

BAB IV

PERSPEKTIF FATIMA MERNISSI TERHADAP PEREMPUAN DI MEDIA IKLAN

A. Perempuan di Media Iklan dalam Perspektif Fatima Mernissi

1. Media Iklan Tanpa Misogini

Misoginis berasal dari *misogyny* yang berarti kebencian terhadap perempuan.¹ Hadis misoginis adalah semua laporan mengenai perilaku, perkataan dengan ketetapan yang disandarkan kepada nabi Muhammad, yang mengandung unsur kebencian terhadap perempuan.² Meski demikian bukan berarti nabi membenci perempuan, ada kondisi tertentu yang menyebabkan nabi bersabda demikian.³ Fatima Mernissi menemukan hadis-hadis yang menyudutkan kedudukan perempuan dalam berbagai sudut kehidupan, hadis jenis itulah yang disebut sebagai hadis misoginis.⁴

Hadis misoginis yang pertama ialah tentang “siapa yang menyerahkan urusannya kepada kaum perempuan, maka tidak akan memperoleh kemakmuran.”⁵ Kedua, hadis yang berbunyi bahwa “ada 3 hal yang membawa bencana yaitu rumah, perempuan, dan kuda.”⁶ Hadis-hadis tersebut dijadikan pendapat dalam pengambilan keputusan. Padahal menurut Mernissi bahwa dalam pengambilan

¹Jhon Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2005), 382.

²Muhammad Rikza Muqtada, “Kritik Nalar Hadis Misoginis,” 88.

³Mohamad Muhtador, “Analisis Gender: Membaca Perempuan Dalam Hadis Misoginis...,” 61.

⁴Syamsul Hadi Untung dan Achmad Idris, “Telaah Kritis terhadap Hadis Misoginis,” *Kalimah*, Vol. 11, No. 1, Maret 2013, 40.

⁵Fatima Mernissi, *Women and Islam*..., 49.

⁶Fatima Mernissi, *Women and Islam*..., 76.

suatu hal harus berpedoman kepada tingkat yang utama yaitu Al-Qur'an, yang Al-Qur'an sendiri tidak pernah merendahkan perempuan, ia setara antar umat manusia.⁷ Jadi manusia diciptakan memiliki hak-hak yang sama, dan setiap orang harus mempunyai kesempatan yang sama untuk mengembangkan diri.

Berarti dapat disimpulkan bahwa beberapa teks agama mempunyai kontribusi pelemahan terhadap perempuan, dan seolah perempuan tidak mempunyai kesempatan untuk berkembang di ruang publik. Sekarang keinginan Fatima Mernissi untuk penyetaraan terhadap perempuan, sebagaimana digambarkan dalam iklan sudah terwujud. Sinisme⁸ terhadap perempuan dari hadis misoginis tersebut terpatahkan. Misalnya hal ini terlihat pada perempuan dalam iklan sampo dan *body lotion*.



Gambar 1 seorang perempuan sedang presentasi di kelas dalam iklan Sari Ayu *Hair Care Series* – Bebas Berhijab.

Gambar 1 menunjukkan salah satu scene dalam iklan Sari Ayu *Hair Care Series* dengan tema Bebas Berhijab. Dalam scene ini digambarkan seorang perempuan presentasi di hadapan teman-temannya baik laki-laki maupun perempuan. Artinya setiap manusia, terkhusus perempuan yang biasa dianggap makhluk nomor dua, dianggap rendah, diremehkan atau misoginis yang melekat

⁷Fatima Mernissi dan Riffat Hasan, *Setara di Hadapan Allah*, 230.

⁸Sinisme menurut KBBI adalah pandangan atau pernyataan sikap yang mengejek atau memandang rendah, pandangan atau gagasan yang tidak melihat suatu kebaikan apa pun dan meragukan sifat baik yang ada pada manusia.

padanya dalam iklan tersebut label itu sudah diabaikan. Jika perempuan mempunyai potensi maka ia bisa melangkah lebih maju, bisa berpendapat di ruang publik dan bisa saling bersinergi antar laki-laki maupun perempuan.



Gambar 2 seorang perempuan menjadi desainer dalam iklan Rejoice Hijab Bisa.

Gambar ini menunjukkan bahwa perempuan sudah mampu bersaing di ruang publik, salah satunya bekerja dalam bidang desainer. Apalagi zaman sekarang bisnis desainer sangat menguntungkan. Pada sebagian masyarakat perempuan dianggap tidak produktif, ia hanya memiliki ruang domestik dan terkungkung yang disebabkan oleh budaya patriarki membuat perempuan sulit untuk bersaing.



Gambar 3 Para perempuan turun dari bus dalam iklan Sun Silk Hijab *Refresh*

Gambar 3 menggambarkan para perempuan turun dari bus ke jalan karena macet, mereka tidak berdiam diri melihat keadaan sekitar, mereka tidak berpasrah diri terhadap keadaan. Oleh karena itu mereka berinisiatif, artinya mereka punya hak atas pilihannya dan tidak berdiam diri tidak melakukan apapun atau hanya menunggu, bersifat pasif tetapi mereka aktif.



