

## BAB 2

### INDUSTRIALISASI TELEVISI SINETRON *TUKANG BUBUR NAIK HAJI*: DAN SEJARAH GERAKAN FEMINISME MENUJU PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DI INDONESIA

#### 2.1 Industrialisasi Televisi

Sinetron (sinema elektronik) merupakan istilah yang merujuk pada tayangan berseri yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Sinetron pertama yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia berjudul *Keluarga Rahmat* yang mulai ditayangkan pada tahun 1989 di RCTI. Sinetron ini diproduksi untuk menggambarkan warna khas Indonesia ke dalam empat wacana, yaitu: kekeluargaan, kerukunan, hidup sederhana dan wawasan nusantara (Kitley,2000:147). Dilihat dari karakteristik dan historisnya, sinetron yang menekankan pada hubungan antar manusia, domestisitas dan kehidupan-kehidupan sehari-hari sangat dekat dengan *soap opera* (Ang dalam Kitley,2000:150). Awalnya, *soap opera* yang dirintis oleh Frank dan Anne Hammert di Amerika Serikat pada tahun 1930-an ini dibuat sebagai strategi untuk memikat perempuan pada kapasitas mereka sebagai konsumen (Hall,2013:362). Opera sabun yang pertama kali dibuat tidak menggunakan medium televisi, tetapi radio. Hall mengutip pemikiran Robert Allen yang mengatakan bahwa sebagai strategi bisnis, opera sabun dinilai lebih efektif dibandingkan media yang telah ada pada waktu itu (spot iklan di radio dan majalah).

Karakteristik opera sabun (sinetron) dirangkum Brown (dalam Burton,2005:253-255 dan Fiske 2003:469-470) sebagai berikut: tokoh-tokohnya didominasi oleh perempuan, menampilkan tokoh laki-laki yang memiliki “kekurangan”, seperti kurang pintar dalam bermasyarakat, menampilkan banyak tokoh dan karakter, namun terpusat pada tokoh dan karakter, namun pada beberapa keluarga

saja, latar tempat yang digunakan merupakan lokasi yang memungkinkan terjadinya banyak dialog antar tokoh (lebih menekankan dialog alih-alih aksi atau tindakan), menceritakan tentang kondisi masyarakat, memiliki beberapa jalan cerita yang dipenggal-penggal, lalu di edit dan digabungkan dengan jalan cerita tokoh-tokoh lain, setiap akhir episode dibuat mengambang dan menegangkan agar penonton tertarik untuk menyaksikan episode-episode berikutnya, menekankan pada hubungan antar tokoh, termasuk masalah dan dialog yang terjadi di antara tokoh-tokoh tersebut, memiliki keterbatasan referensi dalam menampilkan realitas sehingga memungkinkan untuk menampilkan tokoh berlandaskan ideologi tertentu, cerita terjadi dalam rentang waktu yang cukup panjang.

Memasuki awal tahun 1990-an, lengsernya kekuasaan Soeharto secara berangsur-angsur dan liberalisasi ekonomi yang menyerang Asia Tenggara pada tahun 1980-an membuat pemilik stasiun televisi mencari strategi bisnis yang menguntungkan agar mampu bertahan hidup dan memperoleh keuntungan (Rakhmadi,2014:435-466). Melihat potensi khalayak yang didominasi oleh umat Islam, pada tahun 1998 Ram Punjabi melalui rumah produksinya, Multivision Plus (MVP), membawa konten religi dalam konten sinetron. Konten religi yang dihadirkan dalam format sinetron dinilai sebagai strategi bisnis yang baik karena selain dapat menarik khalayak dari kelompok mayoritas, format ini tetap dapat diterima oleh kelompok lain dalam masyarakat. Keberhasilan sinetron ini lalu ditiru oleh stasiun televisi lain hingga memunculkan genre baru, yaitu sinetron religi, bagi industri televisi sendiri. Kehadiran sinetron religi telah memperpanjang jam *prime time* tayangan televisi, dari jam 19.00 WIB hingga 21.00 WIB menjadi 18.00 WIB sampai 22.00 WIB (Rakhmani,2014:443).

Kesuksesan film bioskop *Ayat-ayat Cinta* pada tahun 2009 telah menginspirasi para pengelola televisi untuk membuat sinetron dengan format serupa yaitu Melodrama Islami. Ciri sinetron kategori ini adalah menggunakan judul yang mencirikan Islam, plot atau alur cerita berpusat pada hubungan pribadi (baik dalam hubungan percintaan maupun konflik dalam keluarga atau rumah tangga), menggunakan simbol-simbol Islam seperti jilbab, baju koko, latar masjid, menggunakan hiasan dinding kaligrafi, banyak menggunakan ucapan-ucapan Islami seperti *Assalamualaikum, Insha Allah, Allahu Akbar*. Beberapa judul dalam kategori ini adalah *Ta'Aruf, Buku Harian Menuju Surga* di TPI, *Amanah Cinta, Rumahku Surgaku, Annisa, Zahra* di SCTV, *Ketika Cinta Bertasbih, Munajah Cinta, Muslimah* di RCTI.

Bulan Ramadhan 2007 menjadi awal munculnya kategori sinetron religi. Sinetron *Para Pencari Tuhan* yang ditayangkan di stasiun televisi SCTV mendapatkan penerimaan yang baik oleh masyarakat. Kesuksesan sinetron ini menginspirasi stasiun televisi lain untuk memproduksi sinetron dengan genre serupa. Beberapa judul yang kemudian muncul adalah *Kiamat Sudah Dekat, Lorong Waktu, Islam KTP, Pesantren Rock 'n Roll, Tukang Bubur Naik Haji, Anak-anak Manusia, Emak Ijah Pingin ke Makkah*. Genre ini dapat menampilkan seorang ustadz yang mendalami agama pun dapat digambarkan sebagai orang yang sering berbuat kesalahan, sebagaimana tokoh Muhidin dan tokoh Rumi, istri Muhidin yang menampilkan sosok perempuan mandiri dan berpenghasilan dalam Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*.

### 2.1.1 Profil Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*

Gambar 2.1 Para Pemain Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*



Sumber: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

*Tukang Bubur Naik Haji*, merupakan sinetron produksi SinemArt yang ditayangkan di RCTI sejak 28 Mei 2012. Dari awal penayangan, sinetron ini berada di jam *prime time* dan menempati posisi 10 besar *rating* dan *share* AC Nelsen. Mengambil latar tempat sebuah kampung di saerah Jakarta bernama Kampung Duku, ide cerita sinetron ini berkisar pada hubungan antar warga yang berpusat pada kebencian Muhidin terhadap Haji Sulam dan seluruh anggota keluarganya. Diceritakan, Muhidin merupakan anak tertua Haji Somad, pendiri Kampung Duku. Sebagai keturunan Haji Somad yang telah dua kali pergi haji, Muhidin merasa dirinya merupakan sesepuh kampung yang sangat dihormati. Apalagi ia juga menjabat sebagai ketua RW. Keseluruhan cerita sinetron ini dihiasi dengan tingkah Muhidin yang merasa dijadikan tauladan warga kampung atas keberhasilannya menerapkan nilai-nilai Islam dengan baik, namun sebenarnya ia tidak

disukai warga karena suka menuduh tanpa bukti, memfitnah, menyinggung perasaan orang lain, merasa paling benar, sombong dan ingin menang sendiri. Muhidin memiliki seorang adik bernama Mahmud. Berbeda dengan Muhidin, Mahmud merupakan orang baik, bijak dan rasional. Maka dari itu, Mahmud sering bertengkar dengan Muhidin. Setelah Muhidin dipecat secara tidak hormat, Mahmud menjadi ketua RW baru yang dipilih oleh warga.

Konflik antara Muhidin yang ingin menjatuhkan keluarga Sulam semakin menjadi ketika Robby, adik ipar Sulam menikah dengan Rumana (anak tunggal Muhidin dan Maemunah). Muhidin selalu berusaha membuat Robby kesal, bahkan menceraikan Rumana dari Robby. Namun karena mengetahui sifat dan kebencian abahnya terhadap keluarga Sulam, Rumana selalu membela suaminya, Robby.

Setelah Maemunah meninggal, Muhidin menikah dengan Rumi, seorang pengusaha restoran dan salon spa sukses yang baru pulang ke Indonesia setelah kematian suaminya di Perancis. Rumi merupakan adik Haji Razak, teman lama Muhidin. Haji Razak dan istrinya Hajah Aisyah, kasihan melihat Rumi terlalu sibuk mengurus bisnisnya hingga tidak berpikir untuk menikah lagi setelah bercerai dari suami keduanya. Maka dari itu mereka menjodohkan Rumi dengan Muhidin yang usianya jauh lebih tua dibanding Rumi. Awalnya Rumi menolak perjodohan tersebut, apalagi mengingat usia dan perbandingan latar belakang dirinya dengan Muhidin yang sangat berbeda. Rumi yang berasal dari keluarga berada, pengusaha sukses, berpendidikan tinggi dan lama tinggal di Perancis melihat Muhidin sebagai sosok yang norak dan kampungan. Namun Haji Razak dan Hajah Aisyah terus meyakinkan Rumi bahwa Muhidin merupakan orang yang sholeh, baik, dapat menjadi imam dan

bertanggung jawab. Rumi akhirnya luluh akhirnya menikah dengan Muhidin. Rumi berubah menjadi istri yang berbakti, sabar dan pengertian terhadap suami.

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* dapat dikatakan unik karena tokoh Haji Sulam yang diperankan oleh Mat Solar sudah tidak tampil sejak episode 300-an, dikisahkan meninggal pada saat naik haji, walaupun demikian sinetron ini tetap mendapatkan rating dan share yang tinggi, bahkan mampu memecahkan rekor sebagai sinetron dengan episode terbanyak di Indonesia. Berikut merupakan tabel sinetron dengan jumlah episode terbanyak di Indonesia:

Tabel 2.1 Daftar Sinetron Dengan Episode Terbanyak

<b>Judul Sinetron</b>	<b>Jumlah Episode</b>
<i>Tukang Bubur Naik Haji</i>	1718 episode
<i>Cinta Fitri</i>	1002 episode
<i>Raden Kian Santang</i>	835 episode
<i>Bajaj Bajuri</i>	679 episode
<i>Putri yang Ditukar</i>	676 episode
<i>Suami Suami Takut Istri</i>	630 episode

Sumber: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Kesuksesan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*, tak hanya dapat dilihat dari *rating*, *share* dan jumlah episode, seperti yang sudah penulis di bab sebelumnya, sinetron ini menerima penghargaan Panasonic Gobel Awards sebagai Drama Seri

Terfavorit berturut-turut pada 2013 dan 2014 serta penghargaan *Best Foreign Drama* dalam Tokyo Drama Festival ini memiliki penonton setia yang tergabung dalam *fan base Tukang Bubur Naik Haji*. Pada akun twitter @TBNH\_TheSeries memiliki follower berjumlah 81,2 K, pada akun facebook *TUKANG BUBUR NAIK HAJI The Series* sebanyak 1.397.151, pada akun instagram follower berjumlah 14,6 K.

### **2.1.2 Perolehan Laba RCTI Melalui Banyaknya Iklan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* Pada Jam *Prime Time***

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena itu, TV menjadi media paling efektif untuk promosi dan memasang iklan bagi perusahaan atau produsen yang ingin memasarkan produk-produknya. Televisi selain sebagai sarana hiburan juga memiliki fungsi lain sebagai sarana informasi dan media promosi (periklanan). TV dirasa menjadi salah satu media promosi karena memiliki jangkauan yang luas, isi acara yang bervariasi dan pemirsanya yang bervariasi sesuai dengan hobi, usia, minat dan sebagainya.

Karena adanya tanggapan sebagai media yang paling efektif, maka tarif atau biaya memasang iklan di televisi memang tidak sedikit. Beberapa stasiun televisi tentunya memiliki kriteria tertentu untuk menentukan tarif pemasangan iklan. Beberapa hal yang memengaruhi besaran tarif iklan di televisi, diantaranya karakteristik stasiun televisi yang bersangkutan, rating program acara, jenis penyiaran acara, jam penayangan, hingga peletakan iklan.

Semakin tinggi rating sebuah acara, maka semakin mahal pula biaya atau tarif yang dipatok untuk iklan TV. Selain itu, jenis acara yang disiarkan juga sangat memengaruhi besaran tarif iklan TV. Jika acara tersebut disiarkan secara langsung atau

live, maka tariff iklan biasanya lebih mahal jika dibandingkan acara yang disiarkan secara tunda atau delay.

Disamping itu, jam penayangan dengan trafik penonton yang tinggi juga akan membuat tarif pemasangan iklan di TV semakin mahal. Peletakan iklan di bagian awal, atau akhir sebuah acara juga sangat memengaruhi harga iklan di TV. Berdasarkan data primer harga iklan atau *red card* yang diperoleh penulis yang bersumber pada <http://harga.web.id/berapakah-harga-pasang-ikan-di-televisi-ini-dia->

RCTI menetapkan tarif iklan yang dipasang di acara-acara *prime time* (jam utama diatas pukul 17.00 WIB) berkisar di antara 30 juta per 30 detik, berarti harga per detiknya adalah 1 juta. Dengan adanya data tersebut, penulis akan mengolah data primer dan data sekunder menggunakan pada episode ke 940 Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji yang tayang pada pukul 20.00-21.45*, penghitungannya adalah sebagai berikut:

EPISODE	DURASI TAYANG	JUMLAH IKLAN	DURASI PER IKLAN
940	110 menit	63	30 detik

Keterangan:

Berdasar penghitungan di atas pada jam *prime time* harga iklan di RCTI dengan sample Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* Episode 940 adalah Rp 1.000.000,00 x 1890 detik, jadi keuntungan yang di dapat pada episode tersebut adalah Rp 1.890.000.000 (satu milyar delapan ratus Sembilan puluh juta rupiah).



### **2.1.3 Gambaran Umum PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)**

Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) adalah stasiun TV swasta pertama di Indonesia yang lahir dari gagasan 2 perusahaan besar, yaitu: PT. Bimantara Citra Tbk. Dan PT. Rajawali Wira Bhakti Utama (yang sekarang ini kemudian berubah menjadi *Rajawali Corporation*) berinisiatif mewujudkan gagasan perencanaan pembangunan stasiun televisi swasta.

Televisi diperankan sebagai media informasi dan hiburan dalam peran sertanya di era pembangunan. Tanggal 23 Juni 1988 dilakukan upacara peletakan batu pertama pembangunan stasiun dan studio RCTI diatas tanah seluas 10 Ha di Jalan Raya Perjuangan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat oleh Gubernur DKI Jakarta Bapak Wiyogo Atmodarminto dan tanggal 24 Agustus 1989 studio RCTI diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Soeharto dan ditetapkan sebagai hari jadi RCTI dengan slogan “Menampilkan Pentas Dunia di Rumah Anda”jumlah pelanggan decoder bertambah menjadi 125.000 orang. Tanggal 14 Nopember 1988 - RCTI melakukan siaran percobaan selama 4 (empat) jam sehari untuk daerah Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan alat decoder yang ditempatkan di rumah pelanggan, jumlah pelanggan 30.000 orang.

Maret 1989, RCTI mulai beroperasi secara komersial dengan pelanggan decoder berjumlah 75.000 orang. Siaran RCTI mulai tanggal 24 Agustus 1990 dapat ditangkap oleh pemirsa tanpa menggunakan decoder, semenjak saat itu pendapatan RCTI hanya bersumber dari iklan.

Dampak positif dari penghapusan decoder adalah menjadikan siaran RCTI menjadi milik masyarakat Jakarta dan sekitarnya. RCTI menjadi stasiun televisi

dengan kualifikasi stasiun penyiaran televisi swasta atau SPTS (Stasiun Pemancar Televisi Swasta).

Sejak berdiri tahun 1989, RCTI identic dengan beragam program yang populer dan merupakan trend-setter. Memiliki 47 stasiun pemancar di seluruh Indonesia, RCTI selalu menjadi pilihan para pemasang iklan, karena merupakan media untuk beriklan yang efektif dengan cakupan terluas.

Perseroan didirikan pada tanggal 21 Agustus 1987 di Jakarta sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran televisi di Indonesia. Memulai kegiatan usahanya pada bulan Agustus 1989 dengan menyiarkan sinyal di wilayah Jakarta dan sekitarnya.

Didukung oleh SDM yang berkualitas, RCTI selalu berupaya untuk meningkatkan citra dengan cara memberikan Service Excellent, program-program bermutu serta berbagai kontribusi social kepada masyarakat. Komitmen tersebut yang menjadi acuan RCTI untuk siap menghadapi persaingan di tahun-tahun mendatang.

*“RCTI adalah yang pertama dan terbaik, RCTI merupakan Kebanggaan*

*Bersama Milik Bangsa, RCTI Oke ”*

Struktur dewan direksi RCTI saat ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Tabel Struktur Dewan Direksi RCTI

Jabatan	Nama
Direktur Utama	<a href="#">Hary Tanoesoedibjo</a>
Wakil Direktur Utama	Kanti Mirdiati Imansyah
Direktur Keuangan	Jarod Suwahjo
Direktur Program dan Produksi	Dini Aryanti Putri
Direktur Penjualan dan Pemasaran	Tantan Sumartana
Direktur Corporate Affairs	Syafril Nasution

Sumber: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Struktur dewan komisaris RCTI saat ini adalah sebagai berikut:

2.3 Tabel Struktur Dewan Komisaris RCTI

Jabatan	Nama
Komisaris Utama	Posma L. Tobing
Wakil Komisaris Utama	Bambang Rudijanto Tanoesoedibjo
Komisaris	<a href="#">Liliana Tanoesoedibjo</a>
Komisaris	Ella Kartika

Sumber: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

#### **2.1.4 Visi RCTI**

RCTI sendiri memiliki visi untuk menjadi “Media Utama Hiburan dan Informasi” Media utama hiburan dan informasi disini memiliki makna : RCTI unggul dalam hal kualitas materi dan penyajian program hiburan dan informasi. RCTI memperhatikan keseimbangan faktor bisnis dan tanggung jawab sosial atas sajian program-programnya. RCTI menjadi pilihan utama dari para “stakeholder” (karyawan, pemirsa, pengiklan, pemegang saham, pemasok, pesaing, perusahaan afiliasi, mitra strategis, masyarakat, dan penyelenggara negara).

