



## Eksploitasi Perempuan di Media Massa

<sup>1</sup>Hafizah Athirah binti Muhamad Suhaili, <sup>2</sup>Nur Zehan binti Jehan Sher,  
<sup>3</sup>Norhidayat, <sup>4</sup>Rahmat Fadillah

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Antasari, Banjarmasin, Indonesia

\*e-mail: [hafizahathirah565@gmail.com](mailto:hafizahathirah565@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurzehanshermusafar@gmail.com](mailto:nurzehanshermusafar@gmail.com)<sup>2</sup>, [norhidayat@uin-antasari.ac.id](mailto:norhidayat@uin-antasari.ac.id)<sup>3</sup>, [rahmatfadillah70@gmail.com](mailto:rahmatfadillah70@gmail.com)<sup>4</sup>

Received 02-03-2024 | Revised 21-04-2024 | Accepted 17-05-2024

### Abstract

Exploitation in the mass media can carry the meaning of the utilization of the female-quarantined group carried out on official channels that are used as a means of communication for everyone for the benefit of the market. The exploitation of women's bodies in the mass media is a common phenomenon in this contemporary era. Then, this research will involve a process in which there is a process of simplifying words in order to explain the data obtained while practicing a conceptual approach. This research was conducted with a literature study. The result of the research is also that the Women's group is created with extraordinary attractiveness from various aspects as previously presented. As for the attractiveness if it falls into the wrong hands, it will apply the name of exploitation of women in the mass media. This is not something that should be accepted but everyone needs to be aware that this is wrong in terms of religion because women seem to be made tools whereas in Islam, women are created beautiful to be glorified and not to be exploited.

**Keywords:** Attractiveness, Exploitation, Mass Media, Women

### Abstrak

Eksploitasi di media massa bisa membawa arti pemanfaatan ke atas golongan yang berjantina Perempuan yang dilakukan pada saluran resmi yang dijadikan alat komunikasi bagi setiap orang demi bagi kepentingan pasar. Eksploitasi tubuh perempuan dalam media massa merupakan fenomena yang umum terjadi di era kontemporer ini. Lalu, penelitian ini bakal melibatkan sebuah proses di mana ada berlakunya proses penyederhanaan kata dalam rangka menjelaskan data yang didapat sekaligus mempraktikkan pendekatan konseptual. Penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan. Hasil penelitiannya pula adalah, golongan Perempuan tercipta dengan daya tarik yang luar biasa dari berbagai aspek seperti yang telah tersajikan sebelumnya. Adapun daya Tarik tersebut jika jatuh pada tangan yang salah maka akan berlakulah yang namanya eksploitasi Perempuan di media massa. Hal ini bukanlah hal yang seharusnya diterima baik melainkan setiap orang perlu ada kesadaran bahwa hal tersebut adalah salah di sisi agama karena golongan Perempuan seakan-akan dibuat alat padahal dalam Islam, Perempuan diciptakan indah untuk dimuliakan dan bukan untuk dieksploitasi.

**Kata Kunci :** Daya Tarik, Eksploitasi, Media Massa, Perempuan

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



## PENDAHULUAN

Peran media massa telah sangat penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai isu sosial, politik, dan budaya. Namun, di balik perannya yang dominan, media massa sering kali menjadi tempat di mana eksploitasi perempuan terjadi. Penggambaran perempuan dalam media sering kali terpaku pada stereotip dan norma-norma budaya yang didominasi oleh pandangan patriarki. Mereka sering dihadirkan dalam peran yang klise dan terbatas, seperti objek seksual atau penghibur semata. Eksploitasi ini tidak hanya menciptakan citra yang sempit dan tidak realistis tentang perempuan, namun juga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap peran dan hak-hak perempuan dalam masyarakat.<sup>1</sup> Selain itu, motivasi ekonomi juga memainkan peran penting dalam eksploitasi perempuan dalam media massa. Dalam dunia media yang kompetitif, konten yang menampilkan tubuh perempuan secara seksual sering dianggap sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini menciptakan tekanan bagi perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis, serta memperkuat ide bahwa nilai seorang perempuan sebagian besar ditentukan oleh penampilannya.<sup>2</sup>

Meskipun media massa memiliki potensi untuk memperkuat stereotip gender dan mengeksploitasi perempuan, namun juga penting untuk diakui bahwa media juga dapat menjadi alat yang sangat kuat untuk menyuarakan perubahan sosial positif. Melalui narasi yang inklusif dan representasi yang memperkuat keberagaman, media massa dapat menjadi alat untuk mengedukasi, membangkitkan kesadaran, dan menginspirasi perubahan dalam cara kita memandang perempuan dalam masyarakat.<sup>3</sup> Dengan memahami latar belakang kompleks ini, tantangan dalam upaya mengatasi eksploitasi perempuan dalam media massa menjadi lebih jelas. Diperlukan pendekatan yang holistik dan kolaboratif dari berbagai pihak, termasuk industri media, pemerintah, masyarakat sipil, dan individu, untuk

---

<sup>1</sup> Wulandari, B. *Perempuan dan Pornografi Sebuah Seni Ataukah Eksploitasi*. *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum*, 2023, 259-269

<sup>2</sup> Afifah, Tasya Nurian., Azizah Wiladatur Rahma, & Yusack Tri Nur Cholis. *Eksploitasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Dolce & Gabbana*. *Jurnal Audiens*, 2023, 1(2), 167-174.

<sup>3</sup> Muhamad Shidqii Faadhilah, Muhammad Fahreza Aliazzra, & Fadli Ammar Tsany. *Eksploitasi Seksualitas Perempuan dalam Iklan Shopee Versi Big Sale 11.11 2020*. *Jurnal Audiens*, 2023 3(4), 199-207.

menciptakan lingkungan media yang lebih inklusif, adil, dan menghormati martabat setiap individu, tanpa memandang jenis kelamin.

## **METODE PENELITIAN**

Artikel ini dibuat dengan menggunakan penelitian kualitatif yang mana datanya bakal disajikan secara deskriptif dengan memaparkan cara kerja yang bersifat terarah pada tema yang telah dipilih. Sehubungan itu, artikel ini bakal melibatkan sebuah proses di mana ada berlakunya proses penyederhanaan kata dalam rangka menjelaskan data yang didapat. Penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan. Langkah pertama dalam rangka menjayakan penulisan ini adalah peneliti terlebih dulu mencari data secara kasar dengan mengobservasi penelitian-penelitian terdahulu. Selanjutnya, akan dilakukan pencarian data terhadap sub judul yang disajikan yakni eksploitasi Perempuan di media massa, perempuan dalam pandangan islam, faktor terjadinya eksploitasi tersebut serta solusi yang bisa dilakukan terkait hal tersebut. Data yang telah didapatkan bakal disajikan dengan kadar yang lebih mendalam namun bahasa yang sederhana sehingga ia kemudian diharapkan bisa bermanfaat serta mudah untuk dipahami bagi semua pembaca.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengertian Eksploitasi Perempuan Di Media Massa**

Eksploitasi bisa diartikan dengan pemanfaatan untuk keuntungan sendiri atau aktivitas pemerasan (tentang tenaga orang).<sup>4</sup> Media massa pula bisa diartikan dengan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi contoh aplikasi seperti Facebook, Twitter, Tiktok dan Instagram untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.<sup>5</sup> Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahwa judul tentang eksploitasi Perempuan di media massa bisa membawa arti pemanfaatan ke atas golongan yang berjantina Perempuan yang dilakukan pada saluran resmi yang dijadikan alat komunikasi bagi setiap orang demi bagi kepentingan pasar.<sup>6</sup>Alat

---

<sup>4</sup><https://kbbi.web.id/eksploitasi> - diakses pada 3/5/24.

