

**Konstruksi Media terhadap Pencitraan Wanita:
Studi Semiotik Pencitraan Wanita Minangkabau dalam Rubrik Kontak
Jodoh di Media Cetak Lokal *Harian Haluan Padang***

Oleh: Erianjoni

ABSTRACT

This article tries to discuss anything related to media construction towards women image projection at local printed media in Padang. The text of mate advertising column in a printed media gives a space of how to explain meanings of something. The meanings refer to how symbols work and function. The assumption that can be used in comprehending the meanings of the printed media is that it reflects not only a social reality but also a representation of a reality and makes it to be what we call as “media reality”.

Kata Kunci: *Konstruksi media, realitas media, pencitraan wanita, realitas sosial, rubrik kontak jodoh,*

I. PENDAHULUAN

Media massa sangat *urgen* dalam menampilkan produk budaya massa melalui ruang atau *segment* yang ditawarkan media massa salah satunya melalui iklan. Iklan memang bertugas menjadi simultan untuk penjualan. Dalam konteks pemasangan iklan dan praktisi periklanan paham betul bahwa iklan harus memiliki daya jual, dengan demikian semua elemen dalam iklan harus memiliki ruh menjual (*selling*), walaupun dengan cara mengeksploitasi tubuh dan citra (*image*) wanita.

Salah satu ruang iklan media cetak dan media elektronik yang mengekspos citra wanita itu adalah “Rubrik Jodoh” yang khususnya

digunakan oleh para wanita untuk mengiklankan (menawarkan) diri dalam rangka seleksi jodoh (*mate selection*).

Rubrik jodoh pada media cetak (surat kabar) adalah merupakan ruang (*space*) yang secara khusus sebagai sarana untuk memudahkan atau membantu kesulitan orang dalam mencari pasangan hidup baik laki-laki maupun wanita, karena soal jodoh bagi sebagian orang memang bukan masalah, namun bagi sebagian lainnya jauh dari jodoh itu atau ‘berat jodoh’¹

¹ Al-Ghifari, Abu. 2004. *Bila Jodoh Tak Kunjung Datang*. Bandung: Mujahid Press.

Berdasarkan analisis Hagul² pada rubrik kontak jodoh di *Harian Kompas* selama sepuluh tahun (1980-1990) ditemukan bahwa pemasang iklan di rubrik jodoh itu adalah sebagian besar: 70% gadis dan 6% Janda. Apabila perbandingan dilakukan dalam sub-kelompok, terlihat bahwa jumlah gadis yang menawarkan diri tiga kali lebih banyak dari bujangan. Mirip dengan itu jumlah janda tiga kali lebih banyak dari jumlah duda. Delapan puluh persen gadis tersebut, berusia 25-34 tahun sedangkan konsentrasi pria bujangan, jumlahnya juga sekitar 80% berada pada pria 30-38 tahun. Janda-janda yang mengisi kolom jodoh juga sebagian besar berusia di bawah 39 tahun. Pencari jodoh ini sebagian besar berpendidikan tinggi. 60% wanita dan 75% pria berijazah sarjana atau sarjana muda. Padahal di Kota Jakarta persentase yang berijazah sarjana muda ke atas hanya lima persen. Mereka bekerja umumnya pada sektor formal: 61% menyebut dirinya karyawan/karyawati, 9% pegawai negeri dan 14% pegawai swasta. Kategori ini memang tumpang tindih, tetapi jelas ini

² Hagul, Peter. 1998. "Wanita Pemburu Cinta di Rubrik Jodoh," dalam Ibrahim, I.S. dan Suranto, H. (ed). *Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

berbeda dari sekitar 15% lainnya yang menyebut dirinya berwiraswasta. Bagi yang tidak punya pekerjaan tidak berani tampil. Dari mana saja para pencari jodoh tersebut? Hampir separo (45%) dari Jakarta, khususnya dari Jakarta Pusat 40%, Bandung (12%) lalu sisanya Semarang dan Surabaya. Ada juga dari kota-kota kecil tetapi masing-masing jumlahnya tidak lebih dari 1%. Dari segi etnis, paling banyak adalah WNI keturunan Cina (45%), disusul Jawa (30%), Sunda, Batak, dan Minang masing-masing 7%, 4%, dan 3%³. Hasil studi Miko⁴ menunjukkan bahwa terdapat 12% Etnis Minang dari 384 orang peserta kontak Jodoh di *Harian Kompas* yang dikategorisasikan dalam penelitian tersebut.

Fenomena munculnya laki-laki atau wanita etnis Minangkabau sebagai peserta dalam rubrik kontak jodoh telah ada sejak dua dekade lalu (1980-an) baik di surat kabar atau majalah nasional seperti *Harian Kompas*, *Harian Jawa Pos*, *Majalah Amanah*, *Majalah Kartini* dan pada *Harian Haluan* Padang sebagai media cetak lokal terdapat 95% wanita Minang yang menjadi peserta kontak jodoh (data sekunder pengasuh Kontak jodoh tahun 2002-2005). Kenyataan ini telah lama menjadi sorotan dan

³ Hagul, Peter. 1998. *Ibid*

⁴ Miko, Alfian. 1991. "Kontak Jodoh: Sebuah Interpretasi Sosiologis". Padang: Laporan Penelitian Proyek OPF Universitas Andalas.

perbincangan diberbagai forum dan diskusi oleh berbagai kalangan dari budayawan sampai ilmuan sosial, terutama menyangkut realitas wanita Minang yang menawarkan diri pada rubrik kontak jodoh, apalagi pada surat kabar lokal seperti Harian *Haluan* Padang. Wanita Minangkabau yang mengiklankan diri dalam rubrik kontak jodoh, bagi masyarakat yang menganut konsep ideal-tradisional dapat menganggap sebagai aib atau wanita yang tidak laku dan ingin cepat menikah (*gadiah gata/kebelet*), serta bertentangan dengan adat, tetapi bagi masyarakat yang menyadari perubahan hal itu adalah sebagai fenomena yang wajar dan pragmatis, karena mencari jodoh melalui media kontak jodoh, lebih praktis dan melindungi privasi seorang peserta.

Gejala sosial wanita Minang yang mengiklankan diri di rubrik kontak jodoh dalam surat kabar selama ini hanya dipandang oleh orang hanya dari sisi perubahan sosial (*social change*), karena telah mudarnya peran mamak atau perubahan pola keluarga dari *extended family* ke *nuclear family*. Secara filosofis masyarakat Minangkabau menyadari benar bahwa masyarakat dan kebudayaan itu selalu berubah. Pepatah Minangkabau yang berbunyi: “*sakali aia gadang, sakali tapian baraliah*” merupakan refleksi dari kesadaran akan perubahan itu. Masalah lain yang terkait dengan persoalan lain sering terabaikan.

Masalah tentang bagaimana ‘citra’ wanita Minangkabau dalam rubrik kontak jodoh yang merupakan iklan diri itu luput dari pengamatan orang selama ini. Penelitian tentang kontak jodoh masih sebatas penelitian kategorisasi yang lemah dari segi metodologis, seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Hagul⁵ (1998), Miko⁶ (1991), dan Erianjoni⁷ (2006). Oleh karena itu menjadi daya tarik bagi peneliti untuk lebih melakukan pengkajian ilmiah lebih dalam dan serius tentang makna simbolik di balik teks rubrik kontak jodoh yang memiliki referensi sosial dengan realitas sosiologis dan perlakuan media terhadap teks tersebut, khususnya menyangkut konstruksi citra wanita Minangkabau pada teks-teks yang dimuat di media cetak lokal sebagai sebuah kritik budaya.

Wanita Minang yang menawarkan diri di rubrik kontak jodoh pada surat kabar *Haluan* Padang, juga menampilkan propaganda budaya citra untuk memberikan stimulus terhadap laki-laki yang sesuai dengan kriteria jodoh yang mereka inginkan atau secara tidak langsung berkompetisi

⁵ Hagul. 1998. *Op cit*

⁶ Miko, Alfian. 1991. *Pekerja Wanita pada Industri Rumah Tangga Sandang di Sumatera Barat*. Yogyakarta: PPK UGM.

