

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menyinggung tentang kecantikan biasanya dikaitkan dengan kaum perempuan. Menurut Shihab, para seniman yang berjenis kelamin laki-laki sering kali mengekspresikan kecantikan atau mendendangkan kecantikan perempuan saja, dan hampir mereka tidak pernah menyentuh ketampanan lelaki (Shihab, 2007: 57). Itu disebabkan bahwa kaum perempuan memiliki perhatian yang lebih tentang kecantikan dibandingkan kaum laki-laki. Disamping kecantikan, kelembutan juga melebur jadi satu dalam jiwa kaum perempuan.

Memiliki tubuh langsing, berkulit putih, berambut lurus panjang dan seksi merupakan kebanggaan tersendiri bagi kaum perempuan. Kebanggaan tersebut tidak hanya dirasakan oleh perempuan itu saja, tetapi juga orang lain yang melihatnya termasuk kaum laki-laki. Tubuh dibentuk berdasarkan hasrat dan bertujuan untuk mencapai citra tubuh ideal: muda, sehat, bugar, menarik, berpenampilan seksi, langsing, tinggi, berkulit putih dan lainnya.

Tubuh merupakan kajian yang penting karena pada masyarakat saat ini, tubuh sebagai penanda bagi status sosial, posisi keluarga, umur dan gender. Paling menekankan sekarang juga adalah tubuh langsing, cantik, tinggi, berkulit putih seraya melekat dikalangan kaum perempuan. Para perempuan selalu ditampilkan

lurus panjang. Hampir di setiap media seperti televisi, majalah, karya sastra, iklan, lukisan selalu menekankan bahwa tubuh ideal perempuan seperti yang digambarkan tersebut. Padahal ras itu bermacam-macam, sehingga gemuk jadi distigma bahwa gemuk itu tidak cantik. Menurut Ibrahim,

“Tidak sedikit perempuan saat ini mengidap sindrom *Anorexia Nervosa*, kecemasan akan gemukan, sehingga selalu berusaha sekuat tenaga untuk merawat tubuh, mengurangi kolesterol, agar tetap ramping dengan lari diet ketat atau memoles diri dengan bantuan industri kecantikan” (Ibrahim, 2004: 116).

Selama beberapa dekade belakangan semakin menekankan pentingnya tubuh yang langsing seraya melekat dikalangan perempuan. Para perempuan yang ditampilkan di media tampak jauh semakin langsing. Tidak hanya citra-citra badaniah, namun juga karya sastra, iklan, lukisan dan banyak hal lain begitu menekankan kebencian terhadap kegemukan. Sebagaimana industri kosmetik, fashion, majalah telah bergandeng tangan untuk memuji kelangsingan tubuh sebagai citra kesuksesan perempuan dan kegemukan sebagai sebuah kesalahan. Di samping itu menurut Rogers, kelangsingan tubuh yang bersifat wajib ini, bagi kaum perempuan bukanlah semata-mata demi daya tarik seks. Kelangsingan tubuh juga mengekspresikan sebuah kebutuhan akan pengakuan dan hasrat untuk diperhatikan secara serius (Rogers, 2003: 182). Saat ini masyarakat terbiasa melihat hanya sebatas kulit saja, bahkan mereka seperti membenci kegemukan.

Pada tahun 1970-an, Mary Douglas mengemukakan studi tubuh modern, ia adalah orang pertama yang melihat tubuh sebagai suatu sistem simbol. Ia

simbolisme (Douglas dalam Synnott, 2003: 410). Tesis utamanya adalah sebagai berikut:

Tubuh adalah sebuah model yang dapat bertahan di dalam sistem apapun yang mengikat. Ikatan-ikatannya dapat merepresentasikan ikatan yang mengancam atau berbahaya bagi manusia. Tubuh adalah sebuah struktur yang kompleks. Fungsi-fungsi dari bagian-bagian dan relasi mereka yang berbeda-beda mengungkapkan sumber dari simbol-simbol bagi struktur kompleks lainnya. (Synnott, 2003:410)

Beragam media menjadi alternatif pandangan terhadap tubuh perempuan. Salah satunya melalui media karya seni lukisan. Para pelukis melalui lukisannya seringkali mengekspresikan tubuh perempuan. Dalam bidang seni rupa, sesungguhnya tubuh perempuan telah lama menjadi bahan kajian estetik. Tubuh perempuan menjadi tema yang menarik bagi sejumlah perupa dari berbagai budaya dan bangsa.

“Ada latar kultural yang terlihat, kalau laki-laki melihat perempuan. Laki-laki profesi atau situasi apa saja, itu sensualitasnya yang dilihat. Laki-laki menyebutnya keindahan. Termasuk dalam seni rupa, pelukis atau pematung laki-laki menggambarkan tubuh perempuan kecantikan, kemolekan. Artinya, perempuan hanya jadi obyek.”
<http://lifestyle.okezone.com/read/2009/10/15/29/266038/my-body-representasi-tubuh-wanita> oleh Andini Amaliafitri (diakses pada tanggal 6 Mei 2013 pukul 15.45)

Sama halnya menurut Melliana, bahwa kebanyakan laki-laki memandangi perempuan hanya sebatas sensualitasnya.

