

**JURNAL
SOSIOLOGI REFLEKTIF**



ISLAM DAN POSFEMINISME: Wajah Posfeminisme dalam Komodifikasi Agama di Media

M. Ali Sofyan

Institute Agama Islam Negeri Salatiga

Alamat Email : alfahrozi@gmail.com

Abstract

This article offers an analysis of the relation between Islam and post-feminism based on the perspective of religious commodification. It was noted that social media played a pivotal role in raising religion to engage on a global scale. Women from the perspective of post-feminism are seen as independent subjects. Freedom, gender equality, and pluralistic representation are commonly considered as the starting points for post-feminist women. Soft Power, owned by social media, contextualizes religion (Islam) and disseminates the ideas, including femininity in a new way, where the religious consumption can be enjoyed every second. The data of this research are taken from social media, mainly from Instagram and are being analyzed through content analysis. In Instagram, most Indonesian Muslim women campaign for gender equality and post-feminism awareness freely through social media. Religious commodification, in this case, will clearly be seen when religious understanding is capitalized. The result shows that this perspective is eventually bringing Muslim women to say that "I am beautiful for myself". Although some might argue that capitalizing religion appears to be less precise, when it can support women's freedom.

Keywords: Post-feminism, Commodification, Freedom, and Islam.

Intisari

Tulisan ini menjelaskan tentang ideologi dan gerakan posfeminisme yang dilakukan oleh perempuan muslim. Perempuan dalam perspektif posfeminisme dilihat sebagai subjek merdeka. *Freedom, gender equality* dan representasi yang majemuk menjadi pijakan awal bagi perempuan posfeminisme. *Soft Power* yang dimiliki *social media*

mengkontekstualisasikan agama (Islam) dalam sebuah metode baru. Agama (Islam) melakukan penyebaran paham termasuk (ke-perempuan-an) dengan metode baru, sehingga konsumsi agama bisa dinikmati setiap detik. Beberapa data diambil dari *social media* instagram dan menganalisisnya lewat studi pustaka. Dalam instagram, perempuan (muslim) Indonesia mengkampanyekan kesadaran *gender equality* dan posfeminisme yang bebas dalam segala hal melalui instagram dan youtube. Hal tersebut dilakukan dalam berbagai cara seperti ceramah dan fashion. Komodifikasi agama dalam hal ini terlihat ketika paham agama dikapitalisasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif tersebut akhirnya dapat menjadikan muslimah berpartisipasi untuk mengatakan "saya cantik untuk saya sendiri". Meskipun beberapa melihat bahwa mengkapitalisasikan agama merupakan kurang tepat, dalam hal ini komodifikasi agama ternyata dapat mendukung kebebasan perempuan.

Kata Kunci :Posfeminisme, Komodifikasi, Kebebasan, Islam

Pendahuluan

Pemahaman publik yang umum dipahami tentang perempuan bahwa perempuan menjadi bagian dalam masyarakat yang menjadi *second class*. Dikotomi laki-laki dan perempuan yang menciptakan oposisi biner tidak nampak sebagai perbedaan yang egaliter. Laki-laki merupakan makhluk yang berkuasa dan dominan. Merujuk sejarah ketertindasannya, dalam menghilangkan ketertindasan tersebut, perempuan bukan diam di tempat, melainkan bergerak dengan ke"perempuanan"nya dengan kesadaran gender.

Konsep gender menunjukkan pola relasi antara laki-laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial. Relasi ini setidaknya menciptakan kelas pembeda yang tidak seimbang. Determinasi laki-laki akan cenderung berkuasa dan menindas. Pemikiran kolektif masyarakat menurut dia dikuasai oleh kultur patriarkhi, sehingga diperlukan *gender equality* yang minimal bertujuan untuk menyetarakan hak laki-laki dan perempuan.¹

Dalam *gender equality* konsep patriarkhi masih berada pada pusaran relasi. Kesetaraan dan keseimbangan gender masih dinaungi

¹ Fakhri, Mansour. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. (Yogyakarta, Insist Press: 2008)

konstruksi ideologi laki-laki. Sehingga, untuk menciptakan wacana baru dengan menghilangkan patriarkhi, muncul gerakan yang dikenal dengan feminisme. Feminisme sebagai gerakan dan wacana baru terjadi dalam tiga gelombang. Gelombang pertama diawali dengan feminisme liberal. Feminisme Liberal oleh Rosmarie Tong dijelaskan bahwa awalnya dimulai dari gerakan liberal. Menurut Wollstonecraft perempuan tidak hanya memiliki kewajiban untuk melayani suaminya. Selanjutnya muncul ide untuk memberikan pendidikan yang setara bagi perempuan. Lebih lanjut menurutnya bahwa perempuan harus bisa menjadi pengambil keputusan yang otonom.²

Pada gelombang kedua dan ketiga, muncul beberapa aliran yaitu feminisme radikal, sosialis, kapitalis, sampai pada feminisme posmodern dan postruktural. Perbedaan transformasi aliran feminisme tersebut salah satunya ditunjukkan pada ideologi feminisme yang lebih merdeka. Pada feminisme yang kedua masih ada belenggu patriarki yakni saat perempuan mampu keluar dari ruang domestik, lagi-lagi dia masih "wajib" bertanggung jawab atas zona keluarga yang sering dikenal *double burden*. Pada gelombang ketiga perempuan mulai menemukan interpretasi feminisme yang beriringan dengan posmodern. Konsumerisme, *lifestyle* dan budaya populer melebur pada diri perempuan yang lebih memiliki kekuasaan daripada sebelumnya.

Feminisme (di Indonesia) pada akhirnya juga menjadi sebuah perspektif baru dalam relasi gender. Begitu pula dalam melihat perempuan muslim. Dalam praktik sehari-harinya seorang muslimah dapat pula dilihat menggunakan kaca mata feminisme, bahkan mereka telah melakukan gerakan feminisme. Meskipun, perempuan dalam "tafsir" agama (Islam) tidak jauh berbeda seperti apa yang dikonstruksikan secara sosial budaya. Salah satu latar belakang anggapan masyarakat terhadap perempuan, berasal dari paham agama. Masyarakat Indonesia yang dikenal beragama menjadikan mereka sering menggunakan perspektif agama termasuk dalam menafsirkan ke-perempuan-an. Perspektif tersebut telah lama mengakar pada pikiran.

Bisa kita ambil contoh, salah satunya tentang realitas tabu menstruasi. Dalam Islam perempuan yang sedang menstruasi dilarang untuk melakukan ibadah. Bagi sebagian pemahaman orang, menstruasi

² Dalam bukunya yang berjudul *Feminist Thought*, Rosmarie Tong (2014) menjelaskan tentang kemunculan dan perjalanan feminisme. Feminisme dipandang sebagai suatu ideologi maupun gerakan melawan ketertindasan. Buku ini biasa dipakai bagi kalangan akademis dan praktisi dalam mendalami feminisme.

yang sedang dialami perempuan menjadikan dirinya kotor sehingga tidak dianjurkan ke masjid. Tabu menstruasi kata Freud merupakan cerminan sikap masyarakat yang ambivelen terhadap perempuan. Mitos yang terkait dengan menstruasi seperti kotor, membahayakan hubungan seks, kutukan mengganggu kesehatan, keteraturan sosial serta masih menjadi “norma” kolektif masyarakat.³

Pendapat lain dari Irwan Abdullah, tabu menstruasi telah menempatkan perempuan sebagai “orang lain” yang berbeda dengan orang-orang yang normal (laki-laki). Darah yang keluar diartikan sebagai sakit, kematian, kehilangan kendali dan emosi. Belum lagi berbicara larangan-larangan adat yang muncul akibat menstruasi. Artinya dari tabu menstruasi saja telah menjelma sebagai sistem yang meminggirkan perempuan baik secara agama ataupun kultural⁴. Perkara lain yang penting bagaimana wacana perempuan ini dimunculkan dalam globalisasi yang beriringan dengan komodifikasi agama. Media membawa perempuan ke dalam ruang besar sebagai konsekuensi kapital dibaliknya. Beberapa acara televisi yang memiliki *rating* tinggi, menjadikan perempuan sebagai objek baru dalam konsumsi media.

Acara seperti Mamah dan Aa’ yang tampil di Indosiar setiap pagi merupakan salah satu contoh bagaimana wacana dunia perempuan memiliki banyak interpretasi. Dari sudut pandang kultural, ceramah agama ini dapat dimaknai sebagai simbol di mana perempuan bisa merdeka dan bebas dari kuasa laki-laki “untuk sementara”. Pagi hari merupakan waktu yang berharga bagi ibu-ibu untuk berkuasa memonopoli channel TV. Saat itu lah istri bisa bebas dari “tugas”nya sebagai ibu rumah tangga. Hal ini telah menunjukkan bagaimana sebuah acara TV turut serta menggeser kuasa gender. Beberapa realitas baru mengenai perempuan muncul dengan adanya media dan ruang global yang menciptakan dimensi sosial baru dan posmodernisme.

Tulisan ini mencoba melihat bagaimana konstuksi (post) feminisme dimaknai sebagai pola gerakan baru oleh perempuan muslim di era globalisasi. Dalam globalisasi, bentuk komodifikasi agama juga menyeret perempuan baik sebagai objek maupun subjek. Perempuan tidak akan bisa terlepas dari segi apapun, atau juga bisa dilihat perempuan dalam posfeminisme akan menjadi aktor dalam globalisasi. Selanjutnya, akan dilihat pula apakah perempuan muslim sudah lebih posfeminisme daripada yang lain, terutama bagi mereka yang paham akan makna kebebasan atau mereka masih saja sama

³ Freud, Sigmund. *Teori Seks*. (Yogyakarta, Penerbit Jendela: 2003)

⁴ Abdullah, Irwan. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. (Yogyakarta, Pustaka Pelajar: 2010)

seperti perempuan lain dalam berperilaku?

Data dalam tulisan ini diambil dari realitas dari *social media*. Fakta sosial baru tersebut terbentuk sebagai gejala sosial yang dapat menggambarkan kondisi masyarakat. Bahkan dalam *social media* (seperti Instagram) tidak hanya kondisi saja, banyak orang memanfaatkan sebagai *satire*, kritik dan ruang pembebasan. Sebagai ruang pembebasan dan kritik, instagram dimanfaatkan oleh perempuan (muslim) untuk membebaskan diri meskipun dengan simbol muslim yang masih melekat.

***Gender Equality* dan Siapakah Posfeminism (Muslim) Itu?**

Pertanyaan tersebut bisa terjawab dengan terlebih dahulu kita mengupas dulu sedikit tentang budaya perempuan di dalam keluarga. Kultur dalam rumah tangga seringkali dilihat dan dimaknai menggunakan kacamata agama. Bentuk ideal rumah tangga yang diharapkan dapat tercipta kerjasama yang baik antar anggota keluarga terutama suami dan istri. Hubungan keduanya menjadi cukup sentral sebagai pemegang kendali sekaligus pemegang kekuasaan tertinggi. Jika hubungan keduanya baik akan berdampak baik juga terhadap keteraturan sosial dalam keluarga, dan sebaliknya.

Setidaknya kita bisa melihat beberapa realitas yang masih menjadi anggapan kolektif. *Pertama*, sebagian besar masyarakat masih menganggap istri "harus" patuh kepada suami. *Kedua*, kewenangan suami dalam pengambilan keputusan-keputusan penting, istri hanya berperan manajerial terutama urusan domestik. *Ketiga*, kekuasaan suami lebih besar daripada istri karena pemimpin keluarga yaitu suami. Maka pantas beberapa anggapan ini menjadi salah satu alasan bagi penganut feminis radikal untuk menolak institusi pernikahan karena dianggap kapitalistik yang mengunggulkan budaya patriarkhi.

Masalah kesetaraan gender tersebut seolah telah menjadi pembahasan abadi yang tak kunjung usai. Meskipun, pemahaman *gender equality* dalam masyarakat telah dapat diterima secara perlahan, namun bukan berarti hal tersebut dapat terwujud tuntas. Kuasa laki-laki atas perempuan karena budaya patriarkhi tampaknya akan terus dipelihara. Hal tersebut dikarenakan laki-laki sebagai penguasa rasanya akan sulit menerima kenyataan jika terjadi kesetaraan laki-laki dan perempuan.

Agama merupakan salah satu dasar yang menjadi "senjata" laki-laki untuk mensubordinasi perempuan. Banyak perempuan tunduk dengan dalih, dia harus patuh kepada laki-laki, karena dalam agama

mewajibkan hal itu. Tafsir dalil agama yang belum pasti dipahami sebagaimana mestinya selama ini dapat menjadikan laki-laki berkuasa. Selain itu, Fakih (2008) menegaskan selama ini tafsir agama lebih condong kepada laki-laki atau dengan kata lain bias gender. Tafsir keagamaan akan tetap memegang peran penting dalam melegitimasi dominasi atas kaum perempuan. Artinya peran tafsir agama bisa dibaca akan selalu menjadi kekuatan mempertahankan kuasa laki-laki.

Salah satu dampak dari marginalisasi dan subordinasi yang disebabkan tafsir keagamaan yaitu kultur tindakan perempuan terbatas. Bagi perempuan, apalagi dalam status istri, tafsir agama masih membebani perempuan. Pemberian ijin oleh suami merupakan "tiket" utama kepada istri untuk melakukan tindakan. Pertanyaannya yaitu jika istri ingin keluar rumah harus minta ijin suami, mengapa suami jika ingin keluar rumah tidak diwajibkan untuk ijin kepada istri? Hal ini hanya lah salah satu anggapan masyarakat yang belum bisa dihilangkan.

Feminisme melihat realitas sosial ini sebagai titik tolak kemunculan pemikiran mendobrak budaya patriarkhi. Pemikiran dan aksi dalam feminisme radikal sampai pada bentuk menolak institusi pernikahan yang dianggap kapitalis. Dalam tahap itu feminisme bekerja memberikan pemahaman (baru) bahwa maskulinitas selamanya akan menindas perempuan jika tidak dihilangkan.

Kultur di luar ketertindasan tersebut, perempuan juga melakukan suatu tindakan yang dianggap hanya milik perempuan. Termasuk kecantikan dan keibuan. Perempuan muslim juga memanfaatkan kecepatan perkembangan produk kecantikan dalam mempercantik dirinya. Salah satunya dengan pemakaian jilbab yang sekarang telah massiv bagi perempuan muslim. Dengan segala perkembangannya jilbab tidak lagi sebatas penutup aurat, melainkan muncul fungsi utama lainnya yaitu demi cantiknya seorang perempuan. Jilbab yang sebelumnya tidak terlalu dikenal dan dikenakan perempuan muslim Indonesia, sekarang telah bertransformasi menjadi budaya baru demi tampil cantik.

Di sisi lain, perempuan juga setidaknya terkekang karena "kecantikannya". Selain jilbab, ada bentuk pembatasan dan pemaksaan dari pemakaian kebaya. Bagi masyarakat Indonesia khususnya, kebaya didefinisikan sebagai pakaian "sakral" dalam acara resmi. Dampak ketika perempuan mengenakan kebaya, mereka juga harus memakai konde, korset, sepatu "hak" dan *jarit* yang cukup meyaksa karena sulit

berjalan.⁵

Feminisme (konvensional) akan melihat segala ketidakseimbangan dari hubungan laki-laki dan perempuan tersebut sebagai sebuah ketertindasan perempuan. Begitu pula dalam menganalisa semua tindakan perempuan, feminisme melihat tindakan perempuan sebagai dampak dari kuasa patriarkhi. Perempuan ketika bersolek cantik misalkan, dilihat kecantikannya sebagai objek konsumsi kuasa laki-laki. Perempuan tampil cantik dilihat sebagai pemuas "hasrat" laki-laki.

Berbeda dengan paradigma postfeminisme yang melihat tindakan perempuan tidak selamanya akibat dari kuasa laki-laki. Hal tersebut berlaku bagi perempuan yang paham makna kebebasan bertindak. Kebebasan dalam postfeminisme seperti apa yang dijelaskan sebelumnya, perempuan menilai dirinya sebagai subjek. Ketika berpenampilan cantik, dia paham bahwa kecantikannya bukan untuk publik tapi untuk dirinya sendiri. Merujuk pada cantik karena berjilbab, yang menjadi persoalan sekarang yaitu apakah hal itu termasuk postfeminisme ataukah perempuan masih saja terkekang dalam ideologi patriarkhi yang menjadikannya objek konsumsi?

Menjawab pertanyaan itu, bisa dimulai dengan melihat konsep dari postfeminisme. Seiring dengan postmodernisme pada tahun 1990an, muncul perempuan kritis, tangguh dan seksi serta bukan melihat dirinya sebagai korban dan tentunya menginginkan kuasa. Brooks menggambarkan perempuan yang pergi ke program pelatihan berat badan untuk meraih sebuah penampilan *bergaya*, mungkin menemukan otot barunya dan juga memungkinkan untuk menegaskan dirinya lebih berdaya di tempat kerja. Perempuan sadar untuk menuju kesuksesan tidak harus selalu berada di bawah laki-laki atau menuruti perintah laki-laki. Dengan kemampuan (otot dan pikiran) serta penampilannya perempuan harusnya bisa sejajar dengan laki-laki dan bahkan lebih unggul. Paradigma postfeminisme menginginkan perempuan bisa meraih kebebasan dan kemerdekaan penuh.

Setelah melihat konsep awal postfeminisme, sisi lain untuk

⁵ Suryakusuma, Julia (2012) dalam bukunya *Agama, Seks dan Kekuasaan*, di salah satu bagian tulisannya dia menjelaskan tentang "Kebaya mencitrakan perempuan sebagai identitas dan opresi". Dia bercerita pengalaman ibunya sebagai istri dari seorang diplomat harus terpaksa dan tersiksa ketika ada acara kenegaraan dan diwajibkan memakai kebaya. Ibunya harus memakai jarit, dan konde. Setelah selesai acara dan melepaskan pakaian "sakral"-nya itu seolah terbebas dari penyiksaan dan bisa bernafas lega. Dari kebaya, menurutnya setidaknya dapat diinterpretasikan istri yang tunduk kepada suami karena harus menyesuaikan dengan suami. Kemudian tubuh perempuan dengan berkebaya seolah menjadi personifikasi negara dan mendefinisikan sebagai non-Barat

melihat pemikiran dan perilaku perempuan muslim, diperlukan juga melihat tafsir agama tentang perempuan. Salah satu riwayat yang cukup terkenal di kalangan muslim yaitu ketika Nabi Muhammad mendapat pertanyaan dari sahabat tentang siapa yang paling utama dimuliakan di muka bumi. Lalu, Nabi menjawab “ibu” sampai tiga kali, urutan keempatnya kemudian “bapak”. Artinya dari riwayat ini saja, tafsir agama (Islam) sebenarnya tidak bias gender, apalagi jika kita melihat tafsir lain. Menjadi persoalan ketika yang mentafsirkan dengan kuasa pemikiran laki-laki, maka muncul bias gender. Salah satunya tafsir mengenai perempuan tidak diperbolehkan menjadi pemimpin.

Dua perspektif ini, yakni tentang postfeminisme dan tafsir agama dapat mempersepsikan perempuan yang merdeka. Tafsir agama tersebut bagi posmodernisme juga dapat disandingkan dengan proses estesisasi. Seperti yang dikatakan Abdullah (2010) Era modern ini ditandai dengan proses estesisasi kehidupan, yakni menguatnya kecenderungan hidup sebagai proses seni. Produk yang dikonsumsi tidak dilihat dari fungsi, tetapi dari simbol yang berkaitan dengan identitas dan status. Begitu pula perilaku perempuan (muslim) baik keseharian ataupun ketika (ber) agama. Jilbab dan mukena tidak sekedar berhenti dalam fungsinya saja, dia berproses dalam simbol dan identitas.

Jadi, dari sini dapat diamati bahwa postfeminisme, postmodernisme dan tafsir agama sebenarnya jika kita mau untuk mengupasnya bukan lah hal yang bertentangan. Beranjak dari kebiasaan khususnya dalam konsumsi, perempuan (muslim) termasuk di dalamnya. Dengan catatan mereka memahami itu semua. Kebebasan dalam perilaku beragama telah dapat membebaskan dan memerdekakan mereka. Jilbab dan mukenanya merupakan simbol identitas “bebas” nilai dari patriarki. Sekali lagi bagi mereka yang paham postfeminisme.

Dengan kata lain, ideologi tersebut jika sudah dipahami oleh perempuan (muslim) maka sebenarnya mereka lebih dahulu postfeminis daripada kaum feminisme yang lain. Jika kita merujuk riwayat Nabi yang di atas saja, ibu lebih diutamakan dari bapak. Apalagi ditambahkan dalam praktik keseharian perempuan di era postmodernisme sekarang. Pemanfaatan *social media* dan dunia digital lainnya, mampu mengangkat perempuan lebih dari sebelumnya menuju kebebasan yang seutuhnya.

Agama dalam Pusaran *Popular Culture*

Kajian posmodernisme dalam melihat perempuan dan (termasuk)

agama merupakan sebuah keniscayaan. Wacana agama dalam sistem sosial baru, mengikuti perkembangan transformasi ruang publik. Praktik keagamaan pada tahap ini beriringan dengan dunia global yang setiap hari bertambah konsumennya. Bukan sebagai barang baru, jika agama telah menemukan dan menciptakan ruang baik dalam penyebaran dogma maupun ritusnya. Misalkan orang tidak lagi berpendapat bahwa satu-satunya jalan belajar dalil agama hanya lewat *face to face*. Mencari informasi haji dan umroh harus datang langsung ke biro.

Konsumsi dan kebutuhan kesalehan juga tak luput dari gencarnya media. Beberapa biro perjalanan umroh dan haji misalkan, muncul karena orang melihat bahwa kebutuhan tersebut sangat membutuhkan wadah untuk mengaturnya. *Fashion* (jilbab, gamis, khmer, *koko*, peci atau mukena) menjadi bagian selanjutnya yang masuk ke pasar global. Bahkan tidak berhenti pada kebutuhan pakaian, melainkan orang sudah berkompetisi dalam menciptakan model baru yang *kekinian*.

Pada satu sisi jika dalil hanya dilihat sepintas, terutama tentang kemurnian beragama, maka kemunculan aktor baru menghilangkan makna sejati. Abdullah (2010) berpendapat telah terjadi estesiasi dan privatisasi agama dengan beberapa praktik yang bermunculan. "Haji Plus" merupakan salah satu praktik di mana internensi pasar menyebabkan segmentasi ritual. Hal tersebut dibentuk oleh kapitalisme yang menggesernya menjadi rekreasi.

Sama halnya dengan acara TV yang berorientasi spiritual telah bergeser lebih kepada profit media. Menurut Guy Debord, wacana kapitalisme mutakhir telah mengubah dunia menjadi tidak lebih dari sebuah "panggung tontonan raksasa", yang dihuni oleh masyarakat yang haus tontonan yang tanpa "makna". Dalam tontonan sepak bola, bukan "makna" yang dicari penonton, melainkan apa yang dikatakan Baudrillard "ekstasi" dan "kedangkalan ritual" dalam upacara menonton itu sendiri (*Fethisisme bintang, gold an jersey*).⁶

Tontonan yang mengajarkan sesuatu tentang agama di media, satu sisi memang berguna melanggengkan dogma, tetapi di sisi lain menggesernya pada realitas tanpa makna. Bagi sebagian orang wajah baru kompetisi da'i tak ubahnya sebagai perebutan juara kesalehan. Isi ceramah dan durasi pun dibatasi. Makna penyampaian paham agama bukan pengajaran, bahkan penonton dituntun ke arah untuk menyaksikan tontonan tanpa makna sebenarnya. Perilaku dan aktivitas manusia lebih mengarah pada itu.

Dalam sudut pandang yang lain, gejala sosial tersebut dapat

⁶ Baudrillard, Jean. *Masyarakat Konsumsi*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana: 2013)

dilihat pula sebagai kontestasi dan perseteruan ideologi. Heyanto (2012) menggambarkan fenomena kontestasi ini sebagai perebutan identitas terutama setelah tumbanganya orde baru. Dia menjelaskan bahwa gejala sosial ini memberi ruang baru bagi sebagian orang untuk lebih berkompetisi dalam segala hal. Dalam praktik keagamaan seolah menciptakan gaya baru untuk tampil sekaligus beradu kemampuan seperti dalam ceramah keagamaan.

Dahulu, awal kemunculan ceramah di televisi, dai-dai senior muncul di panggung tersebut, seperti Zainuddin M.Z, Aa Gym, Jeffry Al Buchori dan Muhammad Arifin Ilham. Sekarang warna para dai semakin kompleks ditandai dengan banyak muncul dai baru seperti Yusuf Mansur, Wijayanto, Ahmad Al Habsiy, Subkhi Al Bughuri, sampai pada Maulana dan Solmed. Tokoh agama (baru) tersebut juga muncul dalam media, sehingga seolah ada kontestasi "ideologi" diantara mereka, karena berbeda sudut pandang atau *setting* konsep acara yang dalam hal ini disebut sebagai ruang budaya populer. Ruang tersebut seolah membuat pembeda karena berbeda acara dan pembahasan

Praktik keagamaan yang dikomersilkan dan dikapitalisasi memiliki relasi dengan budaya populer. Ariel Heryanto menegaskan budaya populer merupakan berbagai suara, gambar dan pesan yang diproduksi secara masal dan komersial yang berupaya menarik konsumen sebanyak mungkin.⁷ Dua pengertian ini setidaknya memberikan gambaran kepada kita yang sebenarnya tidak perlu untuk dipertentangkan. Seperti pendapat Chua yang juga meminjam dua konsep itu, artinya walaupun pengertian itu nampak saling bertentangan hubungan keduanya sepanjang sejarah ditandai dengan upaya saling meminjam, penggabungan dan adaptasi dalam unsur pembentuk.

Ada dua sudut pandang terbentuknya budaya populer dari atas maupun dari konsumen. Selanjutnya kita bisa melihat bahwa praktik keagamaan yang diproduksi oleh media hari ini secara skala lebih besar dapat memproduksi massal karena yang menginginkannya semakin banyak. Bentuknya dapat berupa wacana publik, sinetronisasi, kompetisi maupun doktrinisasi yang dikemas sedemikian rupa agar

⁷ Heryanto, Ariel (2015) dalam bukunya berjudul *Identitas dan Kenikmatan mengambil, dua konsep awal mengenai Budaya Populer yang agak bertentangan*. Dalam pengertian pertama, dia menjelaskan bahwa budaya populer merupakan proses memasok komoditas satu arah dari atas ke bawah kepada masyarakat sebagai konsumen. Sedangkan dalam pengertian kedua dia lebih menekankan adanya bentuk komunikasi lain yang bukan hasil industrialisasi, relatif independen, dan beredar memanfaatkan berbagai forum dan peristiwa. Bentuk kedua merupakan pengetahuan oleh masyarakat.

konsumen mau tidak mau setiap hari ingin menyaksikannya.

Pengertian kedua bahwa konsumen semakin tidak sadar dan peduli adanya pola yang diciptakan media agar mereka selalu menantikan wacana yang dibuat. Aktivitas masyarakat seolah diciptakan oleh media terutama tentang perilaku beragama. Bagi ibu-ibu, Mamah & Aa' setiap pagi tidak boleh terlewatkan, setiap hari masyarakat hampir selalu ingin menonton sinetron Indosiar dan MNC TV bertajuk Rahasia Illahi, setiap sahur di bulan puasa juga seolah tidak mau ketinggalan acara AKSI yang merupakan ajang kompetisi ceramah dan berbagai tontonan lainnya.

Ariel Heryanto mengatakan bahwa konsumen budaya populer merupakan bukan kelas bawah baru, akan tetapi kelas menengah. Ada cibiran dari kelompok sosial yang lebih elitis sekaligus menghina, dan menganggap rendah. Sementara itu banyak kelompok jelata bersikap mendua, sebagian bercita-cita naik kelas dengan mengikuti perkembangan terbaru, sementara kelompok lainnya tetap merasa grogi oleh hiruk pikuk budaya populer. Karena itulah dapat disimpulkan bahwa budaya populer berwatak politis.⁸

Sedikit berbeda dengan hal tersebut, Barker (2011) menyandingkan budaya pop dengan *cultural studies*, dikatakan yaitu sebagai landasan tempat di mana persetujuan dapat dimenangkan atau tidak. Ada sepasang konsep lain dalam teks awal *cultural studies* yaitu ideologi dan hegemoni.⁹ Hal lebih luas dalam pengertian ini menjadi budaya pop yang memiliki kekuasaan mengkonstruksikan wacana, ideologi dan hegemoni.

Dalam mengkonsumsi budaya populer hari ini, masyarakat seolah mengikuti gaya media. Media dengan sengaja membahas dan menampilkan *extra ordinary of daily activity* bertujuan menggambarkan keseharian masyarakat. Gaya keseharian masyarakat ditampilkan namun tidak biasa, sehingga apa yang dibahas dan ditampilkan tidak jauh dari apa yang dirasakan masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat seolah merasa dirinya hadir dan dicitrakan oleh media, meskipun tidak biasa.

Begitu pun acara "ceramah" tidak jauh dari pembahasan keseharian masyarakat. Mamah & Aa' sejak kemunculannya menjadi

⁸ *Ibid*

⁹ Barker, Chris (2011) menggambarkan ideologi dalam contoh representasi gender oleh iklan, di mana perempuan hanya sebagai ibu rumah tangga atau perempuan seksi, mereduksi mereka menjadi kategori tersebut dan mengabaikan tempat mereka sebagai manusia seutuhnya. Hegemoni diartikan sebagai situasi di mana satu kelompok berkuasa menerapkan otoritas dan kepemimpinan sosial terhadap kelompok-kelompok subordinat dengan cara memernangi persetujuan kelompok tersebut.

awal kemerdekaan perempuan. Perempuan (ibu-ibu) merasa ada ruang di mana mereka mendapatkan pembelaan secara publik. Mamah Dedeh membahas mengenai dinamika rumah tangga, relasi ibu-anak dan hukum waris yang di dalamnya hampir selalu menyeret kepentingan perempuan agar tidak selalu ditindas.

Inti dari pembahasan ini yaitu bagaimana ruang modern dari media itu diciptakan sedemikian rupa sehingga apapun menjadi layak untuk diangkat, termasuk agama. Agama telah berubah wujud dan menjelma dalam kapitalisme sehingga menolak segala *statement* yang mengatakan keduanya bertentangan. Kedua hal tersebut sekarang melebur dan saling mengisi satu sama lain. Dunia kapital membutuhkan agama sebagai barang untuk dikonsumsi, begitu pula agama membutuhkan dunia kapital sebagai ruang ekspansi modern.

Persoalan lain merupakan ketika konstruksi wacana dan ideologi tersebut, setelah dikonsumsi dijadikan *a new style* baik dalam *lifestyle* maupun rekonstruksi ideologi. Sejalan dengan itu, Heryanto (2015) mengatakan yang lebih penting apa artinya menjadi modern sama pentingnya dengan pertanyaan apa artinya menjadi Muslim. Menjadi hampir sama jika kita kontekstkan dengan muslim perempuan yang setelah mengkonsumsi budaya pop mengatakan "*style* saya memang modern, tapi juga muslimah". Kedua konsep ini, antara menjadi modern dan muslim semakin menunjukkan ruangnya dalam budaya pop, karena bagi masyarakat maupun perempuan (muslim) dirinya merasa tertinggal ketika tidak mengikuti perkembangan media. Artinya mereka yang modern merupakan mereka yang *up to date* informasi hari ini.

Akhirnya kita dapat melihat fakta atau gejala sosial baru dalam era modern yang dikuasai oleh media ini. Agama yang banyak dibicarakan enggan untuk bersahabat dengan ruang kapital, mau tidak mau sekarang tidak sekedar bersahabat melainkan juga membutuhkan kapital, dalam rangka penyebaran paham dan menunjukkan eksistensinya. Masyarakat pun semakin membutuhkan keduanya saling "kawin". Perilaku dan aktivitas mereka kini dapat dikontrol dan bahkan diciptakan. Selain itu, media membawa ruang perempuan (muslim) dan menampilkannya di ruang publik, karena sebagai representasi kesalehan muslimah.

Posfeminism (Agama) dalam Media *Mainstream* dan *Social media*

Setelah kita memahami tentang posfemisme (muslim) dan bagaimana agama dikomodifikasikan dalam media, selanjutnya

kita melihat seperti apa posfeminisme tersebut terbingkai dalam komodifikasi agama baik di media *mainstream* dan *social media*. Kita melihat bahwa perilaku dan kebiasaan perempuan (muslim) ketika muncul dalam media *mainstream* dan *social media*.

Kembali merujuk pada pertanyaan-pertanyaan di awal tulisan ini. Ketika istri ingin pergi keluar rumah, mengapa tidak sebaliknya? Kemudian, merujuk pada cantik karena berjilbab, apakah hal itu termasuk posfeminisme ataukah perempuan masih saja terkekang dalam ideologi patriarki yang menjadikannya objek konsumsi? Pertanyaan di akhir merupakan ketika dalam media *mainstream* dan *social media* muncul perempuan muslim, apakah hal tersebut sekarang masih mutlak hanya dikatakan perempuan hanya objek publik?

Jika merujuk pada tafsir yang "sebenarnya", Islam tidak mutlak memberikan penguasaan penuh kepada laki-laki. Dalil agama sepenuhnya memberikan kesempatan yang sama kepada laki-laki dan perempuan untuk melakukan tindakan. Dalam pandangan Tuhan, yang derajatnya paling tinggi merupakan mereka yang bertakwa.¹⁰ Selain dalil tersebut, secara mutlak dalam kitab suci, tidak ada ayat yang "menindas" perempuan. Satu ayat yang seringkali dijadikan dasar penguasaan kepada perempuan merupakan surat An Nisa ayat 34 yang artinya "laki-laki merupakan (pemimpin) pengelola atas perempuan". Ayat tersebut sering dijadikan alat dan dasar hegemoni laki-laki atas perempuan untuk mendominasi.

Ali Engineer dalam Fakih (2008) menggaris bawahi ketika dalam memahami ayat tersebut adalah merupakan deskripsi struktur dan norma pada waktu itu, bukan sebuah ajaran. Ayat ini memberikan gambaran pada saat itu laki-laki menjadi manajer rumah tangga, bukan pernyataan laki-laki harus memimpin. Kata *qowwam* selalu dipahami berbeda dari waktu ke waktu. Dahulu ayat tersebut dimaknai posisi perempuan lebih rendah dibanding laki-laki, yang sebenarnya Quran juga tidak membatasi posisi keduanya.

Betapa pun bentuk asli tafsir yang sesungguhnya itu, pada umumnya tafsir dalil agama (Islam) cenderung bersifat maskulin. Tuhan dan utusanNya pun di"maskulin"kan. Dampaknya merupakan sisi feminis menjadi nomor dua. Kuasa laki-laki menciptakan pengetahuan (agama). Menurut Foucault ada fakta bahwa pelaksanaan kekuasaan menciptakan dan melahirkan pengetahuan baru. Sebaliknya,

¹⁰ Dalam Q.S Al Hujurat ayat 14 berbunyi "Telah Aku ciptakan Laki-laki dan perempuan dan Aku jadikan kalian berbangsa dan bersuku agar kalian saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kalian merupakan yang paling bertakwa".

pengetahuan juga menciptakan kekuasaan.¹¹ Dari konsep Foucault ini, dipahami bahwa selamanya perempuan dinomor duakan, jika kuasa masih dipegang laki-laki.

Tidak selamanya pengetahuan yang diciptakan oleh penguasa tersebut membawa hegemoni yang sama dari masa ke masa. Dahulu kecenderungan budaya feodal masih bisa dilestarikan. Berbeda dengan hari ini, media membawa perempuan ke dalam ruang transformasi dan sebaliknya, media juga dijadikan perempuan sebagai ruang kebebasan. Bahasa, wacana dan representasi sampai pada gaya hidup perempuan bisa secara cepat tersebar dan dipahami publik.

Perilaku perempuan (muslim) tampaknya agak mudah dibedakan dengan yang lain. Sebagai mayoritas di Indonesia, muslimah (muda) di era modern banyak menampilkan identitasnya melalui pakaian, bahasa dan tindakan. Jilbab (dengan berbagai macam model dan aksesorisnya) sekarang menjadi barang seolah “wajib” bagi muslimah, meskipun tidak selalu tujuan idealis. Fungsi laten dibalik pakaian muslimah merupakan estetikasi. Estetikasi realitas melatarbelakangi arti penting gaya, yang juga didorong oleh dinamika pasar modernis akan adanya model, gaya, sensasi dan pengalaman baru. Gagasan mengenai konter budaya sebelumnya dipandang artistik terwujud dalam modernisme dimana kehidupan merupakan harus merupakan suatu karya seni¹².

Estetika merupakan simbol dimulainya era baru posmodernisme di mana perempuan juga berada di dalamnya. Sebagai seorang yang (seharusnya) juga bebas dan merdeka, perempuan di era ini setidaknya tidak lagi terbelenggu oleh tafsir dalil agama. Meskipun dalam tataran ideologi, perempuan belum begitu terbebaskan. Setidaknya pada masa posmodernis dengan dukungan dunia digital ini telah mampu membantu perempuan keluar dari ruang ketertindasan.

Sekali lagi posfeminisme berbeda dengan feminisme. Ideologinya tidak lagi berbicara relasi antara laki-laki dan perempuan, melainkan harus meruntuhkan dan menghilangkan relasi kuasa tersebut. Seperti apa kata Foucault¹³ pada tataran tertentu dia menentang bahkan

¹¹ Foucault melanjutkan sejarah sering digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan yang menyeragamkan masa lalu dan sering diasosiasikan dengan narasi induk (“master”). Sebaliknya Foucault mengadopsi perspektif Nietzschean atau genealogis yang melihat klaim kebenaran sebagai produk kehendak untuk berkuasa tersebar luas dalam bahasa, wacana atau representasi (Sarup, 2011).

¹² Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)

¹³ Brook, Ann. 2009. *Posfeminis & Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.

merusak feminisme. Foucault mengarah pada transformasi agar perempuan bergerak mengubah relasi kuasa.

Posfeminisme dalam media ditulis oleh¹⁴ Brook terdapat kenikmatan posfeminisme dalam kepenontonan. Penonton feminin berbeda dengan penonton perempuan, di mana dia dikonstruksi oleh teks, wacana dan khalayak perempuan. Teks yang dimaksud seperti ruang tontonan yang dikonstruksikan oleh laki-laki dan perempuan memahami itu semua. Konsep tersebut kemungkinan besar sepakat ketika menyinggung perempuan (muslim) baik sebagai objek maupun subjek tontonan.

Seperti pembahasan sebelumnya, kemunculan tokoh perempuan (muslim) di dalam media *mainstream* dapat dianggap sebagai komoditas baru. Namun, dengan interpretasi tersebut, makna posfeminisme belum sejati. Dalam teks dan wacana perempuan (muslim) di media, harus kita berikan makna bahwa kehadirannya merupakan simbol kebebasan. Meskipun itu merupakan hasil konstruksi publik dan kapital, perempuan dapat memanfaatkannya sebagai ekspresi dan melakukan resistensi tanpa bayang-bayang patriarki.

Posfeminisme, posmodernisme dan budaya populer dalam wujud kapitalisme baru juga berdampingan dengan praktik agama mengarah pada entitas kebebasan. Perkawinan kedua konsep yang seolah berlawanan ini semakin tanpa batas. Ajaran agama mengharuskan muslimah untuk menutup aurat. Hal tersebut yang menjadi dasar mengapa hari ini pemakai jilbab sangat tinggi. Namun ada hal yang perlu diperhatikan, bahwa ketika muslimah menggunakan *social media* (instagram dan youtube) seolah tidak mempedulikan ajaran tersebut. Mereka dengan mudahnya bisa saja menggunakan jilbab (menutup aurat) atau tidak. Fakta lainnya merupakan jika di media sosial menutup aurat, namun selain itu tidak, atau sebaliknya. Belum lagi jika instagram dimanfaatkan sebagai ruang eksistensi para muslimah yang taat.

Beberapa akun media *social media* (instagram)¹⁵ seolah menjelma sebagai wacana tandingan di samping agama. Jika seseorang dalam agama merasa dibatasi, maka dia mendapatkan ruang baru dalam *social media* untuk menampilkan diri. Resistensi disalurkan lewat *social media* yang dalam kajian *cultural studies* atau budaya pop difokuskan untuk meruntuhkan kekuasaan. Perlawanan tersebut berjalan dalam rangka menandingi wacana.

¹⁴ *Ibid*, hlm.271

¹⁵ @muslim.feminism, @wokemuslims, @muslimfeminist, @muslimfeminists

Penutup

Keseimbangan relasi laki-laki dan perempuan selalu berproses dengan menunjukkan peningkatan. Peningkatan yang dimaksud ketika masyarakat mulai menyadari keduanya harus setara, begitu pula perempuan itu sendiri. Ideologi, teks, wacana dan perilaku perempuan (muslim) juga sebenarnya mulai menemukan titik kebebasan. Simbol kebebasan dalam posfeminisme dengan konteks posmodernisme ditunjukkan dengan berbagai ekspresi dan citra.

Perempuan (muslim) ketika memanfaatkan media dan *social media*, secara tidak langsung wacana dan citranya dikonsumsi publik. Hasil konsumsi akan menimbulkan interpretasi yang salah satunya merupakan kebebasan perempuan. Perilaku mereka, dengan simbol dan identitas agama dapat mengeleuarkan dari cengkeraman laki-laki. Komodifikasi agama tersebut membawa ke arah kebebasan dan kemerdekaan dengan salah satu faktornya merupakan “postingan tanpa batas”.

Kiriman seorang Posfeminist di *social media* akan mengarahkan publik ke dalam wacana perlawanan kuasa. Selain itu, eksistensi perempuan yang bebas dan merdeka mulai tampak. Dalam hal ini kebebasan yang bukan lagi sekedar feminis yang masih dalam balutan patriarki. Posfeminisme dalam komodifikasi memberikan warna perempuan muslim yang di satu sisi bisa dilihat sebagai kesalahan dan di sisi lain tidak lagi selalu tunduk pada kuasa.

Daftar Bacaan

- Abdullah, Irwan. 2003. *Sangkan Paran Gender*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2010. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barker, Chris. 2011. *Cultural Studies: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean. 2013. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Brook, Ann. 2009. *Posfeminis & Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fakih, Mansour. 2008. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Insist Press.
- Featherstone, Mike. 2008. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Freud, Sigmund. 2003. *Teori Seks*. Yogyakarta: Penerbit Jendela.
- Heryanto, Ariel (ed). 2012. *Budaya Populer Di Indonesia: Mencairnya*

- Identitas Pasca-Orde Baru. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Sarup, Madan. 2011. *Sebuah Pengantar untuk Memahami Postrukturalisme dan Posmodernisme*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Suryakusuma, Julia. 2012. *Agama, Seks dan Kekuasaan*. Depok: Komunitas Bambu.
- Tong, Rosmarie Putnam, 2010. *Feminist Thought*. Yogyakarta: Jalasutra.