hasil penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

**Pertama**, representasi stereotip terhadap perempuan ada pada “Citra Pigura Iklan Sabun *Lux Versi Bewitches*” pada iklan Lux kali ini *stereotype* yang dimunculkan adalah kecantikan, keharuman, keindahan yang identik dengan wanita. Dimana iklan ini menggambarkan seorang penyihir wanita (*witches*) muda dan cantik yang berhasil memikat beberapa pria dengan keharuman tubuhnya. Dalam iklan ini senantiasa merepresentasikan bahwa wanita sebagai makhluk penggoda bagi kaum pria dimana hal itu berkonotasi negatif. Standar tubuh perempuan ideal yang diperlihatkan di iklan- iklan ini membuktikan dimana laki-laki (dibagian produksi iklan) menciptakan karakter sesuai kehendak mereka. Laki-laki adalah penciptanya sedangkan perempuan sebagai model objek yang dikreasi untuk mencapai tujuan sesuai naskah yang dibuat. Selain itu, *stereotype* ini menempatkan perempuan pada posisi yang dirugikan (Astuti, 2016). Dalam hal ini, secara jelas menunjukkan adanya ketimpangan gender terhadap perempuan yang digambarkan sebagai makhluk penggoda, pemuas hasrat seksual, serta makhluk domestik yang terbelakang.

**Kedua**, representasi perempuan dalam iklan Detergen bubuk Surf. Dalam iklan ini sosok perempuan ditampilkan sebagai suatu pilar utama dalam mengurus keluarga (peran domestik). Dalam iklan ini mencuplikan suatu realitas kehidupan perempuan yang lekat dengan persoalan sumur, yang mana perempuan dalam iklan ini ditampilkan sebagai sosok ibu rumah tangga yang bertanggungjawab atas kebersihan pakaian keluarga. Secara sederhana potret representasi perempuan iklan tersebut adalah hal yang lumrah bagi sebagian masyarakat publik. Namun sisi lain menunjukkan bahwa perempuan mendapatkan perlakuan ketidakadilan gender yang merepresentasikan perempuan sebagai subjek gender yang hanya bertanggung jawab terhadap sektor domestik (Astuti, 2016).

**Ketiga**, Citra peraduan dalam iklan Neo Hormovition (suplement obat kuat). Stereotipe yang ditonjolkan dalam iklan ini bahwa perempuan direpresentasikan sebagai makhluk penggoda dan pemuas seksual laki-laki. Dalam iklan ini menunjukkan adanya eksploitasi perempuan dengan segala bentuk *stereotype* gender tradisional yang menempatkan perempuan dalam posisi yang rendah serta seakan-akan menunjukkan bahwa perempuan tidak lebih dari sebuah alat kebutuhan seksual.

**Keempat**, Citra Pinggan Melalui Iklan Viesta Chicken Nugget. Pinggan dalam hal ini bahwa merepresentasikan dapur sebagai tempat yang melekat pada diri perempuan. "Dalam iklan ini perempuan digambarkan sebagai seorang ibu yang harus selalu mampu mempersiapkan makanan yang sehat dan bergizi bagi para anggota keluarganya" (Astuti, 2016). Keberadaan perempuan dalam ruang publik ini masih saja mengisyaratkan bahwa perempuan merupakan makhluk yang hanya mampu bekerja didapur dan mengurus pekerjaan rumah meskipun berada dalam media publik. Tentunya keberadaan perempuan dalam ruang publik ini (yang dimaksud media iklan) diisyaratkan dengan ideologi pengiburumahtangaan (*housewifization*).

### Representasi *Stereotype* Perempuan dalam Film

Dunia *entertainment* ini juga merupakan salah satu pekerjaan yang menarik dan banyak peminatnya, sekarang ini banyak bermunculan artis muda berbakat dan bertalenta. Dunia *entertainment* ini bisa oleh laki-laki dan juga perempuan. Tidak ada perbedaan yang mendasarkan gender ini.

