

**MEDIA DAN STEREOTYPE GENDER**  
**(Analisis Wacana pada Rubrik “Oh Mama Oh Papa” Majalah Kartini)**

**Yayang Desi Ariani**

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya  
yayangariani@mhs.unesa.ac.id

**M. Jacky**

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya  
mjacky@unesa.ac.id

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk *stereotype* pada perempuan dalam rubrik “Oh Mama Oh Papa”. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode analisis wacana Sara Mills. Analisis wacana merupakan suatu analisis yang membongkar makna atau pesan yang tersembunyi dalam teks. Pengumpulan data dilakukan dengan akses secara online dan offline. Analisis data menggunakan analisis wacana Mills yang menekankan pada persoalan penggambaran perempuan pada teks dan bagaimana aktor diposisikan dalam teks. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat tiga bentuk *stereotype* pada perempuan, yaitu *stereotype* sifat, *stereotype* status dan *stereotype* peran. *Stereotype* sifat yang sering muncul pada rubrik adalah perempuan cantik, perempuan tidak berdaya, penakut, mudah terpengaruh dan menangis saat menghadapi suatu permasalahan. Kedua yaitu *stereotype* status, dalam hal ini perempuan dilihat dari status pekerjaan maupun status dalam rumah tangga. Status perempuan dalam pekerjaan ditempatkan pada posisi staf administrasi dan pegawai bank. Terakhir yaitu *stereotype* peran, perempuan dilihat dari bagaimana perannya dalam mengurus rumah tangganya. Pembaca memiliki posisi integral dalam keseluruhan wacana, yang artinya penulis tidak hanya menganggap keberadaan pembaca namun juga memperimbangkan keberadaan pembaca dalam tulisannya. Penulis rubrik menggunakan kata ganti “aku” untuk menceritakan bagaimana peristiwa yang dialaminya. Secara tidak langsung, penulis menganggap keberadaan pembaca dalam tulisannya. Keberadaan pembaca dipertimbangkan dalam suatu wacana karena dapat menarik simpati dan dukungan serta untuk meyakinkan pembaca.

**Kata kunci :** *Media, Majalah, Stereotype Gender, Perempuan*

**Abstract**

This study aims to identify stereotyped forms for women in the rubric "Oh Mama Oh Papa". This research is qualitative with the Sara Mills discourse analysis method. Discourse analysis is an analysis that uncovers the meaning or message hidden in the text. Data collection is done by accessing online and offline. Data analysis uses Mills' discourse analysis that emphasizes the problem of portraying women in the text and how actors are positioned in the text. From the results of this study it is known that there are three stereotypes in women, namely the stereotypes of nature, stereotypes of status and role stereotypes. Characteristic stereotypes that often appear in rubrics are beautiful women, women are helpless, timid, easily influenced and cry when facing a problem. Secondly is the stereotype of status, in this case women are seen from their job status and status in the household. The status of women in employment is placed in the position of administrative staff and bank employees. Finally, the role stereotype, women are seen from their role in managing their household. The reader has an integral position in the whole discourse, which means the writer not only considers the existence of the reader but also considers the existence of the reader in his writing. The rubric writer uses the pronoun "I" to tell how he experienced it. Indirectly, the author considers the existence of the reader in his writing. The existence of the reader is considered in a discourse because it can attract sympathy and support and to convince the reader.

**Keywords:** *Media, Magazine, Gender Stereotypes, Women*

**PENDAHULUAN**

Pembicaraan tentang perempuan telah mengalami pergeseran cukup mendasar saat ini ketika “gender” dijadikan sebagai sebuah perspektif (Abdullah, 2001: 23). Pembicaraan gender berfokus pada relasi antara laki-laki dan perempuan. Fokus kajian yang dimaksud tidak hanya tertuju pada

perempuan tetapi juga pada laki-laki yang turut berperan dalam pembentukan realitas hidup perempuan. Keadaan tersebut memunculkan hal baru mengenai penjelasan tentang dominasi dan subordinasi atau hubungan-hubungan kekuasaan secara umum yang berpengaruh terhadap kehidupan perempuan secara luas. Sifat lemah gemulai menjadikan perempuan sebagai pihak yang

didominasi oleh laki-laki yang seakan tidak bisa disetarakan atau berada satu tingkat dibawah laki-laki. Dominasi kaum laki-laki terhadap perempuan juga menjadi permasalahan yang membebani perempuan. Perempuan diposisikan pada permasalahan domestik, sedangkan laki-laki diberi akses untuk mengaktualisasikan diri pada ranah publik.