⁷ Erianjoni. (2006). “Wanita Pemburu Jodoh”: Representasi Citra Wanita pada Rubrik Kontak Jodoh (Studi Semiotik Citra Wanita Minangkabau” dalam Rubrik Kontak Jodoh di Media Cetak Lokal Harian “Haluan” Padang). Tesis S2 Sosiologi UGM.

dengan para wanita peserta rubrik kontak jodoh lain, dengan mengekspos citra diri dan kriteria laki-laki (calon suami) yang dicari atau dengan kata lain menampilkan simbol-simbol citra dirinya seperti yang dilakukan oleh pemasang atau pembuat iklan produk tertentu di berbagai jenis media massa. Berangkat dari persoalan ini penulis tertarik melihat “*Bagaimana Konstruksi Media terhadap Pencitraan Wanita Minangkabau pada Rubrik Kontak Jodoh di Media Cetak Lokal?*”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam rentang sejarah yang panjang, kritik dan penelitian media tentang bagaimana representasi wanita dalam media telah menjadi debat tersendiri di antara lingkaran feminis yang ‘memusuhi’ media. Penelitian tentang bagaimana wanita ditampilkan dalam muatan atau isi media memang sudah banyak dilakukan oleh kaum feminis. Mungkin saja mereka memiliki pandangan politik dan metodologi yang berbeda dari pada peneliti ilmu sosial tradisional yang barangkali juga masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif dan paradigma empirisme-positivistik atau cara berpikir dualistik.

Dalam banyak kasus, pemberitaan media, terutama yang berhubungan dengan peristiwa yang melibatkan pihak dominan, selalu disertai penggambaran buruk pihak

yang kurang dominan. Karena itu, tidak mengherankan bila gambaran wanita, kaum buruh, dan petani yang menjadi korban justru digambarkan serba buruk.

Juga bisa dilihat bagaimana wanita diproyeksikan dalam media: iklan, halaman muka berbagai tabloid dan majalah hiburan, masih banyak yang memakai wanita dan bentuk badan sebagai daya tariknya. Tengoklah pula isi fiksi-fiksi, sandiwara radio, sinetron, teledrama atau telenovela televisi, dan film-film yang juga memberikan gambaran tentang wanita yang umumnya dilihat sebagai wanita yang lemah. Memang persoalannya adalah bahwa media tidak bisa bersifat netral. Misalnya atribut-atribut tertentu dari media dapat mengkondisikan pesan-pesan yang dikomunikasikan. Sebagaimana dikatakan oleh Marshall McLuhan, “*the medium is the message*”, medium itu sendiri merupakan pesan. “Apa-apa yang dikatakan” ditentukan secara mendalam oleh medianya. Terlebih lagi jika disadari bahwa dibalik pesan-pesan yang disalurkan lewat media niscaya tersembunyi berbagai mitos. Mitos juga sebagai sistem signifikasi, mengandung muatan ideologis yang berpihak kepada kepentingan mereka yang berkuasa⁸.

⁸ Budiman, Kris. 1999. *Kosa Semiotika*. Yogyakarta: LKiS.

Disadari atau tidak, langsung atau tidak langsung, yang turut tersebar dan terlestarikan melalui media massa adalah ideologi 'gender'. Melalui media massa kita belajar menyesuaikan diri dengan harapan-harapan masyarakat agar berperilaku seturut perbedaan dan *stereotype* gender. Dengan demikian, selain lingkungan keluarga, sekolah, dan teman-teman dekat, media massa pun merupakan salah satu agen sosialisasi yang sangat menentukan karena mampu secara khusus berpengaruh dalam menyalurkan keinsyafan dan penghargaan gender.

Sejarah tubuh wanita di dalam ekonomi politik kapitalisme, kata Yasraf Amir Piliang⁹, adalah sejarah pemenuhannya sebagai 'tanda' atau fragmen-fragmen tanda. Kapitalisme 'membebaskan' tubuh wanita dari 'tanda-tanda' dan identitas tradisionalnya (tabu, etiket, adat, moral, spiritual) dan 'memenjarakannya' di dalam 'hutan rimba tanda-tanda' yang diciptakannya sendiri sebagai bagian dari ekonomi politik kapitalisme. Fungsi tubuh telah bergeser dari fungsi organis/biologis/reproduktif ke arah penggunaan 'tubuh' dan 'hasrat' sebagai titik sentral komoditi, yang disebut 'ekonomi libido'. Tubuh menjadi bagian dari semiotika

⁹ Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.

komoditi kapitalisme, yang diperjualbelikan tanda, makna, dan hasratnya.

Tubuh wanita dimuati dengan 'modal simbolik' ketimbang sekadar modal biologis. Erotisasi tubuh wanita di dalam media adalah dengan mengambil fragmen-fragmen tubuh tersebut sebagai 'penanda' (*signifier*) dengan berbagai posisi dan pose, serta dengan berbagai asumsi 'makna'. Tubuh wanita yang 'ditelanjangi' melalui ribuan varian sikap, gaya, penampilan (*appearance*) dan 'kepribadian' mengkonstruksi dan menaturalisasikan tubuh secara sosial dan kultural sebagai 'objek fetish' (*fetish object*), yaitu objek yang 'dipuja' (sekaligus dilecehkan) karena dianggap mempunyai kekuatan 'pesona' (rangsangan, hasrat, citra) tertentu¹⁰.

Yasraf Amir Piliang mengidentikkan eksploitasi tubuh wanita dalam ekonomi libido dengan eksploitasi kaum pekerja di dalam kapitalisme awal¹¹. Sebagaimana kelas pekerja di dalam sistem ekonomi kapitalisme awal yang dijadikan nilai 'tenaga'-nya sebagai ekuivalensi dari 'nilai tukar' (*exchange value*) ekonomi, maka menurut Yasraf wanita dieksploitasi 'nilai tanda' (*sign value*) atau 'nilai libido'-nya sebagai ekivalensi

¹⁰Piliang, Yasraf Amir. 2004. "Semiotika Sebagai Metode Dalam Penelitian Desain", dalam: *Semiotika Budaya*, penyunting T. Christomy dan Untung Yuwono. Jakarta: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia.

¹¹ Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Ibid*

'nilai tukar' komoditi. Di dalam sistem kapitalisme sekarang ini 'nilai tubuh' dikembangkan kedua arah: sebagai 'nilai guna' (erotika) dan 'nilai tukar', (tubuh sebagai tanda).

Perjuangan politik kebudayaan bagi wanita di dalam media adalah perjuangan memperebutkan 'makna'. Perjuangan tersebut adalah memperebutkan posisi 'yang memandang' (aktif) dan 'yang dipandang' (pasif). Media menjadi sebuah arena bagi perjuangan 'tanda', untuk menempatkan tanda-tanda tertentu (maskulin) pada posisi dominan, dan tanda-tanda lain (feminin) pada posisi marjinal. Artinya, perjuangan memperebutkan 'hegemoni kekuasaan' tercermin dari perjuangan memperebutkan 'hegemoni tanda' di dalam media itu sendiri, khususnya 'hegemoni gender'.

Apabila kepada disuguhkan pertanyaan tentang mengapa gambaran wanita dalam media massa selalu berkonotasi negatif. Jawabannya bisa bermacam-macam, satu di antara jawaban yang bermacam-macam itu dan yang paling sederhana adalah karena realitas sosial dan budaya wanita memanglah belum menggembirakan juga. Media pada dasarnya adalah cermin dan refleksi dari masyarakat secara umum. Media bukanlah saluran yang bebas; dia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah interpretatif dengan analisis kualitatif. Sejalan dengan itu, praktik *silopsistik*, yakni pemahaman terhadap makna realitas, dalam hal ini teks kontak jodoh, yang cenderung subjektif sulit dihindari. Harus disadari pula bahwa proses pemaknaan tidak bisa pernah bisa dilepaskan dari unsur subjektifitas pemberi makna. Memang sudah menjadi kelaziman, metode penelitian dengan paradigma kritis semacam ini mengizinkan seseorang peneliti melakukan interpretasi atas teks secara subjektif, sejauh hal itu tetap harus bisa dipertanggungjawabkan secara metodologis dan argumen yang rasional.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semiotik*. Hal tersebut didasari oleh asumsi bahwa manusia merupakan *animal symbolicum* (makhluk simbolis) yang senantiasa mencari makna dalam hidupnya. Ferdinand de Saussure mendefinisikan semiotik sebagai ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial¹². Bila tanda menjadi bagian dari kehidupan sosial maka tanda juga merupakan bagian aturan-aturan sosial

¹² Saussure dalam Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

yang berlaku. Sistem tanda (*sign system*) dan ada sistem sosial (*social system*), yang keduanya saling berkaitan.

