

MANIFESTASI WANITA DALAM BUDAYA PATRIARKI: IDEOLOGI DALAM SERAT CANDRANING WANITA DAN REFLEKSI PADA I KLAN ERA MODERN

Joan Isma Ayu Astri Fachrani

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang

Abstrak

Budaya patriarki merupakan perwujudan ideologi hegemoni, di mana pria sebagai pihak dominan berhak menentukan persetujuan sosial pada wanita sebagai pihak subordinat. *Serat Candraning Wanita* adalah salah satu naskah kuno yang merefleksikan budaya patriarki pada budaya Jawa. Dalam naskah ini, perempuan digolongkan menjadi 33 jenis serta dijelaskan ciri fisik, alat kelamin, hingga watak. Wanita digambarkan sebagai objek sehingga dapat ditentukan konsepnya. Ideologi ini kemudian dipertahankan di era modern, konsep penampilan fisik serta peran wanita dijadikan komoditas. Ideologi ini dipertahankan agar persetujuan sosial dan posisinya tidak bergeser, bila hal tersebut bergeser maka wanita akan menolak kodratnya dan mengambil kembali kuasa atas tubuhnya.

Kata Kunci: *budaya patriarki, ideologi hegemoni, femininitas, Serat Candraning Wanita*

Kebudayaan adalah sisi yang tak terpisahkan dari masyarakat. Secara ternaturalisasikan, masyarakat di berbagai belahan dunia mengkonstruksikan diri mereka dalam budaya patriarki di mana pria sangat diagungkan dan diunggulkan dengan sisi maskulinitasnya sementara peran wanita dengan sisi femininitasnya hanya sebagai pelengkap pria atau subordinat. Perbedaan gender antara maskulin dan feminim dalam budaya patriarki sangat kentara, serta dapat ditemukan perbedaan gender ini pada masyarakat di berbagai belahan dunia. Salah satu masyarakat yang menganut budaya patriarki adalah masyarakat yang hidup dalam budaya Jawa.

Di dalam budaya Jawa, maskulinitas dan femininitas bukanlah status yang

diberikan sedari lahir, tetapi lebih kepada konstruksi sosial. Hal ini bagai dua kutub yang berbeda atau bagai suatu busur yang nilainya bila ditarik masing-masing akan memberikan derajat maskulinitas dan feminitas yang berbeda. Darwin (1999) menyatakan bahwa sosok maskulin yang ideal menurut orang Jawa adalah *lelananging jagad* yang sakti, tampan dan banyak istri, seperti layaknya Arjuna, sang tokoh pewayangan yang merupakan salah satu anggota dari Pandawa, yang selalu menang di setiap medan perang, dan selalu memenangkan hati setiap dewi.

Dalam budaya Jawa, pria ideal adalah pria yang memiliki *benggol* (uang) dan *bonggol* (kejantanan seksual). Di balik dominasi pria ini lah posisi wanita dipertanyakan, maka di mana sejatinya posisi

wanita? Dalam kultur ini wanita adalah milik atau objek dari pria yang sejajar dengan *bondo* (harta), *griyo* (istana atau rumah), *turonggo* (kendaraan), *kukilo* (burung, binatang peliharaan, bunyi-bunyian), dan *pusoko* (senjata atau kesaktian) (Darwin, 1999). Adapun kata wanita (*wanita*) dalam budaya Jawa berasal dari kata *wani* atau berani dan *ditata* yang berarti diatur, sehingga artinya seorang wanita adalah sosok yang berani ditata atau diatur, sehingga kata wanita lebih digunakan daripada kata perempuan karena kata tersebut lebih dekat dengan kesadaran praktis masyarakat Jawa (Handayani, dkk., 2008). Darwin (1999) kemudian menegaskan bahwa penguasaan terhadap wanita (*wanita*) adalah simbol kejantanan seorang pria. Dalam hal ini wanita pun tidak mempunyai independensi karena ketundukan, ketergantungan, dan kepasrahan wanita terhadap pria adalah simbol kemuliaan hati seorang wanita Jawa. Dari berbagai istilah budaya Jawa tersebut dapat disimpulkan bahwa wanita secara tidak langsung ditempatkan sebagai objek, di mana laki-laki dalam posisi subjek dapat memberi konsep tentang bagaimana peran, tugas dan kedudukan wanita seharusnya.

Kedudukan wanita sebagai objek ini pula yang membuat pandangan terhadap wanita pada umumnya digambarkan dari sudut pandang pria sebagai subjek. Hal ini dapat terlihat dari berbagai literatur Jawa dan salah satunya adalah naskah (*autograph*) Jawa *Serat Candraning Wanita*. Literatur ini dapat digolongkan sebagai sebuah kumpulan wacana falogosentris. Menurut Lestari (2006) wacana falogosentris adalah teks yang falosentris (falus yang logosentris) atau bisa disebut sebagai wacana yang mengambil sudut pandang dari pria. Literatur Jawa ini menggambarkan secara gamblang ciri-ciri fisik (mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki serta alat kelamin) beserta watak wanita yang pantas dan ideal sebagai istri, secara tak langsung hal ini mendiskreditkan wanita sebagai objek yang bisa digolongkan kepada

jenis-jenis tertentu oleh pria yang berdiri sebagai subjek.

Hal yang bermula dari budaya patriarki inilah yang akhirnya mempengaruhi bagaimana wanita memandang dirinya, memberikan gambaran ideologi budaya patriarki terhadap wanita melalui sudut pandang naskah *Serat Candraning Wanita*. Pada masa modern ini, pandangan terhadap fisik maupun watak ideal wanita sebagai objek pun dijadikan komoditas. Peran gender dan kecantikan wanita pun terstandarisasi, sehingga secara tak sadar wanita mempunyai tuntutan untuk harus berusaha mereproduksi dan meraih standar dari kecantikan tersebut sebagai prestasi diri serta memenuhi konsep yang ditentukan oleh pria.

KAJIAN PUSTAKA

Ideologi dalam budaya patriarki merupakan salah satu ideologi hegemoni, di mana ideologi tersebut membenarkan penguasaan satu kelompok dominan terhadap kelompok subordinat. Norman Fairclough, seorang tokoh pendiri *Critical Discourse Analysis* atau Analisis Wacana Kritis dalam bukunya yang berjudul *Language and Power* (1989) menyatakan bahwa ideologi adalah sekumpulan ide yang sudah ditentukan dan diinterpretasikan sebagai kenyataan yang dianggap benar atau "kewajaran" dan disetujui oleh sekelompok orang yang digunakan untuk mengatur kehidupan masyarakat tertentu. Dalam pengaruh ideologi ada unsur pemaksaan (*coercion*) maupun persetujuan serta dominasi di dalamnya yang tersamarkan bahwa unsur tersebut memang wajar ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Dominasi ideologi ini dapat terjadi berdasarkan perbedaan antar jenis kelamin (pria atau wanita), agama, ras, atau kelas ekonomi. Darwin (1999) menyebutkan tiga asumsi dasar yang mendasari ideologi hegemoni ini:

1. Kesepakatan-kesepakatan sosial yang sesungguhnya hanya menguntungkan

kepentingan kelompok yang dominan cenderung dianggap mewakili kepentingan semua orang.

2. Ideologi hegemonis seperti ini merupakan bagian dari pemikiran sehari-hari, cenderung diterima apa adanya (*taken for granted*) sebagai sesuatu yang memang demikianlah semestinya.
3. Dengan mengabaikan kontradiksi yang sangat nyata antara kepentingan kelompok yang dominan dengan kelompok subordinat, ideologi seperti ini dianggap sebagai penjamin kohesi dan kerjasama sosial, sebab jika tidak demikian yang terjadi justru suatu konflik.

Dari penjelasan di atas dapat disebutkan bahwa ideologi sejatinya adalah sebuah konvensi sosial yang dianggap sebagai pemikiran yang memang diterima sebagai bentuk kerjasama sosial yang dianggap sudah sewajarnya dan begitu adanya. Ideologi adalah elemen kunci dalam membentuk kekuasaan kaum dominan dan mengendalikan kaum subordinat. Secara spesifik, ideologi adalah identitas yang kuat yang dimiliki oleh budaya, agama dan kepercayaan, masyarakat, negara, kelas sosial, partai politik, perkumpulan sosial, dan lain sebagainya. Sebagai contoh adalah ideologi yang diyakini dan dijadikan pedoman warga negara Indonesia yaitu Pancasila, atau ideologi dalam ajaran agama Islam yang digunakan sebagai pedoman maupun mengatur jalannya kehidupan umat Islam. Dapat dijelaskan bahwa kekuasaan ideologi adalah kekuasaan yang memproyeksikan praktek-praktek dari seseorang maupun sekelompok orang menjadi sesuatu yang universal dan 'umum'.

Selanjutnya dalam hal ini yang dibahas lebih lanjut adalah ideologi patriarki dalam dominasi kekuasaan antara pria dan wanita, di mana wanita pada posisi subordinat tidak memiliki ruang yang memadai dalam dominasi pria. Dapat diketahui bahwa pria dan wanita didapati berbeda dalam hal

gender. Lips (1988) mendefinisikan gender sebagai ideologi (yang tidak berkesinambungan) dan relasi materi yang muncul diantara sekelompok orang-orang yang disebut 'pria' dan sekelompok orang-orang yang disebut wanita. Fakhri (1996) menyatakan bahwa gender adalah sebuah konstruksi sosio-kultural tentang definisi pria dan wanita.

Gender selalu identik dengan dua konsep, yaitu 'maskulin' dan 'feminin' yang selalu dikaitkan dengan konstruksi sosio-kultural dan ekspektasi bagaimana pria dan wanita 'harus' berkelakuan. Sebagai contoh, kita dapat merelasikan hal ini dengan konstruksi sosial 'feminitas' dalam budaya Jawa. Beberapa bukti menunjukkan bahwa banyak aspek dalam gender yang tidak dibawa sejak lahir '*innate*'. Sebagaimana dibuktikan oleh anak-anak yang tumbuh dalam masyarakat patriarki di komunitas Jawa, bagi seorang wanita ketika masih kecil, sangat 'dilarang' untuk tertawa hingga terlihat giginya atau bahkan berteriak karena hal tersebut adalah *Pamali!* (Sangat dilarang untuk dilakukan), bahkan, ia harus tetap tenang dan mengikuti apa yang orang tua ia katakan (Hermawati, 2007). Contoh lainnya adalah wanita dilarang oleh orangtuanya makan terlampaui banyak karena akan mempengaruhi bentuk tubuhnya maupun bertingkah laku kelaki-lakian karena dapat dikategorikan tidak pantas untuk pria atau suaminya. Bahkan dalam faktanya, keluarga atau lingkungan dari wanita itu sendiri merasa sebagai keharusan untuk ikut berpartisipasi dalam 'mendidik' seorang wanita.

Dalam budaya Jawa pula terdapat konstruksi sosial wanita Jawa yang sering disebut *kanca wingking*, di mana seorang wanita menggantungkan seluruh jiwa-raganya pada sang suami yang bertugas *meladeni* sang suami dan tak terkecuali tugas mendidik anak-anaknya. Berdasarkan Zuntriana (2006), budaya patriarki ini lah yang berkontribusi besar untuk memarginalisasikan wanita dalam peran

gender yang nampaknya ditentukan sepenuhnya oleh konstruksi sosio-kultural, contohnya seperti *kanca wingking* tersebut. Wanita dalam peran gendernya pula diposisikan sebagai lawan pria secara biologis dan juga sebagai pelengkap pria (esensial). Wanita kemudian menjadi warga seks kedua di masyarakat, sebuah konsep berkelanjutan yang dikonstruksikan oleh masyarakat patriarki.

Faktanya, kehadiran wanita memang hanya dianggap sebagai pelengkap dari pria, dan ditemukan beberapa istilah-istilah yang mendukung hal tersebut. Sebagai contoh, terdapat istilah 3M dalam budaya Jawa, yaitu *manak* (melahirkan keturunan), *macak* (berdandan), dan *masak* (memasak); serta istilah-istilah lain seperti, *dapur* (dapur atau memasak), *pupur* (bedak atau berdandan), *kasur* (tempat tidur atau melayani suami), dan *sumur* (sumur atau mencuci). Istilah-istilah tersebut sangat melekat pada para wanita hingga sekarang, karena sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa penguasaan terhadap wanita adalah simbol dari kekuasaan pria. Zuntriana (2006) mengatakan bahwa wanita yang bergantung dan membutuhkan perlindungan serta dukungan pria justru merupakan contoh dari wanita yang baik dalam kultur Jawa. Pernyataan dari Zuntriana tersebut berkaitan dengan pula dengan pemahaman ideologi secara interior menurut Fairclough (1989) di mana kelompok subordinat dari ideologi patriarki ini harus menyetujui dan menerima apa yang ditentukan kaum dominan sebagai dasar pemikiran dalam ideologi yang ada.

Ideologi dalam budaya patriarki ini seringkali ditemukan dalam naskah-naskah tradisional yang terdapat dalam daerah yang menganut budaya patriarki di berbagai belahan dunia, salah satunya adalah budaya Jawa. Pada naskah-naskah tradisional, sering ditemukan adanya naskah naratif yang mengambil sudut pandang pria (falogosentris), salah satu contohnya adalah naskah tradisional Jawa yang berjudul *Serat Candraning Wanita* yang akan dikaji lebih

lanjut. Naskah ini merupakan naskah literatur Jawa sebagai panduan kepada pria untuk memilih wanita sebagai calon istri yang ideal dan pantas berdasarkan ciri fisik dan kelaminnya. Dengan kata lain, ideologi patriarki akan eksploitasi tubuh dan peran gender wanita sebagai objek sudah ada sejak lama. Bahkan, ideologi ini masih dipertahankan hingga di era modern oleh kaum-kaum yang dominan agar posisinya tidak tergeser dan agar keseimbangan sosial tetap terjaga seimbang.

Lambat laun ideologi atas eksploitasi tubuh dan peran gender wanita oleh kaum dominan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat patriarki menjadi fenomena yang muncul pada ranah baru, yaitu sebagai komoditas dalam iklan produk rumah tangga dan iklan kecantikan wanita yang membombardir media. Nampaknya para produsen menyadari bahwa dengan mengambil ideologi yang dominan bertumbuh dalam masyarakat akan lebih menarik konsumen yang sebagian besar adalah wanita dan ibu rumah tangga, karena ideologi tersebut memang sudah dipahami sebagai kewajaran yang memang sebagaimana adanya dan itulah konsep yang memang sudah ada dalam masyarakat.

PEMBAHASAN PANDANGAN MENGENAI WANITA DALAM SERAT CANDRANING WANITA

Gambaran ideal tentang wanita tidak hanya muncul pada era modern, tetapi sudah muncul sejak beberapa waktu lampau. Ada beberapa naskah literatur Jawa yang menggambarkan wanita, di antaranya adalah *Serat Candraning Wanita*, *Serat Rerepen Warna-warni*, *Serat Rerepen*, *Tjandra Wanita*, *Piwulang Warna-warni*, *Serat Wiwasat*, *Serat Klempakan*, *Serat Wulang Sunu*, *Serat Wirasating Pawestri*, *Serat Warnasari*, *Serat Primbon*, *Serat Kidungan*, dan *Serat Primbon*. Salah satu naskah yang menggambarkan wanita secara detail adalah *Serat Candraning Wanita*. Naskah ini merupakan naskah *autograph* yang dipesan

oleh Ir. J. L. Moens di Yogyakarta pada tahun 1930-an, nama pengarang rupanya tidak diketahui serta tidak ada informasi lebih lanjut tentang pengarang meski naskah ini pernah diteliti pula oleh seorang Profesor bernama Prof. Dr. Edwin Paul Wieringa yang mengajar *Indonesian Philology and Islamic Studies* di University of Cologne. Lebih lanjut naskah ini berisi tentang deskripsi fisik tubuh seorang wanita yang ideal, pantas dan baik untuk dijadikan istri (Bonita, 2012).

Naskah *Serat Candraning Wanita* adalah naskah yang memiliki ciri-ciri sebagai teks primbon, khususnya mengenai *katuranggan*. *Katuranggan* adalah teks yang berisi tentang deskripsi seseorang atau binatang yang berfungsi sebagai penilai (Endraswara, 2010). Primbon diyakini dalam budaya Jawa dan merupakan bagian dari kebudayaan masyarakat yang lekat hubungannya dengan kehidupan sehari-hari. Menurut Endraswara (2010) umumnya primbon berisi tentang aneka ragam pengetahuan terkait dengan kehidupan sehari-hari, seperti tafsir mimpi, *wedal* (hari lahir), *wektu* (waktu), *samagaha* (gerhana), *katuranggan*, *katumbiri* (perhitungan jodoh), dan *petungan* (perhitungan).

Selain naskah *Serat Candraning Wanita*, cukup banyak naskah-naskah lain yang berkaitan tentang primbon dan membahas tentang wanita, seperti *Serat Mustikaning Kidung*, *Serat Rerepen Warna-warni*, dan *Serat Candrarini* yang berisi pembahasan mengenai sosok wanita yang baik untuk dijadikan seorang istri, termasuk ajaran membina rumah tangga dan bersenggama yang baik. Ada pula *Serat Wiwasat* yang membahas tentang karakter melalui tanda yang didapat pada tubuh seseorang atau binatang. Terdapat pula *Serat Klempakan Warna-warni*, *Serat Lambang Pusaka*, *Serat Wiwasating Manungsa*, *Serat Warnasari*, dan *Serat Piwulang Warna-warni* yang mendeskripsikan fisik seorang wanita. Hingga saat ini sudah terdata sekitar 18 naskah kuno Jawa tentang wanita dan umumnya mendeskripsikan fisik (Bonita,

2012).

Serat Candraning Wanita menjadi naskah yang terpilih untuk dibahas karena menceritakan secara detail tentang penandaan atau pendeskripsian fisik wanita beserta karakternya secara rinci yang dapat dijadikan panduan para pria untuk mencari istri. Naskah ini terdiri dari lima bagian dan terdapat pula daftar isi penyebutan nama jenis-jenis wanita sebanyak 33 nama yang didasarkan pada bentuk perawakan fisik dan warna kulit beserta wataknya. Berikut ini adalah 33 penamaan jenis wanita dalam *Serat Candraning Wanita*:

1. *Candra Wela*
2. *Raseksi Durga*
3. *Retna Kancana*
4. *Koncang Lelasan*
5. *Kunci Kancana*
6. *Kusumastuti*
7. *Durga Sari*
8. *Durga Sori*
9. *Durga Mangsah*
10. *Durga Ngerik*
11. *Tarabas*
12. *Tasik Madu*
13. *Surya Surup*
14. *Sri Tumurun*
15. *Wulan Andhadhari*
16. *Pandhan Kangingan*
17. *Lintang Karahinan*
18. *Padma Nagara*
19. *Padmari Leledhang*
20. *Puspa Wicitra*
21. *Madu Guntur*
22. *Madu Pinastika*
23. *Menyan Cinandhi*
24. *Menjangan Ketawan*
25. *Mutyara*
26. *Mrica Pecah*
27. *Gedang Seta*
28. *Pedaringan Kebak*
29. *Guntur Madu*
30. *Ngembat Lawung*
31. *Amurwa Tarung*
32. *Ngentrok Sari*
33. *Madurasa*

Selanjutnya ada beberapa contoh deskripsi jenis wanita dalam naskah *Serat Candraning Wanita* beserta terjemahannya dikutip dari Bonita (2012):

// *Retna Kencana. Pasuryan jene, rema akas sarta panjang, suku alit, dedeg pideksa, bathuk cekapan, tutuk semu ciyut. Watekipun setya tuhu dhateng laki. Bathuking baga semu ciyut saha bolonganing baga ugi ciyut, sarira katingal goring, pinunjul saresminipun 11*

Terjemahannya:

// Retna Kencana (wanita seperti emas permata) (ciri-cirinya): muka berwarna kuning, rambutnya panjang dan kasar, kakinya kecil, tubuhnya proporsional, dahinya pas, dan mulutnya agak kecil. (Wanita) seperti ini berwatak sangat setia kepada suami. (Wanita) ini memiliki (dahi) dan lubang vagina agak kecil, tubuhnya kurus namun unggul dalam bersenggama //

Salah satu pendeskripsian wanita yang pantas dijadikan istri di atas digambarkan secara detail mulai dari muka yang berwarna kuning (kuning langsung), rambut yang panjang dan kasar, kaki yang kecil, tubuh yang proporsional namun lebih condong ke kurus atau ramping, dahi yang juga proporsional, mulut yang kecil beserta watak yang setia kepada suami hingga dahi. Dideskripsikan pula bahwa wanita dengan jenis ini mempunyai lubang alat kelamin yang kecil serta unggul dalam bersenggama. Nama *Retna Kencana* yang bermakna wanita seperti emas permata ini adalah salah satu dari karakteristik wanita yang paling ideal dan sempurna dalam *Serat Candraning Wanita*. Dalam penggalan naskah di atas, pendeskripsian fisik seorang wanita tidak hanya disebutkan secara langsung, namun juga menggunakan nama lain untuk menyebut anggota tubuh yang dimaksud, semisal *bathuking baga* untuk membedakan kata dahi alat kelamin wanita dan dahi di kepala yang disebut pula sebagai *bathuk*.

Selanjutnya ada pula deskripsi jenis wanita dalam naskah *Serat Candraning Wanita* yaitu *Durga Sari*.

// *Durga sari. Pasuryan semu abrit, rema akas dedeg lencir, bathuking pasuryan wiyar manyul pakulitan goring, pawakan gilig, lathi tipis, sarira ugi tipis, suku gilig, kencet ramping, tutuk dhawah cekap wiyaripun. Watekipun tuhu trisna dhateng laki. Bathuking baga wiyar radi mungal, lambe ing baga tipis, bolonganing baga wiyar, boten sugih has sarta baga katingal mancung. Pinunjul ing saresminipun, kesating toyall*

Terjemahannya:

// *Durga Sari* (Ciri-cirinya): muka berwarna kemerah-merahan, rambutnya kasar, badan langsing, dahinya lebar dan agak maju, kulit kering, muka agak bulat panjang, lidah tipis, badannya juga tipis (kurus), kakinya bulat panjang, betisnya ramping, mulutnya cukup lebarnya. (Wanita seperti ini) berwatak mudah jatuh cinta kepada lelaki. (Wanita) ini memiliki (dahi) vagina lebar dan agak maju, bibir vagina tipis, lubang vagina luas, namun tidak berbulu. Vagina wanita ini maju ke depan (mancung) sehingga unggul dalam bersenggama, walaupun kurang lembab//

Pendeskripsian wanita di atas yang termasuk dalam nama *Durga Sari* ini digambarkan pula dengan sangat detail, kesamaan dengan *Retna Kencana* sebelumnya adalah proporsi badan yang cenderung kurus, langsing dan ramping. Selanjutnya wanita dalam penamaan ini digambarkan dengan muka yang berwarna kemerah-merahan, rambutnya kasar, dahinya lebar dan agak maju, kulitnya kering (tidak disebutkan dengan jelas warna kulitnya), muka agak bulat panjang (cenderung lonjong), lidahnya tipis, kakinya bulat dan panjang dengan betis yang ramping, serta mulutnya cukup lebarnya.

Wanita ini dideskripsikan memiliki dahi alat kelamin lebar dan agak maju, bibir alat kelaminnya tipis, lubang alat kelaminnya luas namun tidak berbulu. Wanita dengan ciri-ciri ini digambarkan unggul bersenggama meskipun *kesating toya* atau alat kelaminnya kurang lembab. Wanita dengan jenis ini digambarkan mudah jatuh cinta dengan laki-laki, dan dikhawatirkan akan bermain serong bila sudah berumah tangga dengan pasangannya. Sehingga harus dipertimbangkan benar oleh para pria untuk dijadikan istri karena kecenderungannya untuk berserong disebabkan oleh wataknya yang mudah jatuh cinta dan terpesona kepada laki-laki. Selanjutnya ada pula penamaan wanita berdasarkan ciri-ciri fisik dan wataknya yang bernama *Raseksi Durga* seperti berikut ini.

// *Raseksi Durga. Pakulitan jene, sarira abrit. Rema lemes, payudara ageng, dedeg ragil, pasuryan radi wiyar, bathuk wiyar tur radi nonong. Watekipun awon, tega dhateng lakipun. Bathuking бага wiyar tur manyul, karem sanget dhateng saresmi. Tiyang ingkang kasebut nginggil punika, bolonganing бага ciyut namung lebet, boten kathah hasipun, raos gonyehjl*

Terjemahannya:

// *Raseksi Durga* (Raksasa Wanita) (ciri-cirinya): Kulitnya berwarna kuning, tubuhnya berwarna merah, rambutnya lembut, payudaranya besar, tubuhnya kecil, mukanya agak lebar, dahi lebar dan agak nong-nong. (Wanita seperti ini) berwatak jelek dan tega kepada lelaki (suaminya). (Selain itu, wanita ini) memiliki (dahi) vagina yang lebar dan agak maju, (sehingga) sangat senang bersenggama. Orang (wanita) yang disebutkan di atas ini memiliki lubang vagina yang kecil dan dalam (namun) tidak berbulu (sehingga) rasanya hambar//

Penamaan jenis wanita di atas yaitu

Raseksi Durga yang berarti "raksasa wanita" dapat memberikan kesan negatif kepada wanita dengan ciri fisik dan watak dalam penamaan ini karena *Raseksi Durga* identik dengan tokoh antagonis dalam pewayangan yaitu *Bethari Durga* yang menyimbolkan kebatilan. Sebagaimana dijelaskan dengan detail dalam terjemahan penggalan naskah di atas ini, wanita ini mempunyai karakteristik tubuh yang sama dengan dua jenis wanita sebelumnya yaitu tubuhnya kecil meskipun dinamakan *Raseksi*. Kulitnya berwarna kuning (kuning langsung), tubuhnya berwarna kemerahan (bila terkena sinar matahari). Rambutnya lembut, payudaranya besar, tubuhnya kecil, mukanya agak lebar, dahi lebar dan agak nong-nong (maju).

Wanita dengan jenis ini terkenal berwatak kurang baik dan tega kepada suaminya sehingga dinamakan *Raseksi Durga*. Kemudian wanita ini mempunyai dahi alat kelamin yang agak lebar dan agak maju sehingga sangat senang bersenggama, namun lubang alat kelaminnya yang kecil dan dalam tersebut tidak berbulu hingga rasanya akan kurang memuaskan bila bersenggama dengan suaminya. Wanita dengan jenis penamaan ini adalah salah satu wanita yang disebut kurang pantas diantara jenis lainnya untuk dijadikan sebagai istri karena sikapnya yang tega dan kurang tunduk kepada suaminya, hal ini juga bertentangan dengan budaya Jawa karena ketundukan seorang wanita kepada suaminya adalah simbol kemuliaan wanita Jawa. Selanjutnya ada jenis penamaan *Puspa Wicitra* yang mempunyai ciri-ciri serta watak yang cukup berkebalikan dengan *Raseksi Durga* seperti yang dijelaskan dalam penggalan naskah dibawah ini.