Gambar 4 para perempuan berfoto dalam iklan Wardah *Shampoo*

Gambar 4 menunjukkan tiga orang perempuan sedang berpose untuk berfoto. Dari gambaran iklan tersebut perempuan digambarkan bebas mengekspresikan dirinya di ruang publik. Dalam kehidupan nyata perempuan juga sama yakni bebas untuk berekspresi, kebebasan tersebut menandakan skeptisisme terhadap perempuan itu mulai pudar.



Gambar 5 band metal perempuan dalam iklan Hijab *Fresh Body Lotion*

Gambar 5 menunjukkan para perempuan bermain band metal, artinya ranah yang biasanya tidak tersentuh oleh perempuan kini dalam iklan perempuan mempunyai hak dalam memilih hobinya dalam bentuk apa saja seperti dalam bermusik metal. Gambaran dalam iklan-iklan tersebut menggambarkan bahwa mereka memiliki kesempatan untuk berkembang di ruang publik. Perempuan digambarkan sebagai sosok yang berprestasi, bergaya, bergerak dan mandiri dan tentunya memiliki ruang publik. Mereka mempunyai kesempatan untuk mengekspresikan diri, mereka bekerja, belajar, maupun mengembangkan hobi.

Islam mengafirmasi ide tentang individu sebagai subjek yang memiliki kebebasan dan kesadaran untuk berdaulat yang akan tetap ada selama masih hidup.

Menurut Mernissi jika perempuan yang aktif dan memiliki kapasitas intelektual yang tinggi maka ia bisa berkiprah di ruang publik sehingga bisa turut serta dalam kemajuan. Seperti Khadijah memiliki inisiatif tinggi yang baik di ruang domestik maupun publik sehingga berhasil dan sukses di kedua ruang tersebut, bukan hanya menjadi penasehat nabi tapi juga menjadi pedagang yang sukses.

2. Hijab Sebagai Identitas Muslimah

Hijab berarti penghalang, tirai atau pemisah, hijab ialah penghalang antar laki-laki dan perempuan, hijab sebagai usaha mencegah transparansi.⁹ Hijab dalam perkembangannya dianggap seakan-akan menjadi milik Islam yang menjadi suatu identitas bagi Muslimah. Padahal hijab atau penutup dan semacamnya itu sudah ada di zaman sebelum kedatangan Islam. Kemudian disatu sisi hijab wajib bagi muslimah sedangkan disisi yang lain hijab sebagai kewajiban karena sebuah retorika dari penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an.¹⁰

Hijab yang menjadi bahasan Mernissi ialah hijab yang dikenakan karena paksaan. Ia tidak memperlakukan perempuan yang mengenakan hijab karena kemauannya sendiri tanpa ada tekanan politis atau suami.¹¹ Menurut Mernissi dalil kewajiban berhijab yang terdapat dalam QS. Al-Ahzab ayat 53 merupakan hasil retorika dari penafsir ayat-ayat Al-Qur'an. Ia melakukan penelitian terhadap *asbabun nuzul* ayat tersebut. Hasilnya ialah bahwa ayat tersebut bukan ayat pemisah antara laki-laki dengan perempuan, laki-laki di ruang publik sedangkan

⁹Elfi Ni'mah Hamidah Hanum dan Abdul Sahar Yasin, *Kala Jilab Berkibar di Podium...*, 9.

¹⁰Atik Catur Budiati, "Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa," *Jurnal Sosiologi Islam*, Vol. 1 No. 1, April 2011, 60.

¹¹Fatima Mernissi, *Pemberontakan Wanita*, 20.

perempuan di ruang domestik. Menurut Fatima Mernissi hijab merupakan pemisah antara laki-laki dengan perempuan karena perempuan tidak bisa bergerak bebas di ruang publik. Hal itu merupakan bukti konkret dalam upaya pengucilan dan marginalisasi perempuan di ruang publik, meski alasannya untuk mengontrol kekuatan seksual.¹²

Berdasarkan teori di atas terdapat beberapa hal yang dapat dicermati pada perempuan dalam iklan mengenai hijab. Banyak iklan yang menggunakan model perempuan dengan mengenakan hijab. Benarkah jika perempuan berhijab maka gerakannya terbatas seperti masanya Fatima Mernissi ataukah hijab sendiri menjadi bentuk perlawanan terkait definisi hijab secara umum, hijab bukan lagi menjadi tirai penghalang bagi perempuan akan tetapi menjadi perlawanan terhadap dominasi patriarki.

Hijab sebagai perlawan merupakan bentuk agresi seksual seperti kekerasan, tekanan dan hambatan bagi kaum perempuan yang dilakukan oleh kuasa laki-laki. Pada intinya gugatan Mernissi dalam hal hijab ialah hijab yang menjadi penghalang pada gerak dan kebebasan perempuan di ruang publik atas dominasi laki-laki, perlawanan Mernissi untuk meruntuhkan sistem patriarki tersebut. Lalu hijab sebagai identitas dan kekuatan muslimah tergambar dari beberapa iklan berikut.