Menurut Saussure, sebuah tanda (*sign*) terdiri dari sebuah penanda (*signifer*) dan sebuah petanda (*signified*). Penanda adalah citra dari tanda sebagaimana kita menerimanya, misalnya tanda di atas kertas atau bunyi di udara, sedangkan petanda adalah konsep mental yang menjadi acuan dari petanda tersebut. Dalam hubungan yang terjadi antara tanda, petanda, penanda dan realitas eksternal (dalam hal ini makna), Saussure menyatakan hubungan tersebut dengan istilah signifikasi (*signification*)¹³.

Barthes menambahkan konsep konotasi yang menjelaskan interaksi terjadinya pertemuan antara tanda dengan perasaan atau emosi dari penggunaannya dan nilai budaya mereka. Bagi Barthes, faktor kritis dalam konotasi adalah penanda pada tahap pertama signifikasi. Penanda dalam tahap pertama signifikasi adalah tanda dalam konotasi.

Konsep lain yang dikemukakan Barthes dalam tahap kedua adalah mite/mitos (*myth*). Mite adalah cerita

yang digunakan suatu budaya untuk memahami aspek alam atau realitas. Mite primitif adalah tentang hidup atau mati, tentang manusia dan dewa, kekuatan baik dan jahat. Sedangkan mite dalam kehidupan modern misalnya, tentang feminitas, maskulinitas, tentang kesuksesan dan sebagainya. Bagi Barthes mite adalah cara budaya berpikir tentang sesuatu, suatu cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami hal tertentu. Jika konotasi merupakan makna tahap kedua dari penanda, maka mite adalah makna tahap kedua dari petanda.

Secara umum, analisis penelitian ini dilakukan dengan pengolahan data yang diperoleh dari sumber yang telah ditentukan. Proses analisis dilakukan dengan cara mengkategorikan, menyusun dan menggabungkan data iklan di rubrik kontak jodoh yang telah dikumpulkan, kemudian ditelaah dengan metode semiotik Saussure dan Barthes.

Iklan kontak jodoh yang dianalisis adalah iklan-iklan di *Harian Haluan* Padang tahun 1980-an, 1990-an dan tahun 2000-an dan dipilih berdasarkan kriteria yang mewakili kategori tertentu yang sesuai untuk menggambarkan bermacam variasi konstruksi citra wanita Minangkabau.

¹³Yusuf, Iwan Awaluddin. 2004. *"Necrocultura" dan Media Massa: Analisis Semiotik atas Representasi Identitas Budaya Minoritas Etnis Tionghoa dalam Iklan Berita Duka di Harian Suara Merdeka Tahun 1997-1999*. Yogyakarta: Skripsi Fisipol, UGM.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Media terhadap Pencitraan Wanita Minangkabau pada Rubrik Kontak Jodoh.

Dalam bagian ini Penulis melihat bagaimana konstruksi yang dilakukan oleh media cetak terhadap pencitraan wanita Minangkabau terhadap beberapa kasus rubrik kontak jodoh di

Harian *Haluan* Padang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Secara faktual, konstruksi terhadap pencitraan wanita Minangkabau yang dilakukan oleh media melalui judul rubrik dapat dilihat pada contoh-contoh rubrik di bawah ini:

1. Gadis Berambut Panjang Dambakan Pendamping yang Setia

Kontak Jodoh

Gadis Berambut Panjang Dambakan Pendamping yang Setia

1. Kode: AIKJ-037-CA. Seorang gadis manis berusia 25 tahun adalah pemrakarsa pertama minggu ini. Berpendidikan SLTA dan beragama Islam serta berasal dari Minang. Tinggi 160 cm dan berat 50 kg. Kulit kuning langsat, punya alis mata tebal, sifat setia, penyabar, humoris dan dari keluarga baik-baik. Mencari calon suami seorang perjaka yang berpendidikan minimal SLTA. Sudah punya profesi tetap yang halal dan agama Islam. Berasal dari mana saja tidak masalah. Punya sifat jujur, setia, bertanggung jawab, sehat rohani dan jasmani. Berniat membina rumah tangga sakinah. Usia, berat dan tinggi sebanding dengan pemrakarsa.

2. Kode: AIKJ-038-CA. pemrakarsa berikutnya masih seorang gadis. Berpendidikan SLTA dan berprofesi swasta. Agama Islam dan berasal dari Minang. Usia 22 tahun dengan tinggi 160 cm dan berat 50 kg. Sifat jujur, penyayang, kulit sawo matang dan rambut panjang. Mendambakan seorang suami yang berstatus perjaka/duda. Berpen didikan minimal SLTA dan berprofesi wiraswasta-BUMN/PNS. Agama Islam dan berasal dari Minang. Usia 25-30 tahun dengan sifat setia, jujur, penyayang, bertanggung jawab dan dari keluarga baik-baik.

3. Kode: AIKJ-039-CA. Pemrakarsa adalah seorang janda dengan 1 (satu) putera. Berprofesi wiraswasta dan berpendidikan SLTA. Agama Islam dan berasal dari Minang/Padang. Usia 33 tahun dengan tinggi 155 cm dan berat 50 kg. Sifat ramah, setia, dan keibuan. Mencari calon suami yang berstatus duda/perjaka. Berpendidikan minimal SLTA dan sudah punya profesi tetap yang halal. Agama Islam dan berasal dari Minang. Usia 33-38 tahun dengan sifat jujur, setia, penyayang, bertanggung jawab dan penyabar.

4. Kode : AIKJ-040-CA. Seorang gadis manis menjadi pemrakarsa terakhir minggu ini. Berpendidikan D.III Manajemen dan berprofesi sebagai pegawai swasta. Agama Islam dan berasal dari Minang/Pariaman. Usia 27 tahun dengan tinggi 150 cm serta berat 44 kg. Kulit kuning langsat, rambut sebauh dan sehat jasmani dan rohani. Sifat penyayang, jujur, setia, pengertian, penyabar dan berasal dari keluarga baik-baik. Hobi mendengarkan musik, membaca, memasak, dan jalan-jalan. Siap membina keluarga yang sakinah. Mendambakan seorang calon suami yang berstatus perjaka. Berpendidikan minimal SLTA dan berprofesi sebagai PNS/swasta/BUMN/sudah punya profesi tetap yang halal. Agama Islam dan berasal dari daerah mana saja. Usia 27-33 tahun dengan tinggi dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Sehat jasmani dan rohani. Sifat jujur, setia, penyayang, pengertian dan bertanggung jawab. Berniat membina keluarga sakinah.

Syarat-syarat menjadi Peserta Kontak Jodoh:

1. Mengirimkan data-data pribadi dan kriteria calon yang diinginkan dengan melampirkan:
 - a. Dua (2) lembar pas foto ukuran 4x6 cm
 - b. Perangko seharga Rp3.000 (dalam amplop) untuk pemrakarsa baru/tiap kode yang ditanggapi, kepada Pengasah Kontak Jodoh Haluan Minggu Jin Damar No.59 Padang.
2. Tanggapan dibuat pada satu surat tersendiri setiap kodenya.
3. Tulisan harus rapi dan jelas.
4. Cantumkan nama dan alamat yang lengkap, jika peserta pindah alamat segera beritahukan kepada Pengasah.
5. Untuk kerahasiaan kontak, surat-surat dari Pengasah akan dikirimkan melalui Pos tercatat.
6. Setiap tanggapan yang diterima harus dibalas walaupun berupa penolakan.
7. Peserta yang telah berhasil dalam kontak, harap segera memberitahunya kepada pengasah.
8. Setiap pemrakarsaan baru akan dimulai secara bergilir.
9. Peserta harus beretiket baik dalam berkontak.
10. Peserta yang tidak memenuhi syarat pokok (data pribadi, kriteria calon, pas foto dan perangko) tidak akan dilayani.

