

TUBUH PEREMPUAN DALAM LAYAR KACA: Perebutan Kuasa terhadap Tubuh Perempuan antara Negara, Media dan Pemiliknya

*Thoriq Nurmadiansyah**

Abstract

This article highlights how the media, especially television, have perceived women's bodies. TV has proven itself to be a powerful medium to develop public opinion, including that with regard to women's bodies. TV has propagated many different types of women's bodies: beautiful women, ugly women, nice women with all their characteristics. The State is also interested in controlling women's bodies. This can be seen from the conceptualization of legal draft on pornography that targeted women. Thus media and the state have competed to rule women's bodies as though they are commodity object, whereas women themselves, the right owners of the bodies, are usually left behind in this discourse. The author suggests that women's voice should be listened and considered seriously in this matter, because women are the owners of their bodies.

Kata kunci: Tubuh Perempuan, Televisi, Negara, dan Pemilik.

I. Pendahuluan

Lelaki dan perempuan akan dibedakan, dalam hal yang paling menonjol, jika mereka mengisi layar kaca adalah perlakuan terhadap tubuhnya. Seorang penyanyi lelaki, jika menyanyi di atas panggung hanya akan berkonsentrasi dengan bakatnya menyanyi, berbeda dengan perempuan. Musisi Ahmad Dhani misalnya, ia dapat bernyanyi di atas panggung dengan menggunakan celana pendek, dan kaos oblong dengan sepatunya yang

* Dosen Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

nyaman. Sementara itu, istrinya, Maia Estianti, harus memermak dirinya saat akan menyanyi di atas panggung. Ia harus memoles wajahnya sendiri dengan berbagai bedak, eye shadow, dan lain-lain, hingga tak kelihatan muka aslinya. Ia juga memakai baju yang dirancang khusus. Singkatnya, pertunjukan laki-laki adalah pertunjukan kemampuan, dan kepandaian sedangkan pertunjukan perempuan adalah pertunjukan kemampuan, kepandaian, bakat sekaligus pertunjukan tubuh.

Kepercayaan bahwa laki-laki tidak tampak lebih indah dipermak atau mereka memang sepantasnya menjadi penikmat, tentu adalah hasil dari konstruksi sosial masyarakat patriarkhis. Perempuan dihias untuk laki-laki, sementara itu, laki-laki tidak memperhatikan penampilan fisiknya, ia dapat berkonsentrasi kepada hal yang lain, tidak hanya memperhatikan penampilan fisiknya. Atau dengan kata lain, tubuh perempuan seperti belum sempurna, maka ia harus disempurnakan, tidak demikian dengan laki-laki.

Kepemilikan terhadap media layar kaca atau televisi, menduduki tingkat teratas dalam kepemilikan terhadap media oleh masyarakat kita. Dapat dibuktikan dengan pengamatan secara kasat mata. Berbeda dengan media yang lain, seperti koran, radio atau internet, televisi memiliki daya tarik tersendiri, karena ia murah (hanya dengan membayar listrik, setiap bulan) dan orang bisa mudah mencerna media audio-visual.

Pemakaian televisi oleh semua kelas sosial ini menjadikannya sebagai media yang paling efektif bagi kapital untuk meraup untung yang sebesar-besarnya. Sehingga, melalui media inilah mereka menggencarkan dan menawarkan produk untuk dibeli para konsumen, dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan menggunakan tubuh perempuan. Di sinilah mulai pembentukan citra tubuh perempuan. Citra ini akan menyebar ke seluruh pelosok, hingga desa yang masih sangat rendah tingkat perekonomiannya. Hingga mempengaruhi perempuan dan masyarakat lain dalam menilai perempuan.

Dalam tulisan ini saya ingin melihat persepsi media terhadap tubuh perempuan, kemudian memahami mitos yang dibangun di dalamnya dan yang terakhir saya akan mengungkap tentang perebutan kekuasaan dalam

tubuh perempuan, di sisi lain ia dijadikan komoditi, peraih keuntungan dan di sisi lain ia dianggap sebagai awal dari kerusakan moral.

II. Kebaikan dan Keburukan dalam Sebungkus Kain

Sepanjang sejarah, tubuh perempuan, sesuatu yang *given* ini, digunakan untuk mendefinisikan perempuan. Masyarakat patriarkhi memiliki sekian julukan bagi perempuan yang terkait dengan tubuh mereka. Ada perempuan baik-baik, perempuan liar, dan yang paling terkenal adalah ibu rumah tangga. Kata terakhir, yang paling melekat dalam masyarakat kita, yang menyebabkan perempuan terkungkung dalam wilayah rumah, karena bagaimanapun tidak ada bapak rumah tangga. Definisi tentang ibu rumah tangga inipun terkait dengan fungsi biologis perempuan, yaitu fungsi perempuan untuk melahirkan anak. Sehingga ia harus mengurus, dan membesarkan anak.