Gambar 6 ada 3 perempuan berhijab ketika bertemu mereka berfoto dalam iklan Sari Ayu *HairCare Series* – Bebas Berhijab.

¹²Fatima Mernissi, *Women and Islam*, 85-88.

Iklan tersebut merupakan iklan dari rangkaian sampo Sari Ayu yang mengusung tema ‘bebas berhijab’ dari tema tersebut sudah dapat diketahui bahwa dengan hijab bukan lagi menjadi hambatan untuk bebas bergerak di ruang publik. Perempuan dalam iklan ini bebas bergerak, mereka melakukan tugasnya sebagai mahasiswa, mereka belajar di suatu perguruan tinggi dengan menggunakan hijab.



Gambar 7 para perempuan berhijab menari bersama dalam iklan Rejoice Hijab Bisa

Para perempuan dalam iklan Rejoice ini semuanya memakai hijab dan Fatin Sidqia yang jadi bintang iklannya. Ia merupakan penyanyi berhijab jebolan dari salah satu ajang pencarian bakat. Dalam iklan tersebut Fatin menyanyi dan mengajak para perempuan lain untuk mengikutinya. Tema dari iklan sampo ini yaitu ‘hijab bisa’. Perempuan meski berhijab mereka tetap bisa bergerak bebas dan bukan lagi sebagai pembatas untuk berkarya maupun berprestasi di luar.



Gambar 8 para perempuan menari dalam bus pada iklan Sunsilk Hijab Refresh

Iklan sampo Sunsilk Hijab *Refresh* yang dibintangi oleh Laudya Chintya Bella. Ia merupakan aktris yang telah lama memutuskan untuk berhijab. Cerita iklan tersebut menggambarkan ketika para perempuan berhijab terjebak dalam

kemacetan, mereka tidak berdiam diri merasakan kegerahan. Bella memilih untuk bergerak dan mengajak perempuan lain untuk mengikuti kemudian menari bersama. Jadi perempuan dalam iklan ini menggambarkan perempuan meski berhijab ia tetap bisa aktif dan bebas bergerak.



Gambar 9 perempuan berhijab berjalan-jalan dalam iklan Wardah *Shampoo*

Iklan sampo Wardah ini salah satunya dibintangi oleh aktris Dewi Sandra yang memang berhijab. Iklan tersebut menggambarkan ia berjalan-jalan bersama temannya di lingkungan Jepang. Jadi dalam iklan ini juga menggambarkan bahwa perempuan berhijab juga bebas bergerak sama seperti yang tidak berhijab. Meski berhijab tidak menjadikan ia terhambat dalam beraktivitas.



Gambar 10 perempuan berhijab sedang berlatih *skateboard* dalam iklan Hijab *Fresh Body Lotion*

Iklan Hijab *Fresh Body Lotion* ini memilih model-model perempuan yang berhijab dan berprestasi. Salah satunya *skateboarder* yang terlihat pada gambar 10. Ia merupakan *skateboarder* perempuan yang bernama Revin Chairani.¹³

¹³Yetta Tondang, "Uniliver Indonesia Luncurkan *Hand & Body Lotion Hijab Fresh*", diakses pada 19 Juli 2019.

Skateboard biasanya dimainkan oleh laki-laki, namun iklan ini merekonstruksi kebiasaan itu, bahwa perempuan juga bisa memainkannya, ditambah lagi yang memainkan ini perempuan berhijab. Perempuan dikampanyekan dalam iklan ini, meski berhijab bukan berarti tidak bebas dan tidak menjadi hambatan untuk berprestasi. Sekarang sudah banyak perempuan berhijab berprestasi. Meski berhijab ia mampu mengekspresikan diri, bergerak bebas. Tentu karena ia memakai hijab sebagai identitasnya, sebagai perempuan muslim maka ia masih menaati norma-norma sebagai muslimah dalam mengembangkan dirinya di ruang publik.

Segala anggapan jika berhijab seperti keterungkungan, kekakuan, kuno juga membatasi ruang gerak perempuan dalam beraktivitas di ruang publik kini citranya berubah, dalam iklan perempuan berhijab tidak lagi membatasi gerakannya. Iklan tersebut menjadi salah satu cara mengubah pandangan masyarakat bahwa hijab tidak lagi membatasi aktivitas dan ekspresi perempuan. Hijab bukan sekadar sebagai simbol kesalehan tapi ekspresi muslimah melawan keterungkungan yang membatasi gerakannya. Ia bisa tampil di ruang sosial, publik dengan gaya hidup yang modern.

3. Kesetaraan di Media Iklan

Menurut Fatima Mernissi pengikutsertaan atau kemunculan perempuan dalam industri media dapat membantu kemajuan untuk perempuan. Menjadi suatu mobilitas untuk mempromosikan kaum perempuan dalam pembangunan di masa depan. Juga dapat membangkitkan penyebaran pendidikan bagi kaum perempuan sekaligus dapat melahirkan citra perempuan yang lebih positif. Agar tidak ada lagi

konstruksi bahwa perempuan hanya makhluk kedua, hidupnya tidak hanya bergantung tapi juga bisa menghasilkan, mempunyai ranah eksternal.

