

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Urban art adalah gambaran bagaimana masyarakat kota berkesenian dan bagaimana masyarakat menikmati seni di tengah hiruk pikuk sebuah kota yang notabene adalah metropolitan (Al-Barry, 2001:346). Saat ini seni bukan lagi sekedar berlatar belakang tradisi tapi justru lebih merespon tradisi-tradisi baru terutama di daerah perkotaan yang secara demografis dihuni oleh anggota masyarakat yang sangat heterogen.

Urban art lahir karena adanya kerinduan untuk merespon kreativitas masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan dengan segala problematikanya. Maka munculah usaha dari sekelompok orang untuk memamerkan dan mendatangkan seni ditengah-tengah masyarakat dengan cara melakukan kebebasan berekspresi di ruang publik. Ekspresi yang ditampilkan adalah ekspresi yang mencoba memotret permasalahan-permasalahan yang kerap terjadi dan mendominasi masyarakat urban mencakup masalah sosial, ekonomi, politik dan budaya.

Melalui media seni dan dilatarbelakangi oleh pertumbuhan dan kapitalisasi kota itu sendiri. Zaman sekarang seni bukan representasi yang ditampilkan di galeri saja, tapi sebuah media

bertarung di fasilitas publik dengan media lainnya seperti iklan di TV, billboard iklan, poster promosi, baligo dan alat transportasi. Semua media ekspresi tersebut mendominasi di hampir setiap fasilitas publik. Dalam perwujudannya kemudian, seni urban menjelma menjadi tren fashion, *street art* (mural dan graffiti), *trans art* (lukisan di becak, dan di bak truk) dan bentuk perwujudan lain yang menjadikan kota sebagai *backdrop* dalam segala aksi tersebut.

Urban art berhasil memangkas hubungan yang berjarak antara publik sebagai apresiator dengan sebuah karya seni. Menggantikan fungsi seni yang tadinya agung, klasik, murni, tinggi serta tradisional. Seni diposisikan sebagai sesuatu yang konservatif dan sarat dengan nilai pengagungan. *Urban art* berhasil meruntuhkan nilai-nilai tersebut dengan cara menghadirkannya ke tengah publik melalui media-media yang erat dengan keseharian masyarakat kota. Bila menarik elemen lokal dalam *urban art*, lukisan di bak truk dan becak, mural dan graffii adalah contoh *urban art*.

Jalanan kota dimaknai sebagai etalase ketika di atasnya ramai hilir mudik segala jenis kendaraan dengan segala jenis status sosialnya serta berbagai kepentingan. Jalanan juga tidak lagi dipandang sebagai ekse 'menuju' atau ekse 'dari-ke' namun jalanan telah mendukung adanya paradigma definisi sosial yang mengakui manusia sebagai aktor yang kreatif dalam realitas sosialnya (Ritzer, 1992: 43). Truk yang melintas di jalanan sebagian besar kota di Indonesia memiliki keunikan dengan

belakang atau samping alat transportasi tersebut dan

Created with



nitroPDF[®] professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

"hiburan" tersendiri. Memiliki nilai "hiburan", karena lukisan pada bak truk sering memancing emosi, entah itu senyuman atau justru sinis akibat visualisasi lukisan di bak truk tersebut. Kalimat yang bernada lugas dan erotik sering tergambarkan dengan jelas diiringi dengan objek gambar figur perempuan dengan berpakaian lengkap maupun minim. Jalanan benar-benar menjadi etalase, karena salah satunya datang dari visualitas bak truk yang ikut berkepentingan dalam lalu lintas jalan. Dari fenomena di jalanan lebih banyak memunculkan figur perempuan dalam lukisan pada alat transportasi. Dari beberapa lukisan pada alat transportasi representasi perempuan tersebut antara lain meliputi representasi perempuan secara biologis, erotisme, sensual janda, dan sebagainya.

Representasi perempuan secara biologis. Dalam lukisan di bak truk banyak terjadi penekanan terhadap pentingnya perempuan untuk selalu tampil memikat dengan mempertegas sifat kewanitaannya secara biologis, misalnya memiliki rambut panjang dan bibir merah merona yang ditampilkan selalu tersenyum. Pencitraan seperti ini tergambarkan pada lukisan yang menunjukkan ada figur perempuan yang digambarkan dengan rambutnya yang panjang terurai diiringi dengan teks lingual berbahasa Jawa berbunyi "*Ojo lalokno aku*" atau "Jangan lupakan aku". Pencitraan janda yang tergambarkan dari lukisan bak truk yang biasanya bertuliskan "Kutunggu Jandamu" dan bertuliskan "Pemburu Janda". Representasi erotisme tergambarkan pada lukisan yang bertuliskan "Tak ada waktu untuk memah" kegiatan erot

perempuan yang mempunyai status suami dan istri dimunculkan dalam wilayah publik.

Tak dapat dipungkiri lagi, bahwa lukisan di bak truk banyak diproduksi oleh laki-laki. Laki-laki juga yang selama ini diposisikan pada sektor publik. Sebagai pengemudi truk maupun pelukis bak truk pencitraan perempuan itu didasarkan pada struktur sosial yang notabene dibangun dari pemikiran maskulinitas. Dalam kaitannya dengan wacana perempuan, pembacaan narasi “tubuh” wanita itulah yang sebenarnya yang dibidik oleh pelukis bak truk dibalik denotasi lukisan. Tubuh perempuan dimaknai sebagai bahan pembicaraan yang luas dan terbuka, dan karena itulah tubuh perempuan telah menjadi tubuh sosial dimana tubuh tidak lagi dimaknai sebagai fisik semata, namun sebuah bangunan yang diciptakan atau dikonstruksi oleh hukum, moralitas, dan struktur sosial.

Tubuh erat kaitanya dengan kesenangan seksual melalui erotisme tubuh yang dibangun oleh media. Kepuasan seksual dari sebuah obyek seksual tidak dapat dipisahkan dari image yang dikembangkan seseorang ketika berhadapan dengan realitas anatomi sebatang tubuh (misalnya tubuh perempuan), dan image tersebut kemudian dijadikan sebagai sebuah penanda (*signifier*), yang menghasilkan makna atau petanda (*signified*) tertentu. Sebagaimana yang dijelaskan lacan, dalam menguraikan mengenai hubungan heteroseksual pada diri seorang laki-laki,

Agar hasrat seksual tersebut dihasilkan, maka citra tersebut harus dipasangkan (secara eksplisit dan implisit) dengan petanda (*signified*) dan penanda (*signifier*) yang tepat” (Laan dalam Amir Piliang, 2004 : 368).

Artinya citra sebatang tubuh perempuan ini baru dapat menghasilkan kepuasan bagi seorang laki-laki, bila citra tubuh tersebut mempunyai makna seksual dan erotis. Tidak saja *image* bersama objek seksual dapat memberikan kepuasan, bahkan *image image* itu sendiri (foto, gambar, lukisan, film, televisi dan internet) dapat menghasilkan kesenangan tertentu, melalui mekanisme psikis tertentu pula (Piliang, 2004 : 368).

Perempuan dalam hubungan-hubungan sosialnya selalu diseksualitaskan, digenderkan dan dijenis-kelaminkan secara anatomis. Ini adalah pendekatan esensialis (seperti terdapat pada pelarangan pada eksistensi perempuan diwujudkan dalam Peraturan Daerah/Perda), misalnya perempuan pulang malam atau penggunaan gembok pada pemijat perempuan yang menyamakan sumber seksualitas adalah pada perempuan. Erotisme dan seksualitas perempuan dieksploitasi sedemikian rupa dengan menampilkan lukisan perempuan dengan penampilan yang fulgar berpakaian minim, lebih ditonjolkan bagian-bagian yang dapat menimbulkan hasrat kaum pria, sehingga hal ini dapat semakin mengukuhkan perempuan sebagai obyek seks bagi laki-laki. Tentu saja kondisi demikian semakin mempersulit posisi perempuan karena di satu sisi perempuan distereotipe sebagai objek seksual dan harus memberikan pelayanan seks seperti yang dituntut

Disisi lain perempuan disalahkan karena erotisme dan seksualitas yang dimilikinya.

Melihat fenomena lukisan bak truk yang menampilkan sisi erotisme tersebut, tampak bahwa dengan erotisnya maka perempuan menjadi sumber pornografi dan menjadi sumber “olok-olok” karena keberadaan organ tubuhnya. Erotika dalam lukisan di bak truk menjadi pertanyaan yang mengemuka ketika kehadirannya justru di tengah-tengah bangkitnya kesadaran fundametalis yang memunculkan isu gerakan anti pornografi. Representasi erotisme perempuan yang dimunculkan dalam lukisan tersebut seringkali diasumsikan juga sebagai bentuk pornografi. Namun yang menjadi permasalahan disini adalah, sebagai bentuk karya seni lukis dengan media alat transportasi umum, adanya lukisan perempuan pada alat transportasi dijalanan justru menjadi hiburan bagi pengguna jalan yang lain, termasuk perempuan itu sendiri. Lukisan di alat transportasi juga sering kali dipandang sebagai bentuk eksploitasi perempuan sebagai objek visual. Digambarkan sebagai objek, maka perempuan hanya ditempatkan sebagai sosok yang tidak penting secara sosial bahkan di beberapa lukisan perempuan baru digambarkan sebagai sosok yang penting hanya karena penampilannya sebagai perempuan atau dengan kata lain sebagai pemanis pemandangan saja.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana citra erotisme perempuan direpresentasikan dalam lukisan bak truk. Dalam studi ini akan dianalisis beberapa gambar lukisan pada bak truk yang menampilkan sisi

yang dicitrakan erotis, yang digambarkan dengan simbol atau tanda wanita cantik, tubuh seksi, ekspresi wajah, gaya serta penampilan yang dikenakan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra erotisme perempuan dalam lukisan pada alat transportasi truk?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana lukisan pada bak truk merepresentasikan citra erotisme perempuan.

D. MANFAAT PENELETIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat di bidang teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manifestasi dan penerapan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, khususnya yang menyangkut studi semiotika.

2. Manfaat di bidang praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawa

mengani representasi citra erotisme perempuan dalam

diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang sama dengan lebih mendalam.

E. KERANGKA TEORI

1. Representasi Dalam Lukisan

Perkembangannya media seni lukis sekarang telah meluas, tidak hanya seni lukis yang hanya bisa kita lihat di galeri ataupun pameran saja, sekarang kita bisa melihat kreativitas seniman lukis di tempat-tempat umum seperti *street art* (mural dan graffiti), *trans art* (lukisan di becak, dan di bak truk) selain sebagai media alternatif dalam berkreasi juga bentuk perwujudan lain yang menjadikan jalanan sebagai *backdrop* dalam segala aksi tersebut. Seni lukis selain mengkomunikasikan makna tertentu juga ditampilkan dengan unik, unik karena media yang satu ini melukis bagian belakang atau samping alat transportasi tersebut sehingga memiliki nilai hiburan dan daya tarik tersendiri bagi khalayak, salah satunya dengan menampilkan sosok perempuan sebagai obyek lukisan.

Seni lukis merupakan salah satu media komunikasi, masuk golongan Media Massa Non Periodik Benda (MMNPB), sebagai media massa komunikasi yang dituju terdiri dari: (Soehoet,2003:41-44).

- a) Banyak orang.
- b) Tempat tinggal menyebar.
- c) Tidak saling mengenal

Tujuan penggunaan lukisan dibagi menjadi dua yaitu:

- a) Tujuan Umum : Sama halnya dengan semua media lain, lukisan digunakan oleh manusia untuk mewujudkan motif komunikasi.
- b) Tujuan Khusus : Untuk menarik perhatian banyak orang dalam waktu singkat mengenai isi pernyataan (Soehoet, 2003:42-44).

Dalam berbagai media termasuk media lukisan ini terdapat proses pembentukan makna dalam bahasa yang disebut dengan representasi. Representasi adalah satu bagian yang sangat penting dari sebuah proses dimana arti itu tercipta dan bertukar antara anggota budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda dan gambar yang membantu atau menggambarkan banyak hal (Hall, 1997:16)

Konsep representasi menjadi hal yang penting dalam studi tentang budaya, representasi menghubungkan makna (arti) dan bahasa dengan kultur. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk menyatakan sesuatu yang penuh arti atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain. Representasi adalah sebuah bagian *essensial* dari proses, dimana makna dihasilkan atau diproduksi dan diubah antara anggota kultur tersebut (Hall, 1997:15). Makna dikonstruksi oleh sistem representasi dan diproduksi melalui sistem bahasa yang fenomenanya bukan cuma melalui ungkapan-ungkapan verbal tetapi juga visual. Sistem representasi tersusun bukan atas *individual concept*, melalui cara-cara pengorganisasian, penyusunan dan pengklasifikasian berbagai kompleksitas hubungan diantara mereka

Representasi ini penting dalam dua hal (Eriyanto, 2001:113). Pertama, apakah seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya, apa adanya, tidak dibuat-buat atautkah diburukkan. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan. Dengan kata, kalimat dan bantuan foto macam apa seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan dalam penyampaian kepada khalayak. Seperti lukisan pada alat transportasi truk yang lebih banyak memunculkan figure perempuan disertai dengan kata atau kalimat-kalimat yang sangat unik dan menarik bahkan sering menampilkan sosok perempuan secara fulgar dan erotis.

Peran media lukisan adalah sebagai kendaraan pembawa sekaligus dapur dari konstruksi nilai tanda. Lukisan menjadi mesiu representasi dari berbagai macam nilai dan tanda. Penampilan dari imaji-imaji yang mewakili nilai-nilai tertentu, seperti nilai kecantikan, heteroseksualitas, kemudaan, feminitas, erotisme, membenaran suatu nilai apakah baik atau buruk, benar atau salah, normal atautkah tidak normal.

Komunikasi yang dituju dengan medium lukisan adalah banyak orang. Komunikasi ini terdiri dari berbagai macam golongan masyarakat, semua tingkat umum, semua tingkat pendidikan, laki-laki maupun perempuan, walaupun tidak semua dituju oleh komunikator. Dari lukisan tersebut haruslah mengandung isi pernyataan dan lambang komunikasi mempunyai unsur :

- a) Bahasa yang mudah dipahami semua unsur lapisan masyarakat.

- b) Bahasa yang singkat, padat dan tepat.
- c) Disertai gambar yang serasi dengan lambang bahasa.
- d) Ditulis dicetak dengan huruf dan gambar yang jelas dan kelihatan dari jauh.
- e) Menggunakan warna yang serasi dengan isi pernyataan dan cepat menarik perhatian. (Soehoet,2003:41-44).

Representasi dapat dikatakan sebagai produksi makna. Pada relasi anggota sosial dengan kulturnya akan melahirkan makna dan menyebarkan pengertiannya karena adanya interaksi yang hidup pada kultur tertentu melalui bentuk-bentuk representasi. Apakah itu melalui media massa atau melalui organisasi yang hidup pada tatanan masyarakat dengan budaya. Termasuk disini lukisan, karena lukisan termasuk media yang dapat menghasilkan makna dan direkonstruksi dalam kehidupan sosial. Makna dikonstruksi oleh sistem representasi dan diproduksi melalui bahasa, tidak hanya ungkapan verbal namun juga nonverbal. Sistem representasi tersusun melalui pengorganisasian, penyusunan dan pengklarifikasian dan berbagai kompleksitas hubungan diantara mereka. Jadi, konsep representasi tidak dapat tersusun dengan sendirinya. Representasi dikatakan sebagai proses produksi makna, yang mempunyai dua hal prinsip, yaitu untuk mengartikan sesuatu dalam pengertian untuk menjelaskan atau menggambarkannya dalam pikiran dengan sebuah gambaran imajinasi untuk menempatkan persamaan ini sebelumnya dalam pikiran atau perasaan kita. Prinsip kedua representasi digunakan untuk menjelaskan konstruksi makna sebuah simbol jadi kita dapat

mengkomunikasikan makna objek melalui bahasa kepada orang lain yang bisa mengerti dan memahami konvensi bahasa yang sama (Hall, 1997:16).

Stuart Hall menguraikan tiga pandangan kritis terhadap representasi, yang dilihat dari posisi *viewer* maupun *creator*. Terutama dalam hal mengkritisi makna konotasi yang ada di balik sejumlah representasi, yaitu (1997:24-25):

- a. *Reflective*, yakni pandangan tentang makna .di sini representasi berfungsi sebagai cara untuk memandang budaya dan realitas sosial. Makna dipahami untuk mengelaborasi dalam obyek, seseorang, ide-ide ataupun kejadian-kejadian dalam kehidupan nyata. Pendekatan ini mengatakan bahwa bahasa bekerja dengan refleksi sederhana tentang kebenaran yang ada pada kehidupan normal menurut kehidupan normatif.
- b. *Intentional*, adalah sudut pandang dari *creator* yakni makna yang diharapkan dan dikandung dalam representasi. Pendekatan ini melihat bahwa bahasa dan fenomenanya dipakai untuk mengatakan maksud dan memiliki pemaknaan atas pribadinya. Ia tidak merefleksikan, tetapi ia berdiri atas dirinya dengan segala pemaknaannya. Kata-kata diartikan sebagai memiliki atas apa yang ia maksudkan.
- c. *Constructionist*, yakni pandangan pembaca/*reader* melalui teks yang dibuat. Yang dilihat dari penggunaan bahasa atau kode-kode lisan dan visual, kode teknis, kode pakaian dan sebagaimana ya

pengguna bahasa tidak bisa menetapkan makna dalam bahasa lewat dirinya sendiri, tetapi harus dihadapkan dengan sesuatu yang lain hingga memunculkan apa yang disebut interpretasi. Konstruksi sosial dibangun melalui aktor-aktor sosial yang memakai sistem konsep kultur beserta bahasa dan dikomunikasikan oleh sistem representasi yang lain, termasuk media.

Stuart Hall membagi dua pendekatan *constructionist*, yaitu :

a. *Discursive approach*

Konstruksi akan makna tidak dibentuk dengan melalui bahasa melainkan melalui wacana (*discourse*). Kedudukan wacana lebih luas dari bahasa atau juga bisa disebut topik. Jadi, produksi makna yang mengalir pada suatu kultur dihasilkan lewat wacana yang diangkat oleh individu-individu yang berinteraksi dalam masyarakat dan diidentifikasi atas kultur yang ditentukan oleh wacana-wacana yang diangkatnya.

b. *Semiotic approach*

Teori konstruksionis pembentukan tanda dan makna melalui bahasa medium. Pada pendekatan ini bahasa beserta fenomenanya bekerja pada lingkaran kultur dimana makna yang dikonstruksi ini tidak selalu tetap maknanya.

Pendekatan semiotik dalam teori konstruksionis ini akan digunakan penulis dalam penelitian untuk melihat fenomena representasi yang ada. Representasi terlihat dalam bahasa yang mampu mengkonstruksikan

bahasa dan bersifat *dialektis* karena proses konstruksi juga ditentukan faktor lingkungan, konvensi dan hal-hal yang bekerja diluar produsen yang ikut menentukan prosesnya. Pada sisi ini makna suatu pesan bisa diperoleh berdasarkan konstruksi-konstruksi makna yang dibangun antara aktor sosial yang bisa berupa media yang bisa menggunakan konsep representasi pada kulturnya. Tentu saja proses pemaknaan ini akan dipengaruhi berbagai kepentingan dan budaya dimana aktor sosial itu berada.

Proses representasi melibatkan tiga elemen, yaitu : pertama, *obyek* yakni sesuatu yang direpresentasikan. Kedua, *tanda* yakni representasi itu sendiri. Ketiga, *coding* yakni seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. *Coding* membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda. Tanda dapat menghubungkan obyek untuk diidentifikasi, sehingga satu tanda mengacu pada satu obyek, atau satu tanda mengacu pada sekelompok obyek yang telah ditentukan secara jelas (Noviani, 2002:62).

Representasi merujuk pada penggunaan bahasa dan imaji untuk menciptakan makna tentang dunia sekitar kita. Kita menggunakan bahasa untuk memahami, menggambarkan dan menjelaskan dunia yang kita lihat dan demikian juga dengan penggunaan imaji. Proses ini terjadi melalui sistem representasi, seperti media bahasa dan visual, yang memiliki aturan

Sesungguhnya lukisan merupakan representasi *stereotypes*, di mana semua *image*, perilaku dan arti dinyatakan dalam detail-detail yang sederhana, walaupun klise. Mereka menginginkan sesuatu yang mengundang perhatian dan pemahaman yang cepat dari khalayak. *Stereotypes* adalah bagian dari proses representasi dan timbal balik dari representasi kepada kelompok sosial (Burton, 2000:172).

2. Media, Femininitas dan Maskulinitas.

Perkembangan media yang sangat pesat telah menghasilkan bentuk dan kreasi penyampaian pesan yang beragam. Salah satunya adalah saat ini banyak media yang memunculkan figur perempuan. Kita bisa melihat dominasi figur perempuan dalam media, seperti iklan di TV, billboard iklan, poster promosi, baliho dan alat transportasi. Semua media ekspresi tersebut mendominasi di hampir setiap fasilitas publik.

Menurut Stuart Hall, media berdampak pada ketentuan dan konstruksi selektif pengetahuan sosial, imajinasi sosial, di mana kita mempersepsikan dunia, realitas yang dijalani orang lain, dan secara imajiner mengkonstruksi kehidupan mereka dan kehidupan kita melalui dunia secara keseluruhan yang dapat dipahami (Barker, 2000:275)

Berbagai media setiap hari kita nikmati, dari mulai media cetak yang mulai *provokatif* dan media elektronik yang semakin *atraktif*. Perbincangan tentang media diawali oleh perihal *gender*,

publik yaitu media. Dimana pria digambarkan sebagai sosok yang mendominasi (*superior*) dan perempuan sebagai yang didominasi (*inferior*). Kebanyakan media tidak berpihak kepada perempuan dari beberapa penelitian ternyata dalam media citra perempuan direpresentasikan dalam sosok subordinat pria, terbatas, lemah, lebih banyak diperlihatkan sisi fisik dan obyek seksual serta ada dalam dunia domestik dan sebaliknya laki-laki dalam media digambarkan sebagai sosok yang lebih kuat, rasional, dominan, pandai dan berkuasa (Widyatama, 2006:7).

Gender adalah perbedaan perilaku (*behavioral different*) antara laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial, yakni perbedaan bukan kodrat atau ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia (laki-laki dan perempuan) melalui proses sosial dan cultural yang panjang (Saptari & Holzner, 1997:89). Terbentuknya perbedaan-perbedaan *gender* dikarenakan oleh berbagai hal, diantaranya dikonstruksikan dan disosialisasikan secara sosial maupun cultural, baik oleh lembaga-lembaga agama ataupun sosial. Pada akhirnya melalui proses yang lama perbedaan-perbedaan *gender* dianggap oleh masyarakat sebagai 'kondisi yang terberi' dan tidak dapat dipertukarkan, seakan-akan perbedaan-perbedaan *gender* adalah sifat biologis yang tidak bisa diubah, menjadikan anggapan bahwasanya perbedaan *gender* adalah sudah menjadi sebuah kodrat antara laki-laki dan perempuan.

Jenis kelamin atau seks adalah istilah yang mengacu pada perbedaan mendasar antara laki-laki dan perempuan serta potensi reproduksi mereka. Sedangkan gender adalah istilah psikologis yang menunjuk pada kesadaran dan reaksi terhadap jenis kelamin biologis. *Gender* lalu ditentukan oleh faktor-faktor biologis, psikologis, dan sosiologis. Istilah feminin dan maskulin merupakan istilah psikologis yang menunjuk pada *gender* seseorang. Kamla Bhasin menjelaskan:

Kata *gender* digunakan secara sosiologis atau sebagai sebuah kategori konseptual dan telah diberi suatu makna yang khusus. Dalam perwujudannya, *gender* merujuk pada definisi sosial budaya antara laki-laki dan perempuan serta memberikan peran-peran sosial kepada mereka. Kata itu digunakan sebagai alat analitik untuk memahami realita sosial dalam hubungannya dengan laki-laki dan perempuan. (2001:1).

Pada gilirannya *gender* kemudian merujuk pada dua kategori yang dikotomis: femininitas (*femininity*) yang melekat pada perempuan, maskulinitas (*masculinity*) yang diidentikan dengan laki-laki.

Femininitas adalah karakter yang melekat pada perempuan meliputi penuh kasih sayang, emosional, lembut, menyukai anak-anak, halus, paham, sedangkan maskulin adalah karakter yang melekat pada laki-laki meliputi sosok pemimpin, agresif, ambisius, tegas, kompetitif, dominan, kuat, ramai dan senang berolahraga, dan kenyataan ini sering

Seseorang dapat dikatakan feminin apabila memiliki tipe penurut, gembira, malu, kasih sayang, dapat dibujuk, loyal, simpatik, peka terhadap keinginan orang lain, memahami, iba hati, sabar, bicara lemah lembut, mudah percaya, kekanak-kanakan, tidak menggunakan kata-kata kasar, mencintai anak-anak dan kemudian seorang dapat dikatakan maskulin apabila memiliki tipe percaya diri, yakin akan kemampuan, bebas, atletik, angkuh, pribadi yang kuat, kuat, analitis, kemampuan memimpin, mau menanggung resiko, mandiri, dominan, agresif dan ambisius. (Dagun, 1992:72-73).

Ketika media dengan terang-terangan menonjolkan aspek feminitas pada perempuan dan itu semata-mata hanya pemanis dalam media bahwa aspek feminitas perempuan dalam media adalah sebuah sosok rupawan, aduhai dan manja. Bahwa perempuan di media dalam budaya populer yang nilai utamanya adalah daya tarik seksual dan erotisme. Penampilan di media hanyalah sebagai pemanis, pelengkap, atau bahkan pemuas fantasi kaum pria.

Dalam media, citra perempuan dibangun dengan memanipulasi tubuh wanita sebagai tanda dari simbol-simbol tertentu yang secara stereotipis melekat pada diri wanita, seperti keanggungan, kelembutan, kelincuhan, keibuan, kemanjaan, dan lain-lain (Piliang, 1998:324). Media berupaya mempresentasikan kenyataan yang hidup dalam masyarakat melalui simbol-simbol tertentu, sehingga mampu menghidupkan impresi

dalam benak masyarakat bahwa citra yang ditampilkan adalah juga bagian dari kesadaran budayanya, meskipun yang terjadi hanya ilusi belaka.

Perbedaan maskulin dan feminin pun mengiringi anggapan umum bahwa karakteristik feminin lekat pada perempuan diidentikkan dengan sifat yang lemah lembut dan beraroma wangi yang sekaligus dikaitkan dengan sifat seorang putri raja. Sementara itu karakteristik maskulin identik dengan laki-laki dan dikaitkan dengan tiga sifat khusus, yaitu kuat, keras, beraroma keringat. Secara sederhana laki-laki dilabeli sifat macho,

Stereotype representasi femininitas (perempuan) dan maskulinitas (laki-laki) bisa dilihat dari table berikut ini (Kurnia, 2004:20):

Tabel 1

Konotasi *masculinity* and *femininity*

<i>Masculinity</i>	<i>Femininity</i>
<i>Strength-physical and intellectual</i>	<i>Beauty (within narrow conventions)</i>
<i>Power</i>	<i>Size/physique (again, within narrow conventions)</i>
<i>Sexual Attractiveness (which may be based on the above)</i>	<i>Sexuality (as expressed by the above)</i>
<i>Physique</i>	<i>Emotional (as apposed to intellectual dealings)</i>
<i>Independence (of thought, action)</i>	<i>Relationship (as apposed to independence/freedom)</i>

<i>Being isolated as not needing to rely on others (the lone hero)</i>	<i>Being part of a context (family, friends, colleagues)</i>
--	--

Lukisan merupakan rekonstruksi terhadap dunia realitas sebenarnya. Dalam kehidupan sosial hubungan perempuan dan laki-laki, posisi perempuan selalu ditempatkan pada posisi “subordinate”, sebagai pemuas laki-laki, pelengkap dunia laki-laki. Hal inilah yang terlihat dalam media termasuk lukisan, sebagai yang disebut rekonstruksi sosial, bahwa media (termasuk lukisan) hanya mengkonstruksi apa yang ada disekitarnya, serta apa yang menjadi realitas sosial di masyarakat tersebut. Karenanya media lukisan juga disebut sebagai refleksi dunia nyata (Bungin, 2001:130).

Melalui pendekatan ilmu jiwa, feminin dan maskulin diungkapkan sebagai dua macam kecenderungan dalam jiwa manusia. Perempuan pada dasarnya lebih banyak feminin tetapi juga memiliki unsur maskulin dalam jiwanya. Oleh sebab itu, perempuan bisa beremansipasi seperti sekarang ini, dengan mengembangkan sifat maskulinnya, seperti semangat ilmiah, kreatifitas, sikap rasional, kesadaran berorganisasi, serta semangat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sektor publik, sebaliknya laki-laki lebih banyak maskulin, tetapi juga memiliki unsur feminin dalam jiwanya. Laki-laki bukanlah banci tetapi arti feminin dalam pengertian tetap

Dalam pandangan feminis liberal mereka menekankan pada kesamaan laki-laki dan perempuan yaitu meninggikan apa yang disebut nilai laki-laki pada perempuan dan feminis liberal mengklaim bahwa :

1. Perempuan dapat menjadi seperti laki-laki jika mereka sesuai pemikirannya.
2. Kebanyakan perempuan ingin menjadi laki-laki.
3. Semua perempuan ingin menjadi laki-laki, dan meninggikan nilai maskulin (Tong, 2006:53).

Sedangkan menurut pandangan feminis radikal-libertarian mereka mengklaim bahwa:

Gender adalah terpisah dari jenis kelamin dan masyarakat patriarkal menggunakan peran gender yang kaku, untuk memastikan bahwa perempuan tetap pasif, penuh kasih sayang, penurut, tanggap terhadap simpati dan persetujuan, ceria, baik dan ramah (feminism) sedangkan laki-laki tetap aktif, kuat, agresif, penuh rasa ingin tahu, ambisius, penuh rencana, bertanggung jawab, orisinal, dan kompetitif (maskulin). Karena itu, cara perempuan untuk menghancurkan kekuasaan laki-laki yang tidak layak atas perempuan adalah dengan pertama-tama menyadari bahwa perempuanpun tidak ditakdirkan untuk menjadi pasif, seperti juga laki-laki tidak ditakdirkan untuk menjadi aktif, dan kemudian mengembangkan kombinasi apapun dari sifat-sifat feminisme dan maskulin yang paling baik merefleksikan kepribadian untuk mereka masing-masing (Tong, 2006:73).

3. Erotisme Perempuan

Dalam media sering kita jumpai obyek perempuan dengan berbagai pose, baik media cetak maupun elektronik, salah satunya adalah media lukisan di bak truk. Lukisan pada bak truk bahkan lebih vulgar dalam menampilkan sosok perempuan, sering kita jumpai erotisme perempuan

dalam lukisan di bak truk tersebut. Pencitraan erotisme perempuan dalam lukisan bak truk digambarkan dengan simbol atau tanda-tanda wanita cantik, tubuh seksi, ekspresi wajah, gaya serta pakaian yang dikenakan.

Media-media sekarang dibanjiri oleh tubuh-tubuh perempuan setengah telanjang dengan berbagai bentuk, tampilan menurut selera massa yang ada, baik media iklan, cetak dan termasuk lukisan yang tak jarang menampilkan sosok perempuan dengan tampilan yang lebih fulgar. Pada akhirnya gambar-gambar tubuh tersebut akan menjadi citraan (*image*) yang berperan menimbulkan rangsangan maupun kepuasan seksual. Hal tersebut dapat dilihat dari cara perempuan itu ditampilkan di media melalui bentuk, sikap, posisi, pose dan ekspresi. Seperti halnya media menampilkan perempuan dengan kecantikannya, seksualitas, erotisme yang memang diakui lebih menarik perhatian pada khalayak. Piliang menyebutkan bahwa eksplorasi tubuh tersebut berlangsung mengikuti model-model *pembiakan secara cepat (proliferation)* atau *pelipatgandaan secara kilat (multiplication)*, baik dalam cara, bentuk, varian, teknik, maupun medianya (2004:380).

Dalam lukisan pada bak truk misalnya, penampilan sosok perempuan lebih banyak membicarakan tentang seksualitas dan erotisme perempuan, penampilan perempuan dengan pakaian minim, cantik, seksi dan menggoda. Tubuh perempuan selalu direpresentasikan atas dasar "orang lain" oleh karena tubuh perempuan lebih banyak dibangun karena ia adalah obyek bagi "orang lain" (laki-laki). Hal itu dapat dilihat dari

Pengertian erotika sendiri menurut Burhan Bungin (2001:29) adalah gairah seksual yang dibangkitkan dengan adanya stimulus internal maupun eksternal. Erotika yang dibangkitkan oleh berbagai media dan *peer group* adalah stimulus eksternal. Pengaruh stimulus eksternal ini adalah subjektif dan relatif, yaitu tergantung kepada pengalaman masing-masing individu (hal ini yang membedakan makna erotika bagi individu satu dengan lainnya). Walaupun demikian, tetap ada yang bersifat universal, yaitu stimulus eksternal yang dapat membangkitkan fantasi seks dalam diri setiap orang. Erotika adalah gairah seksual atau hal-hal yang membangkitkan gairah seksual atau kodrat alami manusia yang memiliki gairah seksual. Bukan merupakan pornografi karena pada dasarnya merupakan bentuk pengakuan atau penghargaan pada integritas kebertubuhan dan kemanusiaan seseorang (Jurnal Perempuan, no. 38, Jakarta: November 2004).

Erotisme berasal dari kata *erotic* atau erotis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang di susun oleh Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan 1999, erotis mempunyai pengertian: 1. Berkenaan dengan sensasi seks yang menimbulkan rangsangan-rangsangan ; bersifat merangsang nafsu birahi ; 2. Berkenaan dengan nafsu birahi. Sementara itu erotisme berarti : 1. Keadaan bangkitnya nafsu birahi ; 2. Keinginan akan nafsu seks secara terus menerus. Sedangkan Poerwadarminta mendefinisikan erotis sebagai sesuatu mengenai cinta asmara ; tentang karya seni yang mengambil

asmara sebagai pokok. Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer yang disusun oleh Peter Salim dan Yenny Salim, mendefinisikan erotisme sebagai keadaan atau situasi ketika nafsu birahi bangkit atau keinginan untuk memenuhi nafsu seks secara terus menerus.

Pada dasarnya erotisme berkaitan erat dan bahkan didasari oleh libido yang dalam perkembangan selanjutnya teraktualisasi dalam keinginan seksual (Hoed, 2001 : 189). Pemaknaan erotisme selanjutnya berkaitan dengan pornografi. Pornografi didefinisikan sebagai ; 1. Penggambaran tingkah laku secara erotis dengan lukisan atau tulisan untuk membangkitkan nafsu birahi. ; 2. Bahan bacaan yang dengan sengaja dan semata-mata dirancang untuk membangkitkan nafsu birahi dalam seks. Dari penjelasan diatas dapat dilihat kaitan antara erotisme dan pornografi, namun juga terdapat perbedaan antara keduanya. Untuk lebih jelasnya tentang keterkaitan antara keduanya, maka harus merujuk pada dasarnya, yaitu *libido*, nafsu birahi, dan nafsu seksual. Perbedaan keduanya adalah bahwa erotisme, libido merupakan dasar atau ilham untuk menggambarkan sesuatu yang lebih luas (misalnya, konsep cinta, perbedaan antar jenis, atau masalah yang timbul dari interaksi sosial), sedangkan pornografi yang menonjol adalah penggambaran secara sengaja tingkah laku seksual dengan tujuan membangkitkan nafsu seksual (Hoed, 2001 : 189).

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa makna

didasari oleh libido dalam arti keinginan seksual”, sedangkan makna pornografi lebih cenderung pada “tindakan seksual yang ditonjolkan” untuk membangkitkan nafsu birahi. Erotisme tidak mempunyai makna dasar “cabul”, melainkan menggambarkan perilaku, keadaan atau suasana berdasarkan “libido dan seks”. Sebaliknya, pornografi mempunyai makna dasar “cabul”, “tidak senonoh” dan “kotor”. Cabul menurut Kamus Besar bahasa Indonesia berarti “keji dan kotor” ; tidak senonoh (melanggar kesopanan dan kesusilaan). Perbedaan ini dimaksudkan untuk lebih memahami makna erotisme. Singkatnya, dalam pornografi terdapat erotisme, tetapi tidak semua erotis itu pornografis. Dalam membicarakan erotisme dan pornografi, terpaksa harus melihatnya sebagai suatu *kontinum* yang bergeser dari satu ujung (erotisme) ke ujung yang lain (pornografi) (Hoed, 2001 : 190). Hal tersebut dipertegas lagi dalam pernyataan berikut:

“pornografi adalah penyajian tindakan cabul, yang intinya adalah tindakan hubungan seksual, yang sengaja ditujukan untuk menimbulkan nafsu birahi atau nafsu seksual. Erotisme sendiri adalah penggambaran perilaku, keadaan, atau suasana yang didasari oleh libido sehingga dapat menimbulkan nafsu birahi”. (Hoed, 2001 : 190).

4. Ideologi

Persoalan ideologis pada media muncul ketika apa yang disampaikan media (dunia representasi), tatkala dikaitkan dengan ‘kenyataan’ (dunia nyata) memunculkan banyak problematik

dalam kehidupan sosial dan budaya (Sobur, 2003:112-113). Media lukisan pada bak truk kerap memunculkan sosok perempuan dengan berbagai ideologi yang ada dalam realitas sosial seperti ideologi perempuan religi, ideologi keibuan, ideologi erotisme, dan lain sebagainya.

Dalam perkembangannya saat ini media (lukisan) berusaha membangun citra perempuan dengan ideologi keibuan dengan menampilkan sosok yang pasif dan tergantung pada pria. Pembatasan-pembatasan peran perempuan kerap di rekonstruksi dalam media dengan penampilan perempuan yang sedang mencuci, memasak, ini mengidentikan bahwa perempuan hanya mempunyai kapasitas dalam hal itu saja. Bahkan penggunaan figur perempuan hanya ditonjolkan sisi seksualitas dan erotismenya saja dalam media.

Secara etimologi, ideologi berasal dari bahasa Greek, terdiri atas kata idea dan logia. Idea berasal dari kata idein yang berarti melihat. Sesuatu yang ada dalam pikiran sebagai hasil perumusan sesuatu pemikiran atau rencana sedangkan logis berasal dari kata logos yang berarti *word*. Kata ini berasal dari kata legein yang berarti *to speak* (berbicara). Selanjutnya kata logia berarti *science* (pengetahuan) atau teori. Jadi, ideologi menurut arti kata adalah pengucapan dari yang terlihat atau pengutaraan apa yang terumus di dalam pikiran, seba

Dalam studi komunikasi, istilah ideologi sering digunakan untuk merujuk pada “ideologi dominan”. Ide tersebut berasal dari Karl Marx yang menerapkan istilah tersebut untuk setiap pemikiran yang mengukuhkan posisi kelas dominan (Fiske, 1990:245). Ideologi dimaknai sebagai kesadaran palsu yang terkait erat dengan basis ekonomi masyarakat dan menempatkan kepalsuannya itu pada kondisi-kondisi material kelas pekerja yang tak pelak lagi merupakan hasil dari runtuhnya tatanan ekonomi yang memproduksinya. Dia melihat hal itu sebagai beban gagasan minoritas dominan yang ditampakkan pada mayoritas subordinat. Kelompok mayoritas ini pada akhirnya mesti melihat melalui kesadaran palsu ini dan merubah tatanan yang dipaksakan terhadap mereka.

Sekarang ini, istilah ideologi memang mempunyai pengertian yang bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsi sebagai suatu pandangan dunia (*world view*) yang menyampaikan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan secara negatif, ideologi dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikan pemahaman orang mengenai realitas sosial (Jorge Larrain dalam Sunarto, 2001:31).

Menurut Antonio Gramsci, ideologi lebih dari sekedar sistem ide. Ia membedakan antara sistem yang berubah-ubah yang dikerahkan oleh intelektual dan filsuf tertentu, dan ideologi organik yang berakar pada masyarakat tertentu.

sosial berdasarkan sistem nilai dan kepercayaan yang dianutnya, dan kepercayaan atau sistem nilai yang dimaksud di sini adalah ideologi patriarki, dimana melalui sistem representasi ideologi patriarki dikonstruksikan melalui kode-kode dan konvensi-konvensi sehingga menghasilkan sebuah wacana yang membenarkan bahwa peran-peran perempuan seperti mengurus anak, melayani suami dan memasak di dapur adalah merupakan suatu yang sifatnya normal, alami, ideal dan tidak perlu dipertanyakan lagi karena sudah benar adanya. Sebab, seperti apa yang diungkapkan Ibnu hamad (2004:20), bahwa pada akhirnya ideologi akan sangat menentukan visi atau pandangan suatu kelompok budaya terhadap realitas.

Mengenai patriarki sendiri pada awalnya memiliki pengertian yang sempit, yakni merujuk pada sistem yang secara historis berasal dari hukum Yunani dan Romawi, kepala rumah tangga laki-laki memiliki kekuasaan hukum dan ekonomi yang mutlak atas anggota keluarga laki-laki dan perempuan yang menjadi tanggungannya berikut budak laki-laki dan perempuannya. Namun setelah itu terjadi sesuatu hal yang mutakhir, di mana kata patriarki mulai digunakan di seluruh dunia untuk menggambarkan dominasi laki-laki atas perempuan dalam keluarga dan ini berlanjut kepada dominasi laki-laki dalam semua lingkup kemasyarakatan lainnya (Mosse, 2002:64). Setelah itu patriarki menjadi ideologi yang membenarkan terhadap penguasaan atau superioritas laki-laki terhadap perempuan (Daswita, 2005:50). Patriarki membahas mengenai

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, jenis penelitian ini menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala, atau keadaan (Rakhmat, 1998:24). Data kualitatif merupakan data yang dihimpun dan disajikan dalam bentuk verbal, yang menekankan pada bentuk kontekstual. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan metode penelitian analisis semiotik.

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, 1979: 16 dalam Sobur, 2004:95). Morris (Trabaut, 1996:2) mengatakan semiotik adalah ilmu mengenai tanda, baik bersifat manusiawi maupun hewani, berhubungan dengan suatu bahasa tertentu apa tidak, mengandung unsur kebenaran atau kekeliruan, berifat sesuai atau tidak sesuai, bersifat wajar atau mengandung unsur yang dibuat-buat. Tradisi semiotik memfokuskan pada tanda-tanda dan simbol-simbol. Menurut Littlejohn (2005:35) semiotik adalah sebuah stimulus yang menandakan sesuatu di luar tanda itu sendiri.

Dapat disimpulkan bahwa analisis semiotik merupakan
menganalisis dan memberikan makna makna terhadap lamb

Created with

 **nitro**PDF^{professional}

download the free trial online at nitropdf.com/professional

1. Dokumentasi yaitu dengan mempelajari dokumentasi - dokumentasi yang ada yakni gambar-gambar atau foto-foto lukisan pada alat transportasi truk.
2. Studi pustaka yaitu data yang didapat dari kepustakaan baik dari buku-buku maupun internet.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa unsur-unsur yang terdapat dalam iklan televisi dengan pendekatan semiotik. Semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat dan di suatu waktu tertentu. Dengan begitu semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan sesuatu kebohongan, sebaliknya tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran.

Menurut Eco, secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani yaitu semeion yang berarti "tanda". Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun
sehingga dapat dianggap memiliki sesuatu yang lain (Sak

Sedangkan, Van Zoest, mengartikan semiotik sebagai “ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya” (Sobur, 2003:95-96).

Dalam semiotika, lukisan dikaji lewat penggunaan sistem tanda dan kode, yang terdiri atas lambang, baik verbal maupun nonverbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, sedangkan lambang nonverbal adalah bentuk dan warna yang disajikan dalam lukisan, yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuk realitas (Sobur, 2003:116).

Jonathan Bignell, mengatakan tentang tahapan-tahapan awal dalam menganalisa sebuah lukisan dengan menggunakan pendekatan semiotika, yaitu :

The first step in analyzing an advertisement is to note the various signs in the advertisement itself. We can assume had anything which seems to carry a meaning for us in the ad is a sign. So linguistic signs (word) and iconic signs (visual representation) are likely to be found in ads, as well as some other non representation signs like graphic (Bignell, 1997:34-35).

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa, tahap pertama dalam menganalisa suatu lukisan dengan pendekatan semiotika adalah dengan mengamati dan mencatat berbagai tanda yang ada dalam lukisan itu sendiri. Kita akan berasumsi bahwa, apapun bentuk suatu tanda yang tampak dalam lukisan adalah untuk memberikan suatu maksud atau arti di dalam lukisan. Jadi, tanda bahasa (*text*) dan tanda

representasi) akan dijumpai di dalam lukisan, dan beberapa hal yang bukan representasi tanda akan menyerupai grafik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna-makna yang tersirat dari pesan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktekkan model linguistik dan semiologi *Saussuren*. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama, eksponen penerapan *strukturalisme* dan semiotika pada studi sastra (Sobur, 2003:63). Fokus kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa.

Roland Barthes merupakan salah satu pengikut *Saussure* yang merupakan tokoh yang dikenal sebagai peletak dasar bagi linguistik modern yang lazim dikenal dengan semiotika. Roland Barthes memandang bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Sebagaimana Barthes memahaminya. Semiologi bertujuan untuk memahami sistem tanda, apapun substansi dan limitnya *image*, *gesture*, suara musik, objek, dan segala yang terkait dengan kesemuanya, yang membentuk isi ritual, hiburan konverensi atau

Dalam mengkaji tentang pemaknaan atas tanda, maka akan ditemukan adanya dua sifat makna sebagaimana yang dikemukakan dalam konsep semiotik Roland Barthes. Kedua sifat makna tersebut adalah makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif adalah makna yang tampak secara langsung (makna asli dalam tanda), sementara makna konotatif adalah makna yang berupa turunan dari makna denotatif dan lebih mengarah pada interpretasi yang dibangun melalui budaya, pergaulan sosial dan lain sebagainya (Sobur, 2003:68-69).

Berikut ini adalah bagan yang menjelaskan tentang makna konotatif dan denotatif dari studi semiotika :

Tabel 1. Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>Connotative signifier</i> (penanda konotatif)	5. <i>Connotative signified</i> (Petanda konotatif)
6. <i>Connotative sign</i> (tanda konotatif)	

(Sumber: Alex Sobur dalam Semiotika Komunikasi, 2003:69)

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga petanda konotatif (4). Dengan kata lain merupakan unsur material hanya jika mengenal tanda “

konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, dalam Sobur, 2003:69).

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi *Saussure*, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Teori yang dikemukakan Barthes banyak memiliki arti tambahan yang kurang bisa dimengerti tetapi bisa dipahami dengan cara melihat struktur dari tanda. Pemikiran Barthes benar-benar dipengaruhi oleh Ferdinand de Saussure, yaitu :

- a. Sebuah tanda adalah kombinasi dari *signifier* dan *signified*.
- b. Suatu tanda tidak berdiri sendiri tapi merupakan bagian dari suatu sistem (Griffin, 2003:356).

Signifier adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran material, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Keduanya merupakan dua aspek yang tidak dapat dipisahkan seperti dua sisi mata uang. Hubungan antara keberadaan fisik, tanda dan konsep mental tersebut dinamakan *signification* dengan kata lain *signification* adalah upaya dalam memberi makna te

(Eidre dalam Sobur, 2003:125). Barthes menetapkan bahwa

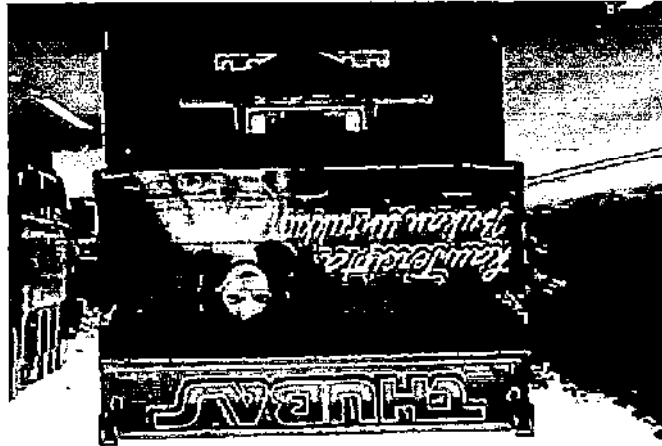
menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna yang nyata pada tanda. Signifikasi terhadap kedua yang disebut konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai dari kebudayaannya. Pemilihan kata-kata kadang justru pemilihan terhadap konotasi. Misalnya, kata “penyuapan” dengan “memberi uang”. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang di gambarkan tanda terhadap sebuah obyek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Eco mendefinisikan denotasi sebagai sebuah hubungan dengan suatu tanda isi sederhana. Konotasi adalah suatu benda yang berhubungan dengan suatu isi melalui satu atau lebih fungsi tanda lain (Sobur, 2003:128).

Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif, sehingga kehadirannya tidak disadari. Pemirsa mudah sekali membaca makna konotatif sebagai fakta denotatif, karena itu salah satu tujuan analisis semiotik adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir untuk mengatasi salah baca (*misreading*). Pada signifikasi tahap dua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan dan memahami beberapa aspek tentang realitas gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai dominasi (Fiske, dalam Sobur, 2003:128).

Dalam analisis ini peneliti menggunakan 3 lukisan sebagai obyek penelitian. Ketiga gambar tersebut dipilih 1 mewakili aspek perampasan erotis yang ditampilkan pada lukis

perempuan yang ditampilkan dalam lukisan tersebut dapat terlihat dari tubuh perempuan, penampilan perempuan seperti pakaian, rambut, make up dan lain sebagainya, pose perempuan yang ditampilkan serta teks dan latar belakang yang ada pada lukisan.

Dengan metode yang ditawarkan Barthez ini dimaksudkan untuk menganalisis pesan yang terkandung dalam beberapa lukisan pada alat transportasi truk yang menampilkan erotisme tentang perempuan sebagai obyek visual. Dimana eksekusi lukisan ini menampilkan sosok perempuan yang dicitrakan erotis, yang digambarkan dengan simbol atau tanda-tanda wanita cantik, tubuh seksi, ekspresi wajah, gaya, serta pakaian yang dikenakan. Dalam media lukisan terdapat dua pesan, yaitu pesan verbal dan pesan nonverbal. Pesan verbal adalah pesan yang menggunakan satu kata atau lebih yang disimbolkan dengan bahasa. Bahasa sendiri juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata - kata. Istilah nonverbal digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata yang tertulis dan terucap dalam konteks isi pesan nonverbal adalah visualisasi lukisan, misalnya penampilan fisik ekspresi wajah pose dan posisi tubuh setting



Gp. 2



Gp. 1

Gb. 3

