

STREOTIP DALAM ETIKA DAN FILSAFAT KOMUNIKASI

Kartini¹, Muhammad Farhan Aulia², Ridha Nadiyah Siregar³, Mhd Sabili Al-Ghozi Nst⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

kartinisikumbang86@gmail.com¹, muhammadfarhanaulia661@gmail.com²,
ridhanaadiyah@gmail.com³, gjozimasutio@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena stereotip dalam masyarakat, yang sering kali membentuk persepsi terhadap individu atau kelompok berdasarkan generalisasi yang tidak akurat dan kaku. Metode ini melibatkan identifikasi literatur, penelaahan kritis, dan sintesis informasi untuk merumuskan argumen dan kerangka teori yang relevan. Penelitian ini membahas berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan stereotip, termasuk peran keluarga, teman sebaya, sekolah, masyarakat, dan media massa. Penelitian ini mengidentifikasi tiga pendekatan etis untuk melawan stereotip: deontologis, yang menekankan kewajiban moral untuk menghindari diskriminasi; teleologis, yang berfokus pada dampak negatif dari penyebaran stereotip; dan golden mean, yang menekankan pentingnya menghargai keragaman individu. Dalam upaya melawan stereotip, dibutuhkan kesadaran sosial yang tinggi serta upaya untuk memperbaiki representasi kelompok dalam media dan masyarakat.

Kata Kunci: Filsafat, Komunikasi, Streotip.

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of stereotypes in society, which often form perceptions of individuals or groups based on inaccurate and rigid generalizations. This method involves literature identification, critical review, and information synthesis to formulate relevant arguments and theoretical frameworks. This study discusses various factors that influence the formation of stereotypes, including the roles of family, peers, schools, society, and mass media. The study identifies three ethical approaches to countering stereotypes: deontologic, which emphasizes the moral obligation to avoid discrimination; teleological, which focuses on the negative impact of the spread of stereotypes; and Golden Mean, which emphasizes the importance of valuing individual diversity. In an effort to fight stereotypes, high social awareness is needed as well as efforts to improve the representation of groups in the media and society.

Keywords: Philosophy, Communication, Streotype.

A. PENDAHULUAN

Stereotip adalah pandangan atau persepsi yang terbentuk tentang kelompok atau individu tertentu, yang sering kali didasarkan pada generalisasi atau prasangka. Kata *stereotip* sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu "streos" yang berarti padat atau kokoh, dan "typos" yang berarti contoh atau cetakan. Secara etimologis, stereotip merujuk pada pandangan yang kaku dan tidak berubah terhadap kelompok tertentu, yang sering kali mengabaikan keberagaman di dalam kelompok itu sendiri. Dalam kehidupan sehari-hari, stereotip dapat muncul dalam berbagai bentuk, baik yang positif maupun negatif, dan berpengaruh besar terhadap cara kita memandang dunia serta berinteraksi dengan orang lain.

Di Indonesia, stereotip sering kali terwujud dalam penilaian terhadap kelompok berdasarkan ras, gender, atau latar belakang sosial. Meskipun stereotip dapat digunakan sebagai cara untuk menyederhanakan kompleksitas sosial, pandangan yang terlalu sempit dan tidak berbasis pada kenyataan ini dapat menimbulkan prasangka, diskriminasi, dan ketidakadilan. Dalam konteks ini, media massa memainkan peran yang signifikan dalam membentuk dan menyebarkan stereotip. Melalui representasi yang disajikan, media dapat memperkuat pandangan tertentu tentang kelompok, entah itu berkaitan dengan gender, ras, atau status sosial, yang pada gilirannya memengaruhi pola pikir dan sikap masyarakat.

Penting untuk memahami bagaimana stereotip terbentuk, apa dampaknya dalam komunikasi, serta bagaimana kita dapat mengatasi dan melawan pandangan-pandangan yang merugikan ini. Stereotip tidak hanya menghambat pemahaman yang lebih mendalam terhadap individu dan kelompok, tetapi juga memperburuk ketegangan sosial dan memicu ketidakadilan. Oleh karena itu, pembahasan tentang stereotip ini sangat relevan dalam upaya menciptakan masyarakat yang lebih inklusif, adil, dan terbuka terhadap keberagaman.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penulisan artikel jurnal ini, peneliti menggunakan studi pustaka. Metode penelitian studi kepustakaan merupakan pendekatan penelitian yang mengandalkan sumber-sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, laporan, dan dokumen-dokumen lainnya untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Setelah itu, peneliti melakukan penelaahan kritis terhadap literatur yang telah dikumpulkan, dengan tujuan untuk memahami berbagai perspektif, teori, dan temuan yang ada dalam bidang tersebut. Selanjutnya, peneliti menyusun dan mensintesis informasi yang

diperoleh untuk merumuskan argumen atau kerangka teori yang mendukung tujuan penelitian. Metode ini sangat berguna untuk memperoleh wawasan yang mendalam dan menyeluruh tentang topik tertentu, serta untuk mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Stereotip berasal dari dua kata dalam bahasa Yunani, yaitu "streos" yang berarti padat atau kokoh, dan "typos" yang berarti cetakan atau contoh. Berdasarkan asal usulnya, stereotip mengacu pada pandangan atau persepsi yang kaku dan tidak berubah terhadap kelompok atau individu tertentu. Stereotip sering kali mengarah pada penilaian yang menyamaratakan karakteristik psikologis dan kepribadian sebuah kelompok berdasarkan anggapan sepihak, tanpa memperhatikan keragaman individu dalam kelompok tersebut. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, stereotip diartikan sebagai gambaran atau pandangan umum terhadap suatu golongan yang didasarkan pada prasangka, bukan kenyataan yang objektif. Stereotip sering digunakan sebagai jalan pintas untuk menyederhanakan hal-hal yang kompleks dalam pikiran manusia, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan secara cepat, meskipun seringkali tanpa dasar yang benar. Pikiran atau keyakinan yang terbentuk melalui stereotip ini mungkin akurat atau bahkan sepenuhnya salah. Dalam kajian psikologi dan ilmu sosial lainnya, stereotip sering dibahas sebagai konsep yang mengandung elemen-elemen yang kodratif dan bersifat umum. Stereotip dapat terbagi menjadi dua jenis: positif dan negatif. Stereotip negatif sering kali dihubungkan dengan prasangka dan diskriminasi, sementara stereotip positif meskipun tampaknya tidak berbahaya, tetap saja dapat membentuk pandangan yang sempit dan merugikan kelompok lain.

Munculnya Stereotif

Faktor-faktor yang Munculkan Stereotip Stereotip muncul sebagai cara manusia untuk menyederhanakan hal-hal yang kompleks dengan mengelompokkan individu atau kelompok tertentu berdasarkan ciri-ciri yang tampak. Beberapa faktor yang memengaruhi timbulnya stereotip antara lain: Keluarga Dalam keluarga, stereotip dapat muncul melalui perlakuan yang berbeda terhadap anak laki-laki dan perempuan. Misalnya, orang tua mungkin mempersepsikan anak laki-laki sebagai lebih kuat dan tangguh, sementara anak perempuan dianggap lebih lembut dan sensitif. Perlakuan yang berbeda ini menanamkan stereotip gender sejak dini. Teman Sebaya Teman sebaya memiliki pengaruh besar dalam pembentukan

stereotip, terutama pada masa kanak-kanak dan remaja. Anak-anak sering kali didorong untuk melakukan kegiatan yang sesuai dengan gender mereka, seperti bermain sepak bola untuk anak laki-laki atau bermain boneka untuk anak perempuan. Sekolah Sekolah, sebagai lembaga pendidikan, juga berperan dalam memperkenalkan stereotip. Misalnya, seragam yang dikenakan oleh siswa perempuan dan laki-laki seringkali menguatkan perbedaan gender dan memberi pesan bahwa ada pembagian peran tertentu dalam masyarakat. Masyarakat Stereotip dalam masyarakat dapat muncul dari sikap dan pandangan sosial terhadap kelompok tertentu. Misalnya, perempuan sering dianggap membutuhkan perlindungan dan bantuan, sementara laki-laki dipandang sebagai pemecah masalah dan pemberi solusi. Media Massa Media massa memiliki peran yang sangat besar dalam menyebarkan stereotip, baik itu dalam bentuk iklan, berita, atau hiburan. Citra laki-laki seringkali dikaitkan dengan kekuatan dan keberhasilan, sementara perempuan lebih sering digambarkan dalam peran domestik atau sebagai objek kecantikan.

Peran Stereotip dalam Komunikasi

Stereotip sangat mempengaruhi cara kita berkomunikasi dan memahami dunia sekitar. Media massa memiliki dampak besar dalam membentuk persepsi masyarakat melalui representasi simbolik dan citra yang diproduksi. Fungsi utama media massa, seperti pengawasan, interpretasi, transmisi nilai, dan hiburan, dapat memperkuat atau meredakan stereotip yang ada. Fungsi Pengawasan: Media menyediakan informasi tentang apa yang terjadi di sekitar kita dan dapat membantu memperbarui pengetahuan serta pemahaman masyarakat mengenai isu-isu sosial. Fungsi Interpretasi: Media juga berfungsi sebagai sarana untuk menginterpretasikan berbagai peristiwa dan pengetahuan yang ada, memberikan konteks yang dapat memperkuat atau melemahkan stereotip. Fungsi Transmisi Nilai: Media berperan dalam menyebarkan nilai dan norma sosial, yang sering kali mengandung stereotip terkait gender, ras, dan kelompok lainnya. Fungsi Hiburan: Seringkali media juga menyampaikan stereotip melalui hiburan, menggambarkan karakter-karakter tertentu dengan cara yang membentuk pandangan sosial kita. Dalam perkembangan komunikasi digital, media massa juga semakin berinteraksi dengan budaya massa dan budaya tinggi, menciptakan ruang bagi representasi yang lebih beragam, meskipun stereotip masih terus berkembang dalam berbagai bentuk.

Stereotip Terhadap Ras Minoritas

Di Indonesia, stereotip terhadap kelompok ras atau etnis minoritas, seperti suku Tionghoa, sering kali berakar dari pandangan negatif yang tersebar melalui media massa. Kelompok ini sering digambarkan sebagai tidak memiliki nasionalisme, licik, atau hanya mengejar keuntungan materi dengan cara yang tidak etis. Stereotip ini semakin diperburuk dengan pemberitaan pers yang diskriminatif. Stuart Hall, seorang ahli budaya, berpendapat bahwa representasi yang diciptakan oleh media tidak hanya menggambarkan kenyataan, tetapi juga membentuk kenyataan itu sendiri. Menurut Hall, representasi adalah bagian yang konstitutif dari objek yang digambarkan, bukan sekadar sebuah gambaran belaka. Hal ini berarti bahwa media memiliki peran penting dalam menciptakan makna yang melekat pada kelompok minoritas, yang pada gilirannya membentuk pandangan masyarakat terhadap mereka.

Stereotip terhadap Wanita

Stereotip terhadap perempuan sering kali berfokus pada peran tradisional mereka sebagai ibu rumah tangga, istri, atau objek kecantikan. Media massa sering menggambarkan perempuan sebagai pribadi yang emosional, bodoh, atau cengeng, namun terkadang juga menyuguhkan gambaran perempuan yang kuat dan mandiri. Iklan dan konten media sering kali menegaskan peran perempuan sebagai "super mom" yang mampu mengurus rumah tangga dan memenuhi berbagai tuntutan sosial. Stereotip ini juga berkaitan dengan isu seks dan gender, di mana perempuan dianggap "baik" jika mereka menjalankan peran tradisional, sementara laki-laki dipandang lebih berperan di luar rumah tangga. Media sering kali memperkuat pandangan patriarkal ini melalui representasi yang sangat terbatas terhadap peran perempuan dalam masyarakat.

Stereotip dalam Organisasi

Stereotip juga sering muncul dalam konteks organisasi, di mana orang cenderung memiliki pandangan atau asumsi yang tidak selalu akurat tentang suatu organisasi. Misalnya, ada anggapan bahwa keterlibatan dalam organisasi dapat mengganggu studi akademis mahasiswa, atau bahwa individu dalam organisasi seringkali mengabaikan pekerjaan atau tugas lain. Padahal, banyak individu yang mampu menyeimbangkan antara aktivitas organisasi dan akademik dengan baik. Stereotip seperti ini dapat mempengaruhi dinamika dan pengambilan keputusan dalam organisasi.

