

# ARTIKULASI PERSEPSI DAN PREFERENSI PEMANFAATAN BIRO JODOH OLEH PEREMPUAN

Nur Laila Meilani

FISIP Universitas Riau, Pekanbaru  
Email: meilanimeilani09@gmail.com

**Abstract:** This study aims to examine two things; how is women perceptions and preferences about the dating agency utilization on mass media (offline) in Pekanbaru; and how then this social act shifted toward the use of the online dating agency that influenced by communication technology advances. This study is a descriptive quantitative research. Sample of the study are determined accidentally to gain data and information linked to women preferences and perceptions on the utilization of offline dating agency. While the focus on the online dating agency utilization, the data is supplied documented. The result showed that dating service column provided on mass media is well popular amongst matchmaking seekers. Interestingly, along with the development of the information society, the advantage of dating service on mass media is no longer favored merely by women.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan mengkaji dua hal; bagaimana persepsi dan preferensi perempuan di Pekanbaru tentang pemanfaatan biro jodoh di media massa (*offline*); dan bagaimana kemudian tindakan sosial ini bergeser ke arah pemanfaatan biro jodoh *online*, yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi komunikasi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Subjek penelitian ditentukan secara *accidental* untuk menjangkau data dan informasi yang terkait dengan preferensi dan persepsi perempuan tentang manfaat biro jodoh *offline*, sedangkan fokus pemanfaatan biro jodoh *online*, data dijaring dengan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rubrik jodoh ini sudah bukan rahasia umum bagi para pencari jodoh. Menariknya, seiring dengan berkembangnya 'masyarakat informasi', pemanfaatan rubrik jodoh di media massa tidak lagi digemari hanya oleh kaum perempuan.

**Kata Kunci:** biro jodoh, perempuan, persepsi

## PENDAHULUAN

*Women were created from the rib of man to  
be beside him  
Not from his head to top him  
Not from his feet to be trampled by him  
But from under his arm to be protected by him  
Near to his heart to be loved by him*  
(David O. McKay)

Penggalan *quote* dari David O. McKay di atas memiliki berbagai macam interpretasi yang berbeda. Terlebih jika memahami penggalan kalimat tersebut dalam kajian hermeneutik yang memungkinkan kita untuk bisa menafsirkan isi sesuatu teks dengan menggunakan bahasa yang kita pakai sendiri. Bahkan selalu ada sejumlah penafsiran atau interpretasi yang didasarkan atas berbagai segi ruang dan waktu (Sumaryono, 1999). Jika dipahami secara umum *quote* tersebut hendak menunjukkan tentang hubungan laki-laki dan perempuan; bahwa secara analogi, hubungan laki-laki dan perempuan seharusnya dibangun atas dasar prinsip egaliter (kesetaraan). Akan tetapi jika dikaji lebih dalam dengan perspektif

hermeneutik, berbagai analogi yang dikemukakan David O. McKay tersebut dapat bersifat bias gender yang menempatkan salah satu jenis kelamin pada posisi yang subordinat atas jenis kelamin yang lain, dalam hal ini adalah perempuan sebagai subordinat laki-laki.

Sisi bias gender dalam penggalan *quote* di atas tampak dalam interpretasi atas peran dan kedudukan perempuan yang harus dikasihi, disayangi, dicintai, dilindungi dan lain sebagainya oleh kaum laki-laki. Hal ini secara lebih jauh seolah-olah hendak membangun *stereotype*<sup>1</sup> bahwa perempuan adalah kaum yang "lebih lemah" daripada kaum laki-laki. Tidak dapat dipungkiri bahwa berbagai *stereotype* yang melekat pada perempuan seringkali membawa efek yang negatif bagi diri perempuan tersebut. Misalnya, *stereotype* bahwa perempuan adalah makhluk yang lemah dan harus bergantung pada laki-laki, bahwa ranah perempuan adalah ranah reproduksi dan domestik, bukan produktif apalagi publik, bahwa perempuan dalam posisinya sebagai *garwa* (istri)

harus menjadi “*sigaraning nyawa*” (belahan jiwa) bagi laki-laki/suaminya, hingga berkembang semacam anekdot yang mengatakan bahwa seorang istri terhadap suami adalah “*suwarga nunut, neraka katut*” (surga turut, neraka ikut). Apapun yang dilakukan oleh suami/laki-laki, istri/perempuan akan ikut menanggung segala macam konsekuensinya, baik positif maupun negatif.

Berbagai macam *stereotype* tersebut pada gilirannya menempatkan perempuan dalam posisi subordinat terhadap laki-laki. Subordinasi peran dan posisi perempuan ini antara lain memposisikan perempuan sebagai konektor/*fixer*, perempuan sebagai penyenang/*pleaser*, perempuan sebagai korban/*victim*, perempuan sebagai boneka/*wayang/puppet*, perempuan sebagai suhada/*martyr*, dan perempuan sebagai pengemis/*beggar* (Jackson dalam Demartoto, 2005).

Idealnya, pola hubungan dalam kekuasaan antara laki-laki dan perempuan dibangun atas dasar prinsip-prinsip keadilan dan kesetaraan dalam konteks relasi gender, bukan konteks jenis kelamin. Sebab dalam konteks jenis kelamin, memang terdapat berbagai perbedaan yang nyata yang memang membutuhkan diferensiasi perlakuan antara laki-laki dan perempuan, misalnya, karena perempuan mengalami siklus reproduksi bulanan/haid, oleh karenanya dipertimbangkan tentang perlunya cuti haid, sedangkan dalam konteks gender yang dipahami sebagai konstruksi sosial yang membentuk identitas serta pola-pola perilaku dan kegiatan laki-laki dan perempuan (Demartoto, 2005), pola hubungan laki-laki dan perempuan haruslah dijalankan secara adil dan setara tanpa bias gender. Sebab secara kodrati, laki-laki dan perempuan tidak mungkin akan terpisahkan, karena eksistensi keduanya adalah saling membutuhkan dan saling melengkapi, dorongan ini muncul secara alamiah dari dulu dan mungkin hingga akhir zaman. Hubungan saling membutuhkan dan saling melengkapi ini kemudian mengejawantah dalam hubungan dan/atau ikatan emosional yang dibangun berdasarkan dorongan ketertarikan lawan jenis yang menempatkan laki-laki dan perempuan sebagai makhluk yang berpasangan. Institusi pernikahan menjadi tingkatan

tertinggi sebagai bentuk legitimasi atas konsekuensi hubungan yang saling membutuhkan dan melengkapi tersebut, sehingga baik laki-laki maupun perempuan secara kodrati pasti akan mengalami fase pencarian pasangan hidup (suami/istri). Dalam fase ini, beberapa dapat dengan mudah menemukan (calon) pasangannya, tapi beberapa lagi mengalami kesulitan untuk menemukan (calon) pasangan. Kemudian muncul beberapa alternatif bagi mereka yang kesulitan untuk menemukan (calon) pasangan, misalnya melalui media perijodohan.

Karena sedemikian sakralnya perkawinan dalam budaya tradisional kita (Hidir, 2000), maka banyak ritual yang menyertai menuju pernikahan tersebut. Ini semua karena perkawinan dianggap sebagai upacara inisiasi. Sarana menuju perkawinan adalah pemilihan jodoh, maka perijodohan masih dianggap sakral. Fenomena perijodohan adalah hal yang alami dalam kehidupan manusia. Perijodohan dalam era dahulu selalu diintervensi oleh keluarga dan kerabat, namun seiring perkembangan zaman perubahan telah terjadi. Perijodohan tampaknya semakin ditinggalkan dan mereka kaum muda ingin menentukan pasangannya sendiri. Tetapi dalam perjalanannya tidaklah semudah yang dikira.

Harus diakui bahwa seringkali perempuan—meskipun zaman sudah berubah— mereka tidak begitu bebas dalam menentukan pilihan jodohnya. Hal ini dinyatakan oleh Wignyosoebroto (1996) bahwa dimanapun dunia perempuan selalu didominasi oleh dunia laki-laki. Oleh karena itu, kaum perempuan jadi tidak bebas lagi dalam menentukan segala hajat hidupnya.

Kriteria dan budaya dalam masyarakat Indonesia harus diakui masih mencerminkan bias gender. Kaum perempuan yang lambat mendapat jodoh selalu dinilai sebagai orang yang tidak laku, lain halnya dengan kaum laki-laki. Oleh karena kesulitannya itu, satu fenomena menarik menurut laporan *Kompas* 22 Desember 2002, menjelaskan bahwa kaum perempuan perkotaan kini sangat menggemari rubrik jodoh dalam beberapa media massa. Di awal era 2000-an, rubrik jodoh di media massa seolah menjadi *mainstream* yang jamak ditemukan dan dinik-

mati oleh masyarakat pembaca dari berbagai kalangan. Popularitas rubrik jodoh di media massa ini seolah mampu menggeser eksistensi rubrik lowongan pekerjaan yang sebelumnya (disinyalir) lebih digemari oleh masyarakat. Antusiasme masyarakat, khususnya yang masih *single* pun juga lumayan tinggi.

Munculnya rubrik semacam ini sebenarnya dari pemikiran bahwa sebagian dari anggota masyarakat “mungkin” ada yang merasa kesulitan dalam pencarian jodohnya termasuk oleh kaum perempuan. Hasil penelitian Vasantkumar (1981) di Salatiga dan Ria Atameng (1990) di Semarang, menemukan kesamaan bahwa sebagian besar setuju perkawinan antar suku, ras, golongan dan sebagainya asalkan agamanya sama, dan semua perjodohan haruslah berjalan normal, tidak melalui rubrik jodoh. Karenanya rubrik jodoh dianggap sebagai sarana untuk pencarian jodoh secara terselubung, pola ini dianggap aman bagi kaum perempuan yang tidak secara berani mengungkapkan keinginannya itu secara terbuka.

Akan tetapi pada gilirannya, fenomena pencarian jodoh oleh perempuan melalui rubrik jodoh di media massa cetak (*offline*) ini bergeser menjadi pencarian jodoh melalui jejaring sosial yang sifatnya *online*. Hal ini sebagai dampak dari perkembangan zaman yang segala sesuatunya menjadi mengglobal dan terdigitalisasi serta serba *online*. Sebagai konsekuensi dari pergeseran dari masyarakat industri menjadi masyarakat informasi (*information society*), persoalan tentang pencarian pasangan hidup pun bergeser dengan memanfaatkan dunia maya (internet). Sebutlah berbagai macam situs jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *hangout*, *whatsapp*, *Blackberry Messenger (BBM)*, *Line*, dan sebagainya yang memungkinkan terjadinya pertemuan antara laki-laki dan perempuan dari berbagai kalangan usia di seluruh penjuru dunia.