<sup>5</sup><https://kbbi.web.id/media> - diakses pada 3/5/24.

<sup>6</sup>Hermansyah, "Kontes Kecantikan Dan Eksploitasi dan Eksploitasi Perempuan Dalam Media" *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender* 10.2 (2011), 32.

komunikasi tersebut pula berfungsi untuk menyebarkan antara lain berita, atau pengiklanan produk yang ingin dijual. Dalam konteks penelitian ini, golongan Perempuandieksplorasi melalui iklan produk yang terkadang tidak ada kena mengena dengan hal kewanitaan, namun tetap menggunakan golongan Perempuan sebagai duta yang diiklankan. Namun begitu, yang menjadi permasalahan pada kasus ini adalah ketika pengiklanan kendaraan, sering kali yang bakal dipamerkan adalah dua hal yaitu golongan Perempuan yang pakaiannya ketat, hanya menutup sebagian aurat dan kendaraan itu sendiri.

## **2. Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Media**

Eksploitasi tubuh perempuan dalam media massa merupakan fenomena yang umum terjadi di era kontemporer. Media massa, yang mencakup televisi, film, iklan, majalah, dan platform digital, sering kali menggunakan gambaran tubuh perempuan secara seksual sebagai alat untuk menarik perhatian dan meningkatkan penjualan. Penggunaan gambar tubuh perempuan yang dieksplorasi secara seksual ini dapat ditemui dalam berbagai konteks, mulai dari iklan produk konsumen hingga konten hiburan. Penggambaran tersebut sering kali menekankan pada bagian tubuh perempuan yang dianggap sebagai simbol kecantikan atau daya tarik seksual, seperti dada, pinggul, atau paha. Perempuan dalam iklan sering kali diposisikan dalam pose yang menonjolkan bentuk tubuh mereka, dengan pakaian yang sering kali minim dan berpotensi menimbulkan objektifikasi seksual. Penekanan yang terlalu kuat pada atribut fisik ini sering kali mengesampingkan kepribadian, bakat, atau prestasi perempuan, serta menciptakan pandangan yang sempit dan terbatas tentang nilai seorang perempuan.<sup>7</sup> Dampak dari eksploitasi tubuh perempuan dalam media massa sangatlah kompleks. Pertama-tama, penggambaran yang terlalu sering dan berlebihan ini menciptakan standar kecantikan yang tidak realistis bagi perempuan. Perempuan dipersepsikan harus memiliki penampilan yang mirip dengan model-model yang digambarkan dalam media, yang seringkali telah mengalami penyuntingan digital yang ekstensif.

Hal ini menimbulkan tekanan psikologis bagi perempuan untuk memenuhi standar yang tidak realistis dan menyebabkan rendahnya rasa percaya diri serta

---

<sup>7</sup> Afifah, Tasya Nurian., Azizah Wiladatur Rahma, & Yusack Tri Nur Cholis. *Eksploitasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Dolce & Gabbana,....*,167–174.

gangguan makan.<sup>8</sup> Selain itu, eksploitasi tubuh perempuan dalam media massa juga dapat memperkuat budaya yang memperbolehkan objektifikasi seksual terhadap perempuan. Dengan terus-menerus memperlihatkan perempuan sebagai objek seksual, media massa membentuk pandangan yang merendahkan terhadap perempuan, mengurangi martabat dan harkat mereka sebagai individu yang memiliki potensi, keberagaman, dan kompleksitas.<sup>9</sup> Dengan demikian, penting untuk memahami bahwa eksploitasi tubuh perempuan dalam media massa bukanlah sekadar masalah individual, tetapi merupakan bagian dari sistem yang lebih luas yang memperkuat ketidaksetaraan gender dan memperburuk kondisi psikologis dan sosial perempuan secara keseluruhan. Dengan menyadari dampak negatifnya, diharapkan masyarakat dapat lebih kritis terhadap konten media yang mengobjektifikasi perempuan, serta mendukung upaya-upaya untuk menciptakan representasi yang lebih inklusif dan menghargai martabat setiap individu, tanpa memandang jenis kelamin.