Melawan Stereotip

Terdapat beberapa pendekatan etis untuk melawan dan mengatasi stereotip. Beberapa di antaranya adalah: Pendekatan Deontologis: Pendekatan ini berfokus pada kewajiban moral individu untuk menghindari tindakan yang diskriminatif, tanpa memperhitungkan konsekuensinya. Stereotip dianggap sebagai tindakan yang tidak adil dan harus dihindari. Pendekatan Teleologis: Pendekatan ini lebih menekankan pada konsekuensi dari tindakan. Dalam hal ini, penyebaran stereotip dianggap merugikan dan harus ditanggulangi karena dapat memicu diskriminasi sosial. Pendekatan Golden Mean: Pendekatan ini menekankan pada pentingnya menghargai diversitas individu dalam kelompok, tanpa membuat generalisasi yang merugikan. Praktisi komunikasi harus berusaha menjaga keseimbangan antara mengakui perbedaan individu dan kelompok. Melawan stereotip membutuhkan kesadaran sosial yang tinggi, serta upaya untuk memperbaiki representasi kelompok dalam media dan masyarakat, dengan menekankan keragaman dan kompleksitas individu.

D. KESIMPULAN

Stereotip adalah gambaran atau persepsi yang kaku dan menyederhanakan kompleksitas individu atau kelompok dengan menggeneralisasi ciri-ciri atau karakteristik tertentu. Dalam masyarakat, stereotip dapat bersifat positif maupun negatif, namun keduanya berpotensi membatasi pandangan kita terhadap keragaman individu, serta menumbuhkan prasangka dan diskriminasi. Faktor-faktor seperti pengaruh keluarga, teman sebaya, pendidikan, dan media massa memainkan peran penting dalam pembentukan stereotip, dengan media massa khususnya berfungsi sebagai agen utama dalam memperkuat atau meredakan stereotip melalui representasi simbolik yang disebarkan ke publik.

Di Indonesia, stereotip terhadap kelompok ras minoritas, seperti suku Tionghoa, dan stereotip terhadap perempuan, sering kali terdistorsi oleh pandangan sosial yang dipengaruhi oleh media massa, yang menguatkan gambaran negatif atau terbatas mengenai identitas dan peran mereka dalam masyarakat. Stereotip ini dapat membentuk opini publik dan memperburuk ketidaksetaraan sosial, khususnya dalam konteks gender dan ras. Selain itu, dalam ranah organisasi, stereotip juga dapat mempengaruhi dinamika sosial dan pengambilan keputusan, dengan anggapan yang tidak selalu akurat tentang individu atau kelompok dalam organisasi tersebut.

Melawan stereotip membutuhkan pendekatan yang holistik dan etis, yang mencakup kewajiban moral untuk menghindari diskriminasi (pendekatan deontologis), pemahaman tentang dampak sosial yang merugikan dari penyebaran stereotip (pendekatan teleologis), serta penghargaan terhadap keragaman individu dan kelompok (pendekatan golden mean). Oleh karena itu, kesadaran sosial yang tinggi dan usaha berkelanjutan untuk memperbaiki representasi kelompok dalam media dan masyarakat menjadi penting dalam mengurangi dampak negatif stereotip, serta membangun masyarakat yang lebih inklusif dan adil.

DAFTAR PUSTAKA

- Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Addison-Wesley.
- Berkowitz, L. (2002). *Aggression: Its Causes, Consequences, and Control*. McGraw Hill.
- Cohen, A. B., & Garcia, J. R. (2005). *The Psychological Impact of Stereotyping: An Examination of Stereotype Threats and Opportunities*. *American Psychologist*, 60(3), 249-260.
- Devine, P. G. (1989). *Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 5-18.
- Friedman, J. P., & Rainer, R. W. (2017). *Media and the Politics of Stereotype*. *SAGE Open*, 7(3).
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2013). *Social Cognition: From Brains to Culture* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). *The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491-512.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.
- Jussim, L., & Harber, K. D. (2005). *Stereotypes and the Relationship Between Individual and Group Perceptions: A Review of Basic Social Psychological Research*. In R. K. Merton, *Social Structure and Personality* (pp. 41-59).
- Mufid, M. (2012). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: PrenadaMedia.