Mayoritas laki-laki memandangi bagian tubuh yang seksi dari seorang perempuan hanya dan hampir selalu payudara dan vagina. Kedua daerah inilah yang menjadi fokus perhatian mata laki-laki, dianggap paling merangsang dan dapat memberikan kenikmatan seksual laki-laki. Apakah pandangan ini menunjukkan bahwa bagian tubuh

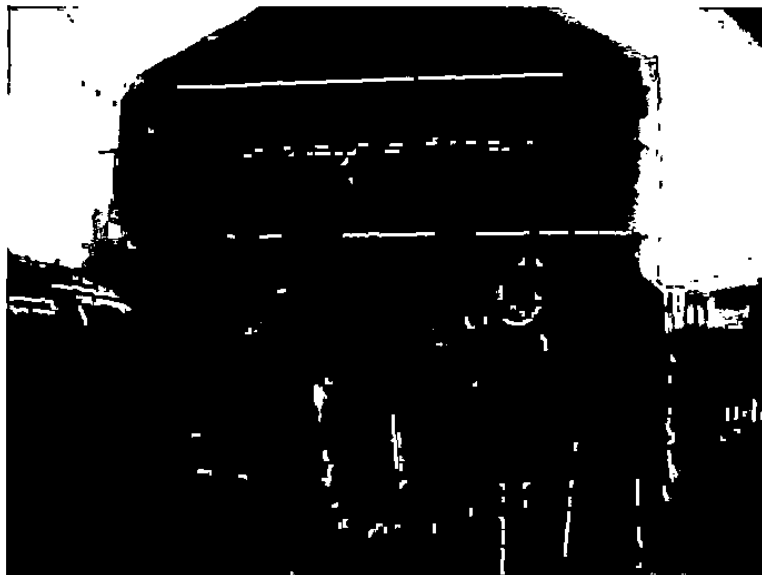
perempuan dianggap seksi dan menggairahkan oleh laki-laki karena selalu dikaitkan dengan seks, dan bukannya dipandang sebagai suatu keindahan tubuh yang utuh yang tidak terlepas dari totalitas figure perempuan tersebut? Mungkin, laki-laki menyukai bentuk tubuh perempuan yang indah bukan karena kekaguman mereka akan keindahan tubuh itu sendiri, namun lebih karena kenikmatan seksual yang akan didapatnya dari keindahan tubuh tersebut, khususnya daerah payudara dan vagina (Melliana, 2006: 138-139)

Menurut Piliang, 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). Hal ini merupakan sebuah pesan yang mengandung makna dan harus kita pahami secara mendalam apa saja yang disampaikan oleh lukisan dengan menggunakan objek tubuh perempuan. Berkaitan dengan masalah penampilan khususnya tubuh perempuan, yang mana kaum perempuan rela melakukan diet ketat demi kepentingan penampilan tubuhnya yang harus menjadi langsing. Begitu juga sebaliknya, kaum perempuan yang memiliki tubuh kurus atau memiliki bagian-bagian yang perlu ditonjolkan terlalu kecil akibatnya mereka melakukan semacam suntik silikon, pasang susuk dan sebagainya. Mereka akan merasa puas kalau tubuh mereka menarik seperti tubuh yang menjadi objek di media salah satunya lukisan bak truk.

Lukisan dapat dilihat dimana saja dan kapan saja. Tidak hanya di galeri, tetapi lukisan bisa dilihat dan nikmati disepanjang jalan-jalan kota bahkan di

1. Contoh-contoh lukisan yang ada di kendaraan truk dan lebih

Truk memiliki ciri khas dibandingkan kendaraan darat yang lain yaitu adanya tulisan dan gambar yang menghiasi badan truk. Tulisan dan gambar tersebut biasanya terdapat pada bagian kepala truk, badan truk, karpet belakang truk dan bagian lainnya. Mungkin pernah membaca tulisan pada bak truk seperti salah satu contohnya “Tergoda”, tidak hanya tulisan tetapi juga terdapat lukisan yang menonjolkan bagian tubuh perempuan. Seperti gambar di bawah ini:



Gambar 1.1

(Sumber: Dokumen pribadi yang di ambil pada tanggal 25 April 2013 di Jl. Bantul Yogyakarta)

Reaksi yang ditimbulkan dari membaca tulisan dan melihat lukisannya tersebut akan berbeda-beda pada setiap orang. Banyak orang banyak pendapat, tetapi seperti itulah realitasnya. Ekspresi diri tak hanya terbatas dituangkan ke dalam bentuk karya musik, tulisan atau lukisan di media kanvas. Di tembok, dan di belakang bak truk ada karya seni lukis itu bisa terlihat

Menurut Al-Barry, *urban art* adalah gambaran bagaimana masyarakat kota berkesenian dan bagaimana masyarakat menikmati seni di tengah hiruk pikuk sebuah kota yang notabane adalah metropolitan. *Urban art* itu sendirilah yang berkembang menjadi sebuah *trend fashion, street art* (mural, graffiti), *trans art* (lukisan pada transportasi) (Al-Barry, 2001: 346).

Di Yogyakarta, *urban art* sendiri telah berkembang pesat salah satunya melalui *trans art* (lukisan pada transportasi). Melalui *trans art* tubuh perempuan dijadikan objek yang tergambar pada lukisan di bak truk. Tubuh perempuan telah lama dijadikan bahan kajian estetik. Melalui lukisan yang ada di bak truk daerah Yogyakarta, memunculkan diskursus tentang tubuh perempuan untuk mencapai citