

## EKSPLOITASI PEREMPUAN DI MEDIA MASSA PERSPEKTIF ALQURAN

Oleh:

**Ahmad Hamdani**

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Perumahan Citra Kencana No. D5, Jln. Legoso Raya  
Kelurahan Pisangan Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan Banten, email:  
[ahmad.hamdani13@mhs.uinjkt.ac.id](mailto:ahmad.hamdani13@mhs.uinjkt.ac.id)

### Abstrak

Dewasa ini, perempuan masih dianggap sebagai manusia kelas dua (*the second human*) yang berada di bawah superioritas kaum laki-laki. Kondisi tersebut tergambar pada praktik di media massa. Kecanggihan sains dan teknologi, menjadikan perempuan sebagai objek paling ampuh terutama dalam meraup keuntungan yang melimpah. Hal ini tercermin dengan adanya 45 bias gender yang ada di media massa dari pelbagai macam sektor, mulai dari perawatan tubuh, minuman, bumbu dapur, obat, hingga otomotif. Karakter media massa seperti ini memunculkan pertanyaan besar dalam konteks sosial-masyarakat, bahkan kemudian membentuk kesimpulan bahwa ternyata perempuan identik dengan perilaku yang negatif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana datanya diambil dari observasi dan studi kepustakaan. Analisis teks yang digunakan bersifat kualitatif, yaitu merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dipahami. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk mengkaji dan memberikan interpretasi dalam menjabarkan kemelut gender terhadap eksploitasi perempuan di media massa dengan bersumber pada pemahaman Alquran.

**Kata Kunci:** *Perempuan, Alquran, Eksploitasi, dan Media Massa.*

### Abstract

*Today, women are still considered lower than men. These condition are reflected in the mass media. Women are become objects by sophisticated of science and technology. This is reflected by the presence of 45 existing bias of gender from various in the mass media. It start from body care, beverages, herbs, drugs, and automotive. The problem bring big questions up in the context of social-community, even it formed the conclusion that women are identic with negative behavior. Approach of this research is qualitative, the data was taken from observation and study of library. The analysis of the text used by qualitative with a process of simplification of the data into a form that is easy to understand. The purpose of this paper is to examine and provide interpretation in describing gender crisis against the exploitation of women in the mass media with the understanding on Quranic literalism.*

**Keyword:** *Women, Quran, Exploitation, and Mass Media.*

## A. Pendahuluan

Tatanan kehidupan umat manusia yang didominasi oleh kaum laki-laki sudah menjadi akar sejarah yang panjang. Perempuan ditempatkan sebagai manusia kelas dua (*the second human*) yang berada di bawah superioritas kaum laki-laki. Hal ini tergambar pada kondisi Arab periode sebelum Islam, yang dikenal sebagai zaman jahiliyah (masa ketidakpedulian). Menurut Bahtar (2006: 275), perempuan saat itu hidup dalam ketaklukan dan keburukan. Lahirnya anak perempuan dipandang sebagai suatu yang tidak terhormat dan pembunuhan bayi perempuan dapat ditemukan di mana-mana, terutama pada suku Kinda, Rabi'a, dan Tamim. Alasan mengubur bayi hidup-hidup adalah untuk melepaskan orang tua dari beban ekonomi, dan membebaskan suku dari rasa malu yang dapat ditimbulkan dari anak perempuan nantinya apabila mereka tertangkap sebagai tawanan dalam perang antar suku atau jatuh kepelacuran. Alquran merekam perilaku jahiliyah tersebut dalam QS. At-Takwir (81): 8-9.

Terlepas dari kasus di atas, berbicara tentang perempuan, selalu saja ada celah yang menarik untuk dilihat. Sebab dari zaman dahulu hingga kini, ceritanya tidak akan ada habisnya. Banyak aspek yang menyangkut mitra laki-laki tersebut yang didiskusikan dan beraneka ragam pula pendapat para pakar, mulai dari filosof sampai ulama. Aneka pendapat yang tidak jarang bertolak belakang,

bermula dari yang merendahkan, sampai dengan yang memberikan penghargaan sekaligus memberikan peranan yang besar dalam kehidupan bermasyarakat (Quraish Shihab, 2011: 32). Praktik di media massa misalnya, semakin canggih sains dan teknologi, menjadikan perempuan sebagai objek paling ampuh terutama dalam meraup keuntungan yang melimpah (Munafaroh, 2015: 130). Media massa di Indonesia akhir-akhir ini, tanpa terkecuali media elektronik maupun media cetak, seakan berlomba-lomba mendapatkan sosok perempuan yang memiliki fisik; cantik dan seksi. Sayangnya strategi seperti ini seringkali menggunakan tanda atau bahasa yang menyentuh bias gender dalam masyarakat. Bias gender tersebut menyangkut penggunaan figur perempuan sebagai objek tanda (*sign object*) dan bukan sebagai subjek tanda (*sign subject*). Karakter media massa seperti ini memunculkan pertanyaan besar dalam konteks sosial-masyarakat, bahkan kemudian membentuk kesimpulan bahwa ternyata perempuan identik dengan perilaku yang negatif. Rendra (2006: 29) menyebutkan, ada sekitar 45 bias gender di media massa dari pelbagai macam sektor, mulai dari perawatan tubuh, minuman, bumbu dapur, obat, hingga otomotif. Menurut Rahmat (dalam Bahtar, 2006: 276), pada masyarakat kapitalis, perempuan telah menjadi alat komoditi yang diperjualbelikan, mereka dijadikan sumber tenaga kerja yang murah dan dieksploitasi untuk menjual barang. Beberapa jenis industri mutakhir seperti

mode, kosmetik, dan hiburan hampir semuanya memanfaatkan perempuan.

Berangkat dari pemaparan di atas, menarik untuk dikaji lebih mendalam tentang keterlibatan perempuan di media massa. Oleh karena itu, tulisan sederhana ini akan mencoba memberikan interpretasi dalam menjabarkan kemelut gender terhadap eksploitasi perempuan di media massa, dengan mengajukan beberapa pertanyaan, yaitu: Bagaimanakah Alquran memandang perempuan? Bagaimanakah pandangan Islam terhadap eksploitasi perempuan di media massa? Selanjutnya, bagaimanakah menata 'wajah' perempuan? Ketiga pertanyaan ini akan memberikan jawaban atas fenomena eksploitasi perempuan di media massa, dengan harapan akan tercipta pemahaman bijak yang bernapaskan ideologi kesetaraan gender. Semoga dengan hadirnya tulisan ini, menjadi acuan para pemangku kebijakan untuk membangun relasi baik antara perempuan dan aktivitasnya di media massa, sebagaimana yang diharapkan: tidak lagi mengeksploitasi perempuan.

## B. Metodologi Penelitian dan Tujuan

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dimana datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya, dengan menerapkan cara kerja yang bersifat sistemik, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga tidak kehilangan sifat ilmiahnya. Analisis teks yang digunakan adalah bersifat kualitatif, yaitu merupakan proses penyederhanaan

data kedalam bentuk yang mudah dipahami dan dibaca.

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan, dimana data primer diambil dari observasi dan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan. Data-data yang diperoleh melalui observasi dan studi kepustakaan kemudian di-*cross-check* dan digunakan seoptimal mungkin untuk kepentingan analisis dan dilihat relevansinya dengan kepetingan dan tujuan penulisan karya ini.

## C. Menelisik Perempuan dalam Alquran Prespektif Gender

Sejarah dunia mencatat betapa perempuan seringkali diperlakukan secara nista. Pada banyak peradaban besar, perempuan dianggap sebagai "setengah manusia", manusia "kelas dua", "makhluk pelengkap", dan sebagainya, yang hak dan kewajiban bahkan keberadaannya di dunia ditentukan oleh laki-laki.

Tradisi Arab Jahiliyah menghalalkan dibunuhnya seorang bayi karena ia terlahir sebagai perempuan, misalnya. Pada acara pernikahan, para tamu memberi ucapan kepada mempelai "*bi al-hanâ wa al-banîn*" (selamat, semoga memperoleh keturunan laki-laki). Setelah menikah, perempuan menjadi hak penuh suami dan keluarganya. Ketika suaminya meninggal, ia tidak bisa menjadi pewaris melainkan benda yang diwariskan (Quraish Shihab, 1996: 296).

Selain itu, peristiwa yang terja-

di pada bangsa India dalam aturan Manu, menambah daftar panjang dikriminasi terhadap perempuan. Mereka hanyalah sebagai pelayan bagi suami dan ayahnya. Perempuan tidak memiliki kebebasan untuk menggunakan hartanya, bahkan tidak berhak memiliki, sebab semua yang dimilikinya kembali pada suami, ayah, atau anak laki-lakinya. Kemudian apabila suaminya meninggal, maka ia akan dibakar hidup-hidup dan dikubur bersama suaminya. Aturan Hamurabi pun demikian, menganggap perempuan seperti binatang, tidak memiliki hak untuk memiliki dan tidak pula menggunakan harta. Demikian juga kedudukan perempuan bagi bangsa Yunani dan Romawi, tidak berhak memerintah atau melarang. Statusnya tidak lebih barang dagangan, tidak berhak mewarisi, tidak berhak memiliki dan menggunakan harta. Lain halnya bagi kaum Yahudi dan Nasrani, perempuan dianggap sebagai pangkal kejahatan, sumber kekerasan, dan sumber kesalahan serta dosa. Perempuan dianggap najis, khususnya pada saat haidh, dan barang siapa yang menyentuhnya, maka ia akan menjadi najis selama tujuh hari (Muhammad Albar, 1998: 1-2).

Ilustrasi yang memilukan di atas menggambarkan kepada kita betapa perempuan pada banyak peradaban adalah makhluk yang sangat hina, tidak berarti apa-apa, serta sangat rendah harkat dan

martabatnya. Oleh karena itu, menurut Zaitunah (2015: 38-39), Alquran sebagai kitab suci dan agen pembaharuan, mengajarkan doktrin persamaan manusia, termasuk kesetaraan gender dan menghapus semua perbedaan yang diakibatkan oleh jenis kelamin, ras, warna, suku, dan bangsa. Ajaran ini merupakan gambaran bahwa Alquran mengangkat martabat perempuan untuk mendapatkan hak-haknya yang setara dengan laki-laki. Alquran menghapus semua tradisi dan praktik keji peradaban pra-Islam, dan tradisi Barat yang senantiasa berlaku tidak adil terhadap perempuan.

Pendapat tersebut senada dengan ungkapan Said Aqil (2006: 244), bahwa di dalam Alquran penyebutan perempuan (*An-nisa*) dipergunakan 57 kali, sama dengan kata *rajul* atau *rijal* atau *al-unsta* yang berpasangan dengan *adz-dzakar*. Perimbangan penyebutan ini selintas mengindikasikan bahwa antara kedua jenis kelamin tersebut, sungguhpun memiliki perbedaan, tetapi diperlakukan dan diperhatikan secara berimbang dan adil oleh. Hal ini terekam dalam firman Allah Swt. QS. At-Taubah [9]: 71.

Ayat di atas menyebutkan dengan jelas laki-laki dan perempuan secara berdampingan, “orang-orang yang beriman baik laki-laki maupun perempuan”. Hal ini,

Swt. QS. At-Taubah [9]: 71.

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيَطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ٧١

Artinya: Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana (Kemenag RI, 2012: 266).

menurut Nasarudin Umar (2000: 35), merupakan tanda Alquran dalam memberikan pandangan optimis terhadap kedudukan dan keberadaan perempuan. Semua ayat yang membicarakan tentang Adam dan pasangannya, sampai ke luar bumi, selalu menekankan kedua belah pihak, laki-laki dan perempuan. Ungkapan Nasaruddin ini, mengisyaratkan bahwa dalam pandangan Alquran, laki-laki dan perempuan memiliki hak yang sama untuk meningkatkan kualitas dirinya, serta kewajiban yang sama untuk melakukan aktivitas, baik dalam wilayah domestik maupun publik (*amar ma'ruf nahi munkar*).

Quraish Shihab dalam tafsirnya (2012: 163), menjelaskan maksud ayat di atas adalah sebagian dari mereka saling membantu dan saling mendukung dengan sebagian yang lain. Maksudnya, menyatu hati mereka serta senasib sepenanggungan sehingga mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain dalam segala urusan mereka. Muhammad Nawawi dalam tafsirnya (2011: 652), mempertegas ungkapan tersebut dengan syarat “mereka

harus taat kepada Allah Swt. dan Rasul-Nya dalam setiap perintah dan larangannya baik secara terang-terangan maupun secara tersembunyi”.

Ayat di atas juga mengisyaratkan betapa penilaian Tuhan terhadap manusia tidaklah dilihat dari sisi fisik-material, akan tetapi pada aspek kualitas ketakwaan dan sekaligus menghapus adanya diskriminasi yang sudah demikian membudaya pada era sebelum atau setelah datangnya Islam. Hal ini tertuang dalam buku *Argumen Kesetaraan Gender Perspektif Alquran* (Nasaruddin, 2001: 248-263), yang mengemukakan bahwa laki-laki dan perempuan dalam pandangan Alquran memiliki posisi dan peran yang sama. Laki-laki dan perempuan sama-sama sebagai hamba Allah (QS. Al-Dzâriyât (51): 56); sama-sama sebagai khalifah (QS. Al-An'âm (6): 165); sama-sama menerima perjanjian primordial Tuhan (QS. Al-A'râf (7): 172); sama-sama terlibat secara aktif dalam drama kosmis (QS. Al-Baqarah (2): 35); dan sama-sama berpotensi meraih prestasi (QS. Al-Nahl (16): 197).

Alquran telah membicarakan tentang perempuan dalam pelbagai ayatnya. Pembicaraan tersebut menyangkut berbagai sisi kehidupan. Ada yang berbicara tentang hak dan kewajiban. Ada pula yang menguraikan tentang keistimewaan tokoh-tokoh perempuan dalam sejarah agama atau kemanusiaan. Seperti dapat dilihat secara umum menunjukkan kepada hak-hak perempuan, terdapat dalam (QS. An-Nisa (4): 32) (Quraish Shihab, 1994: 272).

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, walaupun perempuan secara biologis berbeda, dalam pandangan Alquran adalah manusia yang sama, baik dari segi asal kejadian maupun statusnya. Keduanya memiliki hak dan kewajiban yang sama pada peringkat etika religius, serta kewajiban yang sejajar pada peringkat fungsional. Kesejajaran dan kemitraan antara laki-laki dan perempuan demikianlah sesungguhnya perlu dicapai, termasuk kaitannya dengan pelibatan perempuan dalam media massa.

#### **D. Pandangan Islam terhadap Eksploitasi Perempuan di Media Massa**

Sistem industri merupakan bagian penting dari ideologi kapitalisme lanjut dalam menciptakan budaya konsumtivisme, sebuah budaya yang menampung minat, hasrat dan kebutuhan masyarakat. Menurut Aniendya (2016: 2), konsumtivisme bermakna sebagai sebuah budaya yang di dalamnya terdapat berbagai bentuk citra, ilusi, mimpi, hal-hal artifisial, dan kedangkalan yang dikemas dalam wujud komod-

itas yang kemudian dikonstruksi secara sosial dengan membentuk kesadaran palsu.

Salah satu aktivitas kaum kapitalis dalam mencari pembeli atau pasar bagi produknya adalah propaganda media massa, seperti pada iklan. Tujuan dihidirkannya iklan adalah membangun suatu *image* tentang produk yang bersangkutan. Oleh karena itu, iklan selalu memberikan gambaran tentang *image* yang akan ditimbulkan jika dikonsumsi (Sarup, 2003: 286). Bahkan dalam buku *Konstruksi Sosial Media Massa* dikatakan bahwa iklan memiliki sifat dan kecenderungan yang mendekati logika pembohong, tetapi jarang dapat dibantah karena umumnya masuk akal (Burhan, 2008: 115). Ironisnya, iklan seringkali memanfaatkan perempuan sebagai *catch-attention* pada berbagai produk. Perempuan dianggap sebagai ‘sesuatu’ yang emosional, mudah dipengaruhi dan *glamour*.

Bahkan dalam konteks femininitas dan seksualitas perempuan dalam iklan, tubuh perempuan dikonstruksi untuk menyesuaikan dengan selera “pasar” (Aquarini, 2004: 58). Perempuan yang dipasang sebagai objek sekaligus target iklan ini, merupakan gambaran peran perempuan di media massa yang mengalami bias gender, dimana perempuan masih berada dibawah bayang-bayang dominasi laki-laki. Di sinilah tergambar jelas bahwa kapitalisme dan iklan memiliki hubungan yang akrab.