#### **2.1.5 Misi RCTI**

Misi dari RCTI sebagai stasiun televisi ialah “Bersama Menyediakan Layanan Prima”. Interaksi kerja di perusahaan lebih mengutamakan semangat kebersamaan sebagai sebuah tim kerja yang kuat. Hal ini memungkinkan seluruh komponen perusahaan mulai dari level teratas sampai dengan level terbawah mampu bersama-sama terstimulasi, terkoordinasi, dan tersistematisasi memberikan karya terbaiknya demi mewujudkan pelayanan terbaik dan utama kepada “Stakeholders”

#### **2.1.6 Program RCTI**

Dengan pembagian program tayang antara 20 sampai 24 jam per harinya, RCTI membaginya dalam bentuk berita & dialog sebanyak 18 %, iklan 20 % dan hiburan, sport dan budaya sebanyak 62 %. Lebih dari separuh program-program tersebut adalah program lokal (51,2 %) dan selebihnya program asing (48,8 %). Cakupan Populasi RCTI mengoperasikan 47 buah stasiun Transmisi yang mencakup di 232 kota di seluruh Indonesia. Secara populasi mencakup lebih dari 140 juta penduduk Indonesia.

RCTI dalam mempromosikan program-programnya, memiliki bentuk kategori promosi program yang dilakukan oleh *Promotion Departement* seperti:

- ❖ Promo *teaser*, merupakan bentuk promosi yang dilakukan untuk menarik perhatian pemirsa, bahwa akan ada suatu program baru. Di dalam teaser diinformasikan secara global tanpa informasi Waktu dan tanggal, dibuat dengan durasi 15 detik, agar lebih menarik dibuat dalam beberapa versi. Waktu penayangan 14 hari sebelum program tersebut disiarkan atau ditayangkan Misal: *Secret Mission*.
- ❖ Promo *lounch* program baru, merupakan bentuk promosi yang dilakukan oleh RCTI untuk menginformasikan kepada pemirsa. bahwa akan ada program baru di stasiun televisi tersebut secara detail, lengkap dengan informasi waktu dan tanggal penayangan. Waktu penayangan promo *lounch* program baru 7 hari sebelum program baru tersebut ditayangkan hingga pada hari program tersebut jadwal penayangan promo program Launch lebih digencarkan , dengan durasi penayangannya selama 15-30 detik. Misal: Wong Cilik.
- ❖ Promo generik, merupakan bentuk promosi yang dilakukan RCTI untuk menginformasikan kepada pemirsa tentang program-program serial atau rutin yang ditayangkan. Promo program Generik di *update* setiap 2 sampai 3 minggu dengan durasi penayangannya selama, 15 sampai 30 detik. Misal: Sinetron Bidadari.
- ❖ Promo episodik, merupakan promo program acara *update* per episode yang rutin disiarkan di RCTI. ditayangkan 3 hari sebelum program tersebut disiarkan. Durasi penayangannya selama 15 -30 detik. *NEW* Layar Emas, Impresario).

- ❖ Promo omni, merupakan bentuk promo yang menginformasikan beberapa program acara RCTI dalam satu bentuk tayangan. Waktu penayangan 14 hari sebelum program tersebut disiarkan. Durasi penayangannya selama 30 sampai 60 detik. (Misal: *New Program Agustus, Spesial Prime Time*).
- ❖ Promo *tag on*, merupakan promo suatu program acara generik atau episodik yang dibeli atau disponsori oleh klien dengan kompensasi iklan selama 5 detik di belakang promo program.
- ❖ Promo *regular blocking*, merupakan promo suatu program acara yang dibeli atau dispensasi oleh klien. Durasi penayangan promo tersebut selama 30 detik, termasuk tag on dari sponsor, ditayangkan 3 hari sebelum program tersebut disiarkan. (Misal: Impresario Britama).
- ❖ Promo *spesial event*, merupakan suatu bentuk promo spesial *events* selama *events* tersebut berlangsung, (Misal: *Promo Road Show RCTI*).
- ❖ Promo video klip, merupakan bentuk promo spesial *events* yang berupa sebuah video clip. Durasi penayangan selama 1 sampai 5 menit. Promo video klip adalah tayangan *Back Up* selama *events* tersebut berlangsung. (tidak di plan, untuk mengisi kebutuhan "Under" dari *Traffic*. Misal; *Video Clip World Cup Padi*).
- ❖ Promo program spesial, merupakan bentuk promo program spesial yang akan ditayangkan oleh RCTI, durasi penayangan selama 15 sampai 30 detik. Waktu penayangan selama 14 hari sebelum program tersebut disiarkan. (Misal: Latin Grammy, Oscar).
- ❖ Promo filler, merupakan jenis penyampaian informasi diluar program tayang RCTI kepada masyarakat, berupa informasi visi dan misi RCTI atau berupa

himbauan. Durasi penayangan selama 15 sampai 30 detik. *Indonesian Idol* merupakan suatu program *variety* dan *reality show* yang ditayangkan oleh RCTI sejak tahun 2004, dimana diadaptasi dari program International produksi *Fremantle Media* sebagai pemegang TV *Rights*-nya, yakni *Pop Idol* di Inggris dan *American Idol* di Amerika. Hanya 1 dari 5 *variety* dan *reality show* di Indonesia, *Indonesian Idol* merupakan favorit pilihan pemirsa yang meraih 2 kali penghargaan *Panasonic Awards* 2005 dan 2006. Program *Indonesian Idol* berhasil membangun *image program* serta *rating* dan *audience share* tertinggi hingga puncaknya di *Grand Final* dan *Result Show*. Total *Vote Grand Final* *Indonesian Idol* mencapai lebih dari 4 juta suara (data dari Nielsen MR dan Infokom).

## **2.2 Gerakan Feminisme di Indonesia**

Pada bagian ini menguraikan tentang perempuan Indonesia kelas menengah ke atas sebagaimana ditampilkan dalam karakter Rumi di Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*. Kriteria *historical situatedness* dipertimbangkan pada bab ini untuk mencermati bagaimana konstruksi sosial perempuan di Indonesia dipengaruhi oleh keadaan budaya, politik dan terutama di bidang ekonomi. Dalam sejarah yang panjang yang semakin dimampakan dalam penggambaran yang ditampilkan dalam media, terutama sinetron yang disebut sebagai genre perempuan.

Ketimpangan dalam relasi gender yang menempatkan perempuan dalam posisi subordinat terhadap laki-laki telah berlangsung dalam waktu yang panjang. Dalam studinya mengenai pergerakan dan pencapaian perempuan Indonesia yang dipublikasikan pada tahun 1960, Cora de-Stuers menguraikan tentang posisi dan perjuangan perempuan dalam melawan adat dan kolonial. Adalah perempuan, bukan

laki-laki yang merupakan poros dan elemen permanen, penting dan stabil dalam kehidupan masyarakat sosial masyarakat Indonesia yang komunal (Stuers,2008:9). Walaupun secara umum sejarah menuliskan perempuan pada posisi subordinat terhadap laki-laki, (Stuers,2008:47-51) dan (Blackbun,2004:8-9) mencatat temuan beberapa penulis terdahulu tentang adanya masa dimana perempuan memiliki martabat yang tinggi dalam masyarakat tradisional. Stuers mengutip temuan Veth yang juga disampaikan Valentyn mengenai kepemimpinan perempuan di Aceh (1641-1699) sebelum daerah ini dijajah Belanda. Selain Aceh, beberapa daerah lain dipimpin oleh perempuan adalah Minangkabau dan Kalimantan. Tak hanya sebagai pemimpin, sejarah perempuan di Jawa dipenuhi dengan kedudukan terhormat seperti duta pemerintahan dan kiprah politik yang gemilang. Di Bali, perempuan memiliki martabat yang sejajar dan tugas yang sama dengan laki-laki.

Memasuki era kolonial, kedatangan bangsa Belanda yang menganbil alih penuh kekuasaan terhadap sistem pemerintahan dan sumber daya mempengaruhi kehidupan sosial, khususnya kaum perempuan (Stuers,2008:58). Gambaran mengenai perempuan pada masa itu dapat diketahui dari surat-surat yang dikirimkan Kartini kepada sahabat-sahabat Eropanya yaitu, Stella Zeehandelaar, Nyonya Abendanon dan Nyonya N. Van Kol. Dalam surat-surat yang ditulis sejak 25 Mei 1899 hingga 4 Juli 1903. Kartini menceritakan bagaimana adat-istiadat Jawa membelenggu perempuan dan melarang dalam bersekolah. Ketika telah berusia sepuluh hingga dua belas tahun, mereka akan dipingit di dalam rumah. Perempuan-perempuan tersebut akan kembali ke dunia di luar rumah mereka lagi ketika mereka telah memiliki suami, laki-laki yang dipilihkan oleh orang tua, bahkan tanpa sepengetahuan mereka. Walaupun



penggambaran Kartini di dalam suratnya merupakan penggolongan perempuan di kalangan priyayi, kasus pernikahan ini juga terjadi pada kehidupan perempuan-perempuan di kelas yang lebih rendah. Stuers mengutip pembagian perempuan berdasarkan kelas yang dikemukakan oleh N. Dwidjo Sewojo. Golongan pertama disebutnya Golongan Miskin, dimana perempuan mengalami kehidupan yang sangat keras dan tidak memperoleh pendidikan, namun mereka lebih memiliki kebebasan. Golongan kedua adalah Golongan Menengah. Perempuan kelas ini tidak bersekolah dan dinikahkan pada usia 12 hingga 15 tahun. Setelah menikah mereka akan membantu suami mereka bekerja di sawah atau berladang. Golongan ketiga adalah Golongan Santri. Perempuan kelas ini tidak bersekolah, namun mereka mendapatkan pendidikan agama di rumah. Oleh karena itu, mereka diperlakukan lebih baik oleh suami-suami mereka karena dianggap memiliki kelebihan dibandingkan perempuan pada kelas-kelas sebelumnya. Golongan keempat merupakan Golongan Priyayi. Beberapa perempuan dari golongan ini menikmati pendidikan dasar, lalu dipingit dan dinikahkan. Setelah menikah, mereka akan terkekang di dalam rumah tanpa kesibukan (karena memiliki beberapa pembantu). Menghadapi kekangan adat yang terjadi pada waktu itu, tak hanya Kartini yang ingin bertindak. Beberapa perempuan terus berjuang untuk mengubah cara berpikir masyarakat sekaligus kebijakan pemerintah mengenai pendidikan modern. Usaha mereka tidak sia-sia terbukti dengan didirikannya Sembilan sekolah Dewi Sartika di Sunda dan sekolah Kartini yang diinisiasi van Deventer dan istrinya.

Memasuki era Orde Baru, Indonesia mengalami masa yang disebut Arivia sebagai masa yang paling menindas bagi para perempuan karena campur tangan

Negara dalam menentukan kriteria “perempuan baik-baik”. Era ini diawali dengan penghancuran dan pembubaran semua organisasi perempuan yang didirikan padamaso Soekarno karena dianggap terlibat dengan PKI dan menyebarkan pengaruh jahat terhadap para anggota laki-laki PKI (Wieringa,2010). Sebagai gantinya, ia mendirikan organisasi Dharma Wanita dan PKK yang menekankan perempuan dalam peran sosialnya sebagai istri, ibu dan ibu rumah tangga agar perempuan kembali ke jalan yang benar. Suryakusuma meminjam konsep “pengiburumahtangaan” (housewifization) dari Maria Mies (1986) dan “Ibuisme” dari Madelon Djajadiningrat (1987) untuk menjelaskan konstruksi Orde Baru tentang keperempuanan Indonesia. Dijelaskan Suryakusuma (2011:1-10) dan Walby (1990:69-70) “pengiburumahtangaan” merupakan proses dimana perempuan didefinisikan sebagai ibu rumah tangga, tanpa mengindahkan apakah ia benar-benar ibu rumah tangga atau tidak. Implikasi dari definisi tersebut adalah, perempuan hanya dilihat sebagai pasangan dari laki-laki yang menari nafkah dan secara ekonomi, perempuan ditempatkan sebagai manusia yang tidak produktif, bergantung pada pendapatan suami dan melakukan pekerjaan rumah tangga secara “cuma-cuma”. Bagi Mies, pengiburumahtangaan adalah strategi yang digunakan oleh kapitalis untuk memproduksi tenaga kerja (buruh) laki-laki dan agen-agen konsumen melalui “pendomestikan” atau “penjinakkan” perempuan dalam peran mereka sebagai ibu rumah tangga.

Manipulasi dilakukan Negara terhadap perempuan era Orde Baru adalah pendefinisian utama mereka dalam kategori sebagai istri. Dalam konteks ini, Negara mengontrol pegawai negeri sipil laki-laki yang kemudian mereka mengontrol istri

mereka masing-masing yang akan mengontrol anak-anak mereka dan istri-istri pegawai negeri sipil yang lebih muda yang lebih muda melalui organisasi yang didirikan oleh Negara yang wajib diikuti. Dalam organisasi ini, posisi perempuan tidak ditentukan oleh kemampuan atau prestasi mereka, tapi mengikuti hierarki jabatan suami. Hal ini disebut Suryakusuma sebagai merefleksikan gagasan mengenai perempuan untuk melayani suami, keluarga dan Negara yang dirangkum dalam Panca Dharma Wanita, yaitu “pendamping laki-laki, pembawa keturunan dan pendidik anak, pengelola rumah tangga, pencari nafkah dan sebagai anggota masyarakat” (Suryakusuma,2012:115).

Pemujaan terhadap peran tradisional perempuan yaitu “perempuan sebagai pilar bangsa” yang tidak boleh melupakan kodrat sebagai istri dan ibu, sekaligus tuntunan untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan bagi seluruh warga Negara merupakan bentuk manipulasi lain yang memberikan beban ganda terhadap perempuan. Dikatakan beban ganda, karena walaupun gagasan ini terlihat progresif, namun menyiratkan tanggung jawab lain yang harus dipikul perempuan yang tidak dimiliki laki-laki. Gagasan mengenai hal ini dituangkan secara resmi dalam dokumen Repelita V (1984-1989), dimana Negara mengakui kebutuhan perempuan dalam modernisasi untuk berpartisipasi dalam bidang publik dan memiliki hak, kewajiban serta kesempatan yang sama dengan laki-laki. Namun begitu, perempuan tetap harus menjalankan peran sebagaimana disebut Suryakusuma sebagai “inti keluarga dan pembawa norma-norma dan nilai-nilai masyarakat sekaligus pencipta keluarga sehat dan bahagia.

Satu kesamaan antara pemerintahan Soekarno dan Soeharto dalam mengatur perempuan terlihat pada karakter mereka yang Jawa sentris, khususnya dalam menjadikan kebaya sebagai pakaian nasional perempuan dan jas stelah Barat dipilih sebagai pakaian nasional laki-laki. Menanggapi hal ini, Suryakusuma (2012:223-228) menyatakan bahwa pemilihan pakaian yang mengadopsi pemimpin kolonial merupakan bentuk dari modernisasi dan keinginan laki-laki untuk dapat sejajar bersanding dengan bangsa penguasa. Sedangkan kebaya untuk perempuan merupakan bentuk pendefinisian ketundukan perempuan terhadap suami dan pemberian bukti mengenai “Indonesia yang murni dan belum tercemar”. Selain itu kebaya juga dilihat Suryakusuma sebagai wujud pembatasan gerakan dan penonjolan bentuk tubuh perempuan.

Walaupun perempuan memainkan peranan penting dalam menggulingkan rezim Soeharto, masih dikesampingkannya isu-isu perempuan pada masa transisi politik periode berikutnya terjadi karena dua hal, yaitu: (1) sifat masa transisi yang lebih berfokus pada hal-hal yang bersifat simbolis seperti siapa yang akan menjadi presiden berikutnya dan apakah Soeharto perlu diadili, (2) isu perempuan hanya digunakan untuk keperluan politis yang lain, seperti penolakan partai-partai politik berazaskan Islam dengan dalih Negara yang mayoritas penduduknya muslim tidak boleh dipimpin oleh presiden perempuan, alasan yang disebut Suryakusuma sebagai perwujudan ambisi Abdurahman Wahid atau Gus Dur untuk menjadi presiden (Suryakusuma,2012:112-113).

Memasuki era reformasi, lengsernya kekuasaan Soeharto yang memasukkan perempuan ke wilayah domestik dimanfaatkan perempuan turun kembali

ke dunia publik. Jika pada tahun 1970-an organisasi politik perempuan (terutama yang berafiliasi dengan Islam seperti Muslimat Nahdatul Ulama) menarik diri karena terintimidasi oleh iklim politik, memasuki masa kritis era Orde Baru, organisasi-organisasi perempuan Islam turun ke desa-desa untuk mendukung kepentingan perempuan yang memperjuangkan peningkatan peran dan kekuatan kaumnya, baik dalam arena publik (terutama politik) maupun domestik.

### **2.2.1 Sejarah Lahirnya Gerakan Feminisme di Indonesia**

Gerakan feminisme di Indonesia telah dimulai sejak sebelum masa kemerdekaan oleh perempuan kelas menengah ke atas. Perempuan di kelas ini memegang peranan penting karena selain dapat menikmati pendidikan, mereka juga memiliki waktu luang dan akses terhadap informasi yang dibutuhkan. Arivia (2006:15-17) memetakan gerakan ini ke dalam empat tahap, yaitu zaman pendudukan Belanda, zaman Orde Lama, zaman Orde Baru dan zaman Reformasi. (Stuers, 2008:59-59) mengatakan, perubahan besar terhadap gerakan perempuan dan gerakan nasional di Indonesia pada sekitar tahun 1904-1914 karena diberlakukannya kebijakan “politik etis” oleh pemerintah Belanda. Momen ini dimanfaatkan baik oleh perempuan. Jika sebelumnya aspirasi perempuan masih bersifat sosial dan non politis, memasuki era ini perjuangan meraih emansipasi dilakukan melalui organisasi. Organisasi pertama yang didirikan adalah Poetri Mardika (1912), organisasi yang berafiliasi dengan Budi Oetomo. Isu utama yang dibawa pada masa itu adalah pendidikan, menumbuhkan semangat dan rasa percaya diri, serta memberikan kesempatan pada perempuan untuk terlibat dalam ruang publik. Pada tahun 1913, organisasi ini menerbitkan surat kabar yang memihak kepentingan perempuan. Beberapa artikel yang dimuat dalam surat kabar tersebut

diantaranta berjudul *Poligami dan Pernikahan Dini* yang memiliki tema: (kebiasaan masa lalu yang harus diakhiri, kaum muda yang berbuat kejahatan dan diabaikan, pernikahan dini, pernikahan dini dan kawin paksa harus dihapuskan, kebiasaan masa lalu dan masa kini) dalam Kongres Gerakan Feminis di Paris. Selain Poetri Mahardika, beberapa organisasi yang didirikan pada saat itu adalah Keutamaan Istri (1912), Pawijatan Wanito (1913), Wanito Hadi (1915), Wanito Susilo (1918) dan Aisjijah yang berlandaskan Islam. Selain dalam bentuk organisasi, pada tahun 1913 Siti Soedari merintis penerbitan independen bernama *Wanito Sworo*. Dalam artikel-artikel yang ditulisnya, Siti Soendari mengkritik poligami dan pentingnya pendidikan untuk kaum perempuan demi kemajuan nasional. Sebagai jalan untuk melakukan emansipasi, organisasi-organisasi ini telah mampu melepaskan perempuan-perempuan kelas menengah dan priyayi untuk keluar dari tradisi pingitan dan berinteraksi dengan perempuan-perempuan dengan golongan lain. (Darwin,2004:285-286) mengatakan bahwa tonggak terpenting dari perjuangan tahap ini terjadi pada 22-25 Desember 1928 dimana semua organisasi pergerakan perempuan yang muncul pada masa itu berkumpul untuk pertama kalinya dalam “Kongres Perempuan Indonesia” di Yogyakarta yang diinisiasi oleh Nyonya Soekonto, anggota komite Budi Oetomo. Agenda yang dibicarakan dalam kongres ini adalah persoalan pendidikan dan perkawinan. Kongres perempuan Indonesia kedua dilaksanakan pada 20-24 Juli 1935 di Jakarta. Dalam kongres ini disepakati tentang komitmen terhadap pemberantasan buta huruf, melakukan penyelidikan tentang posisi perempuan dalam Islam serta berupaya untuk meningkatkan posisi tersebut, serta meningkatkan kesadaran

perempuan sebagai “ibu dari rakyat” yang mengajarkan anak-anak mereka tentang tugas dan tanggung jawab terhadap tabah air.

Persoalan politik mengenai hak pilih merupakan hak kongres perempuan Indonesia ketiga yang dilaksanakan di Bandung pada Juli 1938. Agenda ini muncul sebagai reaksi terhadap pemerintah colonial yang menolak memberikan hak pilih terhadap perempuan. Penolakan pemerintah terhadap pemberian hak pilih dinilai sebagai hal diskriminatif karena sejarah mencatat bagaimana perempuan tradisional di Minangkabau, Minahasa dan Jawa yang telah membuktikan kemampuan politik mereka yang setara dengan laki-laki dalam masyarakat adat. Selain membahas tentang hak pilih, kongres perempuan ketiga ini juga menghasilkan pendirian Komisi Perkawinan yang bertanggungjawab terhadap peraturan perkawinan, tanpa menyerang Islam.

Walaupun belum dapat mewujudkan relasi yang setara dengan laki-laki, kegigihan perjuangan perempuan pada masa itu mencatat keberhasilan dengan terbukanya akses dalam bidang sosial dan pendidikan. Namun, kesuksesan ini sekaligus menunjukkan bagaimana perempuan di kelas priyayi atau bangsawan benar-benar berbeda dengan mereka yang berada di kelas rendah. Para perempuan di kelas rendah ini masih harus bekerja keras di sawah, perkebunan dan pabrik (Stuers,2008:133-148). Artinya, gerakan feminisme yang terjadi di Indonesia tidak mewakili gerakan dan kepentingan perempuan Indonesia secara keseluruhan karena hanya bersifat *Javanese middle-class oriented* (Blackburn,2008:12).

Tahap berikutnya merupakan tahap kepemimpinan Presiden Soekarno (Orde Lama). Isu-isu yang difokuskan oleh perempuan Indonesia pada tahap ini adalah isu kesetaraan dalam undang-undang perkawinan, pendidikan dan kondisi pekerja perempuan. Konawi (Kongres Wanita Indonesia) merupakan organisasi yang pada waktu itu memayungi dan memfasilitasi semua keperluan perjuangan perempuan. Namun demikian, Konawi tidak memiliki hak untuk membuat keputusan dengan mengatasnamakan kelompok perempuan.

Meningkatnya pengaruh PKI dan PNI yang berhaluan kiri pada pemerintahan Soekarno pada akhir dasawarsa 1950-an membawa peningkatan pada posisi Gerwani (Gerakan Wanita Indonesia), organisasi perempuan yang berafiliasi dengan PKI. Empat anggota Gerwani berhasil terpilih dalam Pemilihan Umum 1955. Dengan jumlah anggota lebih dari satu juta orang, gerakan Gerwani berada pada persoalan seputar perkosaan, peningkatan kesadaran perempuan tani, membantu pergerakan buruh dan melibatkan diri dalam berbagai demonstrasi atau protes kenaikan harga pada tahun 1965.

Naiknya Soeharto sebagai presiden pada tahun 1965 membuat semua organisasi yang berhubungan dengan ideologi kiri dibubarkan dan dihancurkan. Pemerintahan Soeharto membuat propaganda yang menyatakan bahwa kejahatan yang dilakukan oleh PKI (pihak yang dituduh Soeharto sebagai pelaku pembunuhan dan penculikan sejumlah perwira menengah Angkatan Darat dan enam jenderal) merupakan pengaruh jahat dari kaum perempuannya. Karena itu, para anggota Gerwani diperkosa, disiksa, dibunuh. Soeharto lalu membentuk organisasi baru untuk membentuk perempuan Indonesia ke “jalan yang benar”, yaitu Dharma Wanita, dengan



mengkokohkan peran perempuan sebagai istri, ibu dan ibu rumah tangga dengan kuat. Disebutkan (Arivia,2006:17), pada (Suryakusuma,2011:10) dan (Marching:2011,85-86), perempuan Indonesia tidak pernah begitu tertindas sebagaimana yang dialami perempuan pada masa Orde Baru. Sebagaimana dictum yang mengatakan bahwa semakin tinggi penindasan akan memunculkan resistensi yang semakin tinggi, pada masa itu hal ini pun terjadi. Dalam pemerintahan Soeharto, LSM perempuan tumbuh dengan subur. Beberapa diantaranya adalah Yayasan Annisa Swasta (1982) yang memfokuskan perjuangan membela buruh perempuan, Kalyanamitra (1985) bergerak dalam bidang dokumentasi dan Yayasan Solidaritas Perempuan (1986) bergerak dalam bidang buruh migran (Darwin,2004:291). Memasuki 32 tahun berkuasanya Soeharto ang represif, perempuan memainkan peranan penting dalam menurunkannya dari kursi presiden. Perempuan secara kreatif turun ke jalan. Bukan dengan spanduk bertuliskan “turunkan Soeharto”, namun “turunkan harga susu”, permainan kata yang disadarkan pada aturan politik represif dalam budaya patriarkal yang digunakan Soeharto untuk mengontrol perempuan.

Tahap keempat pergerakan feminisme di Indonesia disebutkan (Arivia,2006:15) sebagai gerakan liberal bertemakan anti kekerasan terhadap perempuan. Tema pergerakan ini disebutkan (Darwin,2004:291) termanifestasi dalam munculnya banyak lembaga bantuan hukum dan pendampingan terhadap korban kekerasan seperti WCC, RA, LBH, APIK, Mitra Perempuan, Safi Amira dan Mitra Anisa. Selain pergerakan bertemakan anti kekerasan, Darwin juga menyebutkan tentang perjuangan untuk meraih kesetaraan antara relasi gender dalam segala bidang merupakan isu yang masih diperjuangkan. Walaupun isu ini telah dituangkan dalam

Inpres No. 9 Tahun 2000 tentang Pengarusutamaan Gender, namun produk hukum berupa Inpres ini mengindikasikan lemahnya posisi perempuan dalam meraih kesetaraan di masyarakat.

Pengarusutamaan gender (PUG) sendiri merupakan sebuah strategi untuk meningkatkan kedudukan, peran dan kualitas perempuan. Tujuan dari PUG adalah mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Dengan adanya strategi yang dirumuskan dalam bentuk rancangan, implementasi, monitoring dan evaluasi program dan kebijakan pembangunan di bidang sosial, ekonomi, politik dan budaya ini, kesempatan, akses, kendali dan manfaat pembangunan diharapkan lebih berpihak pada perempuan.

Pada tataran implementasi, PUG hanya menjadi istilah yang muncul pada acara diskusi dan media populer, seperti televisi dan radio. Dalam tataran masyarakat, kesetaraan gender yang diusung oleh strategi PUG dengan istilah “kemitrasejajaran pria dan wanita” hal yang menimbulkan antipasti di kalangan laki-laki. Disebutkan (Robinson,2008:140-141), sikap ini merupakan suatu bentuk pengakuan tentang bagaimana kesetaraan gender akan menjadi perubahan sosial yang radikal dalam masyarakat Indonesia.

Isu lain yang menjadi fokus perjuangan perempuan di era reformasi adalah peningkatan partisipasi politik. Berbagai gerakan yang dilakukan perempuan untuk memperjuangkan kesetaraan hak dalam arena politik ternyata belum membawa keberhasilan. Para aktivis perempuan yang mengusung slogan “Demokrasi tanpa

partisipasi perempuan bukanlah demokrasi sesungguhnya” harus menelan kekecewaan ketika pada Pemilu 1999 dengan total pemilih perempuan sebesar 57%, jumlah perempuan yang berhasil duduk di legislatif turun dari 12% di era Soeharto menjadi 9%. Disebutkan Blackburn (dalam Robinson,2008:159), fakta ini merupakan sebuah refleksi mengenai keanggotaan perempuan di parlemen pada era Soeharto bukan didasarkan atas kemauan sang perempuan, namun penunjukan atas dasar hubungan kekeluargaan dengan presiden, petinggi Golkar maupun militer. Sementara itu, pada era reformasi, syarat pencalonan anggota parlemen yang harus diusung oleh partai politik merupakan masalah tersendiri. Partai politik segan untuk memasukan perempuan dalam bursa pencalonan. Seandainya pun dicalonkan, posisi perempuan akan ditempatkan pada urutan terbawah yang lazim disebut sebagai “urutan sepatu”. Naiknya Megawati Soekarno Putri sebagai presiden Republik Indonesia periode 2000-2004 juga tak lantas meningkatkan partisipasi politik perempuan secara signifikan. Walaupun menunjuk dua perempuan dalam jabatan menteri, yaitu Sri Rejeki Sumaryoto sebagai Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Rini Suwandi sebagai Menteri Perdagangan dan Industri, Megawati tidak mendukung kebijakan afirmatif yang mensyaratkan kuota 30% untuk perempuan. Menurutnya, keterlibatan perempuan dalam politik mengurangi martabat keperempuanan mereka (Soetjipto dalam Robinson,2008:160). Peningkatan keanggotaan perempuan di parlemen nampaknya akan tetap menjadi salah satu focus perjuangan pergerakan perempuan karena hingga Pemilu 2014, kuota 30% perempuan belum terpenuhi. Robinson mengutip catatan Ani Soetjipto (1997) yang menulis “Perempuan memiliki perbedaan kepentingan dan kebutuhan dengan laki-laki. Isu-isu mengenai perempuan harus dituangkan dalam

badan pembuat kebijakan agar dapat diartikulasikan dan diperjuangkan dengan lebih baik”.

### **2.2.2 Isu Pemberdayaan Perempuan di Bidang Ekonomi**

Dalam bidang pendidikan dan ekonomi, penelitian yang dilakukan Smith Hefner (2007) pada tahun 1999 awal tahun 2000-an, mencatat partisipasi perempuan di sekolah menengah atas dan kejuruan lebih dari 30%. Semakin tingginya jumlah perempuan bersekolah pada jenjang pendidikan lebih tinggi ini membuka peluang bagi perempuan untuk terlibat dalam kehidupan publik, khususnya bidang ekonomi walaupun masih terbatas pada bidang-bidang tertentu seperti sektor kesehatan, pendidikan, pelayanan dan lain-lain. Smith Hefner juga mencatat perubahan pandangan masyarakat mengenai perempuan bekerja. Pada awal tahun 2000-an, masyarakat tidak lagi memberikan kecaman sosial terhadap perempuan yang bekerja pada sektor publik sebagaimana hasil penelitian Hull (1982) di Jogja, walaupun pandangan masyarakat mengenai tugas utama perempuan sebagai pengasuh anak dan pengurus rumah tetap terpelihara (Hull,1982:394).