Ramadhan ini bisa dipastikan televisi kita dibanjiri dengan sinetron-sinetron yang dianggap pemilik media sebagai sinetron islami. Ciri khusus yang melekat dalam sinetron ini adalah pemeran utama perempuannya yang memakai baju tertutup. Sesuai dengan tradisi dalam masyarakat kita, yang menghubungkan pemakaian kain tertutup pada tubuh perempuan untuk menilai tingkat religiusitas bagi perempuan. Yang kemudian berimbas pada perempuan yang tidak membungkus tubuhnya dengan julukan sebagai perempuan liar, atau dangkal agamanya.

Bagian tubuh pemeran utama perempuan yang terlihat adalah wajah, tangan, kaki. Sedangkan pemeran antagonis perempuan digambarkan sebagai perempuan yang berbaju terbuka. Anggota tubuhnya boleh kelihatan, sebagaimana baju mereka sehari-hari. Baju yang menjadi simbol dari perilaku mereka, kebaikan disimbolkan dengan tertutupnya tubuh, sebaliknya, terbukanya tubuh adalah kejahatan.

Definisi baju yang membungkus tubuh dengan kebaikan dan keburukan, juga diamini oleh sejumlah sinema TV yang beraroma agama Islam. Hal ini menandakan betapa pentingnya posisi tubuh dalam menjelaskan religiusitas kaum perempuan. Dalam kasus ini TV menyajikan realitas

masyarakat Indonesia, yang sesuai dengan pendapat jumbuh ulama, mengatakan bahwa batas aurat perempuan adalah seluruh badannya kecuali wajah dan telapak tangan. Abu Hanifah berpendapat bahwa kaki wanita tidak termasuk aurat, sehingga bagian tubuh perempuan muslim yang biasa kita lihat adalah wajah, kaki dan kedua telapak tangan.¹ Tubuh perempuan dalam agama adalah aurat, kata itu secara harafiah berarti “cacat”. Aurat adalah daerah tertentu dalam tubuh yang kalau dibuka bisa menimbulkan efek “tidak senonoh” (cacat) pada masyarakat, sehingga dengan demikian harus ditutup.² Hal yang tidak boleh dilihat orang lain, ditakutkan nanti kalau terlihat akan terjadi kejahatan, atau menimbulkan madharat.

Pemaknaan konvensional terhadap tubuh perempuan ini, mengokohkan pandangan bahwa identifikasi perempuan dapat dilakukan dengan melihat tubuhnya. Yang akhirnya, pandangan tersebut terjebak dalam warna hitam dan putih, yang berkonotasi baik dan buruk.

Penguatan atau pembentukan stereotip ini sekaligus menandakan betapa artinya penampilan fisik bagi masyarakat kita. Sehingga sering kali hal itu, membuahkan ketidakadilan perlakuan terhadap perempuan. Imbasnya, adalah kepada mereka yang memang memiliki pandangan lain mengenai konsep tubuhnya. Di sinilah terjadi bias gender, lelaki dapat bebas menggunakan pakaian baik itu terbuka, bahkan bertelanjang dada, tetapi tidak demikian dengan perempuan, sekali lagi hal itu berkedok pada moralitas yang mengatasnamakan agama.

III. Penyebaran Virus Kecantikan oleh Media ; Melanggengkan Budaya Patriarkal

Pada dasarnya, Pinggul, paha, perut, bibir, kaki, payudara adalah bagian dari tubuh manusia. Perempuan dan laki-laki sama-sama memilikinya, tetapi ketika masuk dalam layar kaca, bagian-bagian ini diperlakukan dengan cara yang sangat berbeda. Payudara, pinggul, pusar, rambut perempuan dijadikan

¹ Bahtiar Effendi dkk, *Perempuan dalam Literatur Islam Klasik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 109.

² Ulil Abshar Abdalla, *Agama, Seni dan Soal Batasan* dalam www.Islamlib.Com.

komoditi bagi media dalam rangka mendapatkan profit. Tubuh perempuan diotak-atik sedemikian rupa, dijual habis-habisan sampai dengan pembohongan besar-besaran terhadap publik, tidak demikian dengan tubuh lelaki. Dalam rangka ini tubuh perempuan menjadi objek (bahan) untuk jualan.

Provokasi yang digunakan media untuk mendapatkan profit adalah melalui iklan, iklan inilah yang memiliki fungsi besar membentuk ideologi terhadap tubuh perempuan. Dalam hal ini iklan seolah menjanjikan kepuasan senikmat kepuasan seksual, menjanjikan keamanan dari rasa takut, menjanjikan keintiman, dan mendekatkan kita dengan idola. Yang kemudian iklan tersebut dikemas dalam sebuah bahasa iklan yang agresif. Komunikasi promorsional harus bisa memaksa baik secara halus maupun langsung pembaca untuk mengubah perilaku, gaya hidup dan akhirnya menjadi konsumen setia.³ Misalnya, dalam iklan Pon's, menggunakan kalimat berikut ini, "dalam tujuh hari kulit anda akan putih dan cerah". Media iklan ini nampaknya berhasil menyebarkan ketakutan-ketakutan kepada perempuan terhadap keadaan tubuhnya.

Gelar kecantikan menjadi senjata yang paling ampuh dalam menjajah tubuh perempuan. Banyak perempuan yang mendamba gelar tersebut, sampai rela dan mengerahkan seluruh daya dan upaya dalam rangka mendapatkan gelar tersebut. Meskipun secara logika, kecantikan yang diidealkan media adalah sekedar mitos.