Pada akhirnya, dilema penggunaan fitur tubuh perempuan kerap kali menimbulkan konflik. Bisnis periklanan tampak-

ya akan terus-menerus berhadapan dengan segala macam bentuk kritik apabila eksplorasi dan eksploitasi perempuan hanya sebatas peran seksualnya, tanpa peduli peran-peran produktif perempuan sebagai subjek. Produk apa pun diluar seks, kini secara 'ajaib' dapat diseksualitaskan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa ekonomi kini telah dikuasai oleh semacam *libidonomics* (*nemein*= mendistribusikan + *libido*= energi nafsu), yakni pendistribusian hawa nafsu. Berkembang dan mengakarnya budaya patriarki membuat perempuan telah lama dihegemoni. Perkawinan antara kapitalisme dan patriarki membuahakan suatu simbol baru yang semakin mengorbankan perempuan. Komoditas sendiri dalam dunia kapitalisme merupakan penciptaan ilusi dan manipulasi sebagai cara mendominasi selera masyarakat yakni dengan penggunaan sensualitas melalui fitur tubuh perempuan.

Kondisi ini apabila terus dibiarkan akan melanggengkan budaya eksploitasi terhadap perempuan di media massa. Yakoma dalam (Marwah, 1995: 162), membuat pernyataan menarik dan artikulatif, bahwa media massa jika tidak berubah haluan, akan menjadi dasar bagi tumbuhnya hasil apa saja yang telah diperoleh perempuan dalam perjuangan mereka untuk kesamaan hak dan martabat, perdamaian, serta pembangunan. Padahal, Allah Swt. telah

memberikan pesan agar perempuan diperlakukan secara manusiawi dan baik, seperti dalam QS. An-Nisa [4]: 19.

Ayat di atas, secara tegas memberikan pesan bahwa perempuan harus diperlakukan dengan baik. Menurut Quraish Sihab (2012: 460), kata *ta'dhuluhunna* terambil dari kata '*adhl*'. Kata '*adhl*' yang diterjemahkan di atas dengan *menyusahkan* pada mulanya berarti *menahan*. Karena itu, kata ini dapat diartikan menghalangi, yakni menghalangi perempuan menikah atau melakukan hal-hal yang mengakibatkan mereka mendapat kesulitan, membiarkannya terkantung-kantung, atau kesulitan apapun. Secara lebih spesifik, Al-Maraghi (1993: 181-182), mengungkapkan bahwa melalui ayat di atas, Allah Swt. telah melarang memberlakukan tradisi jahiliyah. Karena pada masa itu, mereka merendahkan derajat kaum perempuan dan menganggapnya sebagai barang dagangan. Sampai kemudian Allah Swt. mengharamkan perbuatan seperti itu.

Selain itu, ayat tersebut memberikan isyarat bahwa hendaknya perempuan diperlakukan secara manusiawi dan adil. Implikasi dari ayat tersebut mengisyaratkan bahwa nilai mereka bukan terletak pada penampilan fisiknya, melainkan pada kata-kata, gagasan, dan kebajikan mereka, bukan pajangan yang harus dinikmati laki-

An-Nisa [4]: 19.

بِئْسَ الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَحِلُّ لَكُمْ أَنْ تَرْتَدُّوا النِّسَاءَ كَرِهًا وَلَا تَعْضَلُوهُنَّ لِتَذَهَبُوا بِبَعْضِ مَا  
ءَاتَيْتُمُوهُنَّ إِلَّا أَنْ يَأْتِيَنَّكُمْ بِفُجْرَةٍ مُبِينَةٍ... ١٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, tidak halal bagi kamu mempusakai wanita dengan jalan paksa dan janganlah kamu menyusahkan mereka karena hendak mengambil kembali sebagian dari apa yang telah kamu berikan kepadanya, terkecuali bila mereka melakukan pekerjaan keji yang nyata... (Kemenag RI, 2012: 104-105).

laki, dan bukan pula budak laki-laki yang harus selalu tunduk pada kemauan dan menyesuaikan diri dengan selera laki-laki dan juga bukan alat komoditi masyarakat kapitalis. Dengan kata lain, menurut pandangan Islam “kecantikan batiniah jauh lebih berharga daripada kecantikan fisik”.

Begitupun dengan pekerjaan perempuan di media massa. Pada hakikatnya tidak ada larangan, bahkan dalam pandangan agama merupakan sebuah keniscayaan (QS. Al-Mulk (67): 2) dan Allah Swt. menjanjikan keduanya dengan penghidupan yang baik (*hayatan thayyibah*) (QS. Al-Nahl (16): 97). Hal ini senada dengan ungkapan Quraish Shihab (1994: 275), bahwa Islam membenarkan perempuan aktif dalam pelbagai aktivitas. Perempuan boleh bekerja dalam pelbagai bidang, di dalam ataupun di luar rumahnya, baik secara mandiri atau bersama orang lain, dengan lembaga pemerintah atau swasta, selama *pekerjaan tersebut dilakukannya dalam suasana terhormat, sopan, serta*

*selama mereka dapat memelihara agamanya, serta dapat pula menghindari dampak-dampak negatif dari pekerjaan tersebut terhadap diri dan lingkungannya.*

Berangkat dari pemahaman di atas, jelas bahwa eksploitasi terhadap perempuan di media massa merupakan sebuah kesalahan yang harus segera diluruskan karena tidak sesuai dengan prinsip Islam. Perempuan yang dieksploitasi seringkali tidak sadar bahkan praktiknya sering mendatangkan mudarat. Jadi, secara implisit QS. Al-Mulk (67): 2 dan QS. Al-Nahl (16): 97 di atas, memberikan amanat untuk memposisikan perempuan sebagaimana mestinya; sebagai hamba Allah Swt. yang memiliki hak dan kewajiban yang sama pada peringkat etika religius, serta kewajiban yang sejajar pada peringkat fungsional.

Ayat-ayat tersebut juga menjadi legitimasi bahwa ajaran Islam tidak diskriminatif, melainkan justru mengedepankan esensi dan perjuangan perempuan. Perempuan

tidak lagi sekadar dilihat sebagai obyek, pelayan suami atau keluarganya, tetapi juga manusia independen dalam pengertian yang paling dasar. Islam memuliakan perempuan dengan melihat sebagai makhluk yang utuh, dengan martabat yang agung, dan dengan dimensi yang tak terhitung. Perempuan tidak sekadar dinilai dari keindahan tubuhnya, kemolekan parasnya, dan kesupelan pergaulannya. Namun, juga dilihat sebagai manusia yang memiliki hak seperti pria, memiliki tugas-tugas kemanusiaan, tanggung jawab pribadi dan sosial. Mereka mempunyai otak untuk berpikir, nurani untuk mengambil keputusan, dan tangan untuk bekerja serta berkarya.

### **E. Menata Wajah Perempuan: Membumikan Kesetaraan Gender**

Melacak kiprah perempuan dalam sketsa sejarah, maka akan ditemukan beberapa sosok yang mampu membuktikan bahwa perempuan mampu mengemban tugas yang tidak mudah. Keterlibatannya dalam pelbagai momentum menjadi catatan cinta dalam perjuangan yang dilalui kelectutan.

Aisyah istri Rasulullah saw., Maryam ibunda Isa A.s., Ummul Mukminin Khadijah r.a, hingga para putri-putri Mukmin seperti Fatimah binti Rasulullah Saw. dan Asma binti Abu Bakar. Beberapa dari mereka bahkan sudah diabadikan dalam Hadis Rasulullah saw. sebagai para perempuan penghuni syurga. Dalam sketsa

yang lain, deretan perempuan muslim maupun nonmuslim yang juga menjadi pemimpin kelas dunia seperti Ratu Balqis, Ratu Inggris, hingga bunda Theresa dan Benazir Butho.

Banyaknya manuskrip sejarah menjadi saksi atas mereka, menggambarkan betapa perempuan sebagai salah satu elemen masyarakat memiliki potensi sekaligus telah terbukti mampu memberikan yang terbaik. Apa yang telah ditunjukkan Aisyah istri Rasulullah saw., Maryam ibunda Isa A.s., dan Ummul Mukminin Khadijah r.a, kiranya dapat menjadi semangat mengembalikan eksistensi perempuan sebagai makhluk yang berhak mendapatkan persamaan di ranah publik.