Salah satu industri yaitu *Hollywood* yang mana itu merupakan perindustrian yang besar dan sangat terkenal. Banyak film-film yang laris dipasaran dan menjadi *box office*, saking terkenalnya film-film mereka juga diputar disebagian negara di dunia. Namun masih ada keganjalan yang dirasakan oleh aktor aktris contohnya itu di *Hollywood*, salah satunya ada kutipan dari salah satu artis *Hollywood* yang berasal dari India yaitu Priyanka Chopra yang mengatakan "Para aktor laki-laki dibayar lebih tinggi. Ada perbedaan yang luar biasa dalam remunerasi (gaji) antara aktor laki-laki dan perempuan. Perbedaan remunerasi ini sangat gila, karena memiliki kesenjangan yang besar," kata Priyanka, seperti dikutip *Bollywoodlife* (Liputan6.com, 2014).

Hal ini bisa dikatakan tidak adil, karena aktor perempuan juga mempunyai peran yang besar dari proyek tersebut. Wanita selalu dilebeli dengan salah satunya kata lemah dan manja, namun hal itu bukan berarti menjadi kesenjangan disini yaitu gaji. Apalagi sekarang banyak

film action yang mana pemeran utamanya yaitu perempuan seperti Wonder Woman yang menampilkan kekuatan seorang perempuan itu kuat tidak seperti apa yang selalu dipikirkan tentang perempuan yaitu lemah. Keadilan ini harus diterapkan disemua bidang entertainment bukan hanya di film tapi juga iklan, musik tentunya harus disesuaikan dengan peran dan tingkat kesulitannya.

Sementara itu, dalam dunia perfilman Indonesia yang sudah cukup pesat dewasa ini banyak menampilkan sosok perempuan sebagai tokoh utama dalam film. Namun, ketimpangan akan representasi perempuan dalam berbagai perfilman di Indonesia distereotipekan sebagai makhluk lemah, tidak berdaya, serta ketergantungan terhadap laki-laki. Seperti halnya film dengan Judul “Perempuan Berkalung Sorban” yang menceritakan perjalanan hidup Annisa (Revalina S. Temat), yang merupakan perempuan yang memiliki kecerdasan, pemberani, dan memiliki keteguhan kuat. Annisa hidup di lingkungan dengan tradisi agama islam yang konservatif yang mana ia tidak diperbolehkan untuk belajar diperguruan tinggi dan dipaksa (dijodohkan) dengan seorang laki-laki dari anak kiyai terkemuk, namun dalam menjalani pernikahannya Anisa hanya dijadikan sebagai sosok pemuas seksual dan makhluk domestik yang disepelkan keberadaanya. Dalam film tersebut juga sosok Annisa mendapatkan kekerasan dalam rumahtangganya dan berujung pada perceraian (Fabriar & Pendahuluan, 2013). Tentunya keberadaan film ini menunjukkan adanya ketimpangan representasi perempuan yang digambarkan tidak berdaya dan tidak diberikan akses dalam memperjuangkan mimpinya. Di sisi lain, sutradara dalam film ini berusaha menunjukkan tentang perlawanan dan penolakan terhadap diskriminasi terhadap perempuan di pondok pesantren, sementara itu, sutradara dalam film ini juga secara tersirat menciptakan lahirnya *stereotype* terhadap perempuan di kehidupan pesantren yang menimbulkan adanya pertentangan dan perdebatan dari berbagai kalangan” (Fabriar & Pendahuluan, 2013).

Selain itu juga, bentuk ketimpangan *stereotype* perempuan terjadi dalam bentuk film-film horor di Indonesia. Dari penelitian berjudul “Ketimpangan representasi hantu perempuan pada film horor Indonesia Periode 1970-2019”

dalam penelitian tersebut menggambarkan perempuan telah berkiprah dalam bidang entertainment dan selalu menjadi tokoh utama dalam film horor yang direpresentasikan sebagai sebagai hantu dan monster yang menakutkan. Film horor pada umumnya selalu menampilkan paradoks sosok perempuan karena di sisi lain perempuan cenderung dikonstruksi sebagai korban sedangkan perempuan pula mempunyai sisi monstrous. (Annissa & Adiprasetio, 2022). Padahal ketika perempuan dilibatkan dalam ruang publik politik perempuan dianggap lemah

lembut, emosional, dan kecenderungan memiliki sikap yang kurang tegas, tetapi sebaliknya perempuan dalam film horor direpresentasikan sebagai makhluk yang menakutkan.