Dengan adanya perempuan dalam media iklan satu sisi memang memberikan kemajuan untuk perempuan, ia bernilai ekonomis juga mampu membantu dalam pembangunan. Sebagian iklan juga memberikan citra positif pada perempuan dengan berbagai penggambaran, ia punya ruang untuk berkembang dan mempunyai hak untuk memilih menjadi versinya masing-masing.

Meski munculnya perempuan di ruang publik dalam hal ini iklan, memang merupakan keniscayaan untuk meneguhkan perjuangan kesetaraan. Namun disisi lain, iklan juga membuat perempuan terjebak dalam pilihan yang dilematis antara kesetaraan gender dan budaya patriarki, kapitalis. Harapannya agar perempuan diakui di ruang publik tetapi mereka dijadikan objek kepentingan para kapitalis untuk menarik massa dengan menggunakan beragam simbol yang melekat padanya.



Gambar 15 tayangan laki-laki dalam iklan

Iklan sekarang seringkali menggunakan simbol-simbol agama (Islam) untuk menguasai pasar dan perempuan yang menjadi sasaran, terutama muslimah. Iklan dengan label halal terutama iklan kecantikan berbeda dengan iklan pada umumnya, yaitu iklan kecantikan yang pada umumnya biasa mengampanyekan bahwa perempuan harus berhias atau tampil cantik di depan laki-laki untuk mendapatkan perhatian laki-laki. Sedangkan iklan dengan label halal, walaupun tetap

menampilkan bintang iklan yang mempunyai wajah cantik, dan berkulit putih, serta sering dengan bintang iklan yang berhijab. Akan tetapi dalam iklan kecantikan halal jarang menampilkan laki-laki bahkan hampir tidak pernah hadir. Walaupun dihadirkan laki-laki dalam iklan, penggambarannya hanya sekilas dan tidak terlalu berarti, seperti pada iklan sampo Wardah dan Rejoice pada gambar 15 di atas.

Sertifikasi halal dari MUI yang mulanya hanya diberikan untuk makanan dan minuman, sekarang sudah ada sertifikasi halal pada produk lain. Menurut Wakil Direktur LPPOM MUI Osmena Gunawan, adanya sertifikasi halal terhadap suatu produk non pangan merupakan hasil masukan dan desakan dari para produsen.¹⁴ Produsen menginginkan produk sandang mereka seperti pakaian, sepatu, hijab dan tidak luput produk kecantikan mendapat sertifikasi halal dari MUI.



¹⁴Abdul Rahman, "Produk Sandang Disertifikasi Halal, MUI Bilang Permintaan Produsen" dalam <https://m.bisnis.com>, diakses pada 16 November 2019.



Gambar 16 logo halal pada produk

Sertifikasi halal terdapat pada kelima iklan yang dimuat di atas, hadirnya sertifikasi halal ini memang merupakan strategi pemasaran yaitu untuk masuk pada pasar kaum muslimah apalagi Indonesia yang penduduknya mayoritas muslim, tentu jumlahnya tersebut sangat menggiurkan untuk dijadikan mangsa pasar.



Gambar 17 menunjuk tempat makan yang halal

Iklan sampo Wardah misalnya, Dewi Sandra menunjuk sesuatu, Hanggini pun menengok ke arah yang ditunjuk Dewi Sandra, ternyata yang dimaksud Dewi Sandra adalah tempat makan Jepang yang halal. Iklan ini menarasikan bahwa dalam hidup begitu banyak pilihan, sebagai muslim tentu harus memakan makanan halal dan menghindari dari memakan yang haram. Memilih yang halal untuk memberikan perasaan nyaman, lebih khusus lagi seperti pilihan halal untuk rambut. Oleh pengisi suara ditegaskan lagi bahwa “dari yang halal berikan kesegaran dan kenyamanan, Wardah *shampoo feel the freshness.*”



Gambar 18 adegan pengucapan rasa syukur

Misalnya lagi pada iklan sampo Sari Ayu pada scene tersebut perempuan yang di tengah mengatakan “*alhamdulillah*, kita jadi bebas berhijab.” Kata *alhamdulillah* yang diucapkan oleh perempuan itu bermakna rasa syukur kepada Tuhan dengan memakai sampo tersebut mereka merasa rambut segar terawat sehingga ia bebas berhijab. Syukur merupakan salah satu bentuk kesalehan seorang muslim dalam beragama.

Label halal dalam produk pada iklan memberikan imaji dan menciptakan ketakutan serta ancaman palsu, memaksa audiens untuk membeli produk. Label halal memberikan imaji kesalehan, hanya karena melihat label halal pada kemasan, apabila membeli produk tersebut membuat konsumen seolah saleh yang memiliki cara Islami. Padahal pada kenyataannya perempuan (khususnya) hanya menjadi konsumen setia dan sama sekali tidak ada jaminan nilai-nilai Islam. Muslimah tanpa sadar ia menjadi komoditas dari kapitalisme itu sendiri.