Beberapa kali, saya mendengar keluhan-keluhan perempuan yang tidak nyaman dengan keadaan tubuhnya saat ini. Ada yang mengatakan kulitnya terlalu hitam, yang kulitnya putih mengeluhkan perutnya yang buncit, yang kakinya berbulu ingin menghilangkan bulunya, bahkan ada yang sudah melakukan perawatan setiap bulan di salon terkenal, masih saja mengeluhkan anggota tubuhnya. Pengalaman tersebut membuat saya miris dengan keadaan mereka, karena kecemasan yang melanda diri mereka dianggap sebagai hal yang biasa, sudah menjadi kodratnya sebagai perempuan untuk tampil cantik, bahwa sudah wajar jika perempuan mengeluhkan kulitnya

³ ST. Sunardi, *Semiotika Negativa* (Yogyakarta: Buku Baik, 2002), 158.

yang hitam, tubuhnya yang gemuk, mukanya yang tidak halus, bahkan jika ada perempuan yang merasa nyaman dengan keadaan demikian, dianggap sebagai keanehan, *bukan cewek katanya*.

Beberapa penelitian pun menunjukkan ketidakpuasan yang dialami perempuan terhadap tubuhnya. Misalnya, di China operasi plastik semakin meningkat, mereka menginginkan hidung lebih mancung, mata lebih lebar, seperti yang terlihat di berbagai film Hollywood, majalah dan papan iklan. Di sebuah rumah sakit di Shanghai setiap hari dilaksanakan lebih dari 100 pembedahan plastik, sepertiga pasien adalah pelajar yang ingin tampil lebih percaya diri. Begitupun dengan perempuan di Brasil, survey industri kosmetik Avon menunjukkan, 86 persen perempuan Brazil berusaha amat keras untuk meningkatkan kecantikan, termasuk menjalani operasi plastik. Sementara di negara-negara lain di seluruh dunia, pengakuan yang sama diperoleh rata-rata hanya dari 67 persen kaum wanitanya. Sementara itu, di negara kita sendiri, Indonesia, berdasarkan hasil riset Usage & Habit Study, kelompok bisnis kosmetik asal Perancis, *L'Oreal*, di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Medan pada tahun 1997, menunjukkan 55 persen perempuannya ingin berkulit lebih putih. Lebih ajaib lagi, perempuan di negara yang perempuannya memiliki kulit terang, seperti Taiwan, Thailand, Hongkong dan Singapura serta Malaysia, Procter & Gamble (P&G) yang asal Amerika menemukan 70-80 persen perempuan yang sudah berkulit kuning bersih ternyata juga masih ingin punya kulit yang warnanya lebih putih.⁴

Kisah tersebut adalah secuil dari sejuta kisah tentang kegelisahan yang dialami oleh perempuan-perempuan terhadap tubuhnya saat ini. Fenomena tersebut menunjukkan keberhasilan iklan dalam mempengaruhi psikologi perempuan, yaitu berupa kegelisahan terhadap tubuhnya. Akibatnya, para perempuan tersebut *mengobati* ketidakpuasan tersebut dengan perawatan intensif terhadap tubuhnya. Perawatan-perawatan ini mereka lakukan di beberapa salon yang sekarang merebak, yang selalu menjanjikan kecantikan kepada setiap pelanggannya. Uang yang seharusnya dapat

⁴ Kompas Cyber, *Manusia Malam, Kulit Putih, & Rambut Lurus* (Australia, Kanada, Jepang), 16 Mei 2006.

mereka gunakan untuk keperluan yang lain, habis hanya untuk merawat tubuhnya, yang sebenarnya tidak sakit. Singkatnya, perempuan-perempuan itu akan rela menghabiskan uang, tenaga dan kemampuan untuk mengubah tubuhnya, seperti selebriti-selebriti yang ada di layar kaca.

Dalam tabloid *Natasya* (salah satu salon kecantikan), perempuan-perempuan yang telah melakukan perawatan mengatakan mereka merasa percaya diri setelah melakukan perawatan terhadap tubuhnya. Kepercayaan diri perempuan ditentukan dengan penampilan fisiknya, yang meskipun mereka memiliki keterampilan lain, tetapi yang tak kalah penting yang harus mereka perhatikan adalah penampilan luarnya.

Kalau kita perhatikan serangan media kepada tubuh perempuan setiap harinya, kita menyaksikan bagaimana media menekan perempuan untuk berseragam, demi mendapatkan predikat sebagai wanita cantik, yang akan membuat orang-orang di sekitarnya menyukainya, khususnya, lelaki. Seragam tersebut adalah warna kulit harus putih, pantat bahenol, payudara montok, pinggang ramping, perut rata, rambut hitam. Bagi perempuan sendiri hal itu sama sekali tidak menguntungkan, bahkan seringkali mereka harus mengalami rasa sakit yang secara alamiah dihindari oleh seluruh makhluk yang ada di bumi ini.