// *Puspa Wicitra. Wanita ingkang andhap alit, ules cemeng, remanipun panjang, paraupun semu bunder kaduk manis, mripat Jait lindri semu liyep, lampahipun nyarpa lupa, payudara muntek cengkir gadhing, pangandikanipun kaduk lelah, manawi lenggah katingal tajem. Punika amratandhani wanita ingkang susila sarta wanita ingkang langkung prayogi*

manawi kangge timbangan. Watekipun bekti dhateng kakung sarta gemi nyimpen kadonyan. Pawestri ingkang kasebut nginggil punika boten gadhah manah arih yen dipunmaru lan kenging kawastanan puspa wicitra//

Terjemahannya:

// *Puspa Wicitra* (ci ri-ci ri nya): Wanita yang bertubuh pendek dan kecil, mukanya berwarna hitam, rambutnya panjang, bentuk mukanya agak bulat dan sedikit manis, matanya agak sipit dan panjang, badannya seperti ular (memiliki lekukan atau agak proporsional), payudara penuh seperti buah kelapa muda, bicaranya lemah lembut, bokong tajam (rasa jika dipangku). (Wanita) ini memiliki watak sopan dan bijaksana jika dimintai pendapat serta berbakti kepada lelaki (suami) dan hemat menyimpan harta. (Wanita seperti ini) dinamakan Puspa Wicitra//

Salah satu jenis wanita yang pantas dan ideal untuk dijadikan istri adalah wanita dengan jenis *Puspa Wicitra* seperti yang dideskripsikan oleh penggalan naskah di atas. Wanita dengan jenis seperti ini digambarkan bertubuh pendek dan kecil (cenderung kurus), mukanya berwarna hitam dengan rambut panjang, muka yang berbentuk agak bulat serta raut mukanya manis, matanya digambarkan agak sipit dan panjang, badannya mempunyai lekukan seperti ular dan agak proporsional (dalam istilah modern disebut mempunyai lekukan seperti gitar), payudaranya penuh seperti *cengkir gadhing* atau "kelapa muda" serta pantatnya tajam (penuh). Namun selanjutnya tidak ada penjelasan lebih lanjut mengenai alat kelamin wanita dengan jenis ini.

Wanita dengan jenis ini tidak hanya sempurna fisiknya namun juga berwatak baik kepada pria atau suaminya, tutur katanya lemah lembut, karakternya sopan dan bijaksana dalam berpendapat serta berbakti kepada suaminya. Kemudian digambarkan

pula hemat dalam menyimpan *kadonyan* atau harta benda sang suami. Sehingga wanita dalam jenis penamaan ini dapat dikatakan memenuhi syarat sebagai wanita yang disebut mulia dalam budaya Jawa, karena wataknya yang baik, tunduk dan berbakti kepada pria.

Dalam naskah *Serat Candraning Wanita* ini sosok wanita digolongkan dalam jenis-jenis tertentu kemudian digambarkan secara terperinci berdasarkan ciri-ciri fisik hingga wataknya. Bahkan alat kelamin wanita, payudara dan tabiat bersenggama pun dideskripsikan dalam naskah tersebut. Dari cuplikan beberapa jenis wanita di atas, dapat disimpulkan bahwa ada pola unik dalam penggambaran ciri-ciri fisik setiap wanita, yakni bentuk alat kelamin wanita yang dapat diketahui melalui bentuk kepala dan dahi; bentuk lubang alat kelamin wanita dapat ditentukan dari besar atau kecilnya bentuk mulut; kemudian bentuk alis juga dapat menentukan lebat atau tidaknya bulu kelamin wanita tersebut.

Sebagai contoh, jika dahi terlihat agak maju (nong-nong) maka kemungkinan menyimbolkan dahi alat kelaminnya yang juga agak maju dan jika dahinya sempit maka menyimbolkan dahi alat kelamin yang juga sempit, jika mulut terlihat agak kecil maka menyimbolkan lubang alat kelamin yang terlihat agak kecil pula, dan jika alisnya tipis dan terlihat agak kurang jelas, maka menyimbolkan bahwa wanita tersebut tidak mempunyai bulu pada alat kelaminnya. Ada pula pendeskripsian ciri fisik dominan tentang wanita yang pantas dijadikan istri, yaitu mempunyai tubuh yang kecil dan cenderung ramping dan kurus karena digambarkan tabiatnya unggul dalam bersenggama. Pendeskripsian tersebut terdengar cukup tabu karena wanita digambarkan sebagai objek yang ditentukan ciri-ciri fisiknya dan ciri alat kelaminnya.

Terdapat tiga karakteristik wanita yang dominan ditemukan dalam cuplikan beberapa jenis wanita di atas. Pertama, penampilan fisik wanita yang pantas

dijadikan istri ialah yang bertubuh kecil; pada beberapa jenis wanita dijelaskan lebih lanjut, yaitu wanita bertubuh yang kecil cenderung kurus, langsing, dan proporsional. Kedua, ciri yang dijelaskan secara dominan adalah alat kelamin wanita serta tabiatnya dalam bersenggama dengan pasangannya. Ketiga, watak wanita yang pantas dan baik dijadikan istri adalah wanita yang berwatak baik, sabar, pengertian, tunduk dan berbakti kepada suaminya.

Dari beberapa cuplikan naskah dalam *Serat Candraning Wanita* tersebut terdapat ideologi tersembunyi yang menyetujui wanita sebagai objek. Mengingat naskah ini yang termasuk dalam naskah primbon *katuranggan*, maka semakin menegaskan pula ideologi bahwa wanita adalah objek karena disejajarkan dengan pendeskripsian ciri-ciri fisik binatang. Selanjutnya, ditemukan pula bahwa beberapa karakteristik watak wanita yang pantas dijadikan istri pun menggambarkan wanita yang baik, sabar dan berbakti kepada suaminya karena hal ini dapat dikaitkan dengan peran wanita sebagai istri yang melayani suami dan anak-anaknya serta mengurus area rumah tangga. Bila wanita tersebut berwatak kurang baik, berani dan tega kepada suaminya maka dikhawatirkan tidak dapat mengurus suami, anak-anak dan rumah tangganya dengan baik, serta wanita tersebut dikhawatirkan pula akan berani menggeser posisinya dan perannya sebagai istri dan ibu.

Dalam penggalan naskah tersebut dapat diketahui pula bahwa penulis menyiratkan wacana ideologi pada budaya patriarki, di mana terdapat dominasi gender terhadap posisi wanita sebagai objek. Tidak dapat dipungkiri bahwa naskah Jawa *Serat Candraning Wanita* merupakan bentuk dari ideologi hegemoni yang terjadi dalam budaya patriarki, di mana peran pria yang maskulin dan dominan dalam ideologi ini berhak membuat kesepakatan-kesepakatan sosial dalam menggolongkan wanita kepada jenis-jenis tertentu mulai yang dianggap paling

pantas sebagai istri karena ciri-ciri fisiknya yang hampir sempurna, wataknya yang baik dan tunduk kepada suami, hingga wanita yang kurang pantas dijadikan istri karena ciri-ciri fisik serta wataknya yang kurang baik. Ideologi hegemoni seperti inilah yang nampaknya cenderung diterima oleh pemikiran masyarakat patriarki sebagai suatu kewajaran dan wanita harus menyetujuinya, karena pada kodratnya wanita memang harus dapat ditata oleh suaminya.