### **3. Perempuan Dalam Perspektif Islam**

Eksploitasi terhadap Perempuan sudah tidak asing lagi sejak zaman dulu lagi. Seunggu apapun sebuah kebudayaan dan tentu jauh sebelum turunnya Al-Qur'an, pasti tidak bisa menghindari hal tersebut. Namun begitu, kemunculan ajaran pada Al-Qur'an dan Islam bertolak belakang dari hal tersebut karena tidak kira apa jantina seseorang, ia tetap harus diperlakukan dengan baik, pada QS al-Hujurat ayat 13 pun menyatakan tentang manusia dicipta untuk saling mengenal dan hanya yang paling bertaqwa bisa disoroti mulia. Hal yang menjadi fakta juga adalah golongan Perempuan memang dicipta memiliki kemampuan untuk memikat kaum adam buktinya pada QS Ali Imran ayat 14. Daya Tarik yang dimiliki oleh golongan Perempuan antara lain mata, kulit, payudara, keperawanan, dan betis. Pada QS Ad-Dukhan ayat 54, QS at-Tur ayat 20, QS Al-Waqiah ayat 56 dan QS as-Shaffat ayat 48. Mata golongan perempuan yang matanya tercipta indah sehingga pada QS Al-Waqiah ayat 56 tersebut itu disebutkan bahwa kecantikan mata golongan ini seperti mutiara

---

<sup>8</sup> Muhamad Shidqii Faadhilah, Muhammad Fahreza Aliazra, & Fadli Ammar Tsany. *Eksploitasi Seksualitas Perempuan dalam Iklan Shopee Versi Big Sale 11.11 2020,....*,199–207.

<sup>9</sup>Wulandari, B. *Perempuan dan Pornografi Sebuah Seni Ataukah Eksploitasi,....*, 259-269

yang tersimpan baik tidak ada calarnya dan harga yang tidak bisa dijatuhkan dan tidak bisa diperdebatkan lagi kenapa ia adalah salah satu daya tarik yang paling besar bagi lawan jenis. Pada Kulit pula diceritakan pada QS As-Shaffat ayat 49 dan QS Ar-Rahman ayat 58 tentang kulit bidadari yang diciptakan putih, mulus kulitnya dan ada sedikit kemerah-merahan bagian atas pipi mereka yang jika dikaitkan dengan hal yang memang wujud zaman sekarang itu bisa disamakan dengan perempuan yang menggunakan *blusher* pada bagian atas pipi mereka untuk terlihat lebih segar dan menarik. Tidak menolak fakta juga perihal *blusher* itu bisa menarik perhatian lawan jenis. Sehubungan itu, perihal payudara pula yakni pada QS Naba' ayat 33 yakni di syurga kelak bidadari syurga dideskripsikan sebagai memiliki payudara yang menarik, yang itu membawa arti keperawanan atau masih muda.