Dari beberapa bentuk ketimpangan representasi *stereotype* terhadap perempuan baik dalam politik dan pemerintahan, pendidikan dan bahkan media entertainment, sosok perempuan selalu saja mendapatkan ketidakuntungan dalam mengaktualisasikan dirinya dalam berbagai ranah. Meskipun perempuan menjadi dominan dalam persentase keterlibatan dunia entertainment, tetap saja masyarakat publik memberikan *stereotype* negatif bagi perempuan sebagai makhluk domestik yang hanya mampu mengerjakan pekerjaan rumah, mengasuh anak, objek seksualitas laki-laki, dan sosok yang dianggap lemah dan tidak berdaya.

#### D. SIMPULAN

Di zaman sekarang ini semua sudah modern dimana perempuan bisa mengaktualisasikan diri mereka sendiri dengan hak-haknya sebagai perempuan dalam ranah atau ruang publik seperti politik, pemerintahan, pendidikan dan juga *entertainment*. Tetapi, dengan kebebasan berekspresi yang dimiliki perempuan saat ini, masih ada saja ketidakadilan gender yang dirasakan oleh perempuan dalam ruang publik ini. Dimana masih terjadi *stereotype* atau pelabelan negatif terhadap perempuan.

*Stereotype* ini terjadi karena anggapan masyarakat bahwa peran perempuan itu hanya kasur, dapur dan sumur. Selain itu juga sifat perempuan selalu diidentikan dengan sifat manja, lemah dan hanya bergantung kepada laki-laki. Hal ini menyebabkan kurangnya apresiasi terhadap perempuan. Oleh sebab itu, perempuan ini memerlukan apresiasi serta dukungan untuk terus bisa berdaya dan untuk menghilangkan *stereotype* atau pelabelan yang sudah melekat dan mendarah daging ini dengan membuktikan bahwa gender ini tidak memberikan batasan yang kentara antara laki-laki dan juga perempuan, dimana semua orang berhak untuk hidup sesuai pilihannya selama itu tidak menyimpang dari aturan, kebijakan dan norma yang berlaku.

#### REFERENSI

- Afif, Moh. (2019). Peran Perempuan dalam Pendidikan Perspektif M. Quraish Shihab. *Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Pendidikan Islam*, 13(2). <https://doi.org/10.51675/jt.v13i2.60>
- Amira Nurifkah M, Somad, M. A., & Budiyananti, N. (2021). Pandangan Islam Mengenai *Stereotype* Perempuan Dalam Dunia Politik. *Tadris : Jurnal Penelitian dan Pemikiran Pendidikan Islam*, 15(1), 85–94. <https://doi.org/10.51675/jt.v15i1.115>