Tentu saja, tidak begitu mudah untuk mengatakan bahwa media massa menjadi penyebab utama tersubordinasinya perempuan dalam masyarakat. Termasuk harapan balik bahwa di tangan medialah ketimpangan peran perempuan

terselesaikan. Sebab, kondisi yang terjadi adalah sebagai akibat dari mengakarnya stigma perilaku kultural patriarki dalam struktur sosial, ekonomi, dan politik masyarakat. Sementara media massa adalah bagian dari struktur tersebut dalam masyarakat (Priyo, 1999: 257-258).

Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya terus menerus untuk menyosialisasikan kesetaraan gender, bahwa perempuan sejajar dengan laki-laki, terutama untuk kalangan media massa.

Sebab, dalam skala sempit, persoalan perempuan prespektif gender dan media massa adalah pada status perempuan yang dilecehkan melalui media massa, serta kualitas perspektif gender dalam media itu sendiri terhadap isu-isu perempuan. Jika orang-orang media massa paham akan kesetaraan gender, maka hal itu akan mempermudah pelaksanaan sosialisasi kesetaraan gender.

Beberapa solusi yang bisa dilakukan dalam rangka menata ulang wajah perempuan di media massa sebagai berikut: (1) Perlu melakukan upaya terus menerus penafsiran ulang terhadap teks-teks keagamaan yang berkaitan dengan relasi gender. (2) Memperbanyak juru/penyuluh agama perempuan. (3) Penerbitan buku dan pemanfaatan media massa yang berwawasan gender. (4) Peninjauan produk hukum serta kebijakan lainnya yang tidak memberikan jaminan serta perlindungan bagi perempuan. (5) Kerjasama antar lembaga atau membangun jejaring kerja (Depag, 2003: 47).

Untuk melakukan pelbagai upaya di atas strategi yang bisa digunakan adalah pengarusutmaan gender (PUG) atau *mainstreaming* gender. Melalui PUG berarti menjadikan kepentingan dan pengalaman laki-laki dan perempuan menjadi dimensi integral dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan penelitian/penilaian kebijakan-kebijakan dalam program pembangunan dan upaya-upaya untuk mencapai relasi yang penuh dengan peran.

Selain itu, menurut Linda (2014: 86), untuk membangun karakter perempuan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan mampu memenuhi tugasnya dan menjawab tantangan zaman seperti yang diinginkan oleh semangat nilai Islam secara umum. Perlu dilakukan rekonstruksi perempuan melalui delapan karakter, di antaranya: beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa (*salim al-'aqidah wa salim al-'ibadah*), berakhlak mulia (*matin al-khuluq*), cerdas dan progresif (*mutsaqaf al-fikr*), sehat rohani dan jasmani (*qawiy al-jism*), mandiri (*qadîr 'ala al-kasb*), profesional (*mujâhid li nafsih*), memiliki manajemen diri yang baik (*hârits 'alâ waqtih wa munazham fi syu'unih*), serta berdaya guna (*nâfi' li ghayrih*).

Untuk melakukan rekonstruksi perempuan, tentu bukan perkara mudah, diperlukan kerjasama semua pihak secara konsisten dan progresif. Misalnya melalui kolaborasi aktif program Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Kementerian Agama, atau penguatan melalui Peraturan Daerah yang berlaku.

Ketika beberapa cara di atas bisa direalisasikan dengan baik, diharapkan tidak saja perempuan bisa memiliki karakter yang unggul, sehingga bisa memosisikan dirinya menjadi insan yang setara dengan laki-laki, tetapi juga media massa tidak lagi menjadikan perempuan sebagai objek yang bisa diperlakukan sesuka hati. Sehingga, relasi antara perempuan dan media massa

dikemudian hari bisa terjalin sebagaimana yang diharapkan: tidak lagi mengeksploitasi perempuan.

## F. Penutup

Berdasarkan pemaparan di atas, setelah menelaah ayat-ayat Alquran dan Hadis serta mengkajinya, maka dapat disimpulkan bahwa eksploitasi perempuan di media massa dewasa ini merupakan bias gender yang perlu disikapi dengan serius. Hal ini sebagaimana Alquran jelaskan, bahwa perempuan memiliki hak dan kewajiban yang sama pada peringkat etika religius, serta kewajiban yang sejajar pada peringkat fungsional. Kesejajaran dan kemitraan antara laki-laki dan perempuan demikianlah sesungguhnya perlu dicapai, termasuk kaitannya dengan pemanfaatan perempuan dalam media massa.