Masyarakat mempunyai penandaan yang berbeda terhadap laki-laki dan perempuan. Penandaan tersebut mengenai sifat maupun peran antara laki-laki dan perempuan. Penandaan yang diberikan bisa bersifat positif maupun negatif, namun lebih banyak yang negatif. Adanya penandaan tersebut belum didasari dengan alasan yang jelas, hal itu yang bisa disebut sebagai stereotip. Stereotip yang dimaksud dalam penelitian Handayani dan Sugiarti diartikan sebagai pelabelan atau penandaan yang diberikan kepada sekelompok masyarakat tertentu, pelabelan atau penandaan tersebut biasanya menimbulkan ketidakadilan sehingga menjadi pelabelan negatif (Handayani dan Sugiarti, 2008:17).

Pelabelan atau penandaan dapat dicontohkan seperti perempuan berpikir secara emosional, laki-laki berfikir dengan logika, laki-laki memiliki sifat rasional, perempuan tidak rasional, perempuan ketergantungan, laki-laki mandiri, perempuan subjektif, dan laki-laki objektif. Pandangan tersebut sulit diubah karena masyarakat sudah terbiasa dengan realitas sosial yang ada. Selain itu, sejarah juga menunjukkan bahwa seolah perempuan memiliki ketergantungan tertentu pada laki-laki.

Isu perempuan dalam media cetak maupun elektronik menjadi topik menarik untuk dibicarakan. Mengutip Defleur & Everette (1985) dalam Ayomi, dikatakan bahwa media sebagai *The Fourth Estate* yang berfungsi sebagai pembentuk opini publik, pada satu sisi media sebagai alat yang penting dalam memperjuangkan kesetaraan gender dan sebagai alat sosialisasi mengenai isu-isu perempuan. Namun, dalam praktiknya media juga yang melanggengkan ideologi patriarki, dimana media menyediakan informasi yang tidak sensitif gender kepada masyarakat, seperti pada berita yang dipilih, bahasa dan konsep yang dipakai, sudut pandang berita yang dipilih, penyampaian gagasan dan keseluruhan gaya pemberitaan. Meskipun tujuannya mengangkat derajat perempuan, pemberitaan seputar perempuan dalam media lebih cenderung merendahkan posisi perempuan.

Majalah Kartini merupakan salah satu media yang sasaran konsumsinya adalah para perempuan. Majalah Kartini masih menjadi *market leader* hingga sekarang dengan jumlah 263.000 pembaca (Trinaya Media). Majalah Kartini juga mendapatkan Penghargaan Platinum sebagai Best Brand Indonesia

2007-2016 dalam kategori majalah. Pada tahun 2017, majalah Kartini telah tersedia dalam bentuk digital dan bisa diakses melalui HIGO Apps. Berdasarkan capaian yang didapatkan oleh majalah Kartini hingga saat ini, tidak sebanding dengan masih adanya konten tetap yang menjadi salah satu ciri majalah Kartini yaitu rubrik "Oh Mama Oh Papa". Rubrik tersebut juga menampilkan tentang konstruksi perempuan dalam kehidupan sehari-hari (Sari, 2013:1). Rubrik "Oh Mama Oh Papa" menjadi salah satu tulisan favorit yang sering dibaca konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana bentuk-bentuk stereotip pada perempuan dalam rubrik Oh Mama Oh Papa majalah Kartini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "bagaimana stereotip pada perempuan dalam rubrik Oh Mama Oh Papa majalah Kartini?"

## METODE

Penelitian ini bersifat kualitatif karena dimaksudkan untuk mengetahui gambaran dan keterangan secara jelas dan faktual mengenai stereotip gender pada rubrik "Oh Mama Oh Papa" dalam majalah Kartini. Selain itu, jenis penelitian kualitatif relevan karena menggambarkan keadaan objek yang ada pada saat ini. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana stereotip yang terdapat pada rubrik "Oh Mama Oh Papa". Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Juli 2018. Rubrik yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah keluaran tahun 2017, dengan rincian edisi sebagai berikut 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2458, 2459, 2461, 2462, 2463, 2464.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana Sara Mills. Analisis wacana merupakan suatu analisis yang membongkar makna atau pesan yang tersembunyi dalam teks. Analisis wacana Sara Mills melihat pada posisi subjek-objek dalam teks dan posisi pembaca dalam mengidentifikasi dirinya dalam teks. Mills berfokus pada wacana yang mengandung ketidakadilan dan penggambaran buruk mengenai perempuan. Penggambaran yang dimaksudkan adalah bagaimana perempuan ditampilkan dalam teks, baik dalam novel, gambar, foto ataupun dalam berita. Analisis Mills juga disebut sebagai analisis feminis karena mengkaji mengenai wacana feminisme. Perspektif wacana feminis menunjukkan bagaimana teks bias dalam menampilkan perempuan (Eriyanto, 2011:199). Perempuan dalam teks sering digambarkan sebagai pihak yang bersalah, marginal dibandingkan dengan pihak laki-laki.

## PEMBAHASAN

Sifat perempuan dan laki-laki memiliki perbedaan dalam masyarakat. Perempuan cenderung dipandang sebagai individu yang memiliki sifat anggun dan baik sedangkan laki-laki dipandang sebagai individu yang keras dan ambisius. Berdasarkan data yang didapat diketahui bahwa perempuan dalam rubrik “Oh Mama Oh Papa” dilatih untuk menjadi individu yang baik, sopan, jujur, berprestasi dan jarang keluar rumah. Sifat tersebut merupakan keindahan yang dikhususkan untuk perempuan, sehingga keindahan tersebut menjadi *stereotype* yang pada akhirnya membawa perempuan pada sifat-sifat keindahan. Keindahan sifat tersebut seperti perempuan harus tampil menawan, pandai dalam mengurus rumah tangga, bisa memasak, menyenangkan laki-laki, pantas untuk diajak ke berbagai acara, cerdas, serta menjadi sumber pengetahuan dan moral keluarga.

### ***Stereotype Sifat pada Perempuan dan Laki-laki***

*Stereotype* sifat pada penelitian ini didasarkan pada kategori *stereotype* kata sifat perempuan menurut William dan Bannet dalam buku *Sexs & Gender: An Introduction* (William dan Bannet, 1975; Hillary M. Lips, 2008). Menurut William dan Bannet kata sifat tersebut setelah diterjemahkan, antara lain mudah terpengaruh, penyayang, menghargai, menarik, cantik, mengeluh, tergantung, emosional, lemah lembut, sembronon, plin-plan, penolong, lemah, patuh, sopan santun, mempunyai tingkat kepekaan yang tinggi, cerewet, banyak bicara, dan mudah terbawa perasaan. *Stereotype* sifat yang sering muncul pada rubrik adalah perempuan cantik, perempuan tidak berdaya, penakut, mudah terpengaruh dan menangis saat menghadapi suatu permasalahan. Pada intinya perempuanlah yang dijadikan sebagai objek eksploitasi atas permasalahan yang ada dalam rumah tangga.

Perempuan dalam rubrik Oh Mama Oh Papa diidentifikasi sebagai individu yang kalah dan ditindas oleh laki-laki. Pada rubrik ini, perempuan lebih banyak dituliskan sebagai individu yang mengalah, penakut, penurut, tidak berdaya, mudah terpengaruh dan menangis saat menghadapi suatu permasalahan. Menurut Spivak perempuan dalam posisi tersebut bisa dikatakan sebagai sosok *subaltern*, dimana perempuan tidak mampu bersuara apalagi mendapatkan hak-hak selayaknya sebagai manusia (Spivak, 1983; Rohman, 2018). *Subaltern* merupakan kelompok yang terindas dan memang tidak bisa bersuara. Bagi Spivak, *subaltern* didasarkan pada seks (perempuan), sehingga tidak ada ruang bagi mereka untuk bisa bersuara. Sikap

diam sesungguhnya menunjukkan ketidakmampuan dalam diri perempuan untuk melawan. Perempuan cenderung diam dan tidak melawan terhadap permasalahan yang menimpa dirinya. Selain *stereotype* sifat perempuan, dalam rubrik “Oh Mama Oh Papa” juga terdapat *stereotype* sifat laki-laki. Laki-laki dalam rubrik didefinisikan sebagai individu yang penurut, kasar, jorok, pemalas, pekerja keras, tangguh, ambisius, kurang percaya diri dalam hal mengasuh anak, memiliki warna dominan biru, dan laki-laki baik adalah laki-laki yang tidak berselingkuh. Hal tersebut berbanding terbalik dengan kategori *stereotype* sifat laki-laki yang dikemukakan oleh William dan Bannet (William dan Bannet, 1975; Hillary M. Lips, 2008). *Stereotype* sifat laki-laki antara lain, kejam, agresif, ambisius, kasar, ganteng, percaya diri, kuat, tidak emosional, dominan, dsb.

*Stereotype* masyarakat mengenai sifat perempuan dan laki-laki terlihat berbeda berdasarkan data yang didapatkan. Terlihat bahwa laki-laki lebih mendapatkan *stereotype* positif dan dipandang tidak bermasalah dibandingkan perempuan. Laki-laki juga mendapatkan pengampunan dari perempuan atas perlakuan yang menyimpang, seperti melihat wajar ketika laki-laki memiliki banyak perempuan (*playboy*). Sedangkan perempuan lebih banyak mendapatkan *stereotype* negatif, dimana dipandang sebagai individu yang lemah dan mudah dieksploitasi oleh laki-laki.

### ***Stereotype Status pada Perempuan***

Posisi perempuan dalam masyarakat sudah dipersiapkan sejak dini untuk menjadi individu yang pemalu, sabar, penurut, rajin dan tekun (Purwo, 2000:150). Setelah dewasa perempuan dipersiapkan sebagai individu yang harus melayani suami, mengurus rumah dan mengurus anak. Posisi perempuan dalam hal ini tidak boleh melebihi posisi laki-laki. Perempuan dengan berbagai ketentuannya diposisikan dalam ruang privat atau domestik. Anggapan tersebut muncul karena kuatnya konstruksi gender dalam konteks patriarki. Patriarki secara luas dapat diartikan sebagai struktur sosial yang saling berhubungan dan terdapat tindakan mengeksploitasi perempuan. Perempuan mengalami kesulitan dalam mengubah takdirnya.

Status pekerjaan yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki sudah berbeda. Laki-laki memiliki kesempatan untuk mendapatkan variasi pekerjaan sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan pekerjaan untuk perempuan tidak memiliki banyak variasi dan disesuaikan dengan sifat perempuan. Seperti yang dikatakan Murtiani (2004:54) bahwa pembagian kerja dalam masyarakat masih dipandang berdasarkan seks, bukan

kemampuan diri pribadi manusia. Perempuan yang dikonstruksi atas dimensi feminis lebih banyak mendapatkan pekerjaan pada bidang yang membutuhkan kesabaran, ketekunan, dan ketelitian. Pekerjaan tersebut antara lain, sebagai staff administrasi dan pegawai bank.

Status perempuan dalam rubrik “Oh Mama Oh Papa” dianggap rendah ketika tidak memiliki pendidikan tinggi. Perempuan juga menjadi salah satu objek eksploitasi berkaitan dengan pendidikan. Perempuan yang ternodai secara otomatis tidak bisa mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi. Sebagai korban atas tindak asusila laki-laki, perempuan lebih dirugikan dari segi pendidikan. Laki-laki sebagai pelaku tindak asusila masih berhak melanjutkan pendidikan bahkan hingga perguruan tinggi. Hal itu tidak menjadi suatu hambatan bagi laki-laki untuk melanjutkan jenjang kariernya.

### **Stereotype Peran pada Perempuan**

Penentuan peran antara laki-laki dan perempuan dibedakan atas dimensi feminitas dan maskulinitas. Rokhmansyah (2016:9) mengatakan bahwa konstruksi feminin dan maskulin yang menimbulkan dampak dikotomi peran yang harus dilakukan oleh perempuan dan laki-laki. Posisi perempuan sebagai ibu rumah tangga dianggap belum bisa tergantikan oleh jenis kelamin lain.

Pada rubrik “Oh Mama Oh Papa” perempuan didefinisikan sebagai individu yang bertanggung jawab atas kelangsungan rumah tangga. Seperti yang dikatakan oleh Fakih (1996:75) bahwa peran gender perempuan adalah mengelola rumah tangga, maka banyak perempuan menanggung beban kerja domestik lebih lama (*burden*). Perempuan dibebankan pada tugas-tugas rumah, permasalahan rumah tangga, mengurus anak dan mengurus suami.

Peran perempuan dalam rumah tangga adalah sebagai istri yang baik, istri yang mengurus suaminya, sebagai tempat pendidikan bagi anaknya dan juga sebagai pembantu pemenuhan ekonomi bagi keluarganya. Perempuan dalam rumah tangga bertanggung jawab atas pendidikan anak dan perempuan memang berperan sebagai ibu rumah tangga. Pada rubrik “Oh Mama Oh Papa” peran perempuan dimunculkan pada ranah domestik seperti mengurus rumah, mengurus suami, dan mengurus anak. Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran domestik dalam lingkungan keluarga. Menurut Wibowo (2011:356) peran tersebut bisa dikatakan sebagai peran tradisi, dimana peran perempuan adalah sebagai istri, ibu dan pengelola rumah tangga. Perempuan seolah memiliki kuasa penuh atas kegiatan yang menyangkut urusan rumah tangga. Sedangkan laki-laki lebih terarah pada kegiatan di luar rumah. Pada dasarnya, perempuan

dan laki-laki memang dikonstruksikan berbeda secara peran. Adanya perbedaan tersebut memunculkan adanya pemikiran bahwa perempuan memang belum mampu menjadi seorang pemimpin. Seperti halnya yang sudah dikatakan oleh Dzuhayatin (1998) bahwa perempuan memang berperan dibalik layar, sebagai pendukung suami dan kunci dalam kesuksesan anak-anaknya.

*Stereotype* peran pada perempuan bertujuan untuk melanggengkan budaya patriarki. Perempuan masih di-*stereotype*-kan sebagai individu yang bertanggungjawab pada ranah domestik. Perempuan semata-mata diposisikan pada peran domestik dan reproduksi yang menghambat kemajuan mereka dalam menggeluti dunia publik dan produksi (Rokhmansyah, 20016:1).