Berangkat dari permasalahan tersebut, tulisan ini mencoba melakukan rekonstruksi atas terjadinya pergeseran pemanfaatan biro jodoh yang semula secara *offline* di media massa cetak menjadi *online* di berbagai situs *social media*, sehingga yang menjadi pertanyaan dalam kajian

ini antara lain:

1. Bagaimana persepsi kaum perempuan terhadap fenomena pencarian jodoh melalui (*offline*)?
2. Apakah motivasi dan preferensi perempuan dalam pengambilan keputusan untuk memanfaatkan media massa cetak (*offline*) dalam rangka pencarian jodoh?
3. Bagaimana aksesibilitas perempuan dalam menyiasati kesulitan jodoh bila sekiranya mereka mengalaminya?
4. Bagaimana aksesibilitas perempuan terhadap *social media online* dalam rangka pencarian jodoh ketika rubrik jodoh di media massa cetak tidak lagi menjadi *mainstream*?

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Untuk menjangkau data dan informasi tentang persepsi dan preferensi perempuan dalam pemanfaatan biro jodoh di media massa cetak, dilakukan pengumpulan data secara purposive di kecamatan Sail Pekanbaru. Dipilihnya lokasi ini disebabkan daerah ini cukup banyak rumah sewaan/kontrak yang dihuni kaum perempuan remaja, baik berstatus pelajar, mahasiswa maupun pekerja.

Subjek penelitian adalah mereka anak perempuan dan dewasa yang dikategorikan usia kawin yang menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan yaitu dengan usia ideal 19 tahun ke atas. Penentuan subjek diambil secara *accidental*. Selanjutnya analisis data dilakukan secara deskriptif. Data yang diperoleh tidak hanya ditampilkan tetapi juga akan dilakukan interpretasi oleh peneliti, sedangkan data tentang pemanfaatan rubrik jodoh secara *online* dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, maka instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Dengan demikian, peneliti selama jalannya pengumpulan data berusaha menggali dan menjangkau informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai situs *online* yang terkait dengan tujuan kajian ini. Selanjutnya di dalam analisis data akan digunakan pendekatan *dialogical interpretation*, yaitu suatu dialog antara pemahaman emic dengan pemahaman etic untuk memahami

gejala yang ditemui. Dari proses dialog tersebut akan dihasilkan *negotiate meaning* yang kemudian diwujudkan dalam bentuk hasil kajian/pembahasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Subjek Penelitian

Bila kita lihat usia rata-rata responden saat penelitian berlangsung, mereka ini tergolong dalam usia matang untuk berumah tangga atau kini tengah menjajaki kemungkinan untuk berumah tangga, maka wajar bila diantara mereka dalam kurun usia ini banyak yang mencari atau sebagian sudah memiliki calon pasangan dan pendamping hidupnya. Terlebih bila dikaitkan dengan rata-rata usia mereka yang berkisar 25-27 tahun, maka dapat dipastikan mereka kini banyak berusaha untuk mempersiapkan diri ke arah perkawinan mereka dengan calon pendamping masing-masingnya (bila memang sudah ada).

Selanjutnya berdasarkan hasil lacakan subjek penelitian di lapangan kaum remaja puteri setingkat SLTA banyak yang hanya berstatus sebagai Pegawai swasta. Ini disebabkan mereka memiliki keterbatasan dan akses yang rendah untuk menempati jenis pekerjaan yang lebih baik di sebabkan jenjang pendidikan yang mereka miliki untuk waktu sekarang ini dianggap rendah. Oleh sebab itu, sebagian dari mereka ada juga yang mencoba melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, dengan jalan *nyambi* sambil kuliah. Ini didasari oleh mereka, karena dalam era sekarang ini, persaingan kerja semakin sulit, apalagi hanya sebatas SLTA.

### Kehidupan dan Pengalaman Remaja

Meskipun sebagian diantara mereka ada yang sudah memiliki “pacar” namun bagi sebagian lain dari mereka ada juga yang belum merasa puas dan masih ragu-ragu untuk dijadikan calon pendamping. Sementara itu di pihak lain, ada juga sebagian dari mereka yang memang belum pernah sama sekali memiliki pacar dalam hidupnya.

Belum pernahnya sebagian dari mereka untuk merasakan berpacaran, bukan berarti mereka tidak berkeinginan. Tetapi sebaliknya, sebagaimana dimaklumi dalam tata budaya timur, seringkali ada hambatan bagi kaum perempuan untuk menyampaikan hasrat dan keinginan untuk mengungkapkan rasa cinta pada seseorang. Hasrat ini selain dibelenggu oleh adat-adat ketimuran, juga memang kaum perempuan itu sendiri terkadang merasa malu dan tidak percaya diri untuk pengungkapan secara verbal dan terbuka. Akibatnya, mereka seringkali terjebak pada rasa menunggu dalam ketidakpastian.

Meskipun demikian, dalam ranah ketimuran yang masih kental ternyata dalam pengalaman hidup responden yang berhasil diwawancarai bukan berarti mereka itu sama sekali tidak pernah mengenal cinta. Tabel 1 menunjukkan adanya sinyalemen bahwa perempuan itu pasif dalam mencari cinta dan lebih banyak menunggu, sehingga mereka mengalami belum pernah berpacaran cukup banyak jumlahnya yaitu mencapai 39 % dari total responden sebanyak 64 orang. Artinya sejak mereka lahir dan hingga sekarang

**Tabel 1. Pengalaman Hidup Remaja dalam Berpacaran**

belum memiliki pacar jumlahnya cukup besar, yakni 25 orang dari 64 orang responden.