Tekanan-tekanan ini tidak hanya membuat perempuan selalu berfikir tentang tubuhnya, berkaitan dengan bentuk tubuh, dan penampilan mukanya, tetapi tekanan ini pada tahapan yang kronis, bisa menimbulkan kematian. Buktinya, adanya beberapa berita tentang kematian seorang perempuan karena suntik silikon, diet terlalu ketat yang menyebabkan bulimian. Dan tak terhitungnya perempuan yang sakit karena diet coba-coba. Parahnya, rasa sakit itu dianggap sebagai 'sebuah kewajaran'. Sehingga, di TV-TV perempuan-perempuan itu selalu mengatakan *beauty is pain*. Seorang wanita yang ingin cantik harus sakit. Tidak ada yang menganggap rasa sakit yang diderita oleh kaki perempuan sebagai kekerasan karena memakai sepatu hak tinggi dianggap sebagai tindakan kriminal. Bahkan, ini dianggap sebuah konsekuensi bagi entertainer perempuan. Dalam mitos ini, perempuan dianggap sebagai objek yang dapat dibentuk, sesuai dengan kepentingan kapital.

Tubuh perempuan yang sangat banyak mendapatkan perhatian adalah wajah. Dua mitos yang melekat dalam bagian tubuh ini adalah, *pertama*, putih. Hasil survey yang menunjukkan banyaknya wanita yang ingin kulitnya putih. Kulit putih ini bahkan seperti kapur, orang asli yang memiliki kulit putih seperti orang-orang Barat itupun tidak demikian kulitnya. *Kedua* tidak ada kerutan. Yang dimaksud dengan cantik adalah kulit-kulit perempuan yang masih remaja, yang tidak berkerut sama sekali, sehingga kekhawatiran bagi perempuan yang mulai tua adalah wajah mereka yang mulai berkerut. Hal ini dapat kita lihat dalam iklan *pond's age miracle*. "Setelah memakai *pond's age miracle*, kerut di wajah saya menghilang" begitu kata Becky Tumewu. Akibatnya, perempuan takut dengan ketuaan, wajah yang mengalami penuaan berarti jelek. Padahal menurut Buddy Wedderburn, seorang ahli biokimia di Univelor "Pengaruh dari kolagen terhadap kulit sesungguhnya tidak terlalu penting...saya tidak tahu bahwa ada sesuatu yang bisa melakukan hal ini- khususnya, saya tidak tahu ada sesuatu yang bisa menghentikan munculnya kerut wajah."⁵ Artinya, mitos tentang penghilangan kerut di wajah itu benar-benar mitos, yang hanya ada dalam dongeng, tentu dalam rangka menyebarkan virus ketakutan pada perempuan, ketakutan akan tidak disayangi lagi oleh suaminya, dan terror ini akan menguntungkan kapital yang meraup keuntungan yang begitu besar dengan penjualan produk tersebut.

Teror lain yang digencarkan oleh media terhadap tubuh perempuan adalah perut. Perut mereka harus rata atau yang lebih trend, kelangsingan. Selain nampak pada iklan-iklan pelangsing tubuh adalah juga dapat kita lihat ketika selebriti telah melahirkan. Ia akan ditanyai tentang bentuk tubuhnya yang melar, diet apa yang akan ia gunakan untuk mengembalikan bentuk tubuhnya. Pertanyaan terhadap kegemukan ini, adalah bentuk penekanan psikis yang dibiarkan begitu saja di media. Bahkan dianggap sebagai hal yang lumrah. Kemudian, perempuan-perempuan itu pun akan mengiedealkan bentuk tubuhnya menjadi bentuk yang langsing.

⁵ Naomi Wolf, *Mitos Kecantikan, Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, terj. Alia Swastika (Yogyakarta: Niagara, 2004), 212.

Perempuan yang terobsesi pada berat badan memang akan menjadi remeh jika dia melakukan pemujaan tersebut dengan suka rela, dan dapat meninggalkannya kapanpun dia ingin pergi. Tetapi, mentalitas dari pengontrolan berat badan ini menjadi menakutkan karena hal tersebut menggambarkan teknik-teknik yang membuat para pengikutnya merasa kecanduan untuk memuja pemikiran dan mengubah pemikirannya tentang realitas. Perempuan yang pertama-tama memilih masuk ke dalam pemujaan terhadap pemikiran akan segera menemukan diri mereka tak lagi bisa berhenti. Ada alasan psikologis dan fisik tentang hal ini.⁶ Meskipun awalnya pemujaan terhadap pengendalian berat badan tersebut merupakan fenomena bangsa Amerika,⁷ namun melalui media dengan berbagai kampanye dari iklan, yang setiap detik ada di layar kaca, tersebarlah keyakinan ini hingga banyak perempuan yang merasa minder apabila badannya berat sedikit. Bunga Zaenal adalah salah satu dari sekian perempuan yang kemarin dikabarkan sakit, akibat diet. Menginginkan bentuk tubuh yang langsing.

Attie dan Brook Gunn dalam *Gender and Sterss* menyatakan bahwa aktifitas diet adalah penyebab kronis munculnya stress. Sementara, stress adalah salah satu faktor yang mengandung resiko medis paling banyak, menurunkan sistem kekebalan tubuh dan ikut memberi kontribusi dalam berjangkitnya tekanan darah tinggi, penyakit jantung dan angka kematian yang semakin tinggi karena kanker.⁸

Salah satu kontes perempuan yang menarik perhatian saat ini, adalah kontes Mama Mia di Indosiar. Seluruh peserta, dalam kontes ini adalah perempuan, meskipun ini adalah ajang kontes menyanyi, untuk bakat vokal perempuan, tetapi mereka tidak hanya dinilai dari segi suaranya, yang tak kalah menentukan adalah penampilan mereka di atas panggung. Arzetty, seorang juri di Mama Mia yang memberi penilaian khusus terhadap penampilan perempuan (tubuh perempuan) pernah mengatakan, meskipun memakai hak tinggi itu sakit, tetapi harus dibiasakan. Senada dengan pernyataan

⁶ *Ibid.*, 234.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*, 457.

ini, salah satu personel dewi-dewi pernah mengatakan, ketika Nirina menanyakan tentang apa hal yang paling berkesan ketika pembuatan video klipnya? Ia menjawab, “kaki saya sakit karena memakai hak yang terlalu tinggi, masih terasa sampai sekarang sakitnya.”

Kesakitan yang dirasakan oleh perempuan, tidak dianggap sebagai tindakan kriminal. Tidak ada tindakan khusus dari pemerintah, untuk memberi hukuman kepada tindakan ini, bahkan kesakitan adalah sebuah keharusan. Seolah-olah media ingin mengatakan, “kalian para wanita, harus tampil di layar kaca dengan penuh rasa sakit.”

Perlakuan yang berbeda terhadap tubuh perempuan di media ini, menjadikan batasan-batasan untuk perempuan. Tubuh perempuan dianggap sebagai sesuatu yang bisa dinikmati ketika dilihat, tubuhnya harus dipermak, sehingga pendengar atau pecinta tidak hanya menikmati suara atau kepandaianya dalam berjoget tetapi juga tubuhnya. Kenikmatan pandangan diperoleh oleh pria, sementara perempuan merasa kesakitan, sekali lagi mereka harus menanggung rasa sakit sendirian. Seolah-olah mereka melakukannya adalah sebagai takdir mereka menjadi perempuan.

Tubuh perempuan dikontrol sedemikian rupa, diawasi, dirawat untuk menimbulkan nilai guna secara ekonomi dan yang menambah kepatuhan secara politik.⁹ Pengontrolan ini dilakukan terutama buat perempuan yang akan mengisi layar kaca. Hal utama yang harus diperhatikan adalah kondisi tubuh mereka. Apakah mereka cantik atau tidak? Apakah tubuh mereka telah memenuhi kriteria tentang mitos kecantikan?

Penyebaran mitos ini bukan saja mengubah persepsi diri perempuan itu terhadap tubuhnya. Dalam wilayah pekerjaan hal ini juga sangat berpengaruh. Dapat dilihat beberapa lowongan pekerjaan mencantumkan penampilan menarik sebagai syarat melamar kerja. Sehingga, persekongkolan media dengan pihak-pihak ini semakin memaksa perempuan untuk terus memantau dan mengikuti trend terhadap tubuhnya.

⁹ Seno Joko Suyono, *Tubuh Yang Rasis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 398.

Ketika terjadi serangan yang terus menerus terhadap tubuh perempuan, maka yang bisa menyelamatkan adalah perempuan itu sendiri, sambil melakukan serangan balik. Bahwa tubuh perempuan adalah tubuhnya sendiri, dan tidak ada yang boleh mengawasi dan memperbaharuinya kecuali perempuan itu sendiri. Dalam keadaan tertindas demikian, cara yang harus dilakukan adalah melakukan proses penyadaran, ia sadar dengan kondisi ketertindasannya. Seperti yang dikatakan oleh Marx, bahwa untuk melakukan pembebasan terhadap diri mereka sendiri, mereka harus menyadari kelas mereka (atau menyadari posisi mereka sendiri dalam masyarakat), kesadaran kelas menyebabkan orang-orang yang tereksplotasi untuk percaya bahwa mereka bebas untuk bertindak dan berbicara sama seperti orang-orang yang mengeksplotasinya.¹⁰

III. Perebutan Kuasa atas Tubuh Perempuan

Sejatinya, tubuh adalah milik pribadi. Dialah bagian dari kepemilikan yang melekat, yang tidak dapat beralih tangan. Kepemilikan ini didapatkan secara alamiah, secara kodrati oleh manusia. Sejak lahir tubuh ini sudah berada dalam diri kita, dan tidak bisa dimiliki oleh yang lainnya. Namun, keberbedaan kuasa terhadap tubuh seringkali digugat dengan instansi-instansi dalam masyarakat, yang tumbuh demi mendapatkan kuasa atas tubuh.

Perebutan itu dilakukan oleh kelompok-kelompok yang tentunya memiliki kepentingan-kepentingan dengan tubuh perempuan. Dalam konteks media, perebutan itu terjadi antara pemilik media, kapital, produsen dan perempuan itu sendiri. Artis yang digunakan tubuhnya tentu merasa senang karena ia memperoleh uang dan ketenaran. Di sinilah daya tarik fisik memiliki efek yang positif dan mendasar bagi keberhasilan sosial dan ekonomi.¹¹ Sementara itu, pemilik media dan kapital mendapatkan profit

¹⁰ Rosemarie Putnam Tong, *Feminist thought; Pengantar paling komprehensif kepada aliran utama pemikiran feminis*, terj. Aqua Arini Priyatno Prabasmoro (Bandung: Jalasutra, tt.h), 145.

¹¹ Anthony Synnott, *Tubuh, Sosial, Simbolisme, Diri dan Masyarakat* (Yogyakarta: Adipura, 2003), 142.

yang sangat besar. Di Amerika Serikat, penjualan alat-alat kecantikan meningkat dari \$ 40 juta pada tahun 1914, menjadi \$ 18,5 miliar pada 1990.¹² Hal yang sama mungkin juga terjadi di Indonesia, beberapa indikasi yang menguatkan kemungkinan tersebut adalah banyaknya perempuan Indonesia yang ingin mengubah bentuk tubuhnya, dan bertebarannya industri kosmetik-kosmetik, sekaligus salon-salon kecantikan. Secara kasat mata hubungan tersebut bisa disebut dengan hubungan simbiosis mutualisme.

Individu adalah produk kekuasaan.¹³ Begitulah kata Foucault, dengan demikian, perlakuan dan kuasa perempuan atas tubuh tersebut merupakan hasil dari provokasi-provokasi media, lingkungan, ekonomi. Yang kadang karena alasan-alasan tersebut, perempuan, yang sejatinya menjadi penguasa sendiri terhadap tubuhnya, tidak memiliki pilihan untuk tubuhnya.

Media yang sering disebut dengan *fourth estate*, merupakan penguasa saat ini, yang bekerja sama dengan pemilik kapital untuk mengeksploitasi tubuh perempuan, demi satu tujuan, yaitu menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya. Produsen harus merayu perempuan untuk membeli produknya, maka ia pun mengutus media untuk mengiklankan, sementara pemilik kapital akan mengerjakan apapun asalkan dapat menghasilkan uang termasuk memberikan modalnya, kepada produk-produk yang memberi janji palsu kepada perempuan. George Soros, dalam sebuah diskusi dengan Tempo media, yang ditayangkan ANTV, mengatakan, "Kepentingan kapital adalah profit, mendapatkan keuntungan sebanyak-banyak mungkin, masalah selain itu, misalnya ia memberi beasiswa atau memberi hadiah, itu tidak lain adalah dalam rangka mendapatkan keuntungan'.

Komponen yang terlibat langsung dalam kekuasaan itu adalah badan manusia. Menurutny, badan manusia merupakan komponen yang esensial bagi tumbuhnya kekuasaan. Terutama kekuasaan modern. Disebutkan bahwa bagi Foucault, tubuh secara integral menjadi lokus dan medium penyebaran kekuasaan.¹⁴ Dengan demikian, ketika tubuh perempuan men-

¹² *Ibid.*, 137.

¹³ Suyono, *Tubuh Yang Rasis*, 95.

¹⁴ *Ibid.*, 326.

jadi komoditi publik, dengan masuk ke layar kaca, maka ia pun menjadi komponen yang berperan untuk menebarkan kekuasaan media.

Tubuh perempuan juga dipermasalahkan oleh negara. Pemerintahan SBY sejak awal pemerintahannya sudah mempermasalahkan hal tersebut. Pada program 100 harinya ketika terakhir-terakhir mengumumkan keberhasilan program kerjanya, Alwi Syihab berkata, “presiden meminta saya untuk memperingatkan pelaku media di TV¹⁵ untuk tidak memperlihatkan pusar perempuan, itu sangat mengganggu,”¹⁶ Sampai dari rancangan undang-undang anti pornografi dan pornoaksi (RUU-APP) yang mempermasalahkan terhadap berbagai tubuh perempuan, mereka berusaha untuk menutupi tubuh perempuan.

Disinilah, pemerintah berusaha untuk meluaskan kekuasaannya, seperti klasifikasi Sosiolog Max Weber dalam membedakan organisasi politik dari organisasi hierarkhis berdasarkan jenis pemaksaan yang digunakan untuk menjamin adanya dan berlanjutnya suatu tata tertib (*social order*). Dalam arti itu, organisasi politik menjamin tata tertib dalam suatu wilayah teritorial dengan menggunakan ancaman pemaksaan secara fisik. Negara dikonsepsikan sebagai suatu organisasi politik yang menjaga tata tertib sosial dengan memanfaatkan monopoli yang sah untuk memakai pemaksaan secara fisik (*das monopol legitimen phy Sischen Zwanges*), sebaliknya, organisasi hierarkhis berusaha menjaga tata tertib sosial dengan menggunakan pemaksaan secara psikis. Gereja atau lembaga-lembaga keagamaan pada umumnya adalah organisasi yang hierarkhis yang memanfaatkan monopoli yang sah untuk menggunakan pemaksaan secara psikis.¹⁷

Menurut Gadis Arivia, ‘dalam tataran masyarakat patriarkhis, konstruksi sosial budaya atas tubuh perempuan digunakan sebagai alat untuk

¹⁵ Hal ini seperti control media, yang dilakukan oleh Orba, Lihat, Krisna Sen dan David T. Hill, *Media, Budaya dan Politik di Indonesia* (Jakarta: Institut studi Arus Informasi, 2001).

¹⁶ Gadis Arivia, *Feminisme sebuah Kata Hati* (Jakarta: Kompas, 2006), 92-93.

¹⁷ Marx Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft* Jcb Mohr (Paul Siebek), Tuebingen, 1985 (cet.5), 1922. dikutip dari Ignas Kleden, *Masyarakat dan Negara Sebuah Persoalan* (Indonesia Tera : Magelang, 2004), 29.

mempertahankan kekuasaan dan dominasi laki-laki atas perempuan. Dominasi ini terlihat dari sikap masyarakat yang menempatkan seksualitas perempuan sebagai pemuas hasrat seksual laki-laki. Jadi, pusar perempuan menjadi masalah, tetapi pusar laki laki dianggap biasa saja, di sinilah bias jendernya.¹⁸ Isu tentang RUU anti pornografi dan anti pornoaksi pun merebak berkaitan dengan hal ini. Rupanya pengontrolan terhadap tubuh perempuan pun dilakukan oleh negara, di sinilah kemudian akan terjadi pemindahan kepemilikan dari wilayah privat ke wilayah publik, maksud pemerintah adalah untuk melindungi perempuan. Namun tesis ini tentu saja langsung terbantah, ketika melihat kekerasan terhadap perempuan justru banyak dialami oleh negara yang menerapkan penutupan seluruh tubuh perempuan, dari kepala hingga kaki.

Keinginan negara untuk mengontrol tubuh perempuan tidak dapat ditolerir. Karena negara hanya menganggap tubuh perempuan sebagai objek, pengaturan tersebut juga hanya menggunakan salah satu episteme yang melandasi perempuan dalam memperlakukan tubuh perempuan, sehingga terjadi pemaksaan terhadap episteme-episteme lain. Faktanya, pluralitas masyarakat Indonesia menyebabkan keberagaman pula episteme yang digunakan masyarakat. Misalnya, bagi perempuan muslim ia mengenal aurat, sehingga itulah yang dijadikan pedoman olehnya, sedangkan bagi masyarakat Kristen atau Budha mereka juga memiliki kebudayaan lain, masyarakat desa juga memiliki episteme lain, dalam memaknai tubuhnya. Lihatlah di desa-desa, banyak ibu-ibu yang menyusui anaknya di depan umum, dan hal itu tidak menjadi persoalan.

Usaha pengontrolan terhadap tubuh perempuan juga dilakukan oleh kelompok agama. Kelompok agama Islam garis keras, beberapa kali demo memprotes putri Indonesia yang akan mengikuti miss universe, dengan alasan penggunaan pakaian renang *one piece*. Karena mereka menganggap hal ini sebagai pelecehan terhadap perempuan.

Banyak faktor yang menjadi latar belakang pemaksaan dan pendefinisian perempuan dalam memperlakukan tubuhnya. Oleh karena itu,

¹⁸ *Ibid.*, 95.

ketika negara atau kelompok keagamaan tertentu dalam masyarakat berusaha untuk menyeragamkan perspektif tersebut, yang terjadi adalah pemaksaan terhadap episteme lain, dan mengunggulkan salah satu episteme. Di sinilah negara bertindak otoriter, karena pandangan negara terhadap tubuh perempuan hanya mengunggulkan salah satu kepentingan.

Ternyata, banyak pihak yang ingin menguasai tubuh perempuan. Dalam konteks media, kuasa itu dibuat dengan cara penyebaran virus yang bernama kecantikan, sementara itu negara dan salah satu golongan masyarakat menginginkan tubuh perempuan dalam pandangan bertanggung jawab terhadap moral bangsa, sehingga mereka terjebak dalam pen- definisian perempuan baik-baik atau perempuan liar.

Kontrol negara terhadap tubuh perempuan pun mendapatkan kritik dari masyarakat, tetapi tidak demikian dengan control media, dengan apa yang disebut dengan kecantikan. Tubuh perempuan dikuasakan untuk komoditi, bagaimana dengan perempuan yang sebenarnya, untuk apa mereka mendandani diri mereka? Apakah mereka melakukannya untuk kesenangan diri mereka pribadi atau demi mendapatkan apa yang disebut sebagai kecantikan dalam media?

Mitos kecantikan ini berhasil mendisiplinkan perempuan-perempuan, yaitu dengan alasan demi laki-laki. Mereka ingin tampil menarik di depan suami, ketika mereka tampil menarik diharapkan mereka tidak kalah dengan wanita lainnya sehingga timbullah persaingan antara wanita, dalam menarik simpati laki-laki. Bahwa wanita yang tampil lebih menarik, sesuai dengan mitos kecantikan di media, ditakutkan akan menggaet suaminya atau pacarnya.