Meminjam istilah dari Ruth Indiah Rahayu dalam *Perempuan, Tuhan dan Pasar* (2019) ia menggunakan ungkapan “pasar Tuhan”. Suatu produk yang ditujukan untuk perempuan akan semakin berkembang jika membawa “Tuhan”.¹⁵

¹⁵Ruth Indiah Rahayu,. Fathimah Fildzah Izzati, dkk. *Tuhan Perempuan dan Pasar*. (IndoPROGRESS, 2019), 47.

Dalam hal ini iklan dengan wacana halal bisa disebut sebagai membawa “Tuhan” ke pasar. Biasanya perempuan kelas menengah yang menjadi konsumen “pasar Tuhan”, mereka percaya pada makna kesalehan dengan menjadi konsumen “pasar Tuhan” atau menggunakan produk halal maka mereka saleh. Kemudian perempuan kelas pekerja mulai tertarik melihat kelas menengah, sehingga mereka dengan sukarela akan merujuk pada produk yang diiklankan, iklan menggunakan “pasar Tuhan” hal itu diikuti karena dianggap sebagai barometer religiositas.

Mengutip yang ditulis oleh Faurschou tentang ideologi kebutuhan, keseluruhan rasionalisasi proses kapital bermula dari apa yang tampaknya merupakan komoditas yang paling irasional, yaitu bahwa sesuatu yang diiklankan dan dikonsumsi berdasarkan ideologi kebutuhan yang terus berkembang.¹⁶ Wacana halal terhadap suatu produk seakan mendesak pembeli bahwa yang halal lebih menjamin kenyamanan dalam memakai atau menggunakannya.

B. Refleksi Teoritik Atas Pandangan Fatima Mernissi

1. Hijab dalam Wacana Global

Dinamika kehidupan terus berlangsung, relasi alam pikiran, tubuh dan norma-norma yang mengikat pikiran manusia membuat manusia dilema atas kehendaknya. Manusia ingin bebas dan mengekspresikan dunia lewat pikirannya tetapi dalam norma-norma tertentu (agama) manusia menjadi makhluk yang penurut, bahkan tekstual dan inilah yang menghambat kreatifitas dan kebebasan

¹⁶Malcolm Barnard, *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, Terj. Idi Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara (Yogyakarta: Jalasutra, 2015), 213.

berpikir manusia. Di dalam teks-teks keislaman, seperti tafsir, Al-Qur'an dan hadits terdapat suatu ruang pemaknaan yang sempit bahkan merugikan, khususnya ruang pemaknaan yang memarginalkan perempuan dalam ruang-ruang sosial-publik. Menjadikan perempuan berada dalam ketertindasan secara tekstual, maka dibutuhkan suatu ruang pemaknaan yang baru dan segar.

Keinginan dari salah satu feminis Muslim, yakni Fatimah Mernissi menginginkan teks-teks keislaman, seperti tafsir, Al-Qur'an dan hadits membuka ruang pemaknaan baru yang asosiasinya tidak untuk memarginalkan perempuan atau tertindas dalam relasinya dengan dunia komunal.

Akan tetapi ketika dikaitkan dengan ide keadilan yang merupakan hak mutlak kehidupan manusia, maka terungkap bahwa dalam tafsir Al-Qur'an dan hadis terdapat hal-hal yang merugikan perempuan, peran-peran sosial perempuan terbatas. Sehingga tujuan Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam seakan bukan untuk perempuan.

Padahal kesalahan yang terjadi tidak disebabkan oleh keberadaan teks tersebut melainkan pada pembacaan yang tidak tepat terhadap tafsir. Dalam konteks ini budaya berperan sebagai pembentuk teks sehingga semua kenyataan yang tergambar di dalam teks sebagian menggambarkan kenyataan sosial budaya dari masyarakat yang membentuknya.

Sebaliknya teks juga memiliki peran sebagai produsen budaya. Artinya teks memiliki efektivitas untuk mempengaruhi dan mengubah budaya yang kemudian direkonstruksi dalam bentuknya yang baru. Hubungan antara teks dan budaya

dalam kedua sisinya tersebut di atas bersifat dialektis dan kompleks, tidak bersifat linier dan pasif.¹⁷

Quraish Shihab menyatakan bahwa para ulama dahulu akan memberikan penafsiran yang berbeda ketika mereka hidup pada situasi sekarang dimana perempuan dapat mengakses perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga dapat meningkatkan kualitas keilmuannya. Teks-teks agama yang mensubordinasi perempuan merupakan representasi kedudukan perempuan pada masyarakat Arab Jahiliyah. Hal ini berarti konsepsi itu bersifat lokal dan temporer karena kondisi perempuan saat ini jauh berbeda dengan kondisi perempuan yang ditampilkan dalam teks-teks tersebut.