Asumsi ini memang belum tentu benar dan perlu dilakukan penelitian lebih jauh, tetapi berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa belum pernahnya mereka berpacaran ini bukan berarti mereka tidak mau dan tidak pernah jatuh cinta. Mereka umumnya dalam usia remaja pernah jatuh cinta dan menginginkan hidup layaknya sebagaimana remaja lain secara wajar, di mana mereka dapat menikmati masa remaja dengan indah. Namun karena kungkungan dan budaya serta ketidakberanian mengungkapkan rasa cinta menyebabkan mereka sampai kini belum pernah mengalami masa pacaran.

Sementara itu, untuk sebagian lain dari mereka, ternyata ada juga yang pernah mengalami jatuh cinta dan berpacaran di atas 2 kali dalam hidupnya. Jumlah inipun cukup besar mencapai 28 % dari total 64 orang responden. Ini menunjukkan bahwa korelasi umur dan jenis kelamin tampaknya tidak ada perbedaan dalam fenomena jatuh cinta. Jatuh cinta tampaknya untuk

pisahannya mereka untuk hidup sendiri baik sebagai mahasiswa ataupun bekerja, di mana ia harus terbiasa hidup mandiri di kota yang jauh dari sanak keluarga telah memberinya banyak kesempatan untuk bergaul secara luas seiring dengan kenaikan jumlah usia yang dialaminya.

Asumsi ini dapat dilihat dari lamanya bermukim, yakni mereka yang baru bermukim di bawah 2 tahun. Umumnya mereka masih mencari jati diri, orientasi terhadap lingkungan dan masih memiliki pergaulan yang terbatas sebagai pendatang baru di kota Pekanbaru. Sementara itu, untuk umur responden waktu dilakukan penelitian dalam mengalami berpacaran pertama kali, umumnya berkisar 21 – 25 tahun sebanyak 25 %. Berdasarkan temuan lapangan yang demikian, bila dilakukan pelacakan lebih jauh, dapat diketahui beberapa hal, antara lain:

1. Budaya permisif sudah mulai menjangkiti kaum remaja perempuan Kota Pekanbaru, yakni dalam usia remaja seperti itu, mereka umumnya kini sudah mulai ingin mengenal lawan jenis lebih jauh.
2. Sebagai akibat pergaulan yang semakin luas, terpisah dari keluarga, dan lingkungan kehidupan rumah kontrakan (kos-kosan) telah pula menyebabkan mereka memiliki kesempatan yang lebih luas untuk memulai berpacaran.
3. Masih adanya kekuatiran bahwa bila perempuan sudah berusia di atas 20 tahunan, sudah dianggap dewasa dan harus segera mempersiapkan pernikahan atau minimal sudah harus ada calon pendamping. Maka dorongan se-

kasus ini lebih pada faktor kesempatan dan kesempatan serta ditunjang faktor luasnya pergaulan dan budaya permisif diantara mereka. Asumsi ini dibuktikan dari hasil wawancara lanjutannya yang disajikan dalam Tabel 2. Dari sajian data, sekilas terlihat bahwa ada hubungan antara pengalaman mereka berpacaran dengan lamanya ia bermukim (pisah) dengan keluarga dan pengalaman untuk berpacaran. Sekali lagi, asumsi ini memang perlu dikaji lebih lanjut, namun paling tidak terlihat bahwa dengan ber-

**Tabel 2. Pengalaman Remaja Berpacaran dan Lama Bermukim di Pekanbaru**

No	Pengalaman Remaja Berpacaran	Lama Bermukim di Pekanbaru	Total/%
1.	Belum Punya (Belum Pernah)	< 2 tahun	6/9%
2.	1 Kali	2 -4 tahun	9/14%
3.	2 Kali	> 5 Thn	12/19%
4.	Di adu dengar	> 5 Thn	18/28%
	Total		37/59%
			31/49%
			8/12%

perti itu telah pula menyebabkan kaum remaja putri “sebagian” menjadi berjiwa oportunistis.

### **Ketertarikan dan Preferensi Ikutserta dalam Rubrik Jodoh**

Upaya pencarian jodoh dalam kehidupan setiap orang adalah manusiawi, bahkan pada zaman dahulu kala, konon jodoh itu seringkali diatur dan ditentukan oleh orang tua atau kerabatnya. Peran kerabat dalam menentukan jodoh dahulu kala sangat besar, namun seiring perubahan dan perkembangan penduduk peran-peran seperti itu mulai menyusut dan digantikan oleh peran individu masing-masing dalam menentukan dan memilih jodohnya.

Dewasa ini peran lembaga pencarian jodoh, tidak hanya keluarga atau individu saja, tetapi telah melebar ke berbagai media, termasuk media massa. Akhir-akhir ini banyak media massa (terutama media massa mingguan atau edisi minggu) selalu menyajikan sebuah rubrik remaja, salah satunya adalah rubrik biro jodoh.

Kemudian berdasarkan hasil lacakan lapangan terhadap kaum remaja perempuan di Kelurahan Cintaraja tentang ketertarikannya terhadap media massa dan rubrik jodoh. Tabel 3 menunjukkan umumnya kaum remaja puteri pernah dan mengetahui adanya rubrik jodoh di media massa. Ini dibuktikan bahwa mereka yang pernah membaca rubrik ini mencapai (40%),

sementara mereka yang membaca kemudian ikut serta dan mencoba rubrik itu mencapai (44 %). Sementara mereka yang tidak pernah membaca 16 %. Bagi mereka yang tidak pernah membaca ini, bukan berarti bahwa mereka tidak adanya rubrik jodoh di media massa. Adanya rubrik ini sudah bukan rahasia umum, mereka umumnya mengetahui. Tetapi mereka ini umumnya tahu namun mereka tidak tertarik untuk mengikuti dan membacanya. Ketidaktertarikan mereka itu bila diperinci disebabkan :

1. Merasa bahwa membaca rubrik jodoh adalah pekerjaan membosankan dan monoton. Karena topiknya hanyalah dari keisengan atau kegalauan sebagian masyarakat tentang pencarian jodoh. Topik ini dari minggu ke minggu nyaris sama saja, sehingga mereka tidak tertarik.
2. Merasa bahwa rubrik jodoh adalah tidak tepat bagi mereka, sebab jodoh dan kematian adalah urusan illahi. Maka hiduplah secara wajar dan tidak perlu membuang-buang waktu dengan membaca rubrik seperti itu.
3. Adanya kekuatiran dan kesangsian bahwa identitas yang diberikan dan dicantumkan dari peserta rubrik itu adalah palsu yang muncul dari keisengan peserta sebagai oportunistis.

Selanjutnya dari sajian Tabel 3 terlihat bahwa umumnya mereka (responden) pernah tahu dan membaca adanya rubrik jodoh di media massa. Namun demikian dari semua responden

**Tabel 3. Persepsi Remaja Terhadap Rubrik Biro Jodoh Diperinci dengan Mulai Mereka Berpacaran**

No	Persepsi Remaja Terhadap Rubrik Jodoh di Media Massa	Usia Pertama Mulai Mengenal Lawan Jenis				Total
		Dibawah 20 Tahun	21- 25 Tahun	Di atas 25 Thn	Belum Pernah pacaran	
1.	Pernah Membaca saja	5	10	7	4	26 (40%)
2.	Membaca dan Ikutserta	4	5	5	14	28 (44%)
3.	Tidak Pernah Membaca	3	0	0	7	10 (16%)
Total		12 (19 %)	15 (25%)	12 (19%)	25 (39 %)	64 (100%)

**Tabel 4. Preferensi Remaja Ikuserta Rubrik Biro Jodoh Diperinci dengan Mulai Mereka Berpacaran**

yang berjumlah 64 orang itu, meskipun mereka pernah membaca, tetapi tidak semuanya pula pernah mencoba ikut serta dalam rubrik tersebut. Alasan mengapa mereka tidak tertarik, sebagaimana dijelaskan diatas bahwa mereka merasa tidak tertarik. Sementara mereka yang pernah mencoba memiliki alasan tersendiri pula tentunya. Alasan-alasan tersebut bila diperincikan secara garis besarnya pada Tabel 4.

No	Alasan Mencoba Rubrik Jodoh di Media Massa	Usia Pertama Mulai Mengenal Lawan Jenis
	< 20 tahun	21-25 tahun
1.	Keisengan belaka (coba-coba) saja 26 orang (40%) dan 10 orang (16%) tidak pernah membaca sama sekali.	4
2.	Mencari jodoh ideal	0
3.	Tertarik dengan iklan yang ditawarkan ini disebabkan karena:	0
	a. Coba-coba (iseng). Keisengan ini bila dirinci lebih disebabkan oleh karena :	5
	o Mereka hanya ingin mengetahui seberapa besar respon masyarakat (dunia laki-laki) dalam memilih dirinya untuk dijadikan jodoh. Dengan kata lain seberapa besar kah dirinya laku dan memiliki daya tarik bagi orang lain. Rasa penasaran ini diuji dengan mencoba rubrik jodoh.	
	o Ingin mengetahui dan menambah pergaulan. Diharapkan dari rubrik ini akan bertemu berbagai sahabat/kenalan dari berbagai daerah. Terlepas apakah nantinya cocok untuk jadi pacar/jodoh atau tidak.	

b. Sementara bagi mereka yang ingin mencari jodoh/pasangan ideal dari keikutsertaa mereka dalam rubrik ini adalah hampir mirip dengan alasan poin ke tiga yakni; tertarik dengan iklan yang ditawarkan. Alasan ini bila diperinci lebih jauh disebabkan :

- o Diharapkan dengan ikutserta dalam rubrik ini akan bertemu jodoh/pasangan yang diinginkan. Mereka ini umumnya diliputi rasa cemas akan ketidakpunyaan pasangan hidup, karena umur semakin bertambah.
- o Dengan ikutserta rubrik ini merupakan artikulasi kepentingan dari mereka dalam pencarian jodoh.
- o Budaya malu dan pasif adalah milik perempuan dalam mencari jodoh, tetapi dengan cara ini sedikit tertutupi.
- o Ingin mencari pasangan ideal dan pernah tertarik pada iklan yang ditawarkan; adanya iklan dari seorang laki-laki yang mencari pasangan hidup dengan kriteria yang ideal dan merasa dirinya memenuhi kriteria yang diminta.  
Adanya alasan-alasan itulah mengapa perempuan kota Pekanbaru mencoba rubrik jodoh ini.

**Aksesibilitas dan Antisipasi Kesulitan Jodoh**

Setelah menguraikan bagaimana persepsi perempuan kota Pekanbaru dalam memandang fenomena rubrik jodoh. Ternyata tidak seluruh-

nya kaum perempuan ingin dan berminat mengikuti rubrik ini, meskipun sejumlah besar responden yang ditemui menyatakan pernah membaca dan bahkan 44 % pernah membaca dan ikut serta. Kendatipun keikutsertaan mereka, bukanlah murni dilandasi dari keinginan mencari jodoh secara utuh dari rubrik tersebut.

Sebagaimana dimaklumi, dalam budaya timur dan *stereotype* yang muncul pada kaum perempuan, kaum perempuan ini selalu diidentikkan dengan kaum yang emosional, pemalu dan pasif. Oleh karena adanya *label* seperti itu, maka individu perempuan dalam mencari pasangan lebih banyak menunggu dan menerima. Dengan demikian, kesulitan-kesulitan dalam mencari jodoh seringkali banyak ditemui oleh kaum perempuan. Sementara itu adanya bias gender dalam budaya patriarki yang ada selalu menyudutkan kaum perempuan bila mereka lambat atau kesulitan mencari pasangan hidupnya. Adanya label perawan tua, tidak laku dan sebagainya adalah satu fenomena yang banyak menakutkan kaum perempuan — kalau-kalau — mereka ini sampai pada batas waktu dan umur tertentu belum atau tidak memiliki pasangan hidupnya.

Dengan adanya fenomena seperti itu, maka kaum perempuan hendaknya minimal harus punya rencana dan antisipasi guna menyiasati keadaan seperti itu bila hal itu terjadi. Berdasarkan hal itu berikut ditanyakan bagaimana upaya mereka dalam menyiasati kesulitan mencari pasangan, bila sekiranya mereka dalam batas usia tertentu merasa belum memiliki pasangan.

Dari data Tabel 5 terlihat bahwa mereka (ketika penelitian ini berlangsung) umumnya telah memiliki calon pendamping (pacar). Kemudian bila kita bandingkan dengan tabel sebelumnya (tabel 5) di mana terlihat bahwa mereka yang belum pernah berpacaran ketika dilakukan wawancara berjumlah 25 orang (39 %). Sementara dari tabel di atas terlihat bahwa mereka yang kini tidak memiliki pacar naik menjadi 27 orang. Ini perlu dijelaskan bahwa;

- a. Tabel 5 hanya menjelaskan apakah mereka pernah berpacaran atau tidak. Mereka yang pernah berpacaran bukan berarti selamanya akan tetap memiliki pacar.
- b. Ada perbedaan antara mereka yang belum pernah berpacaran sama sekali (tabel 5) dengan mereka yang sudah pernah berpacaran.
- c. Mereka yang pernah berpacaran, bukan berarti mereka tetap memiliki pacar, tetapi ada kemungkinan mereka telah memutuskan hubungan tersebut, sehingga statusnya berubah menjadi tidak memiliki pacar.

Kemudian dari tabel di atas juga menunjukkan bahwa upaya yang mungkin akan dilakukan dalam menyiasati kesulitan pencarian jodoh, selain melalui keisengannya melalui rubrik jodoh. Langkah yang paling mungkin ditempuh adalah dengan jalan bekerja di sektor publik. Alasan ini paling banyak dikemukakan sebab:

- a. Dengan bekerja di sektor publik akan menambah luas pergaulan, maka diharapkan dari luasnya pergaulan ini akan menemukan pasangan hidup.

### **Tabel 5. Preferensi Remaja Ikuserta Rubrik Biro Jodoh Diperinci dengan Mulai Mereka Berpacaran**

- b. Umumnya mereka dewasa ini tengah menjadi mahasiswa (bahkan sebagian sarjana), maka bekerja adalah lahan untuk aktualisasi diri sambil mencari pasangan hidup.
- c. Dengan mereka bekerja diharapkan mereka akan memiliki “nilai jual” lebih, sehingga hal ini turut memudahkan bagi mereka untuk mencari pasangan hidup.

Sementara itu, sebagian lain banyak pula kaum perempuan yang tidak siap menyasati keadaan yang tidak diinginkan tersebut. Mereka banyak menjawab tidak tahu (39 %) bagaimana upaya mereka bila mereka kesulitan mencari jodoh sampai batas waktu tertentu.

#### **Pergeseran Pemanfaatan Rubrik Jodoh dari Offline Menjadi Online oleh Kaum Perempuan**

Kini, memasuki era masyarakat informasi, rubrik biro jodoh di media massa khususnya media massa cetak yang sifatnya *offline* mulai di-

tinggalkan oleh masyarakat penikmat rubrik ini. Kesulitan jodoh ataupun bentuk aktualisasi diri remaja perempuan diantisipasi dan disikapi dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang sifat aktivitasnya adalah aktivitas *online* yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Terdapat beberapa situs *online* yang “masih bisa” dikatakan sebagai rubrik jodoh di era digital ini. Sebutlah situs [www.berpasangan.com](http://www.berpasangan.com), [www.meetra.co.id](http://www.meetra.co.id), [www.jodoh-islam.com](http://www.jodoh-islam.com), [www.jodohkristen.net](http://www.jodohkristen.net), [www.indonesiancupid.com](http://www.indonesiancupid.com), dan masih banyak situs *online* yang spesifik menyediakan sarana pencarian jodoh (baca: pasangan). Salahsatu situs *online* yang cukup banyak peminat serta familiar di kalangan para *browser* adalah situs [www.indonesiancupid.com](http://www.indonesiancupid.com).

Situs [www.indonesiancupid.com](http://www.indonesiancupid.com) merupakan bagian/produk/layanan yang dioperasio-

**Tabel 6. Fitur Situs yang Dapat Diakses oleh Keanggotaan Standar, Gold, dan Platinum**

<b>Keanggotaan Standar</b>	<b>Keanggotaan Gold</b>	<b>Keanggotaan Platinum</b>
Membuat profil pribadi (umum)	Membuat profil pribadi (umum)	Membuat profil pribadi (umum)
Mengungkapkan ketertarikan	Mengungkapkan ketertarikan	Mengungkapkan ketertarikan
Menambahkan 5 foto	Menambahkan 5 foto	Menambahkan 5 foto
Berkomunikasi dengan anggota pra bayar	Berkomunikasi dengan anggota pra bayar	Berkomunikasi dengan anggota pra bayar
Membaca pesan dari anggota pra bayar	Membaca pesan dari anggota standar	Membaca pesan dari anggota standar
	Instant messaging	Instant messaging
	Memperbolehkan anggota standar untuk membaca pesan	Memperbolehkan anggota standar untuk membaca pesan
	Menambahkan profil personal	Menambahkan profil personal
	Menyertakan informasi personal dalam pesan	Menyertakan informasi personal dalam pesan
	Meletakkan peringkat profil di atas anggota standar	Meletakkan peringkat profil di atas anggota gold
		Melihat profil video
		Kirim pesan video
		Baca pesan video
		Translate pesan ke bahasa lain

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

nalkan oleh Cupid Media Pty Ltd, sebuah perusahaan profit internasional yang berkantor di Australia. Cupid Media telah berhasil menempatkan diri sebagai salahsatu perusahaan *online* penyedia layanan pencari pasangan yang terbesar di dunia. Perusahaan ini didirikan tahun 2000 dan kini telah memiliki lebih dari 30 juta anggota di seluruh dunia. Sebagai media *online dating*, Cupid Media membangun layanan *online dating* berdasarkan *ethnicity* (etnis), *religion* (bangsa/negara), *physical appearance* (karakteristik fisik), *special interests* (minat), *lifestyle* (gaya hidup), dan sebagainya. Situs berdasarkan negara, maka muncullah indonesiacupid, rusiacupid, thaicupid, dan sebagainya. Berdasarkan etnis, dibangun [www.afrointroduction.com](http://www.afrointroduction.com), [www.blackcupid.com](http://www.blackcupid.com). Berdasarkan *physical appearance*, ada [www.bbwcupid.com](http://www.bbwcupid.com) yang merupakan *niche online dating network* bagi mereka yang bertubuh besar (plus atau *big size*). Bahkan ada situs [www.gaycupid.com](http://www.gaycupid.com) yang merupakan media *networking* bagi kaum gay.

Secara spesifik, situs [www.indonesiacupid.com](http://www.indonesiacupid.com) mengkategorikan keanggotaannya dalam tiga kategori, yaitu keanggotaan standar, gold, dan platinum. Perbedaan masing-masing keanggotaan terdapat pada benefit dan fitur situs yang dapat diakses oleh masing-masing anggota ditiap kategori.

Dapat disimpulkan bahwa secara umum, seluruh kategori anggota harus membuat profil pribadi yang selanjutnya mampu menjadi gambaran bagi anggota lain yang juga sedang mencari pasangan. Profil diri yang harus diisi adalah tentang informasi dasar terkait dengan:

a. Penampilan fisik, yang terdiri dari warna rambut, warna mata, tinggi, berat, tipe badan (kurus, langsing, atletis, lebih beberapa kilogram, dll), mayoritas etnis, *overview* penampilan (di bawah rata-rata, menarik, sangat menarik, dll). Informasi dasar mengenai penampilan fisik ini sangat berpotensi memim-

bulkan informasi yang bias gender, terutama bagi kaum perempuan. Sebab seringkali penilaian terhadap karakteristik fisik diri perempuan menjadi objek eksploitasi serta menjadi tolok ukur “laku atau tidaknya” perempuan tersebut dalam usaha mencari pasangan. Muncul semacam “aturan main” yang tidak tertulis bahwa dalam mencari pasangan, perempuan dinilai dari penampilan fisiknya, laki-laki dari isi dompetnya (kaya-miskin, dan status ekonomi).

- b. Gaya hidup, yang berisi informasi mengenai apakah anggota tersebut seorang peminum atau tidak, perokok atau tidak, status pernikahan, jumlah anak, keinginan untuk punya anak (lagi), pekerjaan, kesediaan untuk relokasi/pindah, tipe hubungan yang ingin dijalani (penpal<sup>1</sup>, persahabatan, *dating/romance*, dan pernikahan).
- c. Latar belakang/nilai budaya yang terdiri dari kebangsaan, pendidikan, *english skill*, kemampuan berbahasa Indonesia, agama, shio, dan zodiak.
- d. Dekripsi pribadi dalam bentuk *essay* yang disusun dan dibuat sendiri dengan kreativitas kata-kata anggota yang bersangkutan.

Pada akhirnya eksistensi biro jodoh *online* tersebut cenderung bersifat bias gender (walau pun tidak secara eksplisit). Meskipun tidak lantas dapat digeneralisir bahwa kaum perempuanlah yang menjadi “korban” atas bias gender tersebut, akan tetapi jika merujuk pada keberadaan fitur profil diri dalam situs *online* tersebut, anggota perempuan semacam menjadi objek penilaian yang lebih detail dan mendalam jika dibandingkan dengan anggota laki-laki. Tengoklah fenomena munculnya iklan-iklan *online dating* (diferensiasi dari biro jodoh *online*) yang lebih banyak “mengiklankan” perempuan dengan tubuh proporsional dan dengan pose yang menggoda. Walaupun memang dibuat juga iklan *online dating* dengan model laki-laki.

<sup>1</sup> Penpal merupakan istilah lain untuk menyebut “sahabat pena”, yaitu jalinan hubungan (pertemanan dan/atau percintaan) jarak jauh (*long distance relationship*) yang secara rutin (baik periodik maupun non-periodik) mengirim surat baik surat elektronik (email) maupun non-elektronik. Wikipedia menyebutkan bahwa “*a penpal relationship is often used to practice reading and writing in a foreign language, to improve literacy, to learn more about other countries and lifestyles, and to make friendships*”.

## SIMPULAN

Persepsi dan preferensi remaja perempuan di Kota Pekanbaru dalam pemanfaatan rubrik biro jodoh di media massa cetak sesungguhnya merupakan bentuk aktualisasi diri mereka khususnya dalam hal kehidupan percintaan mereka. Rubrik biro jodoh di media cetak dapat dikatakan “belum sempat” menjadi trend yang *booming* di kalangan remaja perempuan, sebab jumlah responden yang tahu dan ikut serta dalam biro jodoh tersebut masih sedikit jika dibandingkan dengan responden yang tahu tapi tidak pernah dan/atau tidak tertarik untuk memanfaatkan rubrik tersebut. Selain itu, motivasi remaja perempuan yang pada akhirnya memanfaatkan rubrik tersebut lebih banyak dipengaruhi oleh rasa ingin tahu dan coba-coba. Artinya bahwa, eksistensi rubrik jodoh semacam ini tidak dipandang sebagai suatu hal yang menarik apalagi solutif untuk memecahkan masalah percintaan kaum perempuan. Adalah kemudian muncul rubrik sejenis tapi dengan media online. Justru inilah yang kemudian mampu menggeser eksistensi rubrik jodoh di media offline. Ketertarikan para penggunanya dikarenakan luasnya jangkauan wilayah, tidak terbatasnya waktu untuk mengakses, serta adanya *privacy* yang bisa dijaga sehingga penyampaian informasi tentang diri sendiri tidak di-*publish* secara vulgar.

Adanya budaya permisif di kalangan remaja perempuan kota, maka perlunya pembinaan dan pengawasan dari seluruh pihak untuk mencegah dampak negatif yang lebih luas. Perlu dibangun kesadaran dan tanggung jawab moral (*moral awareness and accountability*) dari pengelola media baik online maupun offline yang menyediakan rubrik jodoh untuk menyaring, menyeleksi dan memilah-milah pada pihak (oknum) yang tidak bertanggung jawab. Karena disinyalir rubrik ini banyak juga yang bersifat oportunistik dari masyarakat. Perlu kiranya penelitian lanjutan lebih jauh untuk mengungkap apa makna dan motivasi masyarakat mengikuti rubrik jodoh. Karena penelitian ini hanya mengungkap persepsi masyarakat saja, bukan melihat motif-motif mereka dalam ikut serta daftar menjadi rubrik jodoh sepenuhnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Atameng, Ria. 1983. *Sosiologi Keluarga*. Solo: UNS Press
- Bachtiar, Harsja W. 1987. *Integrasi Nasional Indonesia*. Jakarta: BKOM Pusat
- Barnouw, V. 1982. *An Introduction to Anthropology: Ethnology*. Homewood Illinois: The Dorsey Press
- Bernard, Russell. H. 1994. *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publication
- Creswell, Jhon W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publication
- Demartoto, Argyo. 2005. *Menyibak Sensitivitas Gender dalam Keluarga Difabel*. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Fakih, Mansour. 1999. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Goode, William J. 1983. *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Bina Aksara
- Hidir, Achmad, Harapan TRF Simanjuntak, dan Rosmeri RS. 1998. *Agama dan Masyarakat: Sebuah Pengantar Memahami Asal Mula Religi*. Pekanbaru: FISIP-Universitas Riau
- Kasto. 1982. *Perkawinan dan Perceraian pada Masyarakat Jawa*. Yogyakarta: UGM Press
- Kessing, Roger M & Kessing, FM. 1971. *New Perspective in Cultural Anthropology*. New York: Holt Rinehart and Winston
- Koentjaraningrat, 1961. *Metode-Metode Antropologi dalam Penyelidikan-Penyelidikan Masyarakat dan Kebudayaan Indonesia*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Koentjaraningrat. 1985. *Beberapa Pokok Antropologi Sosial*. Jakarta: Dian Rakyat
- Norma, Siti. 1990. Toleransi Pemilihan Jodoh. *Majalah Masyarakat Kebudayaan dan Politik*, FISIP Universitas Airlangga Surabaya No. 4 Tahun III

- Poloma, Margaret M. 1983. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press
- Rahman. 1992. *Perkawinan di Perkotaan*. Pekanbaru: Humaniora
- Rogers, Everett. 1989. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional
- Tangdilintin, Paulus. 1991. *Peranan Wanita Konsep Yang Masih Perlu Definisi* dalam Majalah Antarwidya PAU-IS-UI No. 3 Tahun I
- Vasantkumar, NJ. 1981. *Harapan-Harapan Mahasiswa dalam Suatu Perguruan Tinggi terhadap Keluarga dan Perkawinan*. Salatiga: Cakrawala
- Veeger, Karl J. 1985. *Realitas Sosial*. Jakarta: Gramedia
- Wignyosoebroto, Soetandyo. 1997. *Wanita, Perkawinan dan Keluarga*. Makalah Seminar Pusat Studi Wanita Universitas Airlangga, Surabaya
- \_\_\_\_\_, 1997. *Wanita dalam Masyarakat yang Didominasi Pria, dan Perubahan Zaman*. Makalah tentang “Kepemimpinan Wanita“ diselenggarakan FH-Universitas Brawijaya, Malang.