- Arsitowati, H. M. (2017). Kecantikan Wanita Korea Sebagai Konsep Kecantikan Ideal dalam Iklan *New Pond's White Beauty: What Our Brand Ambassadors Are Saying*. *HUMANIKA*, 24(2). <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/humanika>
- Annissa, L. W., & Adiprasetyo, J. (2022). Ketimpangan representasi hantu perempuan pada film horor Indonesia periode 1970-2019. *ProTVF*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v6i1.36296>
- Astuti, Y. D. (2016). Media dan Gender. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 9(2), 1-8.
- Auli, M., & Jamiah, R. (2017). Dominasi Perempuan Dalam Iklan Televisi : *Stereotipe Gender Dalam Iklan Televisi Pada Sctv*. *Jurnal Analisis Sosial Politik*, 1(2), 137-147.
- Bhara, A. M & Amanah R. S. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(4).
- Dianita, E. R. (2020). Stereotip Gender dalam Profesi Guru Anak Usia Dini. 1(2).
- Fabriar, S. R., & Pendahuluan, A. (2013). *POTRET PEREMPUAN DALAM FILM PEREMPUAN BERKALUNG SORBAN* 9, 27-44.
- Hartanto, R. S. W., & Dani, H. (2016). Studi Literatur: Pengembangan Media Pembelajaran dengan Software Autocad. *Jurnal Kajian Pendidikan Teknik Bangunan*, 1-6.
- Hayat. (2015). Inklusivitas Affirmative Action Keterwakilan Perempuan Di Parlemen ( the Inclusivity of Affirmative Action of Women “ S Representation in Parliament ). *Jurnal Legislasi Indonesia*, 12(2), 1-36.
- Iskandar, D. J. (2016). Advokasi Kebijakan Peningkatan Representasi Perempuan dalam Pergelutan Politik. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 461-476.
- Kulthau, C. C. 2002. *Teaching The Library Reseach*. USA: Scarecrow Press Inc.
- Larasati, T. (2018). *Stereotipe Terhadap Perempuan Pengemudi Transportasi Umum Berbasis Online di Jakarta Timur*. *Departemen Antropologi FISIP Universitas Airlangga*, 1-11.
- Latief, R., Usman Ali, S. A., & Ahyar, W. A. (2021). Representasi Politisi Perempuan Dalam Episode “Politik Perempuan” Di Program Mata Najwa Trans 7. *Jurnal Sipakallebbi*, 5(1), 69-89. <https://doi.org/10.24252/jsipakallebbi.v5i1.21208>
- Maufiroh, I. M & Iwa Lukmana. (2020). Representasi Gender dalam Teks Bahasa Inggris Kelas X SMA di Indonesia: Analisa Linguistik Fungsional Sistematis. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 20(1).
- Mirzaqon, A. T., & Purwoko, B. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal BK UNESA*, 4(1), 1-8. <https://doi.org/10.25273/ajsp.v6i01.878>
- Noviandi, Feri. (2014). *Priyanka Chopra: Bayaran Aktor Pria Lebih Besar daripada Wanita*. [Online]. Tersedia: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2061262/priyanka-chopra-bayaran-aktor-pria-lebih-besar-daripada-wanita>. [Diakses 20 November 2022].
- Nurcahyo, A. (2016). Relevansi Budaya Patriarki Dengan Partisipasi Politik Dan Keterwakilan Perempuan Di Parlemen. *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya*, 6(01), 25.
- Prihantoro, E. (2018). Stereotip Perempuan Calon Legislatif Dalam Wacana Media Massa Online Di Tahun Politik. *Jurnal Semiotika*, 12(1), 16-24. <http://journal.ubm.ac.id/>

- Prihantoro, E., & Retnoningsih, T. W. (2011). *Stereotipe Perempuan dalam Wacana Media*. *Jurnal Koalase Komunikasi Indonesia*, 165–179.
- Pudji, T. M. (2008). Citra Perempuan dalam Politik. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender dan Anak*, 3(1), 3–16. <https://doi.org/10.24090/yinyang.v3i1.183>
- Puspitasari, Fanny. (2013). Representasi Stereotipe Perempuan dalam Film *Brave*. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/889/789>
- Qomariah, D. N. (2019). Persepsi Masyarakat Mengenai Kesetaraan Gender dalam Keluarga. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 4(2): 53-55.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Sabarguna, B.S. 2005. Analisis Data pada Penelitian Kualitatif. Jakarta: UI Press.
- Santrock, J. W. (2003). Apa yang Membuat Remaja Tertarik Satu Sama Lain? *Adolescence: Perkembangan Remaja*, 242.
- Sahyana, A. F., Nursyifa, D., Ikhlas, F., Triana, L., Lestari, T., & Laksono, B. (2022). Progress in Social Development MARGINALIZATION OF WOMEN “ S LEADERSHIP IN POLITICS AND GOVERNMENT Pemilu 2019. *Jurnal Progress In Social Development*, 3(2), 63–74.
- Wahyudi, V. (2019). Peran Politik Perempuan dalam Perspektif Gender. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 1(1), 63–83. <https://doi.org/10.20414/politea.v1i1.813>
- Wikipedia. (2022). *Iklan*. Tersedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan#:~:text=Iklan%20atau%20dalam%20bahasa%20Indonesia,ditunjukkan%20kepada%20sebagian%20besar%20masyarakat.> [Diakses 21 November 2022].