Eksplorasi perempuan melalui penggunaan sensualitas fitur tubuh perempuan yang tengah mendominasi selera masyarakat dewasa ini, telah dimanfaatkan dengan tidak mengindahkan hakikat relasi gender. Walaupun Islam memberi keleluasaan perempuan aktif dalam pelbagai aktivitas termasuk bekerja dalam pelbagai bidang, poin pentingnya pekerjaan tersebut harus sesuai dengan prinsip yang diajarkan Islam. Eksploitasi perempuan di media massa sesungguhnya merupakan bentuk diskriminasi dan telah menyalahi prinsip Islam.

Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha terus-menerus untuk

menyosialisasikan kesetaraan gender, terutama pada insan media massa. Selain itu, perempuan juga perlu meningkatkan kapasitasnya, memiliki karakter yang unggul, dan pemahamannya terhadap isu gender harus baik. Sehingga, diperlukan kerjasama semua pihak, agar relasi antara perempuan dan media massa bisa terjalin dengan baik.

## Daftar Pustaka

### A. Sumber Buku

- Albar, Muhammad. 1998. *Wanita Karir dalam Timbangan Islam: Kodrat Kewanitaan, Emansipasi dan Pelecehan Seksual*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Al-Maroghi, Ahmad Musthofa. 1946. *Tafsir Al-Maroghi*. Kairo – Mesir: Musthofa Al-Babi Al-Halabi.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 2012. Kementrian Agama RI. Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam.
- Aniendya. 2016. *Komodifikasi Fitur Tubuh Perempuan dalam Iklan Produk Makanan*. Surabaya: UKP Surabaya.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckman*. Jakarta: Kencana.
- Depag RI. 2005. *Bagaimana Mengatasi Kesenjangan Gender*. Jakarta: Depag-Sekretariat Jenderal.

- Ibrahim, Marwah Daud. 1995. *Teknologi Emansipasi dan Transendensi Wacana Peradaban dengan Visi Islam*. Cet.I. Bandung: Mizan.
- Linda. 2014. "Rekonstruksi Perempuan Menembus Kemelut Kesetaraan Gender" dalam *Al-Qur'an Kitab Ramah Gender*. Serang: LPTQ Prov. Banten.
- Rahmat, Jalaluddin. 1994. *Islam Aktual*. Cet. VI. Bandung: Mizan
- Shihab, M. Quraish. 1996. *Membumikan al-Qur'a: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Cet.VII. Bandung: Mizan.
- . 2011. *Perempuan*. Cet. VII. Jakarta: Lentera Hati.
- . 2012. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Cet. V. Volume 2. Jakarta: Lentera Hati, 2009.
- . 2012. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Cet. V. Volume 5. Jakarta: Lentera Hati, 2009.
- Siroj, Said Aqil. 2006. *Tasawuf sebagai Kritik Sosial*. Bandung: Mizan.
- Soemandoyo, Priyo. 1999. *Wacana Gender dan Layar Televisi*. LP3Y dan Ford Foundation.
- Subhan, Zaitunah. 2015. *Al-Qur'an dan Perempuan: Menuju Kesetaraan Gender dalam penafsiran*. Jakarta: Kencana.
- Umar, Nasarudin. 2001. *Argumen Kesetaraan Gender Perspektif Alquran*. Jakarta: Paramadina.
- . 2000. *Bias Gender dalam Penafsiran Kitab Suci*. Jakarta: Fikahati Aneska.
- Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Bintaro: PT. Agromedia Pustaka.

## B. Sumber Jurnal dan Publikasi Ilmiah

- HM, Bahtar. 2006. "Eksplotasi Wanita di Media Massa (Perspektif Teori Sosial dan Komunikasi Islam)". *Jurnal Hunafa Vol. 3 No. 3. September*.
- Munafaroh. 2015. "Dilema Pembangunan Berwawasan Gender: Antara Pemberdayaan dan Eksploitasi Perempuan" dalam *Jurnal Harkat. Vol. 11, No. 2, Oktober*. Jakarta: PSGA UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. 2004. "Putih, Femininitas dan Seksualitas Perempuan dalam Iklan Kita" dalam *Jurnal Perempuan 37*. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan.