

BAB 2

IDEOLOGI JENDER, FEMINISME DAN *CHICK LIT*

Dalam bab ini akan dibahas keterkaitan antara teks dan konteks. Teks yang dimaksud di sini adalah teks tujuh fiksi populer *chick lit* yang diteliti, sedangkan konteks adalah hal-hal di luar teks yang memiliki keterkaitan erat dalam melahirkan teks *chick lit*. Konteks yang akan dibahas berhubungan dengan ideologi jender dominan yang berperan di masyarakat Inggris dan Indonesia. Sebagai produk dari budaya populer, *chick lit* adalah sebuah fenomena sosial yang terkait pada ruang dan waktu ia diproduksi. Ia lahir sebagai respon atas nilai-nilai dan permasalahan-permasalahan spesifik yang dipicu oleh kondisi politik, sosial, ekonomi dan budaya pada waktu budaya populer tersebut diproduksi (Chandler, 1997; Fiske, 1989; Thwaites *et al.*, 1994; Storey 2001). Dalam membaca teks sebuah bentuk budaya populer, pemahaman terhadap konteks yang mewadahnya perlu dilakukan untuk mampu membaca dan memberi makna terhadap teks tersebut secara lebih utuh. Bennet dan Woollacott (dikutip dalam Storey, 1996, hal 44-5) menjelaskan bahwa teks dan konteks tidak dapat dipisahkan karena kedua-duanya merupakan bagian dari sebuah proses pada sebuah momen yang sama: tidak ada teks tanpa konteks dan tidak ada konteks tanpa teks. Mereka adalah dua sisi dari sebuah koin yang saling tergantung dalam membentuk

makna. Teks adalah produk yang ada dalam sejarah dan tidak dapat muncul secara tiba-tiba tanpa terkait pada konteks. Konteks menjadi ada dan dipahami karena ideologi-ideologi yang beroperasi dalam memberi makna terhadap konteks, sehingga konteks dapat dipahami melalui pembacaan ideologi-ideologi yang berkontestasi dalam memberi makna dominan dalam sebuah relasi kekuasaan. *Chick lit* Inggris dan Indonesia adalah sebuah fenomena sosial yang lahir sebagai respons terhadap perubahan-perubahan konteks politik, ekonomi, sosial, budaya dan sejarah yang berpengaruh pada pergeseran paradigma mengenai peran jender dan ideologi jender. Ia berangkat dari sebuah posisi dan pemahaman yang diambil oleh penulisnya dalam memaknai kondisi perempuan lajang dalam masyarakatnya. Untuk menganalisa ideologi jender dalam *chick lit* Inggris dan Indonesia, pemahaman terhadap konteks Inggris dan Indonesia perlu dilakukan untuk dapat memahami bagaimana dan mengapa ideologi jender tertentu mendasari penulisan *chick lit* di masing-masing negara.

Pada bagian pertama bab ini akan dibahas mengenai ideologi jender dominan yang berperan di Inggris dengan menelusuri sumbernya dari gerakan feminisme, dampak yang dibawa oleh gerakan tersebut terhadap hak perempuan dan mempengaruhi cara pikir dan perilaku perempuan secara umum. Secara singkat akan dibahas mengenai gerakan feminisme gelombang ketiga dan nilai-nilai feminisme yang diyakini oleh pengikutnya.. Di Inggris *chick lit* dianggap sebagai produk dari feminisme gelombang ketiga yang pelakunya menyukai budaya populer dan budaya konsumen. Pada bagian kedua akan dibahas mengenai populernya *chick lit* di Indonesia sehingga penulis Indonesia merespon kepopuleran tersebut dengan menerbitkan *chick lit* lokal. Kesamaan ada pada latar gaya hidup kota metropolitan di Indonesia dengan di Inggris, pengaruh globalisasi

dan tren perempuan berpendidikan, jumlah perempuan bekerja dan lajang yang telah menjadi fenomena global. Hal lain adalah pengaruh-pengaruh global yang disebarkan oleh media sehingga kebanyakan perempuan muda di berbagai belahan dunia yang memiliki akses, akan melihat, mendengar dan membaca materi-materi yang sama, sehingga membentuk gaya hidup, cara pikir dan tindak yang mirip dalam satu generasi. Tetapi kemiripan tersebut bisa dibedakan dengan meneliti bagaimana ideologi jender dominan yang berlaku di sebuah negara dikonstruksi dengan tujuan untuk mengatur dan membakukan peran jender.

2.1. Feminisme dan Lahirnya *Chick Lit* di Inggris

Pro kontra mengenai apakah *chick lit* merefleksikan nilai-nilai feminisme atau justru anti-feminisme seperti yang telah dibahas di sub-bab 1.1.1.4., tidak dapat dilepaskan dari perbedaan cara pandang antara feminisme gelombang kedua²⁰ dan ketiga dalam mendefinisikan feminisme. Terjadinya gerakan feminisme gelombang ketiga pada awal 1990-an, membawa dampak yang besar dalam sejarah gerakan feminisme di Barat. Dampak dari gerakan ini tidak terbatas hanya pada pelakunya yang merupakan generasi yang lebih muda, tetapi juga pada perubahan agenda feminisme yang sudah dicanangkan sejak 1960-an oleh gerakan feminisme gelombang kedua. Sebagai sebuah fiksi populer, *chick lit* dianggap memiliki peran penting dalam penyebaran ideologi tertentu karena selama ini fiksi memang menjadi media yang efektif dalam gerakan perempuan, terutama dalam menyebarkan nilai-nilai yang diyakini oleh gerakan tersebut (Jordan dan Weedon, 1995). Di dunia barat, fiksi perempuan kulit putih mulai

²⁰ Untuk memahami berbagai gerakan feminisme gelombang kedua, baca *Feminist Thought* yang ditulis oleh Tong (1998).

marak sejak tahun enam puluhan ketika gerakan feminisme gelombang kedua dimulai. Fiksi dapat mengubah kesadaran perempuan mengenai diri mereka sendiri dan posisi mereka dalam masyarakat. Fiksi juga memiliki peran sentral dalam politik seksual karena bercerita dan membaca adalah kunci utama bagi perempuan untuk memahami hidupnya dan masyarakatnya. Bercerita adalah bagian dari komunikasi sehari-hari dan dalam bercerita, kita memberi makna terhadap peristiwa-peristiwa yang terjadi. Makna yang dihasilkan sangat tergantung pada kondisi sosial dan ideologi yang diyakini. Jadi dapat disimpulkan bahwa fiksi yang diproduksi oleh pelaku feminisme gelombang kedua, akan memiliki cara pandang yang berbeda dari fiksi yang ditulis oleh feminis gelombang ketiga dalam memberi arti mengenai feminisme. Whelehan (2004) meyakini bahwa *chick lit* adalah produk dari feminisme gelombang ketiga, jadi ia mencerminkan nilai-nilai feminisme seperti yang diyakini oleh feminis gelombang ketiga yang berbeda dari yang diyakini oleh feminis gelombang kedua. *Chick lit* ditulis untuk memahami kondisi perempuan muda dalam menghadapi berbagai perubahan dalam masyarakatnya. *Chick lit* adalah hasil tulisan perempuan masa kini (*new woman's writings*) yang mengangkat isu-isu sentral yang dihadapi oleh perempuan lajang seperti yang direpresentasikan oleh Bridget Jones dan Becky dalam menawarkan ideologi-ideologi alternatif yang berpihak pada kepentingan dan hak perempuan lajang (Whitehead, 2003; Israel, 2003; Ferris dan Young, 2006; Whelehan 2004; Van Slooten, 2006).

2.1.1. Nilai-nilai Feminisme Gelombang Kedua

Walaupun *chick lit* adalah produk dari feminisme gelombang ketiga, pemahaman terhadap nilai-nilai feminisme itu sendiri telah ditanamkan sejak

gerakan feminisme gelombang kedua berhasil memperjuangkan kesetaraan hak bagi perempuan. Gaung dari hasil gerakan tersebut sangat terasa di hampir semua lini kehidupan, terutama dalam dunia politik, sosial, ekonomi dan akademis. Dalam dunia akademis, para feminis mengembangkan berbagai teori feminisme yang merevolusi cara berpikir tradisional mengenai perempuan. Banyak buku-buku diterbitkan yang mendokumentasi sejarah gerakan feminisme dan pikiran-pikiran feminis Inggris. Feminisme dipelajari di departemen-departemen kajian wanita di seluruh dunia dan feminisme menjadi sebuah wacana yang tidak terpisahkan dari kehidupan perempuan dimulai dari dunia akademis dan dibawa keluar ke dalam pekerjaan dan kehidupan sosial.²¹ Hasil dari gerakan tersebut dapat dilihat dari makin banyaknya perempuan yang mengecap pendidikan tinggi. Mengutip Whitehead (2003), jumlah perempuan yang berpendidikan tinggi melaju dengan cepat, bahkan melebihi jumlah laki-laki, sehingga mereka tidak lagi bisa dianggap sebagai “*the second sex*.”²²

The story of the new single woman begins with her remarkable ascendancy into First Sex status in higher education. In a strikingly short period of time, young women have become the majority on undergraduate college campuses. . . . In 1981, for the first time, the number of women who received bachelor's degrees exceeded the number of men who earned

²¹ Mereka bersatu dalam *sisterhood of women* dalam menolak opresi laki-laki yang tercermin dalam sistim patriaki dan kapitalisme (Beasley, 1999). Mereka percaya bahwa opresi yang dilakukan oleh sistim patriaki dan kapitalisme dimulai bahkan dalam kehidupan pribadi perempuan dari masa kanak-kanaknya hingga dewasa karena “*the personal is political*”. Konsep ini menguntungkan gerakan feminisme karena dengan menjadikan pengalaman pribadi sebagai sesuatu yang politis, sehingga perempuan yang tertindas dapat memperoleh hak mereka di depan hukum. Pada awal tahun 1970-an tuntutan mereka menjadi fokus dari kampanye politis dan kultural (Jordan dan Weedon, 1995, hal. 182), ketika mereka menuntut “*equal access to education, free contraception and abortion, adequate childcare facilities, the right of women to define their sexuality for themselves and an end to discrimination against lesbians, [and] an end to domestic and sexual violence*”. Pada awal 70an, tuntutan ini adalah sesuatu yang urgen dalam mengakhiri penindasan terhadap perempuan. Perempuan didorong untuk memiliki *consciousness-raising* yaitu kesadaran atas haknya dan posisinya dengan menolak penindasan terhadap dirinya dalam pengalaman pribadi maupun sosial.

²² Judul dari buku Simone De Beauvoir, yang merupakan buku yang sangat fenomenal dalam menggambarkan posisi perempuan dalam masyarakat sebagai warga kelas dua dibandingkan dengan laki-laki sebagai warga kelas satu.

that degree. In 1984, for the first time, the number of women enrolled in graduate school exceeded the number of men. In 1987, for the first time, the number of women earning master's degrees exceeded the number of men who earned the degree.

Currently, among those who are ages 25 to 39, the number of women who hold at least a bachelor's degree now exceeds then number of men at the same level of educational attainment (64-5).

Data di atas menunjukkan meningkatnya jumlah perempuan, bahkan melebihi jumlah laki-laki, yang mengenyam pendidikan tinggi. Hal tersebut berdampak pada perubahan cara pandang perempuan yang menghendaki lebih banyak pilihan dalam hidup daripada menikah sebagai satu-satunya pilihan. Jika akhirnya memilih untuk menikah, biasanya mereka akan menunda usia perkawinan dan hal tersebut berdampak pada terbentuknya satu generasi perempuan lajang dalam rentang usia 20 hingga 30 tahun yang meningkat dengan drastis. Generasi ini memiliki gaya hidup tertentu dalam hal perilaku dan opini mengenai pernikahan dan kehidupan seks.

[T]here has been a dramatic rise in the percentage of single women in their 20s and 30s. . . . There has also been a change in the conduct of young women's intimate lives. Though today's young women are delaying their entry into marriage, they are not waiting to have sex until they are approaching, or have reached, their wedding day. . . . women's early sexual relationships are less likely to be connected to the expectation or promise of marriage than they were in the past. Since the sexual revolution of the '60s, the cultural meaning and purpose of sex in an unmarried young woman's life have changed. Increasingly, early sexual experience has become part of a normative process of adolescent self-development rather than an initiatory event that is closely linked to the timing of first marriage (ibid. hal 10-11).

Jelas bahwa gerakan feminisme gelombang kedua yang terjadi pada tahun 1960-an juga membawa dampak yang besar pada kehidupan pribadi perempuan lajang. Perilaku seks dianggap sebagai perilaku yang ada dalam ranah pribadi dan merupakan bagian dari proses pendewasaan diri. Seks tidak lagi dikaitkan sebagai pengalaman pertama perempuan ketika ia menikah. Pada saat yang sama, “*the*

Pill” yang dapat dikonsumsi perempuan untuk mencegah kehamilan diperkenalkan (Israel, 2003, hal. 209). Hal tersebut sangat berpengaruh pada pola kehidupan seksual perempuan lajang yang menganggap seks sebagai bagian dari pembicaraan sehari-hari dan merupakan bagian integral dari kehidupan mereka (Trimberger, 2005, hal.33). Pil anti hamil menghilangkan resiko kehamilan bagi perempuan yang mempunyai kehidupan seksual yang aktif. Mereka tidak perlu mengambil resiko kehamilan yang tidak diinginkan dan dapat menikmati kehidupan seksual tanpa resiko seperti laki-laki.

2.1.2. Pelaku Feminisme Gelombang Ketiga dan Nilai yang Diyakini

Dasar-dasar pola pikir dan perilaku yang revolusioner yang diletakkan pada sekitar tahun enam puluhan, berkembang dengan pesat terutama pada sekitar tahun sembilan puluhan ketika generasi perempuan muda yang ber-ibu-kan feminis gelombang kedua, beranjak dewasa dan menginjak usia sekitar duapuluh hingga tigapuluhan. Mereka tidak merasa cocok dengan prinsip-prinsip yang diperjuangkan oleh generasi perempuan seumur ibu mereka.

Katie Roiphe in 1999 wrote that . . . she realized that she had been indoctrinated into the Cult of Independence. “It may be one of the bad jokes history play on us,” she wrote, “. . . the independence my mother’s generation wanted so much for their daughters was something we could not entirely appreciate or want. It was like a birthday present from a distant relative—wrong size, wrong color, wrong style.” And the “dark and unsettling truth” was that the gift could not be returned (Israel, 2003, hal. 255).

Perempuan-perempuan muda tersebut lahir dengan sebuah asumsi bahwa segala hal yang dicapai dari hasil perjuangan kaum feminis gelombang dua, adalah hak alamiah yang merupakan bagian dari hak mereka sejak lahir. Perubahan jaman dan perbedaan generasi menyebabkan dua generasi feminis menginginkan hal

yang berbeda.²³ Secara konsensus, awal gerakan feminisme gelombang ketiga ditandai dengan diterbitkannya beberapa buku oleh perempuan-perempuan penulis yang berusia antara 20 hingga 30 tahun pada sekitar tahun 1990-an. Seperti juga Betty Friedan dengan bukunya *The Feminine Mystique*²⁴ (1963) menandai dimulainya feminisme gelombang kedua, maka Naomi Wolf dengan bukunya *The Beauty Myth*²⁵ (1991) dan *Fire with Fire*²⁶ (1993); Katie Roiphe dengan bukunya *Morning After: Sex, Fear and Feminism*²⁷ (1993), dan Rene Denfeld dengan

²³ Agenda gerakan feminisme gelombang kedua yang dirangkum dalam moto *the personal is political*, dalam beberapa hal sangat menguntungkan perjuangan perempuan dalam bidang hukum dan politik, tetapi pada sisi lain ia juga telah menindas dan membelenggu perempuan yang tidak sepaham. Agenda ini seolah-olah mendesak perempuan untuk menerima “kebenaran hakiki sebagai perempuan” sebagai kebenaran tunggal, karena kebenaran lain akan dipandang sebagai penolakan atau serangan terhadap perjuangan feminisme. Hal lain yang membuat perempuan tidak nyaman dengan sebutan feminis pada era ini adalah citra yang melekat pada seorang feminis, walaupun citra negatif ini banyak disebabkan oleh liputan media yang tidak bersahabat. Seorang feminis biasanya digambarkan sebagai “a fat, ugly woman with short hair and bad dress sense. Typically, there is an assumption of lesbianism too” (Zalewski, 2000, hal.10). Label ini masih ditambah lagi dengan tuduhan bahwa mereka adalah perempuan yang “hairy, man-hating, lesbian, ugly, radical and bra-burning” (Sowards and Renegar, 2004). Citra buruk mengenai seorang feminisme merupakan salah satu alasan mengapa banyak perempuan muda yang tergabung dalam gerakan gelombang ketiga menolak menyebut diri mereka sebagai seorang feminis karena mereka tidak merasa dirinya sebagai seorang sosok feminis seperti yang dicitrakan oleh para feminis gelombang kedua.

²⁴ Dalam buku pertamanya, Friedan menganalisa peran perempuan dalam masyarakat industri, terutama peran mereka sebagai ibu rumah tangga yang mengukung. Friedan berbicara mengenai ketakutannya untuk menjadi sendiri dan mengamati bahwa ia tidak pernah menemukan model panutan positif dalam diri perempuan yang bekerja dan berkeluarga. Dengan latar pendidikan psikologinya, Friedan mengkritik teori “*penis envy*” Freud yang disebutnya penuh dengan paradoks. Ia juga menawarkan beberapa jawaban bagi perempuan yang ingin melanjutkan pendidikannya (en. wikipedia).

²⁵ Wolf mengkritik norma-norma dalam masyarakat yang menjadikan kecantikan sebagai tuntutan dan penilaian terhadap perempuan. Ia mengamati bagaimana konsep mengenai kecantikan perempuan berpengaruh pada pekerjaan, budaya, agama, seksualitas, gangguan pada pola makan dan bedah kosmetik. Lebih jauh ia menyatakan bahwa perempuan dalam budaya Barat telah dihancurkan oleh tekanan untuk memenuhi konsep ideal mengenai kecantikan dan menenggarai mitos kecantikan ini bersifat politis, yaitu sebagai cara dalam mengukuhkan sistem patriarkal. Buku ini sering dianggap sebagai kelanjutan dari *The Feminine Mystique*.

²⁶ Buku kedua Wolf dikenal sebagai buku feminis gelombang ketiga yang secara tegas memutuskan hubungan dengan gelombang kedua. Ia menyatakan bahwa gerakan feminis gelombang kedua sudah stagnan karena tidak lagi sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini oleh perempuan-perempuan muda pada generasinya.

²⁷ Secara konsep, *Morning After* serupa dengan *Fire with Fire* dalam hal mengkritik nilai-nilai feminisme gelombang kedua yang memosisikan perempuan sebagai korban. Ia memakai isu pemerkosaan sebagai contoh bagaimana perempuan diposisikan sebagai korban yang perlu

bukunya *New Victorians: A Young Woman's Challenge to the Old Feminist Order*²⁸ (1995) dianggap telah memulai era feminisme gelombang ketiga.

Walaupun ketiga perempuan²⁹ tersebut sering disebut sebagai postfeminis karena kritiknya terhadap teori dan nilai-nilai feminisme, tetapi mereka tidak memulai gerakan gelombang ketiga itu sendiri. Jika gerakan gelombang kedua dimulai dari dunia akademisi dan kemudian keluar ke arena publik dengan pelaku yang sama, maka dalam gerakan gelombang ketiga, pelaku dalam dunia akademis dan pelaku di luarnya adalah perempuan dari kelompok dan golongan yang berbeda, yang diidentifikasi sebagai kelompok akar rumput³⁰. Mereka menggunakan budaya populer sebagai tempat mereka beraktifitas, padahal budaya populer adalah budaya yang dipandang rendah oleh feminis gelombang kedua³¹.

dilindungi daripada dianggap sebagai perempuan yang mampu bertanggungjawab atas semua perbuatannya.

²⁸ Senada dengan Wolf dan Roiphe, Denfeld menuduh feminis gelombang kedua telah membawa perempuan pada jaman Victorian sekitar 1800-an ketika perempuan tidak memiliki kekuatan politik, lemah dan mengalami represi secara seksual. Ia mengamati bahwa setelah 25 tahun, agenda gerakan feminis gelombang kedua masih tidak berubah, misalnya: laki-laki tetap diperlakukan secara tidak adil, dan perempuan tetap diposisikan sebagai korban yang tidak berdaya. Ia menyatakan bahwa “[w]omen of my generation have not failed feminism. Feminism has failed us”, dan arena hal tersebut, banyak perempuan muda menolak untuk disebut sebagai feminis.

²⁹ Dalam kertas kerjanya yang berjudul “The legacy of the personal: generating theory in feminism’s third wave”, Siegel (1997) mengamati bahwa ketiga perempuan penulis itu memposisikan diri mereka sebagai juru bicara dari gerakan gelombang ketiga dan menolak campur tangan para akademisi dalam memformulasikan teori-teori feminisme tertentu yang dianggap dapat membatasi gerakan tersebut karena mereka dianggap tidak mampu memahami gerakan yang terjadi di akar rumput.

³⁰ Catherine Orr (1997) dalam kertas kerjanya “Charting the currents of the third wave”, melihat bahwa penyebab penolakan terhadap campur tangan para akademisi adalah untuk menghindari eksklusifitas seperti yang telah terjadi pada gerakan feminisme gelombang kedua ketika perempuan dari kalangan akar rumput tidak memperoleh akses. Tanpa akses, permasalahan yang dihadapi oleh kalangan akar rumput tidak pernah disuarakan. Karena merasa ditinggalkan ini lah maka gerakan yang muncul dari akar rumput ini terkesan mengadakan “balas dendam” dengan menyatakan bahwa “third wave ini adalah milik kami”, jadi jangan ikut campur, sebagaimana mereka merasa gelombang kedua bukan milik mereka.

³¹ Feminisme gelombang ketiga juga diidentifikasi sebagai postfeminist yang merangkul teori-teori postmodern yang mengacu pada keterbukaan, pluralisme dan inklusifisme sehingga dapat menyuarakan tuntutan dari mereka yang selama ini ada dalam budaya marjinal, disasporis dan terkolonial. Mereka mengkritik feminis gelombang kedua karena kerangka berpikir modernis mereka yang bersifat esensialis dan eksklusif (Brooks, 1997). Sesuai dengan kerangka berpikir

Jadi pada gerakan gelombang ketiga, para pelakunya justru melakukan hal-hal yang dihindari atau yang dipandang rendah oleh gerakan sebelumnya.

Ada dua antologi yang dianggap mewakili tulisan perempuan pelaku feminisme gelombang ketiga yang berisi tentang pengalaman-pengalaman pribadi dalam menghadapi berbagai permasalahan ketika mereka tumbuh dewasa, yaitu *To Be Real: Telling the Truth and Changing the Face of Feminism* (1995) yang diedit oleh Rebecca Walker dan *Listen Up: Voices from the Next Feminist Generation* (1995) yang diedit oleh Barbara Findlen. Dalam pengantar bukunya, Rebecca Walker menyatakan bahwa ia ingin mengetahui berbagai pilihan-pilihan hidup dan perilaku yang tampaknya bertentangan dengan gerakan feminisme untuk dapat memperoleh pemahaman baru bagi pemberdayaan perempuan dan perubahan sosial. Barbara Findlen juga menuliskan dalam pengantar bukunya bagaimana perempuan muda saat itu tumbuh besar setelah masa-masa "*the problem that has no name*,"³² gerakan hak-hak asasi manusia, perang Vietnam dan gerakan feminisme. Mereka mewarisi hasil gerakan feminisme yang penting, yaitu perasaan bahwa ia memiliki hak. Kedua antologi itu berupaya memberi definisi baru mengenai feminisme dengan memberi tempat pada dan mendengarkan suara kalangan akar rumput dalam mempersepsi arti feminisme. Tulisan-tulisan dalam antologi itu menyajikan sesuatu yang "otentik" karena pengalaman yang

teori-teori modern yang berpihak pada budaya kanon, maka feminis modern juga memandang rendah budaya populer yang dianggap sebagai sekedar alat dari industri kapitalis yang mengukuhkan ideologi patriarki yang "membujuk" dan "membodohi", sehingga perempuan penikmat budaya populer menjadi korban yang pasif.

³² Ungkapan yang dipakai oleh Betty Friedan dalam bukunya *The Feminine Mystique* (1963), dalam menggambarkan kondisi perempuan kelas menengah di Amerika pada sekitar tahun 50-an yang mengalami ketidakpuasan terhadap kehidupan mereka dan mendambakan sesuatu yang tidak dapat diutarakan di luar tugas-tugas rumah tangga. Friedan menyalahkan media yang secara konsisten menampilkan gambaran feminitas yang ideal. Hal tersebut merupakan sebuah konstruksi yang mengajarkan bahwa tugas utama perempuan adalah untuk menangkap laki-laki, mempertahankannya, memiliki anak, dan menempatkan kepentingan suami dan anak-anak sebagai yang utama.

disuarakan adalah pengalaman pribadi dalam konteks kehidupan sehari-hari. Walaupun tulisan-tulisan itu tidak mewakili suara feminis gelombang ketiga secara keseluruhan, kedua antologi tersebut menunjukkan bahwa feminisme saat ini dipersepsi secara berbeda oleh generasi muda. Bagi mereka, feminisme identik dengan keberagaman dan tidak ada pedoman-pedoman tertentu yang harus dipenuhi atau diikuti untuk menjadi seorang feminis. Perempuan dapat menjadi feminis sesuai dengan pemahaman yang diyakini dan dipilihnya, dan sesuai dengan kondisi di mana ia tinggal dan beraktifitas. Mereka pun bersifat terbuka dalam menerima perbedaan yang disebabkan oleh kesukuan, etnisitas, agama, seks, pendidikan, maupun preferensi seksual, sehingga pelaku gelombang ketiga berasal dari latar belakang yang sangat bervariasi tetapi disatukan oleh minat dan usia. Mereka adalah generasi yang lahir dan dibesarkan pada masa di mana mereka dapat menikmati hasil perjuangan feminis gelombang kedua, sehingga mereka menganggap persamaan hak dalam memperoleh pendidikan dan pekerjaan adalah hak yang melekat pada mereka secara alamiah.³³

Berbeda dengan feminisme sebelumnya yang melihat perempuan sebagai suatu kelompok yang harus bersatu untuk mengubah dunia dengan melakukan demonstrasi-demonstrasi, feminisme generasi ini justru mendorong perempuan untuk mencari individualismenya, karena setiap perempuan memiliki keunikan dan perbedaan sebagai sesuatu yang alamiah. Jika sebelumnya perempuan dilihat sebagai *unitary subject*, maka sekarang mereka dilihat sebagai "*multiple subject, beyond race, class and sexual differences*" (Canty, 2004). Dalam bukunya *Fire with Fire* (1993), Naomi Wolf mengkritik feminis gelombang kedua karena

³³ Baca bagian 1, 2 dan 3 dari *Third Wave Agenda: Being Feminist, Doing Feminism* (Eds. Heywood dan Drake, 1997) mengenai agenda feminis gelombang ketiga dalam praktiknya sehari-hari.

menempatkan perempuan secara kolektif pada posisi sebagai korban yang tidak berdaya, yang ia sebut dengan *victim feminism*, sehingga perempuan harus terus-menerus memperjuangkan haknya. Tetapi feminis gelombang ketiga merangkul *power feminism* yang mendorong perempuan untuk merayakan individualismenya. *Power feminism* adalah posisi yang diambil perempuan dalam mempersepsikan relasi kuasa, yaitu bahwa mereka memiliki kuasa setara laki-laki dan bagaimana memakai kuasa tersebut untuk menciptakan dunia yang lebih baik bagi dirinya dan orang-orang di sekitarnya, tanpa membedakan jenis kelamin (hal. 136-8).

Hal itu juga membawa dampak pada perilaku seksual feminis muda yang tidak lagi memandang laki-laki sebagai musuh utama atau kelompok yang menindas, tetapi lebih sebagai teman. Cox (dikutip dari Sowards and Renegar, 2004) melihat bahwa politik feminis gelombang ketiga lebih tepat disebut sebagai politik jender yang mengkritisi dan mengevaluasi peran sosial laki-laki dan perempuan sehingga keduanya bisa hidup berdampingan secara damai. Laki-laki dan perempuan ditempatkan pada posisi yang sama dan bahkan laki-laki diikutsertakan sebagai pelaku dalam gerakan gelombang ketiga. Di sini terlihat adanya pergeseran paradigma dari mengasumsikan laki-laki sebagai musuh dan penindas, menjadi juga korban dari sistem patriarki. Pergeseran paradigma tersebut menciptakan suasana yang lebih kondusif dalam relasi antara perempuan dan laki-laki yang diwadahi oleh feminisme yang lebih inklusif. Dalam kerangka berpikir seperti ini, berhubungan seks dengan laki-laki sudah tidak menjadi isu krusial karena seorang perempuan boleh berhubungan seks dengan siapa saja, dengan kaum sejenis atau lawan jenisnya, karena dianggap sebagai pilihan pribadi. Seorang perempuan boleh menikah, melajang, punya anak, menjadi orang tua

tunggal, memiliki karier, menjadi ibu rumah tangga, homoseksual, biseksual atau transgender, tanpa ada batasan-batasan yang melarangnya. Dari perbedaan konteks historis tampak bahwa mereka adalah generasi muda yang mempunyai gaya hidup, cara pandang dan nilai-nilai yang berbeda dibandingkan dengan generasi ibu mereka. Terlihat adanya perubahan total terhadap cara melihat, berpikir dan bertindak diantara dua generasi gerakan perempuan dalam mempersepsikan feminisme.³⁴

2.1.3. Feminisme Gelombang Ketiga dan Budaya Konsumen

Pelaku gelombang ketiga adalah perempuan muda berumur antara duapuluh hingga tigapuluh tahun, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa mereka yang berumur belasan bahkan seusia tiga belas tahunan pun ikut dalam gerakan tersebut. Mereka juga tumbuh dalam budaya konsumen, dan budaya populer menjadi konsumsi sehari-hari, serta media dan teknologi menjadi alat dan kebutuhan utama dalam berkarya dan berkomunikasi. Drake (1997) mengamati bahwa pelaku gelombang ketiga selalu berbicara mengenai kesenangan (*pleasure*).

Third Wave women and men talk a lot about pleasure. This could be because we are young or because we're such well-trained consumers or because we're into some kind of playful posmo aesthetic or because we watched too much TV growing up, but I can't dismiss this, for it's such a hunger and a joy in the work . . . the pleasure-seeking impulse makes its unruly way through the personal and political play with sex/uality, but it also consistently informs Third Wave claims to feminism itself.

³⁴ Baca *Manifesta: Young Women, Feminism And the Future* oleh Baumgardner dan Richards (2000) mengenai nilai-nilai yang diyakini oleh feminis gelombang ketiga dan arah yang hendak dituju oleh generasi ini. Buku ini merupakan perpaduan antara autobiografi penulisnya karena banyaknya contoh pengalaman pribadi mereka sebagai pelaku gelombang ketiga dan buku panduan bagi perempuan mengenai bagaimana berpikir dan bersikap sebagai pelaku gelombang ketiga.

Kesenangan menjadi tema utama dalam gerakan gelombang ketiga, dan terkesan ada unsur main-main dan tidak serius. Dalam merayakan perbedaan dan kontradiksi, feminis muda melepaskan diri dari batasan-batasan yang dibuat oleh feminis gelombang kedua untuk mereka, terutama dalam hal berdandan. Mereka melakukan segala sesuatu yang menyenangkan diri dan menikmati segala sesuatu yang “dilarang” oleh feminis gelombang kedua, seperti bersikap konsumtif, mempercantik diri, sadar fesyen, dan memakai kosmetik. Jika dulu para feminis secara konsisten mengajarkan perempuan untuk memotong pendek rambut, berhenti mencukur bulu tubuh, berhenti memakai make-up dan menahan diri untuk tidak berhubungan seks dengan pihak musuh (laki-laki) (Scott, 2005, hal. 291), maka yang terjadi saat ini adalah sebaliknya. Bagi feminis muda, menjadi cantik, memakai warna merah muda, mengoleskan cat kuku, membentuk tubuh atau menunjukkan bagian-bagian tubuhnya tidak menjadikan seseorang sebagai *bimbo*, tapi *smart* (Mann dan Huffman, 2005), karena bagi mereka, itu adalah alat kuasa yang boleh mereka gunakan sekehendaknya. Feminis dalam konteks tersebut dinamakan sebagai “*feminist-free-for-all . . . [which] empties feminism of any core sets of values and politics*” (ibid.). Moto *the personal is political* dibalik menjadi *the political becomes totally personal* karena individualisme memungkinkan orang untuk memilih nilai yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa adanya rambu-rambu yang mengatur apa yang baik atau tidak, boleh atau tidak.

Sikap tersebut didukung oleh makin populernya budaya konsumen di kota-kota besar di Inggris. Pusat-pusat perbelanjaan super modern mulai menjamur sejak akhir tahun 80-an, masa yang berdekatan dengan dimulainya gerakan feminisme gelombang ketiga pada awal 90-an, sehingga dapat dikatakan bahwa pelaku

feminisme gelombang ketiga adalah mereka yang tumbuh dewasa seiring dengan maraknya budaya konsumen yang ditandai dengan keberadaan mal. Mal³⁵ bukan lagi hanya sebagai tempat belanja, tetapi sudah berkembang menjadi tempat tujuan, sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan keseharian masyarakat perkotaan modern untuk tempat bersosialisasi, rekreasi dan bersantai (Paterson, 2006, hal. 172). Berbagai studi mutakhir dari perspektif feminisme mengenai pusat-pusat perbelanjaan, menunjukkan bahwa keberadaan mal di kota-kota besar dapat memberdayakan perempuan. Pada akhir abad ke-19, kehormatan perempuan di Inggris dari kalangan kelas menengah tidak saja diasosiasikan dengan pekerjaan kerumahtanggaan, tetapi juga pada keberadaannya di dalam rumah. Ketika pusat perbelanjaan seperti Harrods (1903) dan Selfridge's (1909) dibuka, mereka menciptakan tempat di luar rumah bagi perempuan untuk dapat melakukan tugas mereka seperti belanja, sekaligus bersosialisasi tanpa mengorbankan kehormatan mereka. Pendiri Selfridge's, Gordon Selfridge, pernah mengatakan bahwa Selfridge's bukan sekedar toko, tetapi pusat komunitas (Nava, 1997, hal. 69) yang nyaman dan indah di mana perempuan dapat melakukan berbagai aktifitas di luar rumah untuk sejenak meninggalkan rutinitas pekerjaan rumah tangga dan lingkungan rumah yang membosankan. Jadi dapat dikatakan bahwa keberadaan pusat perbelanjaan tersebut menawarkan kebebasan bagi perempuan untuk menciptakan ruang sosial mereka di luar rumah tanpa mengorbankan status maupun martabat.

Mal juga dipandang sebagai “monumen modernitas”, sebagai situs yang mengusung segala aspek kehidupan modern ke dalamnya mulai dari arsitekturnya

³⁵ Baca juga *The Shopping Experience* (Ed. Falk dan Campbell, 1997) sebuah hasil studi dengan pendekatan interdisipliner mengenai kebiasaan berbelanja dan makna dari mal untuk pengunjungnya.

hingga pada tren-tren yang sedang berkembang, misalnya fesyen (Nava, 1997, hal 64), sehingga keberadaan seseorang di dalam, juga menunjuk pada identitas orang tersebut. Bagi perempuan muda pelaku feminisme gelombang ketiga, mereka beranjak dewasa dalam pusat-pusat perbelanjaan itu. Jumlah waktu yang mereka habiskan di mal, sebanyak waktu yang mereka habiskan di rumah, di sekolah maupun di kantor. Pada usia sekolah, di tempat-tempat tersebut, mereka bertemu dengan teman-teman, melakukan aktifitas yang menyenangkan dalam kelompok seumur, menciptakan berbagai budaya anak muda, juga tempat mereka dapat melihat dan dilihat oleh orang lain (Langman, 1992). Setelah dewasa dan bekerja, mal tetap menjadi tempat favorit untuk melarikan diri dari rutinitas pekerjaan rumah tangga dan kantor untuk bersantai dan bersosialisasi dengan teman-teman melalui berbagai kegiatan misalnya nonton, makan, berbelanja produk-produk fesyen atau sekedar ngobrol di cafe-cafe. Di dalam mal, ia juga dapat menghabiskan waktu dengan berjalan-jalan tanpa tujuan tertentu, untuk melihat, mengagumi dan memamerkan diri dalam sebuah ruang yang melegitimasi keinginan perempuan untuk menjadi subyek yang melihat maupun obyek yang dilihat untuk kepuasan dan kesenangan diri. Dapat dikatakan bahwa pusat-pusat perbelanjaan di Inggris menjadi salah satu situs yang memiliki peran penting dalam membentuk cara pikir dan perilaku perempuan feminis gelombang ketiga yang beranjak dewasa dan hidup dalam maraknya budaya konsumen. Peran pusat-pusat perbelanjaan itu dapat dilihat secara eksplisit dalam *chick lit* yang menggambarkan bagaimana tokoh perempuannya menjadikannya sebagai salah satu tempat penting di mana mereka beraktifitas, untuk bertemu klien, bersantai bersama teman-teman, berbelanja atau menghabiskan waktu.

2.1.4. Feminisme Gelombang Ketiga dan Budaya Populer

Dalam masa yang bersamaan dengan maraknya budaya konsumen adalah budaya populer. Unsur *pleasure* dalam kultur budaya populer juga tampak dalam aktifitas gelombang ketiga sebagai penikmat dan pelaku budaya populer untuk anak muda seperti dalam musik³⁶, film dan fiksi populer. Dalam dunia musik, musik *punk*, *rock n roll* dan *hip hop* adalah musik yang dekat dengan dunia mereka. Sedangkan group musik yang amat populer adalah *Riot Grrrl*³⁷ yang diidentifikasi sebagai tempat feminis gelombang ketiga menyatakan eksistensi mereka. Dunia fiksi populer diramaikan dengan penerbitan *teen lit* dan *chick lit*, fiksi populer yang ditulis oleh dan untuk remaja putri dan perempuan lajang. Dalam dunia perfilman, genre serupa *teen lit* dan *chick lit* disebut sebagai *chick flicks* dan di televisi genre tersebut dipopulerkan lewat *Ally McBeal*, *Buffy the Vampire Slayer*, dan *Sex and the City*. Ikon-ikon budaya populer yang dijadikan panutan karena merepresentasi figur pemberdaya perempuan adalah tokoh-tokoh dalam dunia hiburan seperti Madonna, Spice Girls, Buffy, Carrie Bradshaw dalam *Sex and the City*, Ally MacBeal dan Bridget Jones. Tokoh-tokoh tersebut digambarkan sebagai perempuan-perempuan muda pintar, independen, yang memiliki kuasa setara dengan laki-laki, dan tampil feminin dan trendi. Populernya ikon-ikon perempuan Amerika tersebut di Inggris, memperlihatkan dampak dari globalisasi sehingga ikon perempuan muda yang dikagumi, dianggap merepresentasikan seluruh perempuan muda di Inggris dan tidak dibedakan dari

³⁶ Baca bagian ke-4 dari *Third Wave Agenda: Being Feminist, Doing Feminism* (Eds. Heywood dan Drake, 1997) untuk pembahasan mengenai jenis musik yang merepresentasikan gelombang ketiga.

³⁷ *Grrrl* adalah ejaan yang dipakai untuk menggantikan ejaan *girl* karena *grrrl* dianggap lebih representatif sebab “*rrr*” nya harus dilafalkan dengan “geraman” yang dianggap lebih menunjukkan sifat seorang anak yang nakal, percaya diri, ingin tahu, dan bising, sebelum ia tumbuh menjadi seorang *girl* yang dituntut untuk selalu santun.

mana mereka berasal. Mereka dijadikan sebagai panutan yang mencerminkan nilai-nilai yang diyakini oleh pelaku feminisme gelombang ketiga. Mereka menyebut nilai yang mereka yakini dengan berbagai nama seperti: *Girl Power*, *Girlie-girl persona*, *Girlie feminist*, *babe feminism*, *lipstick feminism*, atau *do-me feminism*.

Dalam era feminisme gelombang ketiga, perempuan tidak lagi memfokuskan diri pada perubahan sosial, tetapi pada jawaban individual terhadap permasalahan yang dihadapi perempuan; dan berfokus pada perbedaan, hubungan pribadi, dan jati diri. Hal-hal yang ada dalam *chick lit* dan produksi budaya populer lainnya untuk perempuan, merupakan isu-isu dalam feminisme gelombang ketiga. Keterlibatan dalam kegiatan budaya populer atau budaya massa, sangat ditentang oleh feminis gelombang kedua yang menunjukkan kecurigaan berlebih-lebihan pada preferensi massa pada produk-produk budaya populer. Feminis gelombang kedua lebih berpihak pada materi-materi budaya yang diasosiasikan dengan kalangan elit yang berpendidikan (Scott, 2005, hal.188). Terjadilah kondisi di mana feminis gelombang kedua mengangkat dirinya sebagai patron untuk perempuan-perempuan muda dan mereka yang tidak berpendidikan untuk mendiktekan apa yang boleh dan tidak, yang baik dan tidak bagi mereka. Mereka memberi dirinya sebuah "*license to tell "the less intelligent girls" how they can dress, what they can read, what they can see, and how they should behave to avoid a fate worse than death: becoming sexually involved with a man"*" (ibid., hal. 189). Hal tersebut berdampak pada pengkotak-kotakan antara kelompok-kelompok perempuan yang saling bertentangan, perempuan yang menyukai budaya populer versus budaya adi luhung, perempuan muda versus dewasa/tua, dan perempuan akademis versus akar rumput. Sedangkan dalam gerakan

gelombang ketiga, tidak lagi dikenal batasan-batasan tersebut karena seluruh perbedaan dan kontradiksi diterima sebagai sesuatu yang nyata.

Dalam konteks sosial seperti itulah *chick lit* ditulis dan Whitehead (2003) menyatakan bahwa

[w]hat makes this fiction notable is not its literary artistry or documentary accuracy but its popular appeal to a reading audience of young, educated single women. . . Chick Lit has appeared at a similar moment of social change. It testifies to the upheaval in the patterns of love and work in women's lives (hal. 52-4).

Lahirnya *chick lit* tidak dapat lepas dari kondisi sosial yang terjadi pada saat ia diproduksi. Ia menawarkan cara pandang (*world views*) yang berbeda terhadap permasalahan yang muncul sesuai dengan nilai yang diyakininya (Livingstone dikutip dalam Chandler, 1997). *Chick lit* juga menawarkan sebuah posisi yang diambil oleh perempuan lajang masa kini dalam menghadapi permasalahan sekitar status lajang, cinta, seks, pekerjaan, kehidupan sosial, dan gaya hidup. Dalam kasus Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa *chick lit* muncul dan diproduksi sebagai respon terhadap popularitas *chick lit* Inggris, tetapi dengan pemahaman bahwa teks harus dibaca dalam konteks, maka teks *chick lit* Indonesia juga perlu dipahami dengan memperhatikan konteks sosial di Indonesia.

2.2. Kondisi Sosial di Indonesia Sekitar Lahirnya *Chick Lit*

Seperti yang diuraikan di sub bab 2.1., di Inggris *chick lit* lahir sebagai produk feminisme gelombang ketiga, sedangkan di Indonesia, *chick lit* lahir sebagai respon terhadap populernya genre tersebut di Inggris dan Amerika dan banyaknya *chick lit* terjemahan yang diterbitkan. Aspek-aspek yang mendasari lahirnya dan populernya *chick lit* di Indonesia tidak dapat diasumsikan secara sederhana bahwa

ia juga merupakan produk feminisme gelombang ketiga, karena jelas Indonesia tidak memiliki sejarah perjuangan feminisme yang sama. *Chick lit* Indonesia juga tidak dapat secara sederhana dianggap sebagai hasil menjiplak, karena status dan gaya hidup tokoh perempuan lajang dan latar kota metropolitan yang terdapat dalam *chick lit* Inggris adalah sesuatu yang familiar bagi penulis dan pembaca Indonesia. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka akan diuraikan berbagai kondisi sosial, budaya dan politik di Indonesia yang dianggap relevan memicu lahirnya *chick lit* Indonesia dan memahami ideologi jender yang berperan di dalamnya.

2.2.1. Menulis sebagai Profesi Baru Perempuan Muda

Seperti yang dijelaskan dalam bab pertama, *chick lit* di Indonesia muncul pertama kali sebagai respon terhadap populernya *chick lit* Inggris dan terjemahan. Pada kurun waktu yang hampir bersamaan, di Indonesia sendiri terjadi fenomena perempuan muda penulis³⁸ yang sukses seperti Ayu Utami, Dewi Lestari, Djenar Maesa Ayu, dan Fira Basuki. Pada sekitar tahun 1998 hingga 2000, mereka menerbitkan karya-karya yang direspon sangat positif oleh pasar di Indonesia. Penulis-penulis tersebut mempunyai persamaan dalam hal usia sekitar 20 hingga 30-an, penampilan yang sangat trendi, paras yang cantik dan memiliki kemampuan menulis. Mereka mewakili generasi baru penulis perempuan

³⁸ Karya-karya mereka, terlepas dari pro-kontra mengenainya, digolongkan ke dalam genre “sastrawangi” (*fragrant literature*) dan di salah satu artikel, disebut sebagai Indonesian *chick lit* walaupun karya-karya mereka bukan fiksi yang berformula seperti yang terdapat dalam genre *chick lit* (Lipscombe, 2003). Meskipun demikian, keberanian perempuan-perempuan muda tersebut telah membuka sebuah wacana mengenai perempuan muda sebagai penulis, sukses dan dipuja sebagai selebriti yang diidolakan. Dan mungkin hal itu lah yang memicu perempuan-perempuan muda lainnya untuk berkecimpung dalam dunia penulisan yang saat ini identik dengan dunia glamour.

Indonesia yang karyanya laris, bergaya hidup perempuan muda metropolitan dan diperlakukan sebagai selebriti. Mereka adalah sosok perempuan yang memiliki paras yang cantik, intelektualitas tinggi, mapan secara finansial dan pekerjaan yang menarik. Mereka rajin mengangkat topik-topik aktual mengenai kehidupan perempuan masa kini dan dengan berani berbicara tentang seksualitas perempuan. Hilang sudah figur penulis perempuan yang berusia di atas empat puluhan, serius, hidup sederhana dan menjauhkan diri dari hingar bingar kehidupan sosial metropolitan.

Di samping itu, meningkatnya jumlah perempuan muda penulis juga disebabkan oleh gencarnya pengadaan berbagai lomba penulisan dalam tradisi *chick lit*, yang diadakan oleh berbagai penerbit besar (*Kompas*, 21 Juli 2005) dan kecil yang disebarkan dalam berbagai media massa seperti surat kabar, majalah perempuan remaja dan dewasa, dan internet. Lomba-lomba yang ditujukan untuk penulis-penulis baru muda usia untuk menulis novel dengan formula yang sudah digariskan penerbit membuat banyak perempuan muda menjadikan menulis sebagai pilihan karier yang menjanjikan prospek yang cerah. Munculnya nama-nama penulis baru, terutama pada buku-buku terbitan grup Gramedia, tidak dapat dilepaskan dari lomba penulisan novel *Metropop*, seperti yang telah dibahas pada halaman 16, bab 1. Lomba penulisan yang diadakan pada pertengahan hingga akhir 2005 tersebut didefinisikan sebagai “tren fiksi terbaru di Indonesia”. Secara eksplisit, “pesan” atas formula yang baku untuk *Metropop* tertera dalam pengumuman lomba sebagai

novel-novel dewasa yang mengetengahkan kehidupan metropolitan saat ini. Menggambarkan gaya hidup orang-orang dewasa muda perkotaan zaman sekarang, dan ditulis dengan bahasa sehari-hari yang ringan dan santai. Tokoh-tokohnya pun terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat urban Indonesia, karena ditulis oleh penulis Indonesia dan

untuk pembaca Indonesia. Cinta, karier, dan gaya hidup urban ditelanjangi habis-habisan seta dituturkan secara jujur, blak-blakan, dan lincah. Tidak hanya itu, Metropop ini bisa dan enak dibaca oleh siapa saja, perempuan atau lelaki dewasa. Ceritanya yang khas kehidupan masa koni, membuat Metropop mudah dicerna dan akrab dengan pembaca yang selama ini haus akan novel bermutu (*Kompas*, 21 Juli 2005).

Istilah “dewasa” yang dipakai dalam pengumuman lomba dapat dengan mudah dibaca oleh peserta lomba sebagai “lajang” karena memang novel-novel Metropop yang telah diterbitkan adalah mengenai perempuan dan laki-laki lajang di Indonesia. Karena merupakan “pesanan” dari penerbit, maka isu yang diangkat adalah isu-isu ringan sekitar percintaan dengan menggunakan formula yang seragam, karena formula pesanan penerbit telah terbukti disukai oleh pembacanya dan sukses di pasar. Masuknya perempuan muda ke dalam profesi “baru” ini juga dipermudah dengan tersedianya berbagai panduan menulis *chick lit* lengkap dengan formulanya, yang dapat diakses secara gratis dan mudah dalam berbagai situs web. Situs-situs web tersebut menawarkan kursus menulis fiksi populer dengan biaya yang cukup terjangkau. Selain melalui web, saat ini berbagai buku panduan menulis fiksi populer juga tersedia di toko-toko buku dan masing-masing menjanjikan pembacanya bahwa menulis itu mudah, siapapun dapat menjadi penulis dan dengan mengikuti panduan tersebut, pembaca dijamin dapat menjadi penulis yang sukses. Menjadi pengarang dapat menjadi salah satu jalan “baru” bagi perempuan muda yang tidak dikenal dan mungkin tidak pernah menulis sebelumnya, untuk menjadi terkenal, sukses secara finansial dan menjadi idola. Iming-iming seperti itu menjadi magnet yang menarik banyak perempuan muda untuk menulis dalam tradisi serupa *chick lit* dan *teen lit*.

2.2.2. Populernya Mal dan Budaya Konsumen

Pesatnya perkembangan daerah metropolitan dalam membangun pusat-pusat perbelanjaan pada sekitar tahun 2000-an, telah memunculkan generasi yang menjadi pelaku budaya konsumen. Sejak tahun 2005 hingga sekarang, *Kompas* menurunkan beberapa artikel yang mengupas kehidupan mal dan budaya yang terbentuk akibat menjamurnya mal di Jakarta³⁹. Mal sudah menjadi rumah kedua bagi kebanyakan profesional muda yang biasanya *nongkrong* di mal sampai larut malam bersama teman-teman mereka sepulang kantor untuk kehidupan sosial dan untuk menghindari kemacetan Jakarta. Kebanyakan dari mereka adalah lajang yang tinggal sendiri di apartemen atau rumah kos, sehingga tempat tinggal mereka beralih fungsi. Mal sudah menjadi “rumah” bagi masyarakat metropolitan karena mal adalah tempat berbelanja, bersantai, berbisnis, berolah raga, berkencan, bertemu teman dan tempat mereka melihat dan dilihat (*Kompas*, 13 November 2005 dan 11 Juni 2006). Kondisi ini juga menciptakan budaya konsumsi, gaya hidup yang didasarkan pada pengkonsumsian citra dan produk yang tanpa henti (*Kompas*, 23 September 2006). Hal tersebut menunjukkan bahwa mal sudah merupakan tempat tujuan yang merupakan bagian dari pola hidup di kota metropolitan. Budaya konsumen yang terbentuk di Indonesia mirip dengan apa yang terjadi di hampir seluruh belahan dunia dan menjadi latar utama dalam *chick lit* Inggris yang memiliki tokoh perempuan lajang piawai sebagai pelaku budaya konsumen. Kemiripan itu kemudian dipakai sebagai latar lokal *chick lit* Indonesia, sehingga pembacanya dapat dengan mudah mengkaitkannya dengan gaya hidup

³⁹ Budaya mal di Jakarta sebenarnya sudah muncul pada tahun 2000-an walaupun *Kompas* baru menulis tentang gaya hidup dan mal secara gencar mulai 2005 hingga kini (Juni 2008). Ayu Utami telah mengamati hal tersebut dan mengupas budaya mal dalam majalah *Latitudes* vol. 2, tahun 2001.

yang melanda kota-kota di Indonesia, terutama Jakarta. Hal tersebut juga dapat diperdebatkan, tanpa mengetahui secara pasti besarnya persentase perempuan Indonesia yang dapat bergaya hidup seperti yang digambarkan oleh perempuan *chick lit*. Agak berbeda dengan kondisi di *chick lit* Inggris, gaya hidup perempuan lajangnya dikatakan mewakili gaya hidup kebanyakan perempuan lajang di sana. Whelehan mengamati bahwa untuk beberapa alasan, penggemar *chick lit* merasakan adanya persamaan antara kehidupan yang dialami Bridget dan kehidupan mereka sendiri (2002, hal 21). Kepopuleran Bridget di Inggris dikarenakan dekatnya realitas yang diungkap Bridget dengan kehidupan perempuan lajang Inggris pada umumnya.

Mengingat bahwa Indonesia sudah dilanda krisis ekonomi sejak 1997 dan belum bangkit dari keterpurukan ekonominya hingga sekarang, sangatlah sulit membayangkan bagaimana perempuan Indonesia kebanyakan mampu bergaya hidup seperti yang digambarkan oleh *chick lit* Indonesia maupun Inggris. Gaya hidup yang dimaksudkan di sini adalah gaya hidup yang dianut oleh kebanyakan perempuan di Inggris dalam hal ekonomi sudah cukup mapan, sedangkan di Indonesia, jumlah perempuan yang bergaya hidup semacam itu, jumlahnya masih sangat kecil. Gaya hidup yang riil di Inggris masih merupakan mimpi di Indonesia. Ien Ang (dikutip dalam Crisp, 2000a, hal. 46-47) menyatakan bahwa opera sabun, film dan novel populer adalah sebuah bentuk hiburan yang menawarkan ruang privat yang bebas bagi siapapun untuk mengambil posisi-posisi subyek yang tidak mungkin atau tidak dapat diterima oleh masyarakatnya, agar dapat melakukan apapun yang mereka angankan. Populernya *chick lit* di Indonesia mungkin dapat dimaknai sebagai tersedianya ruang untuk berangan-

angan mengenai kehidupan yang mereka kehendaki dan sebagai hiburan dan sejenis melupakan problema hidup yang mereka hadapi.

2.2.3. Globalisasi⁴⁰

Aspek lain yang mungkin mempengaruhi populernya representasi terhadap kelajangan seperti yang ditawarkan oleh *chick lit* adalah penggambaran kehidupan lajang yang positif dalam film-film serial TV Amerika seperti *Friends*, *Sex and the City*, *Buffy the Vampire Slayer* dan *Ally McBeal* yang juga diputar di stasiun-stasiun televisi Indonesia. Masuknya film *Bridget Jones's Diary* yang diperani oleh artis Reneé Zellweger ke Indonesia sekitar tahun 2002-an, dan secara terus menerus muncul film-film sejenis yang diangkat dari novel-novel *chick lit* lainnya seperti *The Devils Wear Prada*, *In Her Shoes*, dan yang lainnya. Majalah-majalah seperti *Cosmopolitan* yang diterbitkan dalam versi Indonesia, menjadi sangat populer pada sekitar tahun 2000-an, juga memberi gambaran yang baru dan positif mengenai perempuan lajang. Globalisasi adalah kata yang tepat dalam menjelaskan fenomena budaya konsumen dan beredarnya produk-produk budaya populer, terutama dari Amerika dan Inggris di Indonesia.

Dalam pengantar *The Anthropology of Globalization* (2002), Ina dan Rosaldo mendefinisikan globalisasi sebagai keterkaitan global yang makin intensif. Dunia digambarkan sebagai dunia yang selalu bergerak dan berbaur, bersentuhan dan berkaitan, dan selalu terjadi interaksi dan pertukaran budaya. Batas-batas budaya menjadi keropos sehingga memungkinkan manusia dan budaya di berbagai bagian dunia untuk bersentuhan yang diikuti dengan mobilitas aliran budaya, modal,

⁴⁰ Baca juga *Undoing Culture* oleh Featherstone (1995) untuk pembahasan mengenai berbagai gejala globalisasi dan posmodernisme yang saling bersinggungan dan berdampak pada pembentukan identitas diri.

manusia, imaji-imaji dan ideologi-ideologi; sehingga ruang-ruang dalam dunia semakin berkaitan dan berhubungan. Persentuhan budaya juga diikuti dengan kecurigaan dan ambivalensi, terutama komoditas dan budaya dari Barat sering diidentifikasi sebagai sesuatu yang buruk dan membawa pengaruh negatif pada budaya lokal. Tetapi pada sisi lain, komoditas dan budaya Barat juga diterima sebagai representasi kehidupan modern yang diidamkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa dunia menjadi semakin serupa ketika hampir seluruh belahan dunia mengkonsumsi merek-merek tertentu seperti Nike dan Levis; makanan tertentu seperti McDonalds dan Coca-Cola; belum lagi produk-produk budaya populer seperti film, musik, majalah, komik, fiksi populer dan acara-acara televisi yang sama. Seragamnya komoditas yang dikonsumsi berakibat pada keseragaman selera dan gaya hidup di seluruh belahan bumi dan budaya massa menjadi arena bertemunya manusia dari berbagai bangsa dan budaya, sehingga dunia menjadi ruang yang mengecil dan waktu menjadi singkat. Hal tersebut memungkinkan informasi dan kejadian yang terjadi di sebuah tempat, dapat diketahui, diakses dan mempengaruhi orang-orang di belahan dunia lain dalam waktu yang sangat singkat dan kejadian-kejadian tersebut saling berpengaruh sehingga terjadi peniruan, keterkaitan dan efek-efek lain yang berantai. Dengan demikian, budaya dapat berpindah tempat karena tidak lagi terikat pada wilayah atau daerah dan memungkinkan manusia dari satu budaya tertentu “mencicipi” budaya lain dan berpartisipasi dalam realitas budaya tersebut seperti yang diangan-angankan (*imagined realities of other cultures*). Pada saat yang sama, budaya yang berpindah tempat, tidak diterima sebagaimana “aslinya”, karena di lokasi yang baru ia dimaknai sesuai dengan konteks budaya setempat, terkait pada konteks waktu dan ruang tertentu. Terjadilah apa yang disebut sebagai re-teritorialisasi

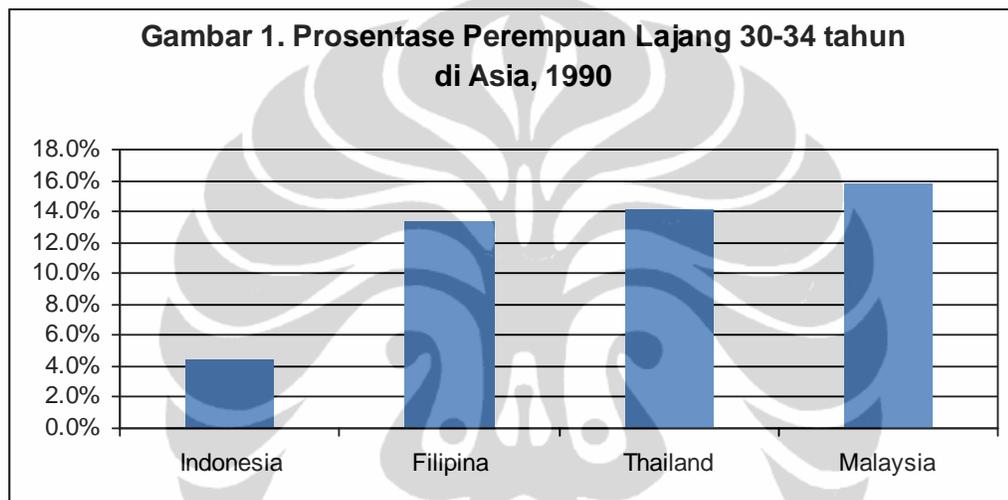
budaya dan dalam pemahaman tersebut, hubungan antara budaya dan wilayah tidak benar-benar terputus walaupun sifatnya labil. Konsep *de/territorialization* menyatakan bahwa subyek dan obyek budaya yang berpindah tempat, selalu mengalami re-teritorialisasi. Proses de-teritorialisasi dan re-teritorialisasi terjadi secara bersamaan sehingga tidak mungkin yang satu terjadi tanpa yang lain.

Fenomena global yang membawa keseragaman pada selera dan gaya hidup seperti di Inggris, juga berdampak pada perempuan lajang kelas menengah di Indonesia yang menyerap dan menikmati berbagai gejala budaya massa global yang sama. Mereka menonton film dan acara televisi yang sama, mendengarkan musik yang sama, membaca majalah dan buku yang sama, mengonsumsi makanan dan produk fesyen dari merek yang sama, dan mempunyai gaya hidup yang sama. Latar kota London, dengan mudahnya ditemukan dalam latar Jakarta yang memiliki unsur-unsur gaya hidup yang disebutkan dalam *chick lit* Inggris. Diterapkan pada *chick lit*, budaya Inggris yang pindah ke Indonesia, juga mengalami re-teritorialisasi. Ia dimaknai dengan pemahaman lokal yang terkait pada konteks sosial di Indonesia, sehingga dapat dipastikan bahwa *chick lit* Indonesia bukanlah sebuah tiruan total atas *chick lit* Inggris. Ia meniru, tetapi pada saat yang sama, juga diberi makna sesuai dengan konteks lokal Indonesia.

2.2.4. Naiknya Jumlah Perempuan Lajang dan Perilaku Seksual

Kondisi sosial di Indonesia yang berkaitan dengan kelajangan perempuan, dijelaskan dalam penelitian Gavin Jones (2002) mengenai tren meningkatnya perempuan yang melajang pada usia 20-an, 30-an dan 40-an di negara-negara di Asia Tenggara. Jones mengkaitkan tren tersebut pada pendidikan; makin banyak perempuan mengenyam pendidikan tinggi, makin banyak pula jumlah perempuan

yang bekerja, sehingga berdampak pada tertundanya usia pernikahan dan keputusan untuk hidup melajang (hal. 226-7). Dari hasil survei pada tahun 1990, prosentase perempuan lajang pada usia 30-34 di Indonesia, lebih kecil (4,5%) dibandingkan dengan Filipina (13,4%), Thailand (14,1%) dan keturunan Cina di Malaysia (15,8%) seperti pada gambar 1.



Tetapi di Jakarta, prosentase perempuan yang menunda pernikahan meningkat dengan tajam, terutama pada perempuan yang masih lajang pada usia 30-34, dari 4,2% pada tahun 1971, meningkat menjadi 8,7% pada tahun 1990 dan terus meningkat menjadi 14,3% pada tahun 2000, seperti yang tampak pada gambar 2.



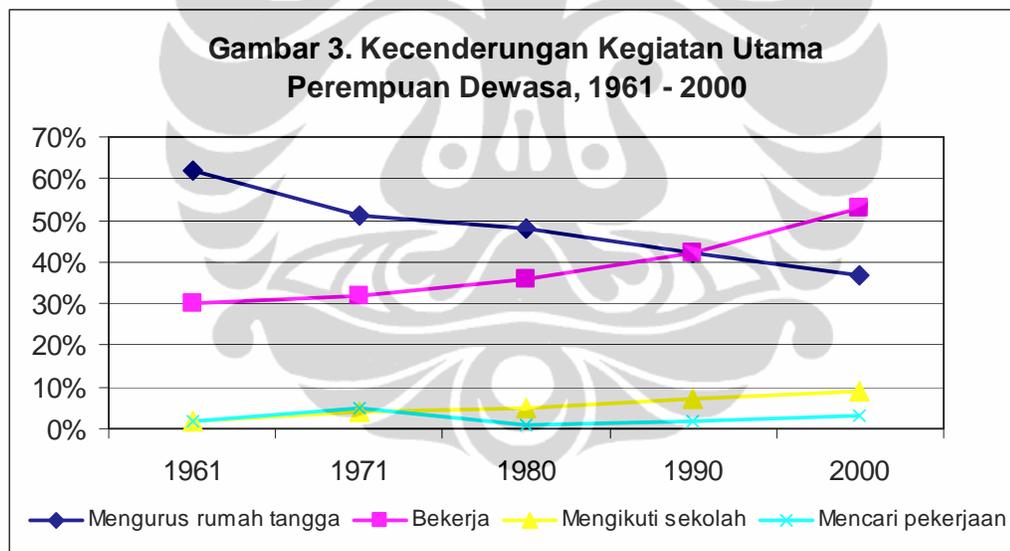
Dari data tersebut terlihat bahwa makin banyak perempuan di kota besar Jakarta, menunda pernikahan mereka hingga akhir 20-an atau awal 30-an dan kecenderungan tersebut terutama tampak pada kelompok perempuan yang memiliki pendidikan dan karier. Naiknya persentasi tersebut tidak dapat diartikan bahwa kelajangan sudah diterima sebagai sebuah pilihan, tetapi jumlah mereka yang mempertanyakan norma-norma sosial yang mengharuskan perempuan menikah meningkat secara cepat.

Dalam penelitiannya mengenai perubahan formasi pendidikan dan pekerjaan perempuan Indonesia selama lima dasawarsa terakhir, Adioetomo (2006) menyatakan bahwa

bangsa Indonesia mengalami revolusi yang nyata dalam akses pendidikan. Hal ini didukung oleh industrialisasi, modernisasi dan globalisasi, baik pada pengadaan sumber daya untuk pendirian sekolah-sekolah maupun peningkatan permintaan terhadap pekerja dengan berbagai ketrampilan yang hanya dapat diperoleh dari pendidikan yang lebih baik. . . Salah satu perubahan besar dan penting dari perubahan-perubahan ini adalah masuknya proporsi besar perempuan, lebih besar dari sebelumnya yang masuk ke dalam angkatan kerja. . . . kecenderungan perempuan untuk masuk angkatan kerja sudah lama dimulai dan dalam berbagai cara dapat dilihat sebagai proses sederhana dari peningkatan harapan perempuan

sebagai hasil dari pendidikan yang lebih baik, dan terbukanya kesempatan bagi perempuan untuk bekerja dan mendapatkan upah dalam industri yang lebih modern. . . . Perempuan berpindah masuk ke industri manufaktur dan memperkuat posisi mereka di perdagangan, restoran, hotel, perbankan, jasa keuangan, dan asuransi. . . Urbanisasi, industrialisasi, modernisasi, globalisasi, masuknya media dan informasi, dan yang paling penting, meluasnya pendidikan dan meningkatnya kesempatan bekerja untuk perempuan semuanya berkaitan dengan terjadinya erosi adat dan budaya (hal170-178).

Seperti Jones (2002), Adioetomo juga melihat kaitan yang erat antara pendidikan dan pekerjaan; makin besar jumlah perempuan yang mengenyam pendidikan, maka makin besar pula proporsi perempuan yang bekerja, diikuti dengan kecenderungan menurunnya jumlah perempuan yang mengurus rumah tangga, seperti yang ditunjukkannya dalam gambar 3.



Sumber: Adioetomo (2006, hal. 174)

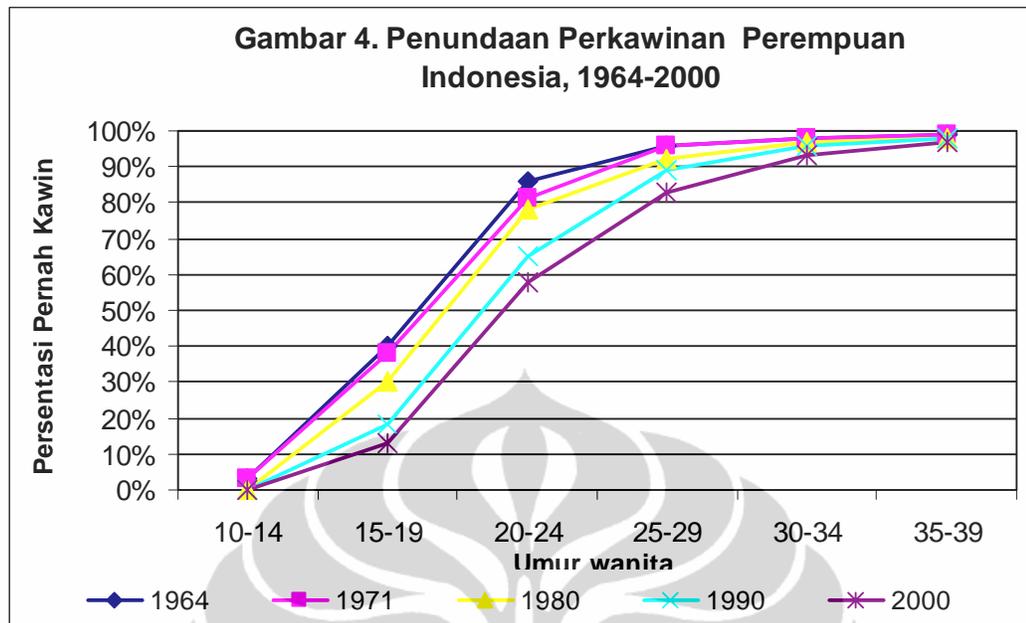
Penyebab terjadinya kecenderungan tersebut dijelaskan oleh Utomo (2006) dalam penelitiannya mengenai perubahan kehidupan perempuan Indonesia selama lima puluh tahun terakhir. Ia menemukan bahwa dalam tiga generasi perempuan Indonesia, generasi yang telah menikah pada tahun 1950-an, masa Orde Baru

tahun 1970-an, dan masa Reformasi yakni pada akhir tahun 1990-an, mengalami perubahan revolusioner dalam bidang pendidikan, pola perkawinan dan pekerjaan. Nilai-nilai bahwa perempuan sebaiknya menjadi ibu rumah tangga masih diidolakan dan ini tercermin dalam pepatah “Apa gunanya sekolah tinggi-tinggi toh nantinya juga harus ke dapur,” walaupun demikian,

[p]erempuan muda Indonesia saat ini sudah terpapar pada media populer dan bentuk lain dari globalisasi. Perkembangan akses terhadap informasi ini banyak mempengaruhi aspirasi-aspirasi dan nilai-nilai yang dianut oleh mereka sehingga nilai-nilai yang dianut sangat berbeda dengan aspirasi-aspirasi dan nilai-nilai yang dimiliki oleh ibu dan nenek mereka. . . Dalam dasawarsa ini banyak perempuan berusia muda terutama mereka dari kalangan elite lebih mandiri dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Di samping itu banyak dari mereka yang bekerja. . . (hal 120).

Perubahan yang dialami oleh perempuan muda saat ini menyebabkan mereka tidak puas hanya menikah dan menjadi ibu rumah tangga saja, meskipun “perkawinan sangat dijunjung tinggi dalam masyarakat Indonesia dan terkadang digunakan untuk mengukur kesuksesan kehidupan seseorang” (hal. 131). Dampaknya adalah pada turunnya kecenderungan perempuan menjadi ibu rumah tangga saja dan meningkatnya kecenderungan perempuan bersekolah dan bekerja

Kecenderungan tersebut membawa dampak pada naiknya jumlah perempuan yang menunda pernikahannya, karena “proporsi perempuan yang tetap melajang meningkat secara dramatis: untuk mereka yang berusia 20-24 tahun dari 14 persen pada tahun 1964 menjadi 42 persen pada tahun 2000; untuk mereka yang berusia 25-29 tahun proporsi tetap lajang naik dari empat persen menjadi 17 persen. Stigma mengenai penundaan perkawinan sudah berkurang, tetapi perkawinan tetap menjadi tuntutan untuk setiap perempuan, seperti yang tampak pada gambar 4, yaitu pada usia 35-39 tahun praktis semua perempuan sudah kawin” (Adioetomo, 2006, hal 179-80).



Sumber: Adioetomo (2006, hal. 176)

Walaupun ada kecenderungan perempuan lebih lambat memasuki jenjang pernikahan, dan menghabiskan waktu lebih lama untuk belajar dan bekerja, penelitian Jones dan Adioetomo dan Utomo menunjukkan bahwa di Indonesia pernikahan tetap merupakan pilihan utama dengan melihat pada data bahwa pada usia 40, hampir semua perempuan Indonesia telah menikah. Jones melihat bahwa pendidikan, penundaan pernikahan dan karier sangat berkaitan dalam menentukan gaya hidup perempuan masa kini. Hal tersebut bukannya tanpa konflik, karena sebagai perempuan dewasa mereka terus menerus terekspos pada gaya hidup yang tidak menabukan seks sebelum pernikahan melalui materi-materi dalam video, film, buku, majalah dan internet, tetapi pada sisi lainnya, mereka terikat pada norma-norma tradisional bersumber dari agama dan etnisitas yang menabukan seks di luar lembaga pernikahan. Pesan-pesan kontradiktif tersebut menimbulkan kebingungan.

2.2.5. Konstruksi Peran Jender oleh Media

Lebih rinci, Sastramidjaja (2001) menjelaskan bahwa di Indonesia berkembang wacana jender bermuka dua (*Janus-faced*)⁴¹ yang kontradiktif dan penuh konflik dalam penggambarannya tentang feminitas. Wacana tradisional yang dikukuhkan oleh Orde Baru menempatkan perempuan pada kodratnya sebagai istri dan ibu dan menuntut kesucian dan sikap yang patuh terutama pada perempuan muda yang belum menikah. Wacana yang lain adalah wacana *girl power* yang mendukung kebebasan dalam mengekspresikan seksualitas sebagai bagian dari gaya hidup yang modern yang dipopulerkan oleh beragam budaya populer dan media. Dalam tulisannya, Suzanne Brenner (1999) menganalisa bagaimana media cetak di Indonesia pada jaman Orde Baru merepresentasikan perempuan modern⁴². Majalah-majalah seperti Femina, Kartini dan Sarinah memosisikan perempuan sejalan dengan ideologi Orde Baru yang menempatkan perempuan sebagai penjaga moral bangsa melalui upayanya menciptakan keluarga yang makmur dan harmonis dan menjauhkan perempuan dari kancah politik. Tetapi pada saat yang sama, citra modern pada perempuan direpresentasikan lewat imaji-imaji perempuan yang seksi, agresif dan mandiri seperti tampak pada sampul-sampul depan majalah-majalah populer lainnya, tabloid-tabloid, surat-surat kabar, buku-buku dan iklan-iklan yang menawarkan gaya hidup baru dalam budaya konsumen.

⁴¹ Janus adalah salah satu dewa dalam mitologi Romawi dan digambarkan dengan dua kepala yang melihat ke arah yang berlawanan, yang satu melihat ke masa lampau dan yang satu lagi mengarah ke masa depan. Figur Janus biasa dipakai sebagai simbol terjadinya perubahan dan transisi dari masa lalu ke masa kini, dari satu kondisi ke kondisi lain, dan orang-orang muda yang menjadi dewasa. Menariknya, figur Janus sering muncul dalam berbagai bentuk budaya populer, misalnya pada gambar koin “Dua Muka” dalam film *Batman Forever*.

⁴² Dalam penelitiannya, secara khusus ia membandingkan model pada sampul *Tiara: majalah trend & Informasi perilaku*, majalah dengan sentuhan Barat, dengan *Amanah*, majalah untuk perempuan Islam kelas menengah. Kedua majalah tersebut menampilkan gambaran perempuan Indonesia modern yang berpendidikan, tetapi dalam citra yang saling berlawanan karena berbedanya cara mereka mempersepsikan modernitas.

Pesan-pesan yang kontradiktif mengenai sosok perempuan modern menempatkan wacana tradisional dan modern dalam posisi yang berseberangan. Brenner menggambarkan bahwa keberpihakan terhadap tradisi, menempatkan modernitas sebagai ancaman terhadap kesucian, kestabilan dan keamanan dari cara-cara lama. Sedangkan keberpihakan terhadap modernitas dirayakan sebagai pembebasan diri dari kukungan generasi tua yang menindas generasi baru. Perempuan modern yang dianggap ideal adalah perempuan Indonesia yang dapat menggabungkan aspek-aspek tradisional dan modern dalam satu sosok perempuan modern Indonesia. Ia adalah perempuan yang mempunyai wawasan yang luas, tetapi tahu bagaimana membatasi diri menurut norma-norma yang berlaku. Ia berpendidikan tinggi, pintar dan menghargai waktu, tetapi ia tidak berfoya-foya dengan uangnya dan tidak melakukan hubungan seks secara serampangan. Perempuan yang dihormati laki-laki adalah perempuan yang dapat membuktikan diri mereka sebagai perempuan, istri dan ibu yang baik. Perempuan yang tidak baik moralnya adalah perempuan yang melakukan hubungan seksual di luar lembaga pernikahan. Norma-norma yang mengatur perilaku dan menuntut ketaatan perempuan, tidak berlaku bagi laki-laki. Anggapan perempuan sebagai penjaga moral bangsa diterima sebagai sesuatu yang alamiah sehingga perilaku perempuan yang baik akan berdampak pada kehidupan bangsa, yaitu menjadi bangsa yang kuat; sedangkan perilaku perempuan yang tidak baik akan menghancurkan bangsa tersebut. Dalam kesimpulannya, Brenner menjelaskan bahwa kelayakan perilaku perempuan yang dikaitkan pada agenda politik tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi di negara-negara lain seperti di Iran dan Singapura. Dalam ideologi jender semacam itu, tampaknya perempuan diagungkan dengan posisinya sebagai penjaga moral bangsa, tetapi tampak ada usaha mereduksi perempuan dan

seksualitasnya sebagai obyek dan alat politik yang membatasi kebebasan perempuan dalam melakukan pilihan pribadi. Perilaku dan cara pikirnya dibatasi dan dikondisikan untuk menjadi seragam, mengacu pada norma-norma yang telah dibakukan oleh tatanan sosial dalam masyarakat.

Penguatan konstruksi gender tersebut juga dilakukan lewat media televisi seperti dalam penelitian Aripurnami (1999) yang menganalisa bagaimana sinetron yang disiarkan TVRI dan stasiun-stasiun televisi swasta, secara konsisten mempromosikan ideologi gender yang konservatif yang mengukuhkan sistem patriarki di Indonesia. Dalam sinetron tersebut, perempuan selalu digambarkan sebagai makhluk yang irasional dan emosional yang tidak mampu menyelesaikan masalah mereka sendiri, sehingga harus dibimbing oleh laki-laki untuk dapat bertindak benar. Perempuan yang independen, justru dicitrakan sebagai negatif dan menyimpang dari norma-norma masyarakat. Menurut Aripurnami, perempuan-perempuan dalam sinetron dijadikan sebagai panutan oleh banyak pemirsa televisi dan menegaskan usaha-usaha perempuan feminis di Indonesia dalam memberdayakan perempuan. Dari dua penelitian tentang representasi perempuan di media massa seperti yang dilakukan oleh Suzanne Brenner (1999) dan Aripurnami (1999), tampak bahwa media massa di Indonesia mempunyai pengaruh yang besar dalam mengkonstruksi sosok perempuan Indonesia modern. Mengingat besarnya oplah majalah-majalah perempuan tersebut dan larisnya sinetron-sinetron pada stasiun televisi tersebut ditonton, dapat dipastikan bahwa pencitraan mengenai sosok perempuan Indonesia ideal, modern atau tradisional seperti yang direpresentasikan oleh media-media tersebut menjadi baku. Pada sisi lain, pencitraan tersebut juga menimbulkan kebingungan karena pesan-pesan

yang bertentangan yang melekat pada tiap sosok yang digambarkan⁴³. Secara terus-menerus perempuan diingatkan pada kodratnya, padahal kodrat tidak bersifat alamiah tetapi hasil konstruksi seperti yang tampak pada penelitian yang dilakukan oleh Suryakusuma.

2.2.6. Konstruksi Peran Jender oleh Negara

Ideologi jender⁴⁴ yang dikonstruksi oleh negara, yaitu pada masa Orde Baru di Indonesia, disebut sebagai ideologi Ibuisme Negara (*State Ibuism*) (Suryakusuma, 1996 dan 2004) untuk menggambarkan bagaimana perempuan didomestikasi secara sistematis untuk mempertahankan kekuasaan Orde Baru. Struktur kekuasaan tersebut dilakukan lewat budaya “ikut suami” (kolom pekerjaan pada surat-surat resmi diisi dengan “ikut suami” bagi perempuan yang telah menikah tetapi tidak berprofesi) yang mendasari organisasi perempuan dibentuk pemerintah seperti Dharma Wanita dan PKK. Struktur organisasi Dharma Wanita dibentuk berdasarkan posisi suami mereka dalam struktur organisasi pemerintah, yang beranggotakan perempuan kelas menengah. Dalam Kongres Wanita Indonesia, dicanangkan Panca Dharma Wanita⁴⁵ yang mengatur

⁴³ Contoh yang diambil oleh Brenner adalah cerita pendek dari *Femina* tahun 1993 berjudul “Kuno” yang menggambarkan sosok perempuan modern bernama Debby yang memiliki karier dan penghasilan yang lebih tinggi dari suaminya. Ia menjelma menjadi perempuan “jahat” yang tidak menghormati suaminya dan mengorbankan anak-anaknya demi karier, walaupun pada akhirnya ia “sadar” dan kembali pada kodratnya. Sosok seperti Debby adalah sosok populer yang banyak kita jumpai juga dalam berbagai sinetron, yang memperbolehkan perempuan untuk berkariyer, tetapi pada sisi lain, kebebasan tersebut dibatasi untuk tidak menjadi setara atau melampaui laki-laki.

⁴⁴ Mengenai ideologi jender di Indonesia, baca *Women in Indonesia: Gender, Equity and Development* (Eds. Kathryn Robinson dan Sharon Bessell, 2002), *Fantasizing the Feminine in Indonesia* (Ed. Laurie J. Sears, 1996), dan *Sex, Power and Nation: An Anthology of Writings, 1979-2003* (Suryakusuma, 2004)

⁴⁵ Dasar-dasar nilai Panca Dharma Perempuan terdapat dalam *Serat Centini* mengenai Lima Tugas Perempuan terhadap suami yang dilambangkan sebagai penguasa perempuan. “Istri yang sempurna disimbolkan dengan Lima Jari Tangan. Jempol melambangkan kewajiban istri untuk mengunggulkan derajat dan martabat suaminya, jari telunjuk melambangkan bahwa istri tidak boleh memerintah suami, jari tengah punya arti bahwa istri berkewajiban tunduk pada

peran perempuan dalam masyarakat yaitu: perempuan sebagai *kanca wingking* (istri pendamping suami), sebagai ibu untuk melahirkan dan merawat anak, sebagai pendidik dan pembina generasi muda penerus bangsa, sebagai pekerja penambah penghasilan keluarga dan sebagai anggota masyarakat yang berguna. Program-program Dharma Wanita yang populer adalah program yang mengajarkan aspek-aspek feminitas, misalnya tentang cara berpakaian, memilih perhiasan, berdandan dan etiket pergaulan (Rinaldo, 2002). Di tataran akar rumput, ideologi ibuisme negara disebarkan lewat program-program PKK (Program/Pembinaan Kesehatan Keluarga) yang memiliki cabang hingga ke pelosok-pelosok desa. Struktur PKK mirip dengan struktur Dharma Wanita, karena tergantung pada posisi suami mereka. PKK bertujuan untuk memberdayakan perempuan dalam pendidikan dan kesehatan, tetapi pada kenyataannya, PKK dijadikan sebagai alat propaganda politik dalam Pemilu dan juga dalam mensukseskan program Keluarga Berencana yang dicanangkan oleh pemerintah. Peran perempuan dalam negara, juga diatur dalam GBHN (Garis-garis Besar Haluan Negara) tahun 1973, 1978, 1983 dan 1988 (Oey-Gardiner, 2002) dan dalam Repelita IV, 1984-1989, (Suryakusuma, 2004). Dalam GBHN dan Repelita dinyatakan bahwa perempuan mempunyai tanggung jawab dalam mendidik generasi muda penerus bangsa, dan perempuan mempunyai peran ganda untuk berpartisipasi dalam membangun negara dan pada sisi lain, ia tidak boleh meninggalkan kodratnya sebagai perempuan dalam membina keluarga yang sehat dan sejahtera. Lebih jauh, Suryakusuma (2004) menjelaskan bahwa ada penggabungan dua konsep mengenai perempuan dalam ideologi ibuisme, yaitu

perintah suami, jari manis berarti bahwa istri harus bersikap manis terhadap suami, jari kelingking punya arti bahwa perempuan harus pandai mengelola uang pemberian suami (Rahayu, 2004).

peran tradisional perempuan sebagai istri dan ibu sebagai pilar bangsa, digabungkan dengan konsep yang modern, perempuan bekerja untuk membangun bangsa. Peran ganda perempuan dianggap ideal karena ia dengan bebas dapat berkarier, tetapi ia juga selalu diingatkan akan kodratnya sebagai istri dan ibu. Pada satu sisi, tampaknya perempuan mempunyai kebebasan, tetapi pada sisi lain ia diikat dengan ideologi jender yang menempatkannya dalam ranah domestik yang dikonstruksi sebagai ranah alamiah perempuan, yaitu kodrat.

Bila perempuan dalam *chick lit* Inggris digambarkan sebagai feminis gelombang ketiga yang ber-ibu-kan feminis gelombang kedua, maka perempuan di *chick lit* Indonesia, ber-ibu-kan perempuan yang hidup dalam ideologi ibuisme Orde Baru. Perempuan muda dalam *chick lit* Indonesia berumur sekitar 20 hingga 30-an, dan ber-ibu-kan mereka yang lahir pada tahun 60-an yang menjadi dewasa dan menikah dalam politik ideologi jender Orde Baru. Mereka yang tinggal di desa, mengenal ideologi tersebut lewat serangkaian program-program PKK; sedangkan yang di kota, bisa lewat berbagai kegiatan Dharma Wanita atau lewat berbagai siaran televisi dan majalah-majalah perempuan seperti *Femina*, *Kartini* dan *Sarinah* yang merupakan bacaan yang sangat populer di kalangan kelas menengah urban. Walaupun “negara” yang dimaksudkan dalam tulisan Suryakusuma sudah tidak ada sejak tumbangannya kekuasaan Orde Baru pada tahun 1998, tetapi akar dari ideologi “ibuisme” masih mencengkeram dengan kuat. Bagi para perempuan muda di Indonesia seusia perempuan muda pelaku feminisme gelombang ketiga, mereka dididik dengan norma-norma patriaki yang mengagungkan kesucian dan kepatuhan terutama terhadap laki-laki dalam figur bapak, dan suami. Mereka juga dididik untuk meyakini bahwa perempuan tidak boleh dan tidak dapat meninggalkan dan melupakan kodratnya sebagai istri dan

ibu, sehingga dapat disimpulkan bahwa kelajangan adalah ketidaknormalan. Tetapi pada sisi lain, mereka juga hidup dalam dunia global di mana pendidikan yang tinggi dan tereksposnya mereka pada berbagai bentuk budaya populer dan gaya hidup budaya konsumen, juga menanamkan pengaruh nilai-nilai global yang mungkin berlawanan dengan nilai tradisional yang selama ini diyakini. Perempuan muda saat ini hidup dalam era perubahan besar-besaran dalam persilangan antara industrialisasi, modernisasi dan globalisasi, di mana kecanggihan sistem komunikasi dengan cepat menyampaikan pesan-pesan lewat berbagai media, imaji-imaji, budaya populer dan norma-norma masyarakat di dalam dan di luar Indonesia. Akibatnya, seperti yang digambarkan oleh Aripurnami (1999), Brenner (1999), Sastramidjaja (2001), Jones (2002), Adioetomo dan Utomo (2006), berbagai pesan yang diterima dapat bersifat kontradiktif sehingga menimbulkan kebingungan bagi banyak perempuan muda. Pada satu sisi, di dalam keluarga ia dibesarkan dan dididik untuk memenuhi kodratnya, pada sisi lain sebagai perempuan muda yang modern, ia juga terekspos pada berbagai wacana lain mengenai feminitas.

Secara bersama-sama, beberapa aspek yang disebutkan, mempengaruhi hanya sebuah kelas sosial tertentu di Indonesia, yaitu kelas menengah intelektual urban yang merupakan sebuah minoritas di Indonesia. Mereka yang terpengaruh oleh dan tertarik pada kemunculan karya-karya penulis perempuan muda seperti yang telah dibahas di atas adalah golongan masyarakat intelektual. Gaya hidup dalam budaya konsumen, walaupun telah mulai masuk ke daerah-daerah, merupakan gaya hidup dari kelas menengah yang memiliki uang dan selera yang sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh pusat-pusat perbelanjaan. Untuk dapat memahami tokoh perempuan lajang seperti Ally McBeal dan Bridget Jones

sebagai ikon perempuan lajang masa kini, memerlukan tingkat intelektual tertentu. Karenanya, *chick lit* Indonesia memang tidak mewakili atau berbicara mengenai perempuan lajang Indonesia secara umum, ia berbicara tentang perempuan lajang dari sebuah kelas sosial tertentu. Bagi pembaca Indonesia dari berbagai kelas sosial, kehidupan yang digambarkan dalam *chick lit* Indonesia dan juga Inggris bisa jadi merupakan kehidupan yang diangankan.

Chick lit Inggris diboyong ke Indonesia sebagai sebuah produk akhir yang terputus dari sejarah feminisme dan proses lahirnya di Inggris. Produk akhir tersebut dikaitkan pada gaya hidup perempuan lajang di kota-kota metropolitan di Indonesia, terutama Jakarta. Sebagai produk budaya populer yang terputus dari wilayah asalnya, maka *chick lit* Inggris juga dimaknai terputus dari konteks ruang dan waktu yang melahirkannya, sehingga *chick lit* Indonesia ditulis dari hasil memaknai produk akhir *chick lit* Inggris. *Chick lit* Indonesia mengacu pada bentuk luar *chick lit* Inggris, tetapi dimaknai sesuai dengan norma-norma sosial dan budaya lokal yang berlaku saat *chick lit* tersebut ditulis. *Chick lit* memang bukan merupakan dokumentasi dari fenomena sosial, tetapi ketika ia dapat di-de/territorialisasi-kan dari Inggris ke Indonesia dalam waktu yang singkat, hal tersebut menunjukkan adanya persamaan dan sekaligus perbedaan diantara *chick lit* Inggris dan Indonesia.

Persamaannya terletak pada bentuk luar *chick lit* yang terkait pada fenomena global yang terjadi di dua negara, misalnya: pada meningkatnya jumlah perempuan yang berpendidikan dan berkarier, sehingga berdampak pada penundaan perkawinan dan perilaku seksual; dan pada gaya hidup urban seperti tampak dari gejala budaya konsumen dan budaya populer. *Chick lit* Indonesia memang lahir dari respon terhadap fenomena global, tetapi dimaknai dengan

konteks lokal yang terputus dari konteks di Inggris, sehingga menimbulkan perbedaan yang signifikan terkait pada ideologi jender. Ideologi jender dalam *chick lit* Inggris adalah ideologi jender yang mengacu pada nilai-nilai feminisme gelombang ketiga, yaitu pada kesetaraan jender dan pada pluralisme yang merayakan individualisme, dilandasi dengan semangat untuk bersukaria. Sedangkan ideologi jender dalam *chick lit* Indonesia dipengaruhi oleh ideologi jender ibuisme yang masih berperan serta dikukuhkan oleh media massa. Ideologi jender ibuisme membagi peran jender secara kaku. Perempuan dikaitkan pada kodratnya yang dianggap sebagai sesuatu yang alamiah, sehingga ia tidak pernah setara dengan laki-laki dalam segala hal. Konsekuensinya terlihat dari tuntutan pada perempuan untuk menjaga kesuciannya sebelum menikah, dan setelah menikah, ia memiliki kewajiban untuk melakukan pekerjaan rumah tangga demi melayani suami dan anak anaknya, tidak peduli setinggi apapun pendidikannya maupun posisi dalam pekerjaannya. Persamaan dan perbedaan seperti yang telah diuraikan akan membawa pada pemaknaan yang berbeda terhadap isu kelajangan perempuan dan tubuh perempuan dalam budaya konsumen, sesuai dengan ideologi jender yang mendasarinya. Pemahaman terhadap konteks sosial dan budaya yang telah dibahas dalam bab ini, menjadi dasar untuk dapat membaca ideologi jender dalam tujuh *chick lit* Inggris dan Indonesia yang diteliti secara lebih utuh.