Beberapa orang mengatakan bahwa ia ingin tampil cantik agar pasangannya menyukainya, dan dia akan terpukul jika pasangannya melihat wanita lain yang lebih cantik. Sekali lagi, pengorbanan yang dilakukan perempuan demi lelaki, harus dibayar dengan rasa sakit. Ini adalah bentuk pengorbanan yang sama yang dilakukan oleh banyak wanita, yang rela meninggalkan kariernya demi mengurus rumahnya, atau istilah yang bertugas mengurus rumah, bukan suami. Berbeda dengan sang suami, ia tak

perlu khawatir dengan suami orang lain, karena mereka tidak tampil semenarik mungkin, seestetik mungkin, ketakutan mereka adalah apabila para suami tersebut melihat orang yang lebih kaya darinya. Singkatnya, perlakuan tubuh perempuan satu membuat rasa takut perempuan lain.

Ironis memang, definisi yang disematkan pada perempuan tergantung dengan perlakuannya terhadap tubuhnya.

IV. Kesimpulan

Identifikasi perempuan selalu dilekatkan dengan tubuhnya. Ketika digambarkan dalam sinetron- sinetron religi, maka perempuan yang baik, diidentifikasi dari pakaian yang ia gunakan. Bahwa gelar perempuan yang religius disematkan kepada mereka yang menutupi tubuhnya, sebaliknya, mereka yang tidak menutupi tubuhnya dianggap sebagai perempuan yang kurang religius, 'perempuan liar'. Dalam hal ini media menampilkan realitas dalam masyarakat, yang semakin meneguhkan kekuasaan lelaki. Di sisi lain, media akan berusaha untuk mengubah tubuh perempuan, dengan cara menyebarkan mitos bagi masyarakat, yaitu mitos kecantikan. Yang untuk mendapatkan gelar ini, seorang perempuan haruslah memenuhi kriteria yang telah disodorkan oleh media., berupa kulit yang putih, pantat yang bahenol, perut yang langsing, postur yang sangat tinggi.

Satu hal yang menjadi benang merah dalam kedua mitos tersebut, yaitu bahwa tubuh perempuan harus dikontrol demi laki-laki. Dalam keadaan yang demikian, masyarakat membatasi tubuh perempuan dengan keharusan menutup tubuh dan berparas cantik, tak lain dan tidak bukan adalah untuk lelaki. Dan ini membuktikan begitu pentingnya makna tubuh perempuan untuk mendefinisikan diri mereka. Siapa mereka? Bagaimana baju yang mereka gunakan? Apakah mereka telah menjadi ibu rumah tangga yang baik? Dan sederet julukan lainnya.

Perebutan kekuasaan atas tubuh perempuan pun terjadi. Negara ingin membatasi eksistensi dari tubuh tersebut, karena melihat tubuh perempuan sebagai penyebab kekerasan yang berkaitan dengannya, sementara itu, tuduhan tersebut tentu menyakitkan bagi perempuan, karena mereka

dianggap sebagai biang kerok kemerosotan moral, yang tentunya bisa dibantah dengan fakta bahwa negeri Arab yang menutup seluruh perempuan di wilayah publik, ternyata masih banyak dijumpai pelecehan seksual. Karena bagaimana pun perempuan memakai baju yang minim atau tidak adalah hasil dari konstruksi sosial. Dan tidak ada jaminan pengungkungan terhadap tubuh perempuan akan menurunkan tingkat pemerkosaan, karena bagaimanapun yang melakukan pemerkosaan, secara umum adalah laki-laki.

Pendisiplinan media terhadap perempuan dalam bentuk kecantikan, dengan cara pengontrolan lewat tayangan-tayangan yang disajikannya, malah tidak mendapat perhatian bagi negara. Karena itu, dalam hal ini media bebas berkampanye, kampanye besar-besaran yang menggempur seluruh tubuh perempuan. Dari kaki hingga kepala, yang menimbulkan keresahan-keresahan dan ketakutan-ketakutan. Oleh Karena itu, ketika negara atau pihak lain tidak melindungi tubuh perempuan dari eksploitasi dan pelecehan seksual, mau tidak mau perempuan sendirilah yang harus melindungi diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arivia, Gadis. *Feminisme Sebuah Kata Hati*. Jakarta: Kompas, 2006.
- Effendi, Bahtiar dkk. *Perempuan dalam Literatur Islam Klasik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Kleden, Ignas. *Masyarakat dan Negara Sebuah Persoalan*. Magelang: Indonesia Tera, 2004.
- Putnam Tong, Rosemarie. *Feministthought; Pengantar paling komprehensif kepada aliran utama pemikiran feminis*, Terj. Aquaarini priyatno Prabasmoro. Bandung: Jelasutra, t.t.h.
- Suyono, Seno Joko. *Tubuh Yang Rasis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Sunardi, ST. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta; Buku Baik, 2002.
- Synnott, Anthony. *Tubuh Sosial, Simbolisme, Diri dan Masyarakat*. Yogyakarta: Adipura, 2003.
- T. Hill dan Krisna Sen. *Media, Budaya dan Politik di Indonesia*. Jakarta: Institut studi Arus Informasi, 2001.
- WWW. Kompas Cyber. *Manusia Malam, Kulit Putih, & Rambut Lurus*. Australia, Kanada, Jepang, 2006.
- Wolf, Naomi. *Mitos Kecantikan, Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, terj. Alia Swastika. Yogyakarta: Niagara, 2004.