### **Posisi Pembaca dalam Rubrik**

Majalah Kartini merupakan salah satu media yang sasaran konsumsinya adalah para perempuan. Adapun tujuannya adalah menyajikan media perempuan terbaik, informatif, inovatif, menghibur serta menginspirasi kehidupan perempuan Indonesia yang dinamis dan berkarakter. Adanya rubrik “Oh Mama Oh Papa” dalam majalah kartini memang menjadi salah satu kejanggalan bagi pembaca karena kurang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Mereka memiliki salah satu tujuan untuk menginspirasi kehidupan perempuan Indonesia yang dinamis dan berkarakter, hal itu tidak tercermin ketika melihat adanya rubrik “Oh Mama Oh Papa” yang menjadi salah satu konten tetap didalamnya. Seharusnya rubrik “Oh Mama Oh Papa” menjadi salah satu rubrik berkala yang tidak harus dihadirkan dalam semua edisi. Meskipun sudah menjadi salah satu ciri khas majalah kartini, rubrik tersebut terlalu sering menuliskan tentang kehidupan rumah tangga perempuan yang hancur. Konten tersebut yang nantinya akan membaca pembaca untuk memiliki pemikiran negatif untuk dirinya dan orang lain sebagai perempuan. Sebagai perempuan, tentunya pembaca menaruh rasa simpati terhadap apa yang dituliskan dalam rubrik tersebut.

Pembaca rubrik “Oh Mama Oh Papa” diposisikan layaknya seorang penulis rubrik. Penulis rubrik menggunakan kata ganti “aku” untuk menceritakan bagaimana peristiwa yang dialaminya. Secara tidak langsung, penulis menganggap keberadaan pembaca dalam tulisannya. Pembaca memiliki posisi integral dalam keseluruhan wacana, yang artinya penulis tidak hanya menganggap keberadaan pembaca namun juga memperimbangan keberadaan pembaca dalam tulisannya (Dharma, 2009: 199). Keberadaan pembaca dipertimbangkan dalam suatu wacana karena dapat menarik simpati dan dukungan serta untuk meyakinkan pembaca.

Pembaca memiliki kesamaan arti dalam melihat perempuan dalam rubrik. Pembaca mengartikan perempuan sebagai individu yang lemah berdasarkan teks yang didapat dari rubrik. Pembaca dalam hal ini memposisikan dirinya sebagai individu yang diceritakan dalam teks. Penulis rubrik sukses membawa pembaca untuk mengidentifikasi dirinya dalam teks, pembaca dapat memahami posisi negatif dan positif perempuan. Hal tersebut dapat terjadi karena pembaca adalah seorang perempuan. Pembaca seolah melakukan refleksi terhadap dirinya melalui teks yang telah dibaca. Namun, ada baiknya pembaca juga melihat bagaimana perempuan yang memiliki "posisi" dalam masyarakat. Karena perempuan dalam rubrik "Oh Mama Oh Papa" hanya didefinisikan sebagai individu yang lemah seolah tidak bisa mengurus kehidupan rumah tangganya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

*Stereotype* perempuan dalam rubrik "Oh Mama Oh Papa" merupakan hasil reproduksi *stereotype* yang dilakukan oleh perempuan sendiri. *Stereotype* menjadi salah satu permasalahan gender dalam masyarakat. Seperti halnya yang terdapat dalam rubrik Oh Mama Oh Papa, perempuan sebagai individu yang kalah dan ditindas oleh laki-laki. Perempuan dalam posisi tersebut bisa dikatakan sebagai sosok *subaltern*, dimana perempuan tidak mampu bersuara apalagi mendapatkan hak-hak selayaknya sebagai manusia. *Stereotype* pada perempuan dalam rubrik "Oh Mama Oh Papa" dapat dibagi menjadi 3 yaitu *stereotype* sifat, *stereotype* status dan *stereotype* peran.

Pembaca memiliki posisi integral dalam keseluruhan wacana, yang artinya penulis tidak hanya menganggap keberadaan pembaca namun juga memperimbangan keberadaan pembaca dalam tulisannya. Penulis rubrik menggunakan kata ganti "aku" untuk menceritakan bagaimana peristiwa yang dialaminya. Secara tidak langsung, penulis menganggap keberadaan pembaca dalam tulisannya. Keberadaan pembaca dipertimbangkan dalam suatu wacana karena dapat menarik simpati dan dukungan serta untuk meyakinkan pembaca.

### DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Irwan. 2001. *Seks, Gender dan Reproduksi Kekuasaan*. Yogyakarta: Tarawang Press.