Maskulinitas yang mendominasi derajat feminitas ini memang terlihat kontradiksi di balik kenyataannya, namun kepentingan yang dominan dalam ideologi seringkali dipertahankan dan dianggap sebagai kerjasama sosial, di mana bila hal tersebut bila dilanggar maka akan terjadi suatu konflik sosial. Ideologi yang dipertahankan ini bukan tidak mungkin mendiskreditkan wanita sebagai objek atau warga kelas kedua karena sejatinya tidak pernah ada penggolongan wanita sebagai golongan kedua. Konsep tentang wanita pun akhirnya menjadi persetujuan sosial yang akan terbawa hingga ke era modern.

PANDANGAN MENGENAI WANITA DALAM IKLAN ERA MODERN

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa *Serat Candraning Wanita* menggolongkan wanita dalam jenis-jenis tertentu kemudian mendeskripsikan wanita berdasarkan ciri-ciri fisik hingga wataknya, sebagai panduan untuk kaum pria mencari sosok wanita yang pantas dan baik dijadikan istri. Hal ini merupakan pengaruh ideologi hegemoni dalam budaya patriarki di mana kaum pria yang dominan menetapkan dominasi mereka dengan memberikan konstruksi-konstruksi sosial tentang wanita yang nampaknya dipahami masyarakat sebagai sebuah kewajaran yang sebagaimana adanya. Lambat laun hal ini kemudian menjadi konvensi atau persetujuan sosial tentang bagaimana seharusnya karakteristik derajat feminitas dalam masyarakat yang kemudian di adaptasi sebagai komoditas

yang dapat diukur dan diperjual belikan. Hal ini dapat dilihat dalam era modern saat ini di mana ada persetujuan-persetujuan tentang penggambaran wanita dalam pemberitaan media maupun iklan.

Dari beberapa cuplikan jenis wanita dalam naskah *Serat Candraning Wanita* terdapat 3 karakteristik dominan wanita yang baik, ideal dan pantas dijadikan sebagai istri yaitu bertubuh kecil yang cenderung kurus dan proporsional, mempunyai ciri alat kelamin wanita yang dapat memuaskan suaminya, serta berwatak baik, penurut dan berbakti kepada suaminya. Karakteristik ini adalah yang dipercayai dan diyakini oleh masyarakat patriarki pada jaman naskah ini dituliskan. Dapat disimpulkan bahwa pada saat itu wanita harus memenuhi standar penampilan fisik di atas agar menarik perhatian pria (suaminya) serta wanita harus mempunyai karakteristik watak seorang wanita yang pantas sebagai istri seperti yang telah disebutkan karena merujuk kepada reproduksi peranan-peranan dan tugas-tugasnya dalam wilayah domestik. Karakteristik dominan terhadap wanita pada jaman itu kemudian saat ini diadaptasi dalam iklan-iklan yang sekarang beredar secara luas pada televisi nasional maupun televisi swasta.

Karakteristik penampilan fisik dan peran wanita yang telah sekian lama dipercayai masyarakat patriarki ini kemudian ditangkap oleh produsen produk kecantikan dan produk rumah tangga, yang kemudian digunakan sebagai media konstruksi produk dan komoditas seperti yang dapat terlihat di dalam iklan yang terdapat di televisi. Menurut Rani (2010), iklan pada umumnya berisi pesan-pesan penjualan yang dipilih sebagai paling persuasif dan diarahkan kepada para calon pembeli potensial atas produk barang atau jasa tertentu. Sebagai contoh, iklan produk pelangsing tubuh akan berisi pesan persuasif kepada para ibu rumah tangga sebagai calon pembeli potensial agar menjaga bentuk tubuhnya sehingga disenangi oleh suaminya; selanjutnya pada

iklan pembersih area kewanitaannya yang mengandung bahan tertentu (seperti gambir dan manjakani) akan memberi pesan bahwa istri yang menjaga keharmonisan rumah tangga adalah istri yang menjaga daerah kewanitaannya agar bersih dan tetap kencang demi suaminya; yang terakhir adalah iklan produk rumah tangga akan memberikan pesan persuasif bahwa ibu yang ideal adalah ibu yang pandai mencuci piring, baju dan membersihkan rumah dengan baik. Sebaliknya dalam iklan tersebut bila seorang wanita tidak dapat menjaga bentuk tubuhnya, tidak bisa menjaga keharmonisan dan mengurus rumah tangga, maka tidak akan disenangi suaminya dan akan mendapat pandangan negatif secara tidak langsung kepada masyarakat yang menontonnya.

Saat ini, persetujuan sosial atas konstruksi fisik wanita warisan ideologi budaya patriarki pun tercermin pada iklan produk kecantikan. Produk dan iklan tersebut mengadopsi serta mengembangkan ideologi atas ciri fisik tentang wanita yang ideal dan pantas di mata pria yang telah ada sejak lama pada masyarakat patriarki. Seperti pola dominan yang telah ditemukan pada *Serat Candraning Wanita* adalah fisik wanita yang ideal adalah wanita yang bertubuh kecil cenderung kurus, langsing dan proporsional. Beberapa iklan yang menampilkan konstruksi penampilan fisik tersebut mayoritas adalah iklan produk pelangsing tubuh, salah satu contohnya adalah iklan WRP *Diet Center* yang ditayangkan pada akhir tahun 2013 dalam edisi "Inspirasi Kisah Nyata Ibu Vita Subroto" berikut ini.

- (1) Vita: "Gara-gara gemuk, *gak* PD jalan bareng suami. Untung ketemu WRP *Diet Center*, Nutrisionisnya care banget. Turun 22 kilo, *Amazing!* Seperti terlahir kembali! Ini aku yang sesungguhnya. WRP *Diet Center*."

Di dalam iklan ini digambarkan awal mula Ibu Vita Subroto yang tidak percaya diri dengan suaminya saat bertubuh gendut, suaminya pun sepertinya menjaga jarak dengan istrinya saat berjalan bersama.

Setelah istrinya berkonsultasi di WRP *Diet Center* dan tubuhnya menjadi kecil dan langsing, seketika diperlihatkan sang suami kembali mendekati istrinya dan pasangan suami istri pun berjalan dengan mesra. Suaminya semakin mencintainya bahkan para wanita lainnya seakan takjub oleh perubahan wanita tersebut. Dari iklan tersebut terlihat bahwa penampilan fisik wanita yang bertubuh kecil, kurus dan langsing adalah penampilan yang disenangi pria atau suami. Dapat disimpulkan bahwa wanita berusaha meraih capaian tersebut tidak lain hanya untuk memenuhi konsep yang ditentukan kaum pria.

Ada pula iklan Sumber Ayu Sabun Sirih yang tayang pada tahun 2013. Pembukaan pada iklan ini membandingkan dua pasangan suami istri bertetangga yang satunya sangat harmonis dan yang satunya lagi kurang harmonis. Suami dari pasangan yang kurang harmonis tersebut nampaknya kurang bahagia dan enggan berdekatan dengan sang istri, berikut adalah cuplikan dialognya.

(2) Dian Nitami: "Keharmonisan rumah tangga perlu dirawat. *Nih*, pakai yang terbaik dari alam, Sumber Ayu Sabun Daun Sirih. Diperkaya dengan ekstrak gambir yang dipercaya membantu mengencangkan daerah kewanitaan. Makin rapat, makin dekat. Sumber Ayu Sabun Daun Sirih"

Iklan yang dibintangi Dian Nitami sebagai seorang istri dari pasangan yang harmonis ini kemudian menyarankan tetangganya untuk menggunakan produk Sumber Ayu Sabun Sirih dengan ekstrak gambir yang dipercaya membuat alat kewanitaannya kencang (rapat) kembali sehingga suaminya kembali menyayanginya dan rumah tangganya seketika kembali harmonis. Terdapat penggunaan kata "alam" yang memberikan citra pola hidup alternatif (Rani, 2010). Menurut Rani (2010), penggunaan kata ini dipahami sebagai 'sehat

dan nyaman, tidak mengandung resiko atau efek samping. Produsen Sumber Ayu Sabun Sirih berusaha meyakinkan wanita bahwa menjaga area kewanitaannya demi keharmonisan dengan suami baiknya menggunakan produk mereka yang alami. Dapat disimpulkan bahwa iklan ini mengandung pula ideologi patriarki bahwa wanita harus menjaga daerah kewanitaannya -sekali lagi- demi suaminya, sebagaimana diketahui bahwa wanita adalah *kanca wingking* jadi wajib bagi mereka untuk melayani suaminya. Selain Sumber Ayu, banyak produk daerah kewanitaan yang menjamin keharmonisan dengan suami, ironisnya jarang sekali ditemukan iklan yang memusatkan kepada pria untuk menjaga daerah "kelaki-lakiannya" demi keharmonisan rumah tangga.

Produk pelangsing tubuh serta pembersih kewanitaan sama-sama menggunakan teknik penyebaran ideologi standar fisik wanita secara masif dan persuasif. Wanita yang mempunyai standar-standar kecantikan tertentu dianggap mempunyai nilai lebih pada pria (suaminya). Kecantikan wanita pun dianggap sebagai komoditas yang dapat distandarkan dan diperjual belikan. Hal ini membuat wanita mereproduksi iklan tersebut dengan membeli produk kecantikan yang dimaksud kemudian menggunakannya secara rutin agar meningkatkan kualitas dirinya dan menarik perhatian pria. Faktanya, tidak semua wanita dapat mencapai standar tersebut karena kondisi fisik juga bergantung pada ras dan suku.

Produk rumah tangga pun juga sama-sama memberikan ideologi bahwa wanita yang ideal dan pantas sebagai istri adalah wanita yang berbakti kepada suaminya serta pandai mengurus rumah tangga. Salah satu contohnya terdapat pada contoh iklan Kispray edisi "Kispray Pilihan Istri Cerdas" berikut ini.

(3) Wanita: "Kalau pakai pelembut sebenarnya rugi, sisa air wanginya harus dibuang, Boros! Saat dijemur wanginya

berkurang. Lebih hemat pakai parfum Kispray. Parfum semprot tidak ada yang terbuang. Bisa pilih mana yang lebih wangi. Setrika jadi gampang, *nggak* kusut. Keren. Sudah sehari-hari, lebih wangi dari pelembut. Kispray"

Dari dialog iklan Kispray disebutkan bahwa memakai pelembut cucian adalah boros dan membuang uang; di dalam iklan digambarkan bahwa saat membuang air sisa rendaman pelembut tersebut sama juga dengan membuang banyak uang. Dapat disimpulkan dalam iklan ini bahwa istri yang baik adalah istri yang bisa menyimpan dan menghemat uang (harta), seperti salah satu ciri yang terdapat pada jenis wanita *Puspa Wicitra* pada *Serat Candraning Wanita*. Selanjutnya, dalam iklan tersebut digambarkan bahwa istri yang baik adalah yang mampu menyetrika dengan baik sehingga baju suaminya bersih, rapi dan terlihat *keren*. Dari salah satu contoh iklan produk rumah tangga ini dapat ditemukan bahwa peran wanita adalah sebagai istri yang berbakti kepada suaminya dan mengurus rumah tangganya dengan baik. Apakah selama ini ditemukan iklan di mana seorang pria mencuci baju, menyetrika atau bahkan mencuci piring menggantikan peran istrinya? Jawabannya, hampir tidak ada. Persetujuan masyarakat sosial mengenai peran wanita selama ini adalah pada area subordinat atau area rumah tangga, sementara pria atau suami tidak mengurus area tersebut.

Hal ini sebelumnya tidak hanya muncul pada era modern tapi merupakan warisan-warisan ideologi hegemoni dalam budaya patriarki yang sudah dimanifestasikan sebelumnya pada naskah *Serat Candraning Wanita*. Secara tidak langsung naskah tersebut mencerminkan ideologi yang dianggap sebagai kewajaran mengenai gambaran wanita pada jaman itu dan juga menentukan perkembangan tentang persetujuan sosial terhadap konsep wanita pada jaman sekarang. Wanita dari dulu hingga sekarang dianggap sebagai *kanca*

wingking, wanita harus dapat diatur oleh pria, mempunyai sifat penurut, baik, bijaksana, bergantung dan berbakti kepada suami, hingga membantu menyimpan harta benda sang suami. Sehingga seakan-akan wanita tidak punya independensi, karena dalam budaya patriarki yang dijalani oleh mayoritas masyarakat Jawa menganggap wanita yang baik dan mulia ialah wanita yang tunduk dan bergantung kepada pria.

Dalam sejarah perkembangan umat manusia, konsep tentang penampilan fisik dan watak pada sosok wanita ideal sepertinya susah tergantikan, karena berkaitan dengan konsep yang dibentuk oleh masyarakat patriarki bahwa wanita haruslah pantas, baik dan sempurna di depan pria (suami). Ideologi yang telah umum dalam masyarakat patriarki ini pula yang kemudian di adaptasi oleh para produsen produk kecantikan dan produk rumah tangga untuk membuat iklan persuasif yang seakan-akan "membantu" wanita memenuhi konsep yang sudah tertanam dan dipertahankan dalam masyarakat patriarki tersebut. Bahkan wanita mereproduksi wacana dalam iklan tersebut ke dalam perilaku, bahwa wanita harus mengikuti tuntutan kriteria tertentu agar dikategorikan sebagai cantik, menarik dan menguasai area domestik (mengurus suami, anak-anak dan rumah tangga) dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa di era modern pun pria masih mendominasi dan menentukan ideologi hegemoni mengenai derajat feminitas wanita, sehingga tubuh dan peran gender terhadap wanita tidak jauh beda dengan objek yang mempunyai standar dan kriteria tertentu. Wanita seakan-akan tidak mempunyai kendali akan tubuhnya dan tidak mempunyai independensi berkaitan dengan konsep akan peran gender dalam dirinya.

KESIMPULAN

Pria dengan maskulinitasnya dan wanita dengan femininitasnya adalah dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan dan masing-masing mempunyai nilai yang

berbeda. Perbedaan antara maskulinitas dan feminitas cenderung bias dalam budaya patriarki. Secara tidak langsung kaum pria dengan perannya yang dominan berhak menentukan konstruksi tentang ciri-ciri fisik atau penampilan hingga watak seorang wanita yang dianggap baik dan pantas sebagai seorang istri, salah satunya dimanifestasikan dalam naskah Jawa, *Serat Candraning Wanita*. Jenis-jenis wanita dibedakan menjadi 33 nama dalam naskah primbon jenis *katuranggan* tersebut dan kesemuanya menjelaskan secara detail ciri-ciri fisik wanita di mana beberapa bagian seperti dahi, alis dan bibir juga menyimbolkan bentuk alat kelamin wanita tersebut. Kemudian, dijelaskan pula mengenai watak wanita berdasarkan ciri-ciri fisiknya, ciri alat kelamin hingga tabiat wanita dalam bersenggama pun digambarkan mengingat naskah ini adalah panduan pria untuk menemukan calon istri yang pantas. Sejatinya, hal ini malah akan mendiskreditkan wanita sebagai objek karena dapat digolongkan menjadi jenis-jenis tertentu.

Kebanyakan wanita yang dianggap pantas dan ideal adalah wataknya yang tunduk, berbakti, sabar, dan baik kepada pria (suaminya). Hal ini adalah gambaran kemuliaan hati seorang wanita Jawa sebagai *kanca wingking*. Penentuan watak wanita tersebut tidak hanya sekedar saja namun juga dikaitkan dengan peran dan tugas wanita dalam area domestik sebagai pengurus rumah tangga, istri yang melayani suami dan anak-anaknya. Posisi wanita yang dideterminasikan dalam kacamata pria pun seakan mendiskreditkan posisi wanita dalam masyarakat, wanita seakan-akan dianggap sebagai warga kelas kedua.

Pengaruh ideologi hegemoni dalam budaya patriarki tetap dipertahankan pada era modern. Hal ini bisa dilihat dari persetujuan konsep sosial terhadap penampilan dan karakter wanita. Bahkan dua hal ini kemudian diubah menjadi komoditas, sebagai contoh, tiga karakteristik dominan

sosok wanita yang pantas dijadikan istri dalam *Serat Candraning Wanita*, yakni wanita bertubuh kecil, kurus atau langsing cenderung proporsional; mempunyai bentuk alat kelamin (area kewanitaan) yang menggambarkan tabiat bersenggamanya dengan suami; serta mempunyai sifat yang tunduk, baik, pengertian, berbakti, serta mampu menjaga harta benda suami dengan baik. Tiga karakteristik dominan ini pun tetap ada hingga sekarang dan kemudian diadaptasi konsepnya oleh pembuat iklan produk kecantikan dan produk rumah tangga yang juga menggambarkan sosok wanita sebagai istri ideal yang memenuhi standar-standar tertentu, yakni dapat menjaga bentuk tubuhnya menjadi langsing dan proporsional demi suaminya; menjaga area kewanitaan supaya menjaga keharmonisan dengan suami; serta konsep di mana karakter yang keibuan dan mampu mengurus rumah tangga adalah gambaran istri dan ibu yang baik. Hal-hal ini pun kemudian distandarisasi dan diperjual belikan, di mana para wanita yang ingin memenuhi standar dari konsep tersebut dapat meraihnya dengan menggunakan produk-produk tersebut.

Dapat terlihat pada iklan produk kecantikan dan produk rumah tangga yang ditayangkan dalam televisi. Sebagai contoh, pada iklan WRP *Diet Center* edisi "Inspirasi Kisah Nyata Ibu Vita Subroto" menggambarkan bahwa sosok istri yang ideal ialah wanita yang mampu menjaga tubuhnya sehingga suaminya kembali mencintainya; pada iklan Sumber Ayu Daun Sirih digambarkan pula sosok istri yang baik dapat menjaga area kewanitaannya untuk menjaga keharmonisan rumah tangganya dengan suami; kemudian, sosok ibu rumah tangga yang baik dalam iklan Kispray edisi "Kispray Pilihan Istri Cerdas" menggambarkan seorang ibu rumah tangga yang dapat menghemat pengeluaran rumah tangga serta mengurus suaminya dengan baik. Kaum wanita pun mereproduksi hal tersebut dengan membeli produk kecantikan dan produk rumah tangga tertentu agar dapat mencapai konsep

tersebut. Lagi-lagi ideologi hegemoni berperan dalam hal tersebut, apa yang direproduksi wanita untuk meraih standar tertentu pun dicapai agar memenuhi tuntutan dari pihak dominan, yaitu kaum pria.

Ideologi ini ditanam dan dipertahankan oleh kaum yang dominan supaya tidak ada posisi yang tergeser dalam tatanan di masyarakat. Ideologi ini telah ternaturalisasikan sehingga persetujuan sosial ini dianggap sebagai sebuah kewajiban. Bila persetujuan sosial ini dilanggar maka dikhawatirkan posisi dari kaum dominan dan kaum subordinat akan bergeser. Sehingga dikhawatirkan para wanita akan membuat 'masyarakat wanita' sebagai tandingan masyarakat patriarki, kemudian wanita akan merebut kembali kuasa serta independensi atas tubuh mereka sendiri dan menolak perannya sebagai ibu (*motherhood*).

REFERENSI

- Bonita, L. 2012. *Serat Candraning Wanita (KBG 956): Suntingan Teks*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Darwin, M. 1999. *Maskulinitas: Posisi Laki-laki dalam Masyarakat Patriarkis*. Unpublished Paper for Center for Population and Policy Studies, S.281, June 24. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Endraswara, S. 2010. *Falsafah Hidup Jawa*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Fairclough, N. 1989. *Language and power*. London: Longman.
- Fakih, M. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani, C. S., & Novianto, A. 2008. *Kuasa Wanita Jawa*. Yogyakarta: PT. LKIS Pelangi Aksara.
- Hermawati, T. 2007. *Budaya Jawa dan Kesetaraan Gender*. *Jurnal Komunikasi Massa*, Vol. 1, No. 1, 18-24.
- Lestari, I. 2006. *Katakan dan Lawan: Bahasa dan Perjuangan Feminisme dalam Teori Julia Kristeva*. *Jurnal Perempuan*, vol. 48, 103-108.
- Lips, H.M. 1988. *Sex & Gender, An Introduction*. Mountain View, Cal.: Mayfield Publishing Company.
- Rani, A. 2010. *Membentuk Budaya Konsumtif, Kajian Kritis Penggunaan Bahasa Iklan*. Sidoarjo: Media Ilmu.
- Zuntriana, A. 2006. *Gender, Perempuan, dan Budaya Patriarki*. Unpublished Paper for Jambore Nasional (Jamnas) Pemberdayaan Gender, Bogor, Jawa Barat.