Hal ini sesuai dengan QS. Al -Waqi'ah ayat 36-37. Sama halnya dengan penghuni laki-laki yang turut dijadikan tampan, berusia muda sekaligus atletis seperti pada QS Shad ayat 52. Hal tersebut juga membawa arti bahwa penghuni syurga laki-laki dan perempuan bakal dijadikan seusia. Perihal seterusnya adalah keperawanan seorang perempuan yang tentu menjadi salah satu topik yang menarik bagi kaum adam. Oleh yang demikian, dalam QS ar-Rahman ayat 56 dan QS Al-Waqiah ayat 36 ada disebutkan secara eksplisit tentang bidadari yang setiap kali setelah digauli ia tetap dengan kondisi keperawanannya. Perihal terakhir adalah tentang betis perempuan yang juga salah satu daya tarik yang cukup kuat bagi kaum laki-laki. Pada QS an-Naml ayat 44, ratu Balqis menurut Ibnu Katsir, ada menyingkap penutup betisnya dan Sulaiman sempat melihatnya lalu ia berpandangan bahwa itu adalah betis yang paling indah pernah ia lihat.<sup>10</sup> Dengan yang demikian, golongan perempuan diciptakan dengan seindah yang mungkin di dalam perspektif Islam sehingga jika ia diremehkan maupun dieksploitasi itu adalah salah di sisi undang-undang dunia maupun hukum yang ditetapkan di pada Al-Qur'an. Adapun hal ayat al-Qur'an yang kami sajikan yang tentu saja lebih terkesan menjelaskan tentang bidadari syurga, ini dikarenakan bidadari adalah simbol kecantikan bagi setiap wanita. Namun begitu, keindahan golongan perempuandiharamkan untuk diperlihatkan di khalayak umum sehingga golongan perempuandiwajibkan untuk menurut auratnya menurut Islam yang tentu saja tujuannya untuk menjaga kehormatannya perempuan itu sendiri sepertimana pada QS al-Araf ayat 26 yang menyuruh untuk golongan perempuan menutup aurat. Eksploitasi yang berlaku pada media massa

---

<sup>10</sup> Lajnah pentahsihan Mushaf Al-Qur'an, *Seksualitas Dalam Pespektif al-Qur'an dan Sains*, (Lajnah Pentahsihan Mushaf Al-Qur'an, 2012), 46-48.

adalah hal yang menjatuhkannya martabat golongan perempuansehingga tidak ada dampak yang positif satupun yang didapatkan oleh golongan perempuandalam hal ini. Padahal dalam ajaran Islam, kemuliaan seorang perempuanitu amatlah dititikberatkan dan sama sekali tidak dipersetujui apalagi dijadikan bahan tonton maupun alat untuk membuat sebuah produk meningkat pasarannya QS Ali Imran ayat 195 tentang golongan perempuanyang sama tinggi posisi darjatnya dengan kaum adam, QS an-Nisa' ayat 19 tentang golongan perempuanyang tidak boleh disusahkan dan dipaksa, QS an-Nisa' ayat 3 tentang golongan perempuan yang berhak untuk dipelihara yang juga pada QS An-Nur ayat 33:

وَلَيْسَتَعَفِيفِ الدِّينِ لَا يَجِدُونَ نِكَاحًا حَتَّى يُعْزِيَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَالَّذِينَ يَبْتِغُونَ الْكِنَابَ مِمَّا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ فَكَابِتُوا لَهُمْ إِنْ عَرَفْتُمْ فِيهِمْ خَيْرًا وَأَتَوْهُمْ مِنْ مَالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ وَلَا تُكْرَهُوا فَتَيِّبْتُمْ عَلَى الْبِغَاءِ إِنْ أَرَدْنَ تَحَصُّنًا لِنَبْتِغُوا عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَنْ يُكْرِهِنَّ فَإِنَّ اللَّهَ مِنْ بَعْدِ إِكْرَاهِهِنَّ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: *Dan orang-orang yang tidak mampu menikah hendaklah menjaga kesucian (diri)nya, sampai Allah memberi kemampuan kepada mereka dengan karunia-Nya. Dan jika hamba sahaya yang kamu miliki menginginkan perjanjian (kebebasan), hendaklah kamu buat perjanjian kepada mereka, jika kamu mengetahui ada kebaikan pada mereka, dan berikanlah kepada mereka sebagian dari harta Allah yang dikaruniakan-Nya kepadamu. Dan janganlah kamu paksa hamba sahaya perempuanmu untuk melakukan pelacuran, sedang mereka sendiri menginginkan kesucian, karena kamu hendak mencari keuntungan kehidupan duniawi. Barangsiapa memaksa mereka, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang (kepada mereka) setelah mereka dipaksa.*

#### 4. Faktor Terjadinya Eksploitasi Perempuan

Faktor terjadinya eksploitasi perempuan dalam media massa melibatkan sejumlah dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang saling terkait. Berikut adalah beberapa poin yang menjelaskan faktor-faktor tersebut:

##### a. Dominasi Patriarki dalam Industri Media

Salah satu faktor utama yang menyebabkan eksploitasi perempuan dalam media massa adalah dominasi struktur patriarki dalam industri tersebut. Industri media, seperti halnya industri lainnya, sering kali dikuasai oleh laki-laki dalam posisi kekuatan dan pengambilan keputusan. Kondisi ini dapat memengaruhi cara perempuan digambarkan dalam media, dimana pandangan dan kepentingan laki-laki seringkali mendominasi, meningkatkan risiko eksploitasi perempuan sebagai objek seksual atau untuk kepentingan komersial. Salah satu contoh dominasi patriarki

dalam industri media di Indonesia adalah dalam representasi perempuan dalam berita dan program televisi. Perempuan sering diposisikan sebagai objek dan sering digambarkan dalam peran stereotip, seperti objek seksual atau ibu rumah tangga. Pemberitaan tentang kekerasan seksual pun seringkali menyoroti korban daripada pelaku, memperkuat stigma dan stereotip gender yang melekat.<sup>11</sup>

#### b. Permintaan Pasar yang Dipicu oleh Stereotip Gender

Permintaan pasar yang dipicu oleh stereotip gender juga merupakan faktor penting yang memengaruhi eksploitasi perempuan dalam media massa. Industri media sering kali memproduksi konten yang menampilkan perempuan dalam peran yang sesuai dengan stereotip yang sudah ada, yakni sehingga banyak yang beranggapan perempuan diciptakan sebagai penghibur seperti perempuan yang ditampilkan sebagai objek seksual atau hanya sebagai objek yang dijadikan pelacuran. Permintaan pasar yang mendorong penggunaan gambar tubuh perempuan yang dianggap seksi atau menarik secara fisik meningkatkan risiko eksploitasi perempuan dalam media. Salah satu contoh yang dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari di Indonesia adalah iklan produk kecantikan atau perawatan tubuh yang sering menampilkan gambar perempuan dengan tubuh yang "seksi" atau "ideal" sesuai dengan standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat. Iklan-iklan tersebut sering kali menampilkan perempuan dengan pakaian minim atau pose yang menekankan bagian tubuh tertentu, dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan produk.<sup>12</sup>

#### c. Kurangnya Regulasi yang Efektif

Kurangnya regulasi yang efektif dalam mengawasi konten media juga dapat menjadi faktor terjadinya eksploitasi perempuan. Meskipun banyak negara memiliki peraturan yang mengatur tentang konten media, implementasi dan penegakan hukum terhadap regulasi ini seringkali tidak konsisten atau kurang efektif. Hal ini memungkinkan adanya konten-konten yang merugikan perempuan tetap diproduksi dan disiarkan tanpa hambatan, meningkatkan risiko eksploitasi perempuan dalam media. Salah satu contoh kurangnya regulasi yang efektif dalam mengawasi konten

---

<sup>11</sup> Rafidati, Tsabita., Mila Pratika Fitri, & Shafira Aisa Fadilla. "Eksploitasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka." *Jurnal Audiens* 3, no. 1 (2023): 61-71.

<sup>12</sup> Setiawati, Aan, & Pratama, G. "Eksploitasi Perempuan dalam Iklan Media Massa." *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra* 6, no. 2 (2021): 10-14.



media di Indonesia adalah fenomena penyebaran konten pornografi atau konten yang merugikan perempuan secara online, salah satunya di aplikasi-aplikasi teman kencan. Meskipun Indonesia memiliki Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang seharusnya mengatur konten-konten negatif di ruang digital, implementasinya seringkali tidak konsisten dan terdapat celah hukum yang dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang ingin menyebarkan konten-konten merugikan.<sup>13</sup>

#### d. Objektifikasi

Budaya objektifikasi perempuan juga turut memperkuat eksploitasi perempuan dalam media massa. Pandangan yang melecehkan atau merendahkan perempuan sebagai objek seksual telah menjadi bagian dari budaya populer dalam beberapa masyarakat. Media massa sering kali memanfaatkan budaya ini untuk menarik perhatian dan meningkatkan penjualan, tanpa memperhitungkan dampak negatifnya terhadap citra dan martabat perempuan. Salah satu contoh yang cukup mencolok adalah penggunaan citra perempuan dalam iklan atau media sosial di Indonesia. Banyak iklan produk seperti pakaian, minuman, atau bahkan produk teknologi yang menggunakan gambar perempuan dalam pose atau pakaian yang sangat terbuka, dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Pada banyak kasus, gambar-gambar tersebut tidak hanya memperlihatkan perempuan sebagai objek yang seksi, tetapi juga sering kali menyampaikan pesan bahwa kecantikan dan seksualitas perempuan adalah fokus utama dari nilai atau kualitas produk tersebut.<sup>14</sup>

### 5. Solusi dalam Mengatasi Eksploitasi Perempuan Di Media Massa

Eksploitasi perempuan di Media Massa bukanlah hal yang asing lagi namun perlu diingat ia bukanlah hal yang baik juga untuk terus menerus diterima secara terbuka hanya karena itu adalah hal yang sudah menjadi kebiasaan sehari-hari di zaman ini. Dikarenakan hal ini termasuk hal yang sudah berlaku di mana-mana, sebaiknya kita mempelajari apa saja solusi yang bisa diikhtarkan yakni antara lain menjaga *boundary* diri sendiri, mempertingkat nilai diri, belajar untuk mengatakan tidak, bisa mandiri dalam hal menjaga diri, mengamalkan ketegasan, memperkuat

---

<sup>13</sup> Sidiq, Y. H., & Erihadiana, M. "Gender dalam Pandangan Islam." *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 3 (2022): 875-882.

<sup>14</sup> Wulandari, B. "Perempuan dan Pornografi Sebuah Seni Ataukah Eksploitasi." ,...,15-20.

perlindungan diri dan yang terakhir adalah berani untuk menyatakan atau *speak-up* jika merasakan diri sedang dieksploitasi.

- Menjaga *boundary* diri sendiri bisa dengan tidak ragu untuk mengatakan tidak ketika merasa diperlakukan dengan tidak wajar, dan jika pemangsa terlihat seperti tersinggung, maka haruslah tetap menghindari diri dari merasakan itu tanggungjawab korban hanya karena korban sedang menjaga *boundary* yang seharusnya tidak terlewatkan. Jika hal tersebut terjadi maka pemangsa akan melakukan hal yang lebih parah lagi karena pemangsa mahir dalam menghidu ruang kelemahan (merasa tidak enakan) yang korban miliki. Belajar untuk tidak menyalahkan diri dalam hal menjaga hak diri.
- Mempertingkat nilai diri karena korban selalunya adalah yang dirasakan oleh pemangsa seseorang yang lebih rendah nilainya dari dirinya. Inilah yang menyebabkan meningkatkan nilai diri adalah hal yang sangat penting bagi kalangan perempuan yang bisa dilakukan dengan cara mempertingkat kemahiran diri dalam hal termasuk pendidikan, kerjaya juga personaliti.
- Belajar menjaga diri secara mandiri. Golongan perempuan tidaklah lemah pada semua hal seperti pada *stereotype* yang bisa terdengarkan melainkan golongan tersebut bisa saja dijadikan seorang pemimpin, mengatur hidupnya sendiri tanpa perlu ada keterlibatan kaum adam dan lain-lain lagi.
- Mengamalkan ketegasan. Ketika seorang perempuan bisa untuk bersikap tegas maka ia akan bisa terhindar dari eksploitasi karena terkesan tidak memiliki empati yang tinggi juga lemah seperti perempuan pada *stereotype* yang telah disebutkan di atas.
- Memperkuat perlindungan diri juga salah satu solusi yang tidak boleh terlupakan dengan cara juga ini sangat identik dengan perihal berani untuk *speak-up*. Golongan perempuan yang membiarkan diri dalam kondisi eksploitasi berkemungkinan besar mempunyai ketakutan juga keraguan yang kuat sehingga tidak berani untuk *speak-up* yang bisa saja dilakukan dengan banyak cara antaranya melaporkan ke pihak yang bertanggungjawab tergantung di mana korban berada. Korban perlu untuk mendapatkan kesadaran tentang perihal *speak-up* ini, korban dan yang belum pernah jadi korban seharusnya tau di mana letak haknya sendiri dan tidak membiarkan hal tersebut berlarutan dalam jangka waktu yang lama

karena tentu saja bakal berdampak pada mental dan fisikal nya seorang perempuan itu.<sup>15</sup>

## **PENUTUP**

Golongan Perempuan terciprakan dengan daya Tarik yang luar biasa dari berbagai aspek seperti yang telah tersajikan sebelumnya. Adapun daya Tarik tersebut jika jatuh pada tangan yang salah pada zaman ini, maka akan berlakulah yang namanya eksploitasi Perempuan di media massa. Hal ini bukanlah hal yang seharusnya diterima baik melainkan setiap orang perlu ada kesadaran bahwa hal tersebut adalah salah di sisi agama karena golongan Perempuan akan-akan dibuat alat padahal dalam Islam, Perempuan diciptakan indah untuk dimuliakan dan bukan untuk dieksploitasi. Dengan yang demikian, semoga penelitian ini bisa mengurangi eksploitasi yang sedang lazim berlaku di waktu kini karena ia melibatkan dampak pada mental dan fisikal golongan Perempuan yang seharusnya tidak diambil remeh.

---

<sup>15</sup> Watie, Errika Dwi Setya. "Representasi Perempuan Dalam Media Massa Masa Kini." *Jurnal The Messenger* 2, no. 2 (2016): 1-10.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Tasya Nurian., Azizah Wiladatur Rahma, & Yusack Tri Nur Cholis. *Eksplorasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Dolce & Gabbana*. *Jurnal Audiens*, 2023, 1(2).
- Lajnah pentahsihan Mushaf Al-Qur'an, *Seksualitas Dalam Pespektif al-Qur'an dan Sains*, (Lajnah Pentahsishan Mushaf Al-Qur'an, 2012).
- Muhamad Shidqii Faadhilah, Muhammad Fahreza Aliazzra, & Fadli Ammar Tsany. *Eksplorasi Seksualitas Perempuan dalam Iklan Shopee Versi Big Sale 11.11 2020*. *Jurnal Audiens*, 2023, 3(4).
- Rafidati, Tsabita., Mila Pratika Fitri, & Shafira Aisa Fadilla. *Eksplorasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka*. *Jurnal Audiens*, 2023, 3(1).
- Watie, Errika Dwi Setya. "Representasi Perempuan dalam Media Massa Masa Kini." *Jurnal The Messenger* 2, no. 2 (2016).
- Wulandari, B. *Perempuan dan Pornografi Sebuah Seni Ataukah Eksploitasi*. *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum*. 2023.
- Setiawati, Aan, & Pratama, G. "Eksploitasi Perempuan dalam Iklan Media Massa." *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra* 6, no. 2 (2021)
- Sidiq, Y. H., & Erihadiana, M. "Gender dalam Pandangan Islam." *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 3 (2022)
- <https://kbbi.web.id/eksploitasi> - diakses pada 3/5/24
- <https://kbbi.web.id/media> - diakses pada 3/5/24