Arbi, Armawati. 1998. *Stereotype Tentang Perempuan di Media Cetak Wanita (Suatu Studi Analisis Perbandingan Isi Antara*

*Femina Tahun 1970-an dan 1990-an)* [Online], ([lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-76875.pdf](http://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-76875.pdf)/diunduh pada 24 Mei 2017)

- Ayun, Primanda Qurrota. 2011. *Representasi Perempuan dalam Rubrik "Sosialita" Koran Kompas* [Online], ([http://eprints.undip.ac.id/28976/1/SUMMARY\\_PENELITIAN\\_Primada.pdf](http://eprints.undip.ac.id/28976/1/SUMMARY_PENELITIAN_Primada.pdf)/diakses pada 30/01/2018)
- Chandra, Oktiva Herry. 2010. *Pemerolehan Stereotype Jender pada Anak Usia Praoperasional - Operasi Informal* [Online], (<http://eprints.undip.ac.id/36914/1/21.pdf> diakses pada 6 Februari 2018)
- Darma, Yoce Aliah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: CV. YRAMA WIDYA.
- Fakih, Mansour. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani, Trisakti dan Sugiarti. 2008. *Konsep dan Teknik Penelitian Gender*. Malang: UMM Press.
- Jurnal Perempuan no. 48, 2006. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan [Online], (<http://unwomen-asiapacific.org/docs/cedaw/archive/indonesia/JP48cetak.pdf>/diunduh pada 22 Maret 2017)
- Muniroh, Umi. 2016. *Perempuan dalam Iklan Di Majalah Femina dan Kartini ( Analisis Semiotika Berperspektif Gender)* [Online], ([http://digilib.uin-suka.ac.id/20281/1/12540094\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20281/1/12540094_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)/ diunduh pada 24 April 2017)
- Murtiani, A. Nunuk P. 2004. *Getar Gender*. Magelang: IndonesiaTera.
- Prihantoro, Edy dan Retnoningsih, Tri Wahyu. 2017. *Stereotype Perempuan dalam Media* [Online], ([http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13387/10/BOOK\\_Edy%20Prihantoro%2C%20Tri%20WR\\_Stereotype%20Perempuan.pdf](http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13387/10/BOOK_Edy%20Prihantoro%2C%20Tri%20WR_Stereotype%20Perempuan.pdf), diakses pada 30/01/2018)
- Purwo, Bambang Kaswanti. 2002. *Kajian Serba Linguistik untuk Anton Moeliono pareksa Bahasa*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Rhemrev, Jessica Andrea. 2014. *"Representasi Perempuan dalam Majalah Pria (Studi Gender, Subjektivitas, dan Representasi)*. Jakarta: FISIP UI. ([lib.ui.ac.id/](http://lib.ui.ac.id/) diakses pada 02/10/2016 pk.18.26).

- Rokhmansyah, Alfian. 2016. *Pengantar Gender dan Feminisme (Pemahaman awal Kritik Sastra Feminisme)*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Sari, Ayu Permata. 2013. *Pemaknaan Pembaca Terhadap Kisah-kisah Rumah Tangga Bertema Perselingkuhan dalam Rubrik Oh Mama, Oh Papa di Majalah Kartini* [Online], Vol, 1 Nomor 4. Dalam *Skripsi*. (<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/3618/> diunduh pada 10 Januari 2018)
- Simanjuntak, Jojo Hanna Ruth. 2013. *Cokelat dan Perempuan (Analisis Wacana Kritis Sara Mills pada Iklan Televisi Tim-Tam dan Tango Crunch Cake)* [Online], (<http://repository.uksw.edu/> diunduh pada 16 April 2017)
- Udasmoro, Wening. 2018. *Dari Doing Ke Undoing Gender (Teori dan Praktik dalam Kajian Feminisme)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wibowo, Dwi Edi. 2012. *Peran Ganda Perempuan dan Kesetaraan Gender* [Online], ([ejournal.iainpekalongan.ac.id](http://ejournal.iainpekalongan.ac.id) diakses pada 28 Agustus 2018)

