

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Halaman Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Abstrak	ix

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Media dalam Bayangan Bias Maskulinitas.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Perempuan dalam Sejarah	10
1.5.2 Perempuan dalam Media	18
1.6 Kerangka Teori	21
1.6.1 Gender dalam Wacana Media	21
1.6.2 Ideologi	27
1.6.3 Ibuisme dan (Re)Ibuisme	30
1.6.4 Wacana dan Pembentukan Subyek	35
1.7 Metodologi Penelitian	41
1.7.1 Jenis Penelitian	41
1.7.2 Korpus Penelitian	41
1.7.3 Metode Penelitian	43
1.7.3.1 Analisis Wacana Kritis (<i>Critical Discourse Analysis</i>)	43
1.7.3.2 Model Analisis Wacana Kritis ala Sara Mills	44
1.7.3.3 Metode Pengumpulan Data	47
1.7.3.4 Metode Analisis Data	48

1.8	Sistematika Penulisan	48
BAB II : PEREMPUAN DAN TEKNOLOGI INTERNET		49
2.1	Teknologi Internet: Merayakan Kebebasan dan <i>Cyberfeminism</i>	51
2.2	Teknologi Internet: Teknologi Seksualisasi terhadap Perempuan	57
BAB III : ‘IBU’ DALAM NARASI MEDIA		66
3.1	‘Ibu’ dalam Dua Posisi: Obyek dan Subyek Pemberitaan	68
3.1.1	Ketika ‘Ibu’ menjadi Obyek: ‘Ibu’ sebagai Obyek Seksual dan Obyek Gunjingan	68
3.1.2	Ketika ‘Ibu’ menjadi Subyek: ‘Ibu’ sebagai Subyek yang Mengancam	77
3.2	‘Ibu’ dalam Beragam Topik	85
3.2.1	‘Ibu’ dan Tubuh: Seksualitas, ‘Moralitas’, dan ‘Religiusitas’	86
3.2.2	‘Ibu’ dan Cinta: Kasih Sayang, Romansa, dan Relasi dalam Keluarga	92
3.2.3	‘Ibu’ dan Praktik Konsumsi: ‘Ibu’ yang Modis dan ‘Gila’ Belanja	96
3.2.4	‘Ibu’ dan Ruang Publik: Ironi dari Profesionalisme dan Visi Politik	100
BAB IV : (RE)IBUISME DALAM MEDIA		107
4.1	Ilusi ‘Ibu Ideal’: ‘Ibu’ Modern Sekaligus ‘Ibu’ yang Tak Lupa ‘Kodrat’	108
4.2	‘Menjual Ibu’: Ideologi Pemberitaan Media dalam Kasus Korupsi	118
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	127
5.2	Saran	130

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Model Pemosisian	46
Tabel 2: Model Analisis	47