

# PEREMPUAN DAN DAKWAH KONTEMPURER

**Uswatun Hasanah**

*(Dosen IDIA Prenduan Sumenep Madura Indonesia)*

## ABSTRAK

*World Muslimah Beauty* terselenggara sebagai media dakwah selain sebagai respon terhadap terselenggaranya *Miss Universe* ataupun kontes kecantikan lainnya. *World Muslimah Beauty* juga terselenggara sebagai wadah bagi remaja muslimah untuk mengapresiasi potensi yang dimiliki, kontes kecantikan ini tidak hanya menonjolkan sisi kecantikan dan keelokan tubuh wanita, namun memadukan tiga kecerdasan yang dimiliki oleh setiap orang. Perempuan muslimah tidak perlu membuka kerudung untuk mengikuti kontes kecantikan, dan seorang muslimah tidak perlu menunda memakai hijab agar bisa mengikuti kontes kecantikan. *World Muslimah Beauty* sebagai filter atas budaya-budaya asing yang bertolak belakang dengan Negara kita. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, data-data dikumpulkan melalui hasil observasi lapangan, pengumpulan dokumentasi dan wawancara.

### **Keyword**

Dakwah, kontes kecantikan, media

## PENDAHULUAN

Pemilihan ratu kecantikan baik yang bertaraf nasional maupun internasional telah menjadi fenomena sosial yang cukup menarik. Kehadirannyapun mengundang adanya pro dan kontra dalam masyarakat. Pemilihan ratu kecantikan bukanlah sesuatu yang baru terjadi di Indonesia, pada zaman kolonial pemilihan serupa ratu kecantikan telah ada, tepatnya pada pemilihan ibu sejati (1938), selanjutnya pemilihan ratu kecantikan marak terjadi pada masa pemerintahan Orde Baru, dan masih terus bertahan hingga sampai saat ini.

Ajang pemilihan putri sebenarnya merupakan arena untuk mempromosikan kepentingan-kepentingan ekonomi karena dalam kontes sebuah produk yang dikemas baik dan sering lebih glamor dipamerkan atau dipromosikan.<sup>1</sup> Di Indonesia kontes kecantikan ini diselenggarakan oleh salah satu perusahaan kosmetik terkemuka, dan salah satu tujuan terselenggaranya kontes ini adalah promosi tempat wisata yang ada di Indonesia. Karena Indonesia terkenal sebagai salah satu negara yang memiliki pariwisata yang cukup indah dan masih natural, emansipasi wanita dan pengakuan terhadap eksistensi perempuan.

Selain hal di atas salah satu gejala bahwa media memiliki andil dalam memberikan definisi cantik adalah adanya dua kontes kecantikan yang dilakukan oleh media, dua kontes kecantikan paling populer di dunia adalah *Miss World* lahirnya kontes kecantikan ini kemudian cantik didefinisikan dengan ukuran berat dan tinggi badan, bentuk hidung, bibir, warna kulit dan lain sebagainya.

Perempuan dalam wacana media diilustrasikan sebagai tontonan para pria. Para model yang nyaris telanjang pada sampul majalah dalam dunia periklanan menjadi pandangan yang biasa. Begitu pula para presenter program televisi populer dipilih berdasarkan wajah dan tubuh sensual mereka dan bukan pada substansinya.<sup>2</sup> Kondisi seperti ini diperlukan sensitifitas dari berbagai kalangan guna melindungi generasi muda dari budaya yang bertolak belakang dengan budaya ketimuran. Karena, sesuai dengan fungsinya bahwa remaja merupakan *agent of change* dari sebuah perubahan. Pencitraan yang diberikan oleh media kepada remaja tanpa disadari telah melecehkan perempuan itu sendiri. Bagaimana tidak dapat kita lihat melalui media bagaimana perempuan digambarkan sebagai makhluk yang identik dengan keindahan namun dalam ranah yang negatif.

## METODELOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, data-data dikumpulkan melalui hasil observasi lapangan, pengumpulan

1 Kathy Peiss, *On Beauty and History of Business, in Beauty and Business: Commerce, Gender and Culture in Modern America*, edited by Philip Scranton, (New York-London: Routledge, 2001), 7

2 Pencitraan perempuan menjadi penting, karena perempuan yang atraktif dan layak jual didasarkan pada pakaian, cara bicara, cara berjalan, sikap, dan tampilan fisik. dalam dunia media massa salah satu stereotip perempuan dikenal istilah "bimbi" dalam kultur postmodern istilah tersebut memberikan konotasi yang kurang baik ya'ni harus memiliki rambut panjang, molek, dada besar, rok mini, baju setengah telanjang, dan transparan. Sulkhani Charim, "Media Massa sebagai Agen Sosialisasi Ideologi." *Dakwah dan Komunikasi* Vol.5 No.2 Juli-Desember 2011 pp.291-301

dokumentasi dan wawancara baik kepada peserta, juri, panitia yang terlibat didalamnya, maupun pihak penyelenggara.

## PEMBAHASAN

Abad modern merupakan abad yang menyaratkan sikap terbuka pada perubahan bagi setiap individu yang hidup di zamannya, tidak terkecuali masyarakat muslim. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menggelombang dan tanpa ada batas wilayah serta budaya, masyarakat muslim tidak lagi berhenti pada wacana modernitas itu perlu atau tidak, tetapi memikirkan cara mengisi kemajuan zaman dengan perubahan-perubahan yang konstruktif sesuai dengan identitas diri, identitas bangsa, dan kebutuhan masyarakat muslim.<sup>3</sup> Nampaknya hal ini juga harus disosialisasikan kepada generasi muda agar mereka tidak menjadi korban terjadinya modernisasi yang telah menjadi suatu keniscayaan bagi semua bangsa dan negara. Modernisasi menyebabkan terhapusnya sekat-sekat antara Negara yang satu dengan yang lain, semua informasi menjadi milik bersama, nilai budaya akan begitu mudah masuk dalam Negara kita, dan semua informasi tidak selamanya positif untuk mengantisipasi hal negatif setiap elemen masyarakat bertenggang jawab atas moral anak bangsa.

Untuk meningkatkan perannya dalam masyarakat, perempuan perlu menggandeng media massa, dengan begitu pencitraan perempuan dalam media massa tidak lagi tampil sebagai kelompok yang selalu ada dalam ranah domestik dan kelompok lemah yang selalu butuh perlindungan dan belas kasih laki-laki.<sup>4</sup> Dalam media industri perempuan ditempatkan pada posisi yang tidak menguntungkan. Perempuan seringkali menjadi objek untuk menarik perhatian konsumen namun, saatnya perempuan melalui media juga dapat menggambarkan dan memperkenalkan potensi dan citra positif yang dimilikinya.

Dalam kondisi masyarakat seperti ini yang *notabene* telah menjadi masyarakat modern. Maka, dakwah tidak boleh hanya dipandang dalam pengertian sempit saja, yakni sebagai *tabligh* atau sebatas ceramah yang lebih banyak berorientasi pada masalah-masalah ibadah *mahdhah* (ritual), tetapi dakwah juga mempunyai

3 Enung Asmaya "Modernitas dan Tantangan terhadap Pelaksanaan Dakwah" *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol.3 No.1 Januari-Juni 2009 pp.46-62

4 Susilawati Dwi dalam Siti Hariti Sastriyani, *Women in Public Sector (Perempuan di Sektor Publik)*, (Yogyakarta: Tiara Wacana 2008), 525

orentasi pada masalah-masalah ibadah *ijtima'iyah* (sosial).<sup>5</sup> Dakwah telah mengalami perkembangan dari masa kemasa tidak hanya metode yang digunakan namun perkembangan dakwah telah mencakup semua unsur dakwah baik media, metode dan lain sebagainya. Yang selalu menjadi perhatian dakwah adalah kondisi *mad'u* atau audien.

Untuk saat ini dakwah tidak cukup sekedar dilembagakan namun, pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat telah menjadi *trend* dan memiliki nilai (*prestise*) atau kelas dalam kehidupan social budaya. Akibatnya, seseorang yang tidak dapat beradaptasi dengan kecanggihan teknologi dianggap kelompok masyarakat tradisional, konservatif dan kuno.<sup>6</sup> Dalam kondisi ini maka dakwah dipandang perlu masuk dalam ranah teknologi dan informasi, keberadaan dakwah dalam media massa diharapkan dapat menjadi filter bagi masyarakat agar tidak hanyut dengan kecanggihan teknologi komunikasi.

Namun ketika dakwah sampai pada ranah media, isi, nilai dan pesan-pesan religi tidak menjadi prioritas utama bagi penguasa media. Mereka lebih memperhatikan reting yang akan mereka peroleh. Karena masyarakat kita lebih cenderung pada model-model dakwah yang dapat menghilangkan penat setelah beraktifitas, masyarakat kita berminat pada model dakwah yang hanya menyuguhkan nilai-nilai agama.<sup>7</sup> Masalah ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku dakwah. karena disatu dakwah harus ada dalam media massa, sebagaimana kita ketahui masyarakat modern tidak bisa dipisahkan dengan media massa. Dan sini dakwah ditantang untuk mempertahankan sekaligus menyebarkan nilai-nilai agama.

Konsep *Beauty, Barin, dan Behavior* (3B) yang diusung di dalam kontes kecantikan dunia sebenarnya merupakan topeng atau polesan agar kontes kecantikan ini dapat diterima oleh masyarakat karena sejak berdirinya kontes kecantikan ini dapat penolakan keras dari masyarakat. Pada kenyataannya kontes ini hanya menjadikan perempuan sebagai komoditas ekonomi untuk mendapatkan

5 Dwi Astuti "Strategi Dakwah dalam Pelestarian Lingkungan Hidup" *Suhuf*, Vol. XVIII, No. 01/Mei 2006:49-62, hal.50

6 Aris Saefullah "Dakwahtainment: Komodifikasi Media di Balik Ayat Tuhan" *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 3 No. 2 Juli-Desember 2009 pp.255-269

7 Aris Saefullah "Dakwahtainment: Komodifikasi Media di Balik Ayat Tuhan" *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 3 No. 2 Juli-Desember 2009 pp.255-269

keuntungan bagi pihak-pihak tertentu.<sup>8</sup> Agar tidak terlalu mencolok maka kontes ini kemudia mengusung konsep 3B yaitu *Brain, Beauty dan Behavior*. Namun pada kenyataannya kontes ini tetap saja menonjolkan kemolehan, kemulusan dan kelangsingan perempuan. Kontes kecantikan bertaraf internasional telah berhasil memasukkan nilai-nilai westernisasi. Tidak hanya itu dalam kontes kecantikan ini perempuan tubuh dan kecantikan perempuan seolah diperdagangkan.

*World Muslimah Beauty* merupakan sebuah kontes kecantikan serupa yang diperuntukkan untuk remaja diseluruh dunia yang sekaligus sebagai media untuk mengeksplorasi bakat dan kemampuan yang dimiliki oleh remaja baik dibidang akademik maupun non akademik. Parameter penilaian yang dilakukan oleh World Muslimah Beauty bertumpu pada tiga aspek yakni *shalehah, smart* dan *stylish*.<sup>9</sup> *World Muslimah Beauty* merupakan kontes kecantikan yang berusaha memadupadankan tiga kecerdasan yang dimiliki oleh setiap orang yaitu kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual dan kecerdasan intelektual. Sesuai dengan hakekatnya bahwa manusia selain sebagai makhluk individu dia juga sebagai makhluk sosial.

Dalam pelaksanaannya *World Muslimah Beauty* atau yang disingkat WMB hanya menerima peserta yang memenuhi kriteria: seorang muslimah yang kesehariannya sudah memakai jilbab kedua. Berusia 18-24 tahun ketiga. Memiliki tinggi badan 165 cm. keempat bisa membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar. Kelima. Memiliki prestasi baik dibidang akademik maupun non akademik terakhir mampu berbahsa asing.<sup>10</sup> Lahirnya *World Muslimah Beauty* sebagai respon atas terselenggaranya kontes kecantikan yang lebih banyak menonjolkan sisi kecantikan atau penampilan luar yang bertolak ukur pada keseksian dan kecantikan. Setiap orang pada dasarnya memiliki keinginan untuk mengeksplorasi kemampuan yang dimilikinya dan mmeiliki keinginan untuk diakui eksistensinya termasuk seorang muslimah, *World Muslimah Beauty* sebagai sarana atas keinginan individu untuk mengeksplorasi kemampuannya.

8 <http://www.arahmah.com/news/2013/04/09/mengapa-kita-harus-menolak-kontes-kecantikan.html> diakses selasa, 20 April 2013 (10.57)

9 <http://www.tifianianglila.com/2011/09/muslimah-beauty-2011-ajang-kecantikan.html#.USCLjh0a5Ic> Februari 2013 (13.02) sumber Tiffani Anglila

10 <http://fimadani.com/the-world-muslimah-beauty-upaya-pembentukan-karakter-muslimah-ideal/>. Selasa, 27 November 2012. 11.21

Terselenggara *World Muslimah Beauty* diharapkan mampu menjadi media bagi remaja perempuan untuk mengeksplorasi kemampuan yang dimilikinya. Karena pada dasarnya setiap orang ingin diakui eksistensinya. Remaja perempuan tidak perlu menunda untuk menggunakan pakaian muslimah karena masih ingin mengikuti kontes kecantikan yang ada sebelumnya. Dan untuk remaja muslimah yang memakai kerudung tidak perlu berkecil hati karena tidak ada media untuk mengeksplor kemampuan mereka dengan adanya kontes kecantikan ini remaja muslimah juga dapat mengeksplor kemampuan mereka selain sebagai ssi'ar Islam.

Nilai-nilai dakwah yang terdapat di dalam kontes kecantikan *World Muslimah Beauty* meliputi:

### **Karakter Muslimah Ideal.**

Wanita bukan bagian dari masyarakat melainkan masyarakat secara utuh dengan segala pengaruh kuat dan tegas yang dimilikinya terhadap suami, anak, ibu, bapak, dan anggota masyarakat secara keseluruhan.<sup>11</sup> Seorang filosof kelahiran Perancis mengatakan pria sebagai produk wanita maka untuk mendapatkan produk yang bagus diperlukan pembinaan untuk perempuan baik yang menyangkut keagungan diri dan keagungan moral demi menghasilkan produk yang berkualitas. Begitu signifikan peran perempuan baik dalam rumah tangga maupun sektor publik sampai-sampai setengah kejayaan suatu bangsa ada ditangan perempuan.

Agar perempuan tidak terus-terusan menjadi korban media dalam memaknai istilah feminisme, maka kontes kecantikan *World Muslimah Beauty* memberikn pengetahuan tentang wanita-wanita ideal yang ada pada zaman nabi, baik dari kalangan istri-istri nabi maupun para sahabat. Perempuan pada zaman nabi tidak hanya berperan sebagai ibu rumah tangga namun mereka juga terlibat dalam ruang publik. Hal ini dapat kita lihat keterlibatan mereka dalam perang, pengembangan ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya. pengetahuan ini diberikan dengan tujuan agar feminisme yang disampaikan oleh orang-orang Barat tidak membuat remaja

---

11 Ramadhan Hafizh, *The Colour of Women Menyikap Misteri Wanita*, trj. Karan As'ad Irsyadi, (Jakarta: Amzah, 2007), 4

perempuan kita tidak melihat perempuan sebelah mata. Contoh paling ideal dalam menteladani perempuan ideal adalah dari kaum Islam sendiri.<sup>12</sup>

Islam menghendaki agar perempuan-perempuannya aktif dalam kegiatan sosial kemanusiaan dan aktif juga dalam membangun jati dirinya.<sup>13</sup> Peran perempuan baik dalam rumah tangga maupun dalam kehidupan sosialnya sangat signifikan, dalam keluarga perempuan sebagai kunci penentu terbentuknya generasi yang berkualitas baik menyangkut emosional, spiritual maupun intelektual anak-anaknya. Dengan alasan ini sudah seharusnya seorang perempuan menyadari akan pentingnya kualitas dirinya sebelum dia mengkualitaskan orang lain, dalam hal ini adalah anak, keluarga maupun anggota masyarakat disekelilingnya.

Istri-istri dan putri-putri Rosulullah dapat dijadikan panutan sekaligus teladan bagi generasi sekarang yang nyaris kehilangan identitasnya untuk membentuk mereka menjadi muslimah ideal di era kekinian. Ketika kepribadian istri-istri dan putrid-putri Rosulullah dibawa pada era kekinian maka dapat disimpulkan bahwa kriteria muslimah ideal adalah dia memiliki kemampuan untuk menyeimbangkan perannya dalam rumah tangga seperti mendidik anak-anak, mengurus rumah tangga dan keterlibatannya pada ruang publik seperti keterlibatannya peperangan, kemandiriannya dalam ekonomi, keperdulannya terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan lain sebagainya.

### **Pelestarian Seni Budaya Islam**

Nilai-nilai budaya yang menjadi identitas sekaligus kekayaan kita hampir punah digeser oleh nilai-nilai budaya yang dibawa oleh media massa. Hal ini menjadi perhatian tersendiri bagi kontes kecantikan *World Muslimah Beauty*. Maka kemudian kontes kecantikan ini memperkenalkan nilai-nilai budaya yang kita miliki. Dengan begitu diharapkan setiap pererta mampu menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya yang hampir punah ini.<sup>14</sup>

Hilangnya nilai-nilai budaya lokal disebabkan oleh adanya budaya populer yang dibawa oleh media massa, dapat kita lihat dari fenomena kegemaran pemuda pada musik-musik yang bersumber dari luar. Kebudayaan Barat telah

12 Hasil wawancara dengan ibu Eka Shanty (Jum'at, 28 Desember 2012 jam 12.00-15.00)

13 Shalah Qazan, *Membangun Gerakan Menuju Pembebasan Perempuan*, tjh. Khazin Abu Faqih, (Solo: Era Intermedia 2001), 59

14 Hasil wawancara dengan ibu Eka Shanty (Jum'at, 28 Desember 2012 jam 12.00-15.00)

mendominasi dunia tidak terkecuali Indonesia. Akibatnya terjadi guncangan budaya dalam masyarakat. Guncangan ini diakibatkan karena masyarakat masih belum siap menerima budaya-budaya luar sehingga terjadi ketidak seimbangan budaya dalam masyarakat.

Untuk menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya dan kesenian Islam yang dimiliki Indonesia dipandang perlu memberikan pengetahuan kepada setiap remaja perempuan dalam kontes kecantikan ini. Karena, dua aspek ini menjadi sesuatu yang sangat digandrungi oleh pemuda kita saat ini. kedua hal ini pulalah yang dipandang sangat menentukan pola pikir dan sikap remaja kita.<sup>15</sup> Pada masa karantina pengetahuan ini pula yang disampaikan kepada mereka, sebagai remaja muslimah peran untuk mempertahankan dan melestarikan nilai seni dan budaya berada ditangannya selain sebagai antisipasi dampak budaya dan seni yang berasal dari luar. Karena masa remaja dipandang sebagai masa yang labil dan penuh emosi, remaja dipandang mudah mengimitasi apa yang dilakukan oleh idolanya tidak terkecuali idola yang mereka peroleh melalui televisi.

### **Peningkatan Pengetahuan Ekonomi Syari'ah**

Permasalahan ekonomi tidak hanya menjadi permasalahan pemerintah atau para pelaku ekonomi, namun masalah ekonomi telah menjadi tanggung jawab bersama, untuk mendapatkan lingkungan ekonomi yang baik yang mampu mendatangkan kesejahteraan dan keadilan sosial perlu adanya kontribusi positif dari setiap elemen masyarakat. Perempuan memiliki peran yang sangat kompleks dalam rumah tangganya selain sebagai istri dan seorang ibu. Perempuan memiliki peran sebagai pengelola keuangan bahkan perannya sampai pada tataran sebagai penentu keputusan apa saja yang harus digunakan oleh anggota keluarganya.<sup>16</sup> Salah satu peran utama seorang perempuan adalah pengelola keuangan keluarga, masalah ekonomi menjadi salah satu faktor penyebab keharmonisan keluarga, oleh sebab itu diperlukan pengetahuan untuk perempuan tentang pengelolaan keuangan agar harta yang seharusnya menjadi sarana ibadah tidak menghalangi diterimanya ibadah.

---

15 Hasil wawancara dengan ibu Eka Shanty (Jum'at, 28 Desember 2012 jam 12.00-15.00)

16 Perempuan sebagai gender yang dianggap berperan penting dan mendominasi pasar, perempuan memiliki kekuatan pembelian, kemampuannya mempengaruhi orang lain dalam pemilihan produk dan bahkan dapat meningkatkan pencitraan produk. Hasanuddin, Kristopel dkk, *Anxieties/Desires go Insights fo Marketing to Youth, Momen, Netizen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2011), 10



Karena peran yang potensial inilah maka kontes kecantikan *World Muslimah Beauty* memberikan pengetahuan tentang ekonomi syari'ah. Keberlangsungan ekonomi syari'ah tidak lepas dari dukungan perempuan yang memiliki potensi dalam pengambilan keputusan dalam keluarga. Dengan mengetahui tentang ekonomi syari'ah maka diharapkan setiap peserta menggunakan ekonomi berbasis syari'ah. Selama masa karantina salah satu materi yang diberikan kepada setiap peserta adalah materi tentang ekonomi syari'ah. Karena, diharapkan keberadaannya mampu mengatasi permasalahan ekonomi yang sedang melanda negara tercinta ini.<sup>17</sup>

### **Pembinaan Kewirausahaan berbasis Etika**

Adanya peluang dan kondisi saat ini mendorong perempuan modern untuk berwirausaha. Sering kali kita jumpai seorang perempuan menjadi seorang wirausaha diawali karena hobi yang digelutinya. Maka, kemudian kondisi ini harus dibekali dengan pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan tentang kewirausahaan yang berbasis etika, agar kewirausahaan yang kelak digeluti mampu mendatangkan kesejahteraan bagi dirinya, keluarga dan orang lain. Untuk itu *World Muslimah Beauty* memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan berbasis etika. Pengetahuan ini sebagai bekal bagi perempuan-perempuan muslimah dalam berwirausaha.<sup>18</sup>

Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreatifitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, kreativitas dan inovasi ini yang kemudian mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.<sup>19</sup> Tidak sedikit perempuan Indonesia yang telah berhasil menjadi seorang wirausahawan dan keunggulan mereka tidak berbeda dengan laki-laki. Kesadaran perempuan untuk berwirausaha memberikan keuntungan tersendiri bagi dirinya, keluarga dan orang lain. Dengan beriwusaha seorang perempuan akan lebih banyak waktu bersama keluarga, dapat menyalurkan hobi, lebih banyak kesempatan untuk membangun jaringan dalam lain

---

17 Hasil wawancara dengan ibu Eka Shanty (Minggu, 12 Januari 2013 12.00-16.30)

18 Hasil wawancara dengan ibu Eka Shanty (Minggu, 12 Januari 2013 12.00-16.30)

19 Wirausaha didefinisikan seseorang yang memiliki jiwa berani dalam mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Kasmir, *Kewirausahaan – edisi revisi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 19

## **KESIMPULAN**

*Word Muslimah Beauty*, sebagai salah satu bentuk dakwah kontemporer dan dipandang memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya remaja putrid. Di mana dalam memahami agama mereka tidak hanya sekedar mendengarkan ceramah namun lebih pada tondakan nyata yang dilakukan oleh setiap peserta sebagai teladan bagi masyarakat luas. *Word Muslimah Beauty* tidak sekedar berdakwah pada tatanan *amar makruf nahi mungkar* namun, kontes ini juga berusaha menjaga dan menjaga nilai-nilai seni budaya yang dimiliki Islam.