Seperti halnya hijab, dalam kultur Mernissi hijab menjadi sebuah keterkungkungan, pembatasan, kemunduran pada perempuan untuk ikut serta dalam ruang publik. Menurut Mernissi ayat hijab diturunkan tidak untuk memisahkan dunia kaum perempuan dan laki-laki, akan tetapi teks-teks tersebut menjadi mengekang dan melarang perempuan untuk mengakses dunia luar atau kawasan publik.¹⁸

Padahal hal itu merupakan hasil produk pemikiran ulama dan hasilnya bukan bersifat final yang tidak bisa diganggu gugat. Sehingga sedemikian rupa ia melakukan perlawanan dan pembacaan ulang terhadap teks, salah satunya tentang hijab. Namun dalam wacana global sekarang ini hijab bukan lagi sebagai

¹⁷Lub Liyna Nabilata, "Hermeneutika Feminis: Kritik Atas Kesetaraan Fatima Mernissi" *Al-Adabiya* Vol. 13, No. 02, Desember 2018, 220.

¹⁸Nur Mukhlis Zakariya, "Kegelisahan Intelektual Seorang Feminis: Telaah Pemikiran Fatima Mernissi Tentang Hermeneutika Hadits" *Karsa*, Vol. 19, No. 2 tahun 2011, 128.

keterasingan, pemisahan perempuan pada dunia luar akan tetapi ia menjadi simbol perlawanan.

Hijab disamping menjadi ketaatan pada agama ia juga sebagai simbol dari suatu gerakan atau perlawanan. Hijab sebagai simbol perlawanan merujuk pada beberapa contoh di negara lain yang mengalami beberapa gejolak dan dinamika. Seperti yang terjadi pada perempuan di Turki mereka melakukan serangkaian upaya untuk menciptakan gaya pakaian asli perempuan muslim dan melegetimasi pakaian Islam tradisional. Mereka mulai memakai jubah panjang dan selendang kepala.

Menurut Leila Ahmad motivasi perempuan dalam menggunakan hijab bisa sangat beragam. Beberapa alasan tersebut ialah adanya motivasi dari diri sendiri, karena pengaruh dan tekanan dari luar, sebagai bentuk penegasan identitas agama, kritik terhadap budaya Barat dan sebagai alat untuk memperjuangkan hak-hak minoritas.¹⁹

Sebelumnya Leila Ahmad menganggap hijab sebagai simbol intoleransi dan bukan pula simbol utama dari kesalehan. Setelah melakukan penelitian ulang, ia melihat dinamika dan perkembangan sosial terutama di Mesir dan Arab. Ia mendapat pemahaman baru bahwa banyak perempuan menjadikan hijab sebagai lambang individualitas dan keadilan, bukan lagi sebagai wujud keterkungkungan. Hijab menyimbolkan beragam makna pada perjuangan keadilan dan kesetaraan.²⁰

¹⁹Leila Ahmad, *A Quiet Revolution: The Veil's Resurgence, from the Middle East to America* (New Haven: Yale University Press, 2011) 169.

²⁰Zacky Khairul Umam, "Evolusi Makna Jilbab Leila Ahmed: dari Penindasan ke Pembebasan" dalam <https://www.tirto.id> diakses pada Selasa, 31 Mei 2022.

Maka dapat ditarik pada kesimpulan bahwa kaum berhijab yang melakukan perlawanan ialah mereka yang ingin mempertahankan nilai-nilai Islam melawan pemerintahan atau pihak penganut sekularisme yang merasa terancam apabila pemakaian hijab pada umat Islam diperbolehkan. Hijab tidak lagi membatasi sebagian perempuan melainkan mengemansipasikan dengan melegetimasi kehadiran mereka di tengah kehidupan publik.

2. Interpretasi Fatima Mernissi Terhadap Teks

Epistemologi Islam merupakan sumber utama yang harus dicapai, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah yang sejatinya menjadi parameter absolut. Hierarki sebuah sistem nilai tertinggi ialah teks suci (Al-Qur'an-hadits). Dalam melihat segala fenomena yang nampak hendaknya kembali pada kedua sumber teks tersebut, dikarenakan keduanya sudah terdapat horison-horison pengetahuan yang ingin dikehendaki, tetapi beda halnya dengan seorang figur feminis Islam yakni Fatima Mernissi.

Ia terlihat berseberangan dengan teks-teks suci dalam memandang sebuah fenomena yang memandang perempuan dimarginalisasi oleh suatu motif kepentingan penafsir yang maskulin. Fatima Mernissi dalam perlawanannya terhadap bias gender, ia melakukan penggugatan terhadap teks-teks yang dianggap mengandung sinisme pada perempuan (hadis misoginis). Teks-teks yang dilahirkan atas petunjuk Allah (tafsir) dianggap mengandung ketidakadilan sekaligus ketimpangan terhadap perempuan.

Melihat latar belakang Fatima Mernissi yang sedari kecil telah merasakan pemingitan yakni adanya *harem* serta dominasi patriarki yang sangat kuat. Adanya

pembedaan antara laki-laki dan perempuan yang sering ia temui, menjadikannya sebagai seorang feminis yang bersikap kritis pada masalah-masalah yang mengucilkan perempuan.

Mernissi sangat sensitif terhadap masalah perempuan bahkan pada hadis yang membahas tentang persoalan perempuan yang memuat kebencian terhadapnya. Terlihat dalam kajiannya terhadap hadis yang menyinggung atau benci terhadap perempuan (*misoginis*). Namun di tengah sikap kritisnya, ia menyiratkan pernyataan bahwa kebencian terhadap perempuan bukan karena Al-Qur'an, nabi dan tradisi Islam, tetapi karena adanya kepentingan kaum elit (laki-laki).²¹ Menurut Al-Qur'an, hadis nabi, dan tradisi Islam sangat menghargai perempuan. Jadi apabila terdapat tafsiran yang mendiskreditkan perempuan, maka itu perlu dikritisi.

Kritik Mernissi hanya memperbaiki pemahaman hadis yang bersifat kontra pada perempuan. Ia memulai dengan mengkritisi perawi pertama, menerapkan metode kritik sanad dengan memperhatikan keadilan dan kedabitannya. Memusatkan perhatiannya pada orang pertama yang mempublikasikan hadis setelah hadis itu diterima dari nabi. Selain meninjau sang perawi, ia juga melihat ulang kondisi sosial di sekitar hadis. Berikut beberapa gugatan Mernissi yang berkaitan dengan hadis *misogini*.²²

²¹Fatima Mernissi, *Wanita di dalam Islam*, xxi

²²Widyastini, "Gerakan Feminisme Islam Dalam Perspektif Fatimah Mernissi", 70.

1. Hadis yang berasal dari al-Bukhari dan Abu Bakrah:

“Siapa yang menyerahkan urusannya kepada kaum wanita, maka tidak akan memperoleh kemakmuran”.

2. Hadis yang berasal dari Abu Hurairah:

“Anjing, keledai dan wanita akan membatalkan shalat jika melintas di antara *musalli* (orang yang shalat) dan kiblat.

3. Hadis yang diriwayatkan Abu Hurairah:

“Ada 3 hal yang membawa bencana, yaitu rumah, wanita, dan kuda”

4. Hadis yang diriwayatkan Abdullah ibn Umar:

“Sepeninggalku kelak, tidak ada penyebab kesulitan yang lebih fatal bagi pria kecuali perempuan”.

Ada dua hal yang ditelaah oleh Mernissi, pertama yakni konteks sosial saat perawi meriwayatkan pertama kali hadis setelah lama ia terima dari nabi. Kedua, kondisi sosial pada saat nabi meriwayatkan hadis tersebut. Alangkah lebih baik jika satu konteks ini juga menjadi perhatian Mernissi, yaitu aspek pembaca. Konteks pembaca saat membaca hadis juga menjadi salah satu pertimbangan dalam memahami hadis.²³ Ada perbedaan situasi dan kondisi saat Mernissi menelaah hadis dengan dua konteks sebelumnya yang mengitarinya. Sehingga dalam memahami teks harus memperhatikan dua komponen yakni selain pengarang juga pembaca. Oleh karena itu pemahaman Mernissi berbeda dengan pendahulunya.

²³Limatus Suda', Hadis Misoginis Dalam Perspektif Hermeneutika Fatima Mernissi, *Jurnal Mutawatir*, Vol. 4 No. 2 Juli-Desember 2014. 305

Berikut ini juga merupakan beberapa kritik terhadap telaah Mernissi menurut Bukhori:²⁴

1. Hadis tentang perempuan sebagai pembatal shalat yang berasal dari Abu Hurairah ternyata tidak ditemukan dalam Shahih Bukhari. Kurang lebih ada 13 periwayatan hadis yang di dalamnya berisi penjelasan tentang hal tersebut, yaitu dalam kitab *as-Sahabab*, kitab *al-Witr*, kitab *al Amal fias-Salah*, dan kitab *al-Isti'zan*. Imam Bukhari justru menghormati perempuan, menempatkan sejajar dengan periwayatan hadis. Dalam Syarh Sahih al-Bukhari memberikan gambaran ada 31 perawi hadis perempuan yang dimasukkan dalam Shahih al-Bukhari, dengan periwayatan hadis sejumlah 242 hadis.
2. Kurang memahami *ulum al-hadis*, Mernissi tidak punya kemampuan mengoreksi kembali mengapa al-Bukhari tidak memasukkan hadis yang membantah Aisyah terhadap kekeliruan riwayat Abu Hurairah tentang 3 perkara yang membuat bencana yaitu kuda, wanita, dan rumah. Mengapa al-Bukhari menulis hadis lain yang menyatakan bahwa “Sepeninggalku tidak ada penyebab kesulitan yang lebih fatal bagi pria kecuali perempuan”. Apakah tidak terlintas dalam pemikiran Fatima Mernissi untuk melihat kebenaran masing-masing?
3. Sebuah hadis dapat dipahami maknanya jika pada mulanya melihat secara langsung kitab *Syarhnya* (kitab penjelasan) dan tidak langsung

²⁴Lihat Widyastini, “Gerakan Feminisme Islam Dalam Perspektif Fatimah Mernissi”, 71.

memberikan vonis terhadap makna lahiriahnya, karena makna berkaitan dengan *asbab-al wurud* (sebab-sebab lahirnya hadis).

4. Beberapa pandangan Fatima Mernissi dapat dikatakan kurang tepat karena kurangnya referensi biografi Abu Hurairah dan Imam Bukhari serta kurang memahami kedudukan kaum perempuan dalam ajaran Islam.

Pendekatan historis dan metodologis menjadi pijakan hermeneutika Mernissi. Dalam pendekatan metodologisnya ia mengambil kaidah-kaidah *ulum al-Hadith* yang hanya dianggap sesuai dengannya. Hal ini menunjukkan satu sisi Mernissi mengkritisi penafsir yang sangat patriarkal tapi ia sendiri sangat feminim. Seakan kritik Mernissi mempertentangkan antara teks dan penafsir, keduanya seolah bertentangan. Satu sisi ia merasa mengimani teks yang suci tapi pada sisi yang lain seakan menjadi bertentangan. Sehingga telaahnya tersebut perlu dikritisi lagi.

Harusnya keduanya saling mengisi, antara aspek teks suci (teologis-skriptualis) harus “dikawinkan” dengan aspek historisitas. Metode teologis-skriptualis ini pula akan lebih terbaca keunggulannya saat ia bersinggungan dengan metode kontemporer lainnya seperti hermeneutik. Memang pada umumnya produk historis pemikiran keagamaan akan selalu menampilkan perbedaan, tetapi tidak bisa dipadankan dengan agama itu sendiri.²⁵

²⁵ Alim Roswantoro, dkk, *Islam, Agama-agama dan Nilai Kemanusiaan* (Yogyakarta: CISForm, 2013), 20.

Hakikat pengetahuan keislaman adalah pertautan antara teks dan konteks yang terus bergulir sedemikian rupa, sehingga kualitas kebenarannya tergantung pada kemampuan mengurai jejaring teks-teks pemikiran keislaman dan konteks-konteks historis yang mengitari. Teks-teks pemikiran keislaman dan konteks-konteks historis yang mengitari harus dibaca saling terkait satu sama lain, bukan dibaca yang satu lebih unggul dari yang lain.²⁶

Keilmuan harus berpusat pada Al-Qur'an dan Sunnah yang secara hirarkis berkaitan dengan sejumlah pengetahuan lainnya. Al-Qur'an dan sunnah yang dimaknai secara baru (*hermeneutics*) selalu menjadi landasan pijak pandangan hidup keagamaan yang menyatu dalam satu tarikan nafas keilmuan dan keagamaan. Semuanya diabdikan untuk kesejahteraan manusia secara bersama tanpa pandang bulu baik dari entitas, agama, ras maupun golongan.²⁷

Seperti Amin Abdullah yang menggagas integrasi ilmu dengan peta konsep jaring laba-laba, gagasan tersebut mengacu pada tradisi keilmuan Islam yaitu *hadharah al-nash* (teks suci), *hadharah al-falsafah* (filsafat), dan *hadharah al-'ilm* (ilmu alam dan humaniora) dan semuanya saling terkoneksi atau saling terhubung antar ketiganya. Pada konsep jaring laba-laba, setiap item memiliki hubungan satu dengan yang lain (integratif keilmuan). Keilmuannya harus berpusat pada Al-Qur'an dan sunnah. Dalam satu lapis lingkaran menunjukkan kesetaraan. Garis-garis di tiap lapis lingkaran bukan garis pemisah.²⁸

²⁶Alim Roswanto, dkk., *Islam, Agama-agama dan Nilai Kemanusiaan*, 30.

²⁷Parluhutan Siregar, "Integrasi Ilmu-ilmu Keislaman dalam Perspektif M. Amin Abdullah" *Jurnal Miqot*, Vol. XXXVIII No. 2 Juli-Desember 2014, 345.

²⁸Parluhutan Siregar, "Integrasi Ilmu-ilmu Keislaman dalam Perspektif M. Amin Abdullah", 344.

ini sekaligus menyelesaikan konflik antar sekularisme ekstrim dan fundamentalisme negatif agama-agama yang kaku dan radikal dalam banyak hal.³⁰

Pembacaan Fatimah Mernissi terhadap teks-teks suci juga perlu untuk dilihat kembali, untuk melihat mengapa ia sampai pada penafsiran tersebut, yang membuka ruang pemikiran baru terhadap teks-teks suci tersebut. Suatu penafsiran terhadap teks-teks suci memang memungkinkan untuk membuka gerbang berbagai kemungkinan penafsiran, ada potensi multitafsir, hingga adanya suatu oposisi biner (bisa salah-benar). Tafsiran Fatimah Mernissi pada teks-teks suci misal dalam hal permasalahan ayat hijab, hadis yang diriwayatkan Abu Hurairah dan beberapa hadis lain yang ia gugat yang dianggap mengandung misogini.

Teks-teks di atas menunjukkan suatu keberanian Fatima Mernissi untuk membuka penafsiran bahkan mendobrak suatu kemapanan teks. Fatima Mernissi terlihat mengesampingkan nilai-nilai epistemologi Islam, yakni Al-Qur'an dan Hadis. Oleh itu perlu adanya desakralisasi seperti yang digagas Amin Abdullah agar agama dan ilmu menyatu dan saling terhubung.

³⁰Alim Roswanto, dkk., *Islam, Agama-agama dan Nilai Kemanusiaan*, 21.