Pengasah

Scan 1. Harian *Haluan*, 6 Maret 2005

Dalam rubrik ini, redaksi menampilkan judul tentang seorang gadis yang memiliki rambut panjang yang mendambakan pendamping setia. Rambut adalah mahkota bagi seorang wanita, ungkapan tersebut hampir tidak berlaku saat ini. Di zaman sekarang rambut panjang yang ada pada seorang wanita menjadi perkara langka termasuk di daerah Sumatera Barat karena jarang wanita yang meminati rambut panjang. Merawat rambut panjang membutuhkan keuletan, bagi sebagian wanita

berambut panjang akan membuat repot dan tidak efisiensi dari segi biaya dan waktu. Juga *trend* mode saat ini lebih menonjolkan rambut pendek, banyak desainer pakaian wanita mempromosikan hasil rancangannya dengan menggunakan model berambut pendek seolah-olah karyanya diperuntukkan untuk mereka yang berambut pendek. Selain itu dunia kerja saat ini banyak yang memberikan ketentuan tentang penampilan karyawatnya termasuk masalah rambut.

Kesan lain yang diberikan pada pemilik rambut panjang adalah wanita kuno karena hanya bisa satu model, ketinggalan jaman (mode) dan terkesan kampungan atau wanita pinggitan. Kalau ada keinginan seorang wanita berambut panjang mereka bisa menggunakan jasa salon untuk memakai *wig* (rambut palsu) dan bisa dengan menyambung rambut menjadi panjang. Tapi bagi para pria masih banyak dari mereka yang mengagumi wanita yang berambut panjang. Rambut bisa menjadi simbolisasi wanita ke-ibuan yang banyak menjadi idaman para pria pencari jodoh. Banyaknya wanita Minang yang memakai *jilbab* saat ini

akan menyulitkan bagi para pria pencari jodoh untuk mencari kriteria wanita berambut panjang, dalam rubrik ini redaksi membantu melakukan pencitraan terhadap seorang wanita Minang pencari jodoh. Hal ini tentu membuka peluang bagi para pria yang ingin mendambakan wanita berambut panjang.

Konstruksi oleh media terhadap rambut panjang memiliki tujuan yang tepat, karena sebenarnya sesuatu yang langka itu memiliki nilai jual, rubrik kontak jodoh pada hakekatnya bekerja ‘menjual citra diri’ seorang peserta agar diminati oleh orang lain yang berminat ‘membeli’ citra tersebut.

2. Janda Beranak Satu Cari Jodoh Duda tanpa Anak

Kembal Jodoh

Janda Beranak Satu Cari Jodoh Duda tanpa Anak

1. Kode: AHKJ-181-KB. Pemrakarsa adalah seorang duda berpendidikan S1 IKIP (UNP) dan berprofesi dibidang wiraswasta. Agama Islam dan berasal dari Minang (Padang Panjang). Usia 37 tahun dengan tinggi 167 cm dan berat 73 kg. Sifat jujur, bertanggungjawab dan penyabar. Penampilan sederhana dan berasal dari keluarga baik-baik. Mencari seorang calon isteri yang berstatus ga'is/duda yang saat beribadah. Berpendidikan minimal D.III dan berprofesi sebagai PNS/swasta/wiraswasta. Agama Islam dan berasal dari Minang. Usia maksimal 35 tahun dengan tinggi dan berat seimbang. Sifat keibuan, penyayang dan penyabar serta jujur. Bermati membina rumah tangga sakinah.

2. Kode: AHKJ-182-KB. Pemrakarsa seorang gadis yang berpendidikan S1 Ekonomi. Berprofesi sebagai guru honor dan agama Islam. Negeri asal Minang, usia 24 tahun dengan tinggi 150 cm serta berat 44 kg. Sifat jujur, keibuan, ramah, penyabar dan ulet serta mudah bergaul. Mencari calon suami seorang perkerja yang berprofesi sebagai PNS/BUMN/ABRI/sudah tetap. Agama Islam dan berpendidikan S1. Berasal dari keluarga baik-baik. Usia 26-30 tahun serta tinggi dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Sifat jujur, setia, pengertian, dan bertanggung jawab serta taat beribadah.

3. Kode: AHKJ-183-KB. Pemrakarsa adalah seorang janda dengan 1 anak (cerai mati). Berpendidikan S1 Sarjana Hukum. Berprofesi wiraswasta dan beragama Islam. Berasal dari Minang/Sikumbang dan berusia 32 tahun dengan tinggi 150 cm dan berat 50 kg. Sifat jujur, setia, keibuan, pengertian, dan berasal dari keluarga baik-baik. Hobi memasak, membaca dan dengar musik. Mencari calon suami yang berstatus perkerja/duda tanpa anak (cerai mati). Berpendidikan S1/S2 dan berprofesi sebagai PNS/BUMN/sudah tetap. Agama Islam dan berasal dari Minang. Penampilan meya kinkan, penyayang, dan punya wawana yang luas. Sehat lahir bathin dan dari keluarga baik-baik.

4. Kode: AHKJ-176-JC. Pemrakarsa adalah seorang gadis manis berhijab yang berpendidikan SMK Akuntansi. Berprofesi sebagai PNS dan berusia 25 tahun dengan tinggi 162 cm serta berat 50 kg. Agama Islam, berasal dari Minang, Sifat jujur, sedikit egois, keras kepala, setia dan bertanggung jawab. Berasal dari keluarga sederhana yang baik-baik. Bermati membina keluarga yang sakinah. Mencari calon suami seorang perkerja yang taat beribadah. Berpendidikan minimal SLTA dan berprofesi sebagai PNS/BUMN/swasta/pekerjaan tetap yang halal. Agama Islam, usia 27-32 tahun, tinggi minimal 165 cm dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Tidak berasal dari keluarga kaya namun dari keluarga baik-baik. Sifat bertanggung jawab, jujur, setia, sabar, dan penyayang serta pengertian. Bersedia membimbing keluarga memahami agama Islam.

Syarat-syarat menjadi Peserta Kontak Jodoh:

1. Mengirimkan data-data pribadi dan kriteria calon yang diinginkan dengan melampirkan:
 - a. Dua (2) lembar pas foto ukuran 4x6 cm.
 - b. Peranko seharga Rp3.000 (dalam amplop) untuk setiap pemrakarsa baru/tap kode yang ditanggapi, kepada Pengasuh Kontak Jodoh Haluan Minggu Jin Damar No.59 Padang.
2. Tanggapan dibuat pada satu surat tersendiri setiap kodinya.
3. Tulisan harus rapi dan jelas.
4. Cantumkan nama dan alamat yang lengkap, jika peserta pindah alamat segera beritahukan kepada Pengasuh.
5. Untuk kerahasiaan kontak, surat-surat dari Pengasuh akan dikirimkan melalui Pos tercatat.
6. Setiap tanggapan yang diterima harus dibalas walaupun berupa penolakan.
7. Peserta yang telah berhasil dalam kontakny, atau tidak ingin lagi meneruskan kontakny, harap segera memberitahunya kepada pengasuh.
8. Setiap pemrakarsaan baru akan dimuat secara bergilir.
9. Peserta harus beritikad baik dalam berkontak.
10. Peserta yang tidak memenuhi syarat pokok (data pribadi, kriteria calon, pas foto dan peranko) tidak akan ditilayani.

Pengasuh

Scan 2. Harian *Haluan*, 12 Desember 2004

Dalam masyarakat Minangkabau seorang wanita yang belum mempunyai suami sementara usianya telah dewasa (*gadh gadang indak balaki*) dan janda (*jando*) dapat membawa aib bagi kaumnya. Berarti

persoalan ini akan menjadi urusan kaum dan anggotanya yang mendapat aib atau malu dari suku lain. Karena orang masih berasumsi bahwa status janda adalah status marginal yang dianggap menjadi beban bagi si janda

dan sukunya. Karena tipologi masyarakat Minangkabau yang 'pancimeeh' (pengkritik pedas) akan menyebabkan kedudukan wanita janda akan makin sulit, di mana ia akan selalu dituduh yang bukan-bukan, janda 'gata' (janda genit) atau orang akan banyak berpikiran *negatif thinking* (berpandangan buruk) terhadap si janda walaupun yang ia lakukan itu tindakan-tindakan positif. Tekanan dari struktur yang kuat atau lemahnya peran mamak akan turut mendorong si janda muda beranak satu seperti pada rubrik di atas menggunakan jasa kontak jodoh, keadaan ini dimanfaatkan oleh media dengan mengkatrol pencitraan wanita Minang tersebut dengan menekankan aspek kejandaannya apalagi ia secara terang-terangan juga mencari laki-laki yang memiliki status marital seperti dirinya yakni duda tanpa anak menjadi judul rubrik.

Konstruksi terhadap seorang janda merupakan sebuah variasi pencitraan yang banyak terfokus pada seorang gadis atau jejaka. Tetapi janda atau duda memiliki nilai dan

daya tarik tertentu bagi sejumlah orang yang justru berminat membina rumah tangga dengan seorang janda, biasanya mereka diminati oleh para duda juga, apalagi dalam rubrik di atas sipemrakarsa memberi akses bagi duda yang beranak satu, yang gagal dalam perkawinan atau ditinggal mati oleh isterinya. Media melakukan distorsi terhadap status janda karena dari ke-4 teks yang ada pada rubrik ini, media memilih teks tentang janda ini, karena ada kepentingan ekonomi media yang tersembunyi terhadap teks tersebut.

Padahal judul teks jodoh tentang janda di Harian *Haluan*, sangat jarang dimunculkan. Selain sepinya peserta dari golongan ini, juga media memiliki pertimbangan bahwa janda/ duda tidak memiliki 'selling' atau nilai jual, karena pilihan untuk berkeluarga bagi laki-laki umumnya mencari seorang gadis (perawan) bukan seorang janda, tak terkecuali para pria yang berstatus duda, juga sering mengincar para gadis untuk bakal isterinya.

3. Bidan Manis Inginkan Perjaka S.I yang Taat

Kontak Jodoh

Bidan Manis Inginkan Perjaka S.I yang Taat

1. Kode: AIKJ-045-CC. Pemrakarsa adalah seorang gadis yang berpendidikan SLTA dan berprofesi sebagai pegawai swasta. Gadis ini beragama Islam dan berasal dari Minang. Usia 25 tahun dengan tinggi 150 cm dan berat 41 kg. Sifat jujur, setia, ramah dan penampilan sederhana. Berasal dari keluarga baik-baik. Mencari calon suami yang berstatus baik-baik, berpendidikan minimal D.III. Berprofesi sebagai PNS/swasta. Agama Islam. Berasal dari Minang, usia 25 tahun ke atas, tinggi 160 cm ke atas dan berat seimbang, sifat bertanggung jawab, jujur, pengendalian dan sabar. Berasal dari keluarga baik-baik. Bermiat membina rumah tangga yang sakinah.

2. Kode: AIKJ-046-CC. Pemrakarsa ini adalah seorang gadis manis yang berpendidikan D.IV Kebidanan dan berprofesi sebagai PNS di rumah sakit daerah. Agama Islam, berasal dari Minang, usia 34 tahun tinggi 154 cm dan berat 43 kg. Sifat penyabar, penyantun, keibuan dan ulet. Berasal dari keluarga baik-baik, sehat jasmani dan rohani. Mencari calon suami yang berstatus perjaka dan berpendidikan minimal S.I. Berprofesi sebagai PNS/BUMN/ABRI/swasta/wiraswas sudah beribadah, jujur, penyayang, penyabar, setia dan humoris. Wajah tidak mengecewakan. Berdomisili di Sumber terutama Padang. Berasal dari keluarga baik-baik dan berniat serius membina rumah tangga yang sakinah, rukun dan damai.

3. Kode: AIKJ-047-CC. Pemrakarsa ini seorang duda dengan 1 (satu) orang anak. Duda ini berpendidikan S.I. Berprofesi sebagai PNS dan beragama Islam. Berasal dari Minang, usia 52 tahun dengan tinggi 160 cm dan berat 52 kg. Sifat jujur, setia, penyayang dan penyabar. Kulit sawo matang. Sehat jasmani dan rohani. Bermiat membina rumah tangga yang sakinah. Mencari calon isteri seorang gadis Minang, berpendidikan S.I. Berprofesi sebagai PNS (dosen/guru). Agama Islam dan berusia maksimal 42 tahun. Tinggi dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Taat beribadah, jujur, penyayang, penyabar, setia dan humoris. Wajah tidak mengecewakan. Berdomisili di Sumber terutama Padang. Berasal dari keluarga baik-baik dan berniat serius membina rumah tangga yang sakinah, rukun dan damai.

4. Kode: AIKJ-048-CC. Pemrakarsa adalah seorang perjaka yang berasal dari Minang. Berprofesi wiraswasta dan bergama Islam. Berpendidikan SMK (STM) dan berusia 22 tahun dengan berat 60 kg dan tinggi 172 cm. Sifat setia, jujur dan bertanggung jawab. Berasal dari keluarga baik-baik. Mendambakan calon isteri berstatus gadis yang b. pendidikan minimal SLTA. Usia, tinggi dan berat sebanding dengan pemrakarsa. Sifat keibuan, penyayang dan penyabar. Kulit hitam manis. Berprofesi sebagai PNS/guru/swasta. Negeri asal Minang dan agama Islam. Berasal dari keluarga baik-baik.

Syarat-syarat menjadi Peserta Kontak Jodoh:

1. Mengirimkan data-data pribadi dan kriteria calon yang diinginkan dengan melampirkan:
 - a. Duta (2) lembar pas foto ukuran 4x6 cm.
 - b. Peranko seharga Rp3.000 (dalam amplop) untuk setiap pemrakarsa baru/tiap kode yang ditanggapi, kepada Pengasuh Kontak Jodoh Haluan Minggu Jln.Damar No.59 Padang.
2. Tanggapan dibuat pada satu surat tersendiri setiap kodinya.
3. Tulisan harus rapi dan jelas.
4. Cantumkan nama dan alamat yang lengkap, jika peserta pindah alamat segera beritahukan kepada Pengasuh.
5. Untuk kerahasiaan kontak, surat-surat dari Pengasuh akan dikirimkan melalui Pos tercatat.
6. Setiap tanggapan yang diterima harus dibalas walaupun berupa penolakan.
7. Peserta yang telah berhasil dalam kontakannya, atau tidak ingin lagi meneruskan kontakannya, harap segera memberitahunya kepada pengasuh.
8. Setiap pemrakarsaan baru akan dimulainya secara bergilir.
9. Peserta harus beritikad baik dalam berkontak.
10. Peserta yang tidak memenuhi syarat pokok (data pribadi, kriteria calon, pas foto, dan peranko) tidak akan dilayani.

Peng

Scan 3. Harian *Haluan*, 20 Maret 2005

Salah satu bentuk pencitraan wanita Minangkabau pencari jodoh dilakukan oleh media *Haluan* Padang adalah pencitraan profesi. Dalam rubrik di atas redaksi melakukan pencitraan terhadap seorang bidan berwajah manis yang menginginkan perjaka tamatan S1 yang taat. Karena belajar dari pengalaman dalam dinamika kontak jodoh, jika si wanita pencari jodoh yang menjadi pemrakarsa memiliki pekerjaan tetap (PNS) dan menjanjikan akan banyak diminati oleh laki-laki pencari jodoh (penanggung). Pekerjaan tetap yang dimiliki oleh seorang pemrakarsa mampu menarik para penanggung untuk berkenalan atau malah melamarnya, apalagi dalam rubrik di atas si wanita yang bekerja sebagai bidan ini juga memiliki wajah manis.

Profesi sebagai seorang bidan, dianggap profesi yang mulia karena profesi ini termasuk profesi yang relevan dengan berhubungan dengan tahapan hidup yang dilalui seorang wanita, yaitu ketika ia melahirkan seorang bayi dan tergolong profesi kesehatan yang tidak terlalu *bonafit* dibandingkan dengan profesi seorang dokter. Tetapi profesi ini bisa dikembangkan dengan keahlian profesi yang mereka miliki, misalnya mereka bisa berprofesi ganda sebagai bidan di rumah sakit pemerintah/swasta dan sebagai bidan di tempat praktek dan di rumah bersalin yang mereka dirikan disamping memberikan pengobatan umum kepada pasien yang menderita penyakit ringan yang tidak membutuhkan perawatan inap (*opname*).

Dengan mempertegas profesi yang dimiliki melalui judul rubrik. Pihak redaksi membantu pencitraan wanita Minang yang berpendidikan dan memiliki profesi sebagai seorang bidan, agar sipemrakarsa dapat

menemukan jodoh yang ia idamkan, yakni seorang perjaka taat berpendidikan S1 (sarjana). Dalam hal ini terkesan media sangat membantu pencitraan si wanita ini.

4. Sarjana Berjilbab Dambakan Suami yang Taat

Kontak Jodoh
Sarjana Berjilbab Dambakan Suami yang Taat

1. Kode: AIKJ-129-HB. Pemrakarsa ini adalah seorang gadis berjilbab dari Minang. Berpendidikan S1 Ekonomi dan berprofesi sebagai guru honor. Beragama Islam dan berusia 24 tahun dengan tinggi 150 cm dan berat 44 kg. Sifat jujur, ramah, keibuan, ulet, mudah bergaul dan berasal dari keluarga baik-baik. Sehat jasmani dan rohani. Bermiat membina rumah tangga yang sakinah. Mencari calon suami seorang perjaka yang berpendidikan minimal S1 dan berprofesi sebagai PNS/BUMN/swasta/wiraswasta/sudah bekerja tetap. Agama Islam dan berusia 26-30 tahun. Tinggi dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Taat beribadah, jujur, penyayang, pengertian, dan setia serta sehat jasmani dan rohani. Bermiat membina rumah tangga yang sakinah. Berasal dari keluarga baik-baik.

2. Kode: AIKJ-130-HB. Pemrakarsa adalah seorang duda yang berasal dari Minang (PadangPanjang). Berpendidikan S1 IKIP Padang dan berprofesi wiraswasta.

Beragama Islam, usia 37 tahun dengan berat 73 kg dan tinggi 167 cm. Sifat jujur dan bertanggung jawab. Berasal dari keluarga baik-baik. Mendambakan seorang gadis/janda sebagai calon isteri. Berpendidikan minimal D.III dan berprofesi sebagai PNS/BUMN/swasta/wiraswasta/sudah bekerja tetap. Usia maksimal 35 tahun dengan tinggi dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Sifat penyayang, keibuan, penyabar, jujur dan pengertian. Agama Islam dan taat beribadah. Berasal dari keluarga baik-baik.

3. Kode: AIKJ-131-HB. Pemrakarsa ini adalah seorang gadis yang berpendidikan SLTA. Berprofesi wiraswasta dan agama Islam. Berasal dari Minang, usia 28 tahun dengan tinggi 158 cm serta berat 52 kg. Kulit sawo matang, pengertian dan berasal dari keluarga baik-baik. Mendambakan calon suami seorang perjaka. Berpendidikan minimal SLTA dan berprofesi swasta/wiraswasta/TNI-POLRI/PNS. Agama Islam, negeri asal tidak jadi masalah. Berasal dari keluarga baik-baik, usia maksimal 37 tahun dengan tinggi dan berat seimbang dengan pemrakarsa. Sifat bertanggung jawab, jujur, pengertian, dan enak diajak bicara.

4. Kode: AIKJ-132-HB. Pemrakarsa adalah seorang perjaka yang berasal dari Minang. Berprofesi wiraswasta dan beragama Islam. Berpendidikan SMK (STM) dan berusia 22 tahun dengan berat 60 kg dan tinggi 172 cm. Sifat setia, jujur, dan bertanggung jawab. Berasal dari keluarga baik-baik. Mendambakan calon isteri berstatus gadis yang berpendidikan minimal SLTA. Usia, tinggi dan berat sebanding dengan pemrakarsa. Sifat keibuan, penyayang dan penyabar. Kulit hitam manis. Berprofesi sebagai PNS/guru swasta. Negeri asal Minang dan agama Islam. Berasal dari keluarga baik-baik.

Syarat-syarat menjadi Peserta Kontak Jodoh:

- Mengirimkan data-data pribadi dan kriteria calon yang diinginkan dengan melampirkan:
 - Dua (2) lembar pas foto ukuran 4x6 cm.
 - Perangko seharga Rp3.000 (dalam amplop) untuk setiap pemrakarsa baru/tiap kode yang ditanggapi, kepada Pengasuh Kontak 59 Padang.
- Tanggapan dibuat pada satu surat tersendiri setiap kodenya.
- Tulisan harus rapi dan jelas.
- Cantumkan nama dan alamat yang lengkap, jika peserta pindah alamat segera beritahukan kepada Pengasuh.
- Untuk kerahasiaan kontak, surat-surat dari Pengasuh akan dikirimkan melalui Pos tercatat.
- Setiap tanggapan yang diterima harus dibalas walaupun berupa penolakan.
- Peserta yang telah berhasil dalam kontakannya, atau tidak ingin lagi melanjutkan kontakannya, harap segera memberitahunya kepada pengasuh.
- Setiap pemrakarsaan baru akan dimulai secara bergilir.
- Peserta harus beritikad baik dalam berkontak.
- Peserta yang tidak memenuhi syarat pokok (data pribadi, kriteria calon, pas foto dan perangko) tidak akan dilayani.

Pengasuh

Scan 4. Harian *Haluan*, 14 Agustus 2005

Pada contoh keempat konstruksi terhadap pencitraan wanita Minang ini, pihak redaksi mencoba mencitrakan wanita berstatus pendidikan sarjana dan memakai *jilbab* yang mendambakan seorang suami yang taat. Dilihat dari jenis pakaian dan calon suami yang diinginkan tentu menunjukkan bahwa wanita tersebut adalah seorang *muslimah* yang taat atau memberikan *spirit* bagi seorang laki-laki pencari jodoh bahwa wanita ini adalah calon isteri *shalehah* atau wanita yang memiliki jiwa agamis.

Masyarakat Minangkabau yang menganut agama Islam dan memiliki falsafah “*Adat Basandi Syarak, Syarak basandi kitabullah, Agamo mangato, Adat mamakai*”, dalam hal mencari jodoh selalu mengutamakan persoalan ketaatan calon pasangan hidup. Calon isteri yang *berjilbab* sering menjadi kriteria seorang laki-laki dalam mencari pasangan hidup, apalagi saat ini *trend berjilbab* dan gerakan birokrasi bernuansa agamis sejak diberlakukannya otonomi daerah, yaitu *gerakan kembali ke nagari kembali ke surau*, seakan menjadi keharusan bagi seorang wanita

Minangkabau untuk memakai *baju kurung* dengan *jilbab*, seperti yang telah dipraktekkan semua jenjang pendidikan dan birokrasi melalui sebuah '*blue print*' di hampir seluruh wilayah kabupaten atau kotamadia di Propinsi Sumatera Barat beberapa tahun belakangan ini. Maka saat ini di Sumatera Barat mayoritas wanita adalah memakai *jilbab*.

Konteks sosial ini juga dimanfaatkan oleh Redaksi *Haluan* untuk mencitrakan wanita pencari jodoh di rubrik kontak jodoh. Sarjana *berjilbab* yang dikonstruksikan di atas diharapkan mampu menarik minat para laki-laki pencari jodoh untuk berkenalan dengannya. Karena opini yang beredar secara umum dalam masyarakat memakai wanita *berjilbab* masih dianggap seorang wanita tersebut taat beragama dan memiliki *akhlakul kharimah* (akhlak terpuji) dalam artian akan patuh dan setia terhadap suaminya kelak karena bisa menjaga aurat. Di samping itu pendidikan sarjana yang ia miliki justru juga diharapkan akan memberi stimulus yang berarti bagi calon suami yang ia inginkan.

Konstruksi yang terjadi pada rubrik kontak jodoh di Harian *Haluan* Padang, terhadap wanita Minangkabau dilakukan melalui dua tahap, yaitu:

Konstruksi tahap *pertama*, adalah konstruksi yang dilakukan oleh pengasuh rubrik kontak jodoh

terhadap citra diri pemrakarsa wanita dengan berpedoman terhadap pas foto yang dikirimkan oleh pemrakarsa sebagai salah satu persyaratan untuk menjadi peserta rubrik, padahal pemrakarsa rubrik jodoh berusaha jujur dengan mengirimkan data diri apa adanya. Biasanya pengasuh menafsirkan sendiri pas foto pemrakarsa dengan tujuan positif semenarik mungkin agar menimbulkan respon (memiliki nilai jual) dari pembaca yang berminat untuk menanggapi, konstruksi ini dilakukan tanpa sepengetahuan dari penanggap (bersifat rahasia) atas adanya *kamuflase* dari teks-teks kontak jodoh tersebut. Konstruksi ini disetujui oleh pihak media dengan tidak mempermasalahkan isi teks tersebut. Karena visi dari rubrik jodoh ini membantu orang yang berat jodoh.

Sedangkan konstruksi tahap *kedua*, adalah konstruksi yang dilakukan oleh pihak redaksi yang bertanggung terhadap rubrik kontak jodoh. Setelah menerima teks dari sipengasuh, maka tugas dari redaksi adalah membaca kembali teks-teks tersebut, kemudian mengambil salah satu teks untuk dijadikan fokus yang akan dikonstruksikan dengan teknik pemberian judul teks yang sekaligus akan menjadi judul rubrik pada edisi Minggu tersebut.

Analisis Semiotik Berdasarkan Signifikasi Dua Tahap dari Roland Barthes.

Pada kenyataannya bahwa penanda dan petanda membentuk sebuah tanda dari kebahasaan dan tanda inilah yang menjadi sebuah penanda untuk penanda yang berbeda dan tanda dalam bahasa asli. Jika kita melihat dari segi mitos, penanda (yang merupakan tanda dalam bahasa asli) disebut bentuk, sedangkan petanda adalah konsep dan tanda yang dihasilkan berasal dari proses perasaan.

Dalam penelitian ini analisis semiotik ini dilakukan berdasarkan signifikasi dua tahap dari Roland Barthes, yaitu: 1) *Analisis semiotik tahap primer (pertama)* dengan memperhatikan realitas dari denotasi (ikon) yang tampak dengan memperhatikan penanda dan petanda dalam teks rubrik dan 2) *Analisis semiotik tahap sekunder (kedua)* dengan menganalisis bentuk dan isi rubrik sehingga terbentuk konotasi dan mitos:

- 1) **Konotasi** yang terbentuk adalah wanita Minang yang menjadi pemrakarsa dalam rubrik kontak jodoh berupaya merepresentasikan diri dengan sebaik mungkin, dengan menampilkan atau menjual citra fisik; cantik, kulit putih atau kuning langsung, keperawanan, rambut panjang, hidung mancung dan memiliki tahi lalat, serta memiliki tubuh

ideal atau sehat jasmani. Juga sekaligus merepresentasikan citra non fisik; berpendidikan tinggi sarjana/ diploma, memiliki pekerjaan/mapan, siap menikah, penyabar, anti adat uang jemputan, keibuan, penyabar, penyayang, simpatik, sosial, jujur (terbuka), setia pada suami, percaya diri, sehat rohani, berasal dari keluarga ternama atau keturunan baik-baik, dan memakai jilbab, taat beragama, tidak materialis dan memiliki sejumlah hobbi.

Biasanya wanita pencari jodoh tersebut juga mencari calon suami idaman yang memiliki berbagai citra fisik dan citra non fisik, seperti kriteria fisik; memiliki usia sama dan di atas usia si wanita, tubuh ideal, kulit putih/kuning/hitam manis, wajah tidak mengecewakan, sehat jasmani dan kriteria non fisik; jejak/duda, memiliki pekerjaan tetap, agama Islam, jujur, hormat menghormati, bertanggungjawab, kebabakkan, senang pada isteri, berjiwa setia pada keluarga dan berjiwa sosial berdomisili di Padang, tidak menganut adat uang jemputan, tidak pilih tampan atau materi, taat beribadah dan jentelmen, tidak materialis, serta berasal dari keturunan baik-baik.

Atas dasar gambaran di atas, citra diri yang ditampilkan oleh si wanita umumnya disesuaikan dengan citra calon suami yang

diinginkan. Sehingga konotasi yang terbentuk wanita Minang mencoba merepresentasikan dirinya sebagai wanita yang berpedoman pada konsep ideal tradisional (Adat Minangkabau) dengan konsep wanita modern. Wanita peserta rubrik jodoh mampu menengahkan keunikan citra dirinya secara fisik dan non fisik. Seolah-olah mereka adalah calon isteri ideal, memiliki gambaran kriteria yang sempurna dan menginginkan laki-laki dambaan yang memiliki sejumlah kriteria yang umum dan unik.

Sejumlah wanita peserta rubrik jodoh di atas juga mengisyaratkan bahwa mereka adalah sejumlah wanita yang mencoba mengekspos aspek kefemininannya, kepribadian yang tergambar lewat kesucian diri, dan latar keluarga, serta penolakan terhadap adat '*kawin bajapuik*' di daerah tertentu. Bahwa keunikan diri wanita tersebut juga berimbas pada keunikan calon pendamping hidup mereka, seakan-akan calon suami mereka harus unik pula seunik dirinya. Walaupun tujuan mereka sebenarnya adalah 'mulia' dalam rangka mendapatkan calon suami yang sebaik-baiknya, sehingga mereka tidak ingin salah pilih dan kecewa dikemudian hari.

Realitas sosial mikro dan makro yang terwujud dalam

rubrik kontak jodoh *Haluan Padang* dibentuk oleh rubrik itu sendiri. Tetapi keterlibatan sejumlah individu seperti pengasuh, pemrakarsa dan pihak redaksi membawa pesan kepada sejumlah Penanggap sangat penting. Hal ini dapat menjadi salah satu realitas yang representatif tentang wanita Minang dan konteks sosial masyarakat Minangkabau itu sendiri. Wanita Minang dalam rubrik kontak jodoh menghasilkan realitas simbolik yang selama ini kurang mendapat acuan dan perhatian dari berbagai kalangan, apalagi jika kita lihat di media kontak jodoh lain, seperti di *Harian Kompas*; terdapatnya foto wajah wanita Minang yang telah berusia tua (*gadiah gadang indak balaki*) mencari suami. Kondisi ini akan kita temui begitu banyaknya di media lain, misalnya media internet, yang mampu memprivasi kemauan si wanita tanpa tekanan struktur sosial lain. Gejala-gejala sosial di sekitar fenomena wanita yang mencari jodohnya sendiri untuk saat ini, menunjukkan bahwa sistem matrilineal itu sendiri telah bergeser sejalan dengan pergeseran citra wanita Minang itu sendiri.

- 2) **Isi rubrik kontak jodoh** membentuk '*mitos*'. Mitos yang terbentuk dalam rubrik kontak

jodoh adalah wanita calon isteri yang ideal dengan tampilan cantik, menolak adat lama, berasal dari keluarga ternama, dan memiliki pekerjaan atau penghasilan tetap serta taat bergama. Mitos tersebut dapat dikaitkan dengan tokoh dalam *tambo* atau *kaba* tentang wanita tradisional Minang yang diimplementasikan pada sosok wanita modern yang sempurna yaitu sosok 'Bundo Kanduang', yaitu yang masih memiliki citra tradisional, dengan kefemininan dan dengan model penampilan yang berkesan seperti yang dituntut oleh adat. Walaupun tidak sesempurna citra wanita Minang yang ideal tersebut, tapi dapat dijadikan mitos bagi wanita Minang sekarang seperti mitos dalam *tambo* (cerita rakyat) Minangkabau yang terkenal dengan *bundo kanduang*, karena ada kesan yang lahir dari kekuatan dan kemandirian yang mereka lahirkan sendiri di tengah tekanan struktur dan tuntutan struktur sosial untuk mempertahankan identitas ke-idealan-tradisional.

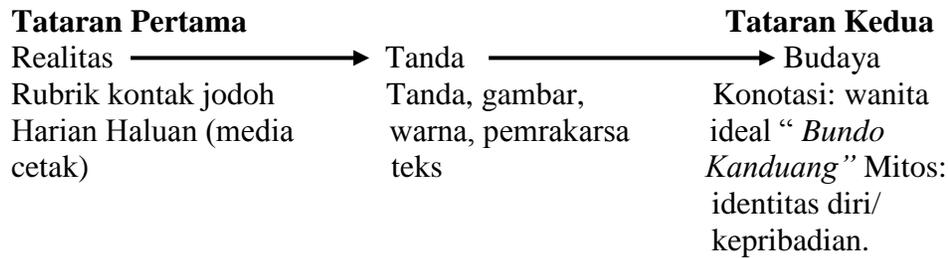
Kecantikan fisik dan non fisik yang digambarkan dalam rubrik kontak jodoh relevan dengan kecantikan yang dilambangkan secara tradisional dalam kebudayaan Minangkabau, seperti rambut panjang, kulit

kuning langsung dan tubuh yang molek, memiliki sikap sopan santun, kesetiaan, ketaatan terhadap agama bersifat sosial atau keibuan. Sebenarnya filosofi budaya Minangkabau tentang konsep cantik sudah ada seperti terungkap dalam pepatah:

Rambuiknyo bak mayang taurai, pipi bak pauah dilayang, muko bak bulan panuah, alis bak samuik baririang, hiduang bak dasun tungga dan bibia bak limau sauleh. (rambutnya ibarat mayang terurai, pipi ibarat mangga diiris, wajah ibarat bulan purnama, alis ibarat semut beriring, hidung ibarat bawang putih tunggal dan bibir ibarat jeruk seulas).

Dalam hal ini konteks sosio-kultur Minangkabau masih berpengaruh terhadap citra wanita Minang, yang salah satunya dapat diwakili oleh teks-teks kontak jodoh di media cetak lokal.

Secara sederhana, representasi teks rubrik kontak jodoh Harian *Haluan*, dapat digambarkan, seperti di bawah ini:



Dari konotasi dan mitos di atas, juga memuat ideologi, berupa:
(**Teks Rubrik**) → **ideologi:**

- Wanita yang ,cantik,
langsing, punya pengha
silan, berpendidikan dan
taat beragama, merupa
kan representasi
wanita Minang.
- Teks rubrik jodoh kon-
dusif menggambarkan
citra wanita Minang.

Dengan demikian, dalam analisis teks rubrik kontak jodoh Harian *Haluan*, tampak benang merah pada setiap teks rubrik, yaitu penekanan kesan nilai budaya tradisional. Teks rubrik mengkomunikasikan pesan citra diri sehingga membentuk identitas tertentu. Tampilan wanita pencari jodoh pada rubrik memberikan makna kejujuran dengan khalayak dan keterbukaan yang memberikan keyakinan pada khalayak (khususnya kaum laki-laki) untuk memilih mereka menjadi calon isteri.

Melalui pesan dan format kontak jodoh tersebut, wanita ditampilkan sebagai wanita yang ideal. Bentuk pesan dikomunikasikan “langsung”

kepada khalayak, dengan kalimat yang menumbuhkan respon bagi pembaca khusus para laki-laki yang juga masih *jomblo*, dengan kalimat “menginginkan, mendambakan, mencari teman hidup/ pendamping hidup”, seolah-olah mengajak berkenalan, sehingga seakan-akan dalam rubrik tersebut, terjadi sebuah upaya untuk memberikan stimulus supaya terjadi komunikasi personal antara wanita peserta rubrik jodoh dengan para pembaca. Representasi wanita dalam teks rubrik menunjukkan model sebagai wakil dari banyak wanita Minang, yang juga tertarik menjadi peserta kontak jodoh atau mempunyai masalah diseputar persoalan mencari

jodoh. Sebagaimana menurut McQuail¹⁴, kalimat persuasif dalam naskah iklan telah membentuk “solidaritas semu” pada wanita. Selain itu iklan membentuk standarisasi kecantikan ideal bagi wanita.

Pemaknaan yang terkesan dari keseluruhan teks rubrik kontak jodoh adalah kegelisahan wanita Minang akan citra dirinya dan pilihan citra calon suaminya. Ada ketakutan menjadi perawan tua abadi atau tidak menarik secara seksual kalau tidak menampilkan citra diri cantik/wajah tidak mengecewakan, memiliki tubuh yang bagus, yang berkaitan dengan kriteria fisik sehingga dikonstruksikan kesan bahwa wanita merasa penting mencitrakan penampilan fisiknya agar menarik bagi penanggap, yang notabene adalah kaum laki-laki. Wanita Minang menjadi tidak sadar akan kebutuhan yang sebenarnya apakah perkawinan itu hanya untuk kebutuhan biologis dan fungsi dari berkeluarga itu hanya sebatas kebutuhan seks. Padahal wanita menjadi penentu bagi kelanggengan sebuah rumah tangga.

V. PENUTUP

Keberadaan kontak jodoh merupakan instrumen atau komoditi bagi pelaku ekonomi di media untuk mengkatrol

atau meningkatkan nilai jual produknya, sehingga ada ideologi yang tersembunyi kenapa kontak jodoh itu ada di sebuah media? Karena merupakan sebuah komoditas, kontak jodoh penuh dengan konstruksi terhadap teks dan individu (peserta) yang terlibat di dalamnya. Akibatnya terjadilah ‘proyek pencitraan’ dalam media terhadap peserta yang diadaptasikan dengan selera media dan budaya konsumen, terutama kaum wanita. Melalui politik pencitraan, citra fisik dan non fisik wanita dieksploitasi oleh media sedemikian rupa, sehingga menimbulkan hasrat dan dorongan bagi kaum laki-laki untuk mengkonsumsi objek yang ditampilkan. Pada media cetak lokal Harian Haluan Padang terdapat 2 (dua) tahapan pencitraan yang dilakukan terhadap wanita Minangkabau yang menjadi peserta kontak jodoh yaitu; Pencitraan tahap pertama adalah yang dilakukan oleh pengasuh rubrik kontak jodoh dengan berpatokan pada data diri dan melakukan penafsiran foto peserta. Pencitraan tahap kedua adalah pencitraan yang dikonstruksi oleh media melalui judul dari rubrik, media biasanya mempertegas salah satu simbol yang menjadi keunikan sebuah teks dengan pertimbangan aspek daya tarik judul dan nilai jualnya. Pada bagian ini tak jarang media melakukan eksploitasi terhadap citra wanita peserta kontak jodoh

¹⁴ McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Terjemahan Agus Dharma. Jakarta: Penerbit Erlangga.

tersebut. Berarti rubrik kontak jodoh telah terlibat secara langsung merepresentasikan citra wanita

Minang, menjadi citra yang dikemas dengan nilai-nilai bahasa media yang menimbulkan daya tarik pembaca.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku

- Al-Ghifari, Abu. 2004. *Bila Jodoh Tak Kunjung Datang*. Bandung: Mujahid Press.
- Budiman, Kris. 1999. *Kosa Semiotika*. Yogyakarta: LKiS.
- Erianjoni. (2006). "Wanita Pemburu Jodoh": Representasi Citra Wanita pada Rubrik Kontak Jodoh (Studi Semiotik Citra Wanita Minangkabau dalam Rubrik Kontak Jodoh di Media Cetak Lokal Harian "Haluan" Padang)". Tesis S2 Sosiologi UGM.
- Hagul, Peter. 1998. "Wanita Pemburu Cinta di Rubrik Jodoh," dalam Ibrahim, I.S. dan Suranto, H. (ed). *Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hlm. 391-392.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Terjemahan Agus Dharma. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Miko, Alfian. 1991. *Pekerja Wanita pada Industri Rumah Tangga Sandang di Sumatera Barat*, Yogyakarta: PPK UGM.
- Miko, Alfian. 1991. "Kontak Jodoh: Sebuah Interpretasi Sosiologis". Padang: Laporan Penelitian Proyek OPF Universitas Andalas.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Semiotika Sebagai Metode Dalam Penelitian Desain*, dalam: *Semiotika Budaya*, penyunting T. Christomy dan Untung Yuwono. Jakarta: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia.
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Yusuf, Iwan Awaluddin. 2004. "Necrocultura" dan Media Massa: Analisis Semiotik atas Representasi Identitas Budaya Minoritas Etnis Tionghoa

dalam Iklan Berita Duka di Harian Suara Merdeka Tahun 1997-1999.
Yogyakarta: Skripsi Fisipol, UGM.

Surat Kabar:

Harian *Haluan*, Kontak Jodoh, 14 Agustus 2005

-----, Rubrik Kontak Jodoh 20 Maret 2005.

-----, Rubrik Kontak Jodoh 6 Maret 2005.

-----, Rubrik Kontak Jodoh 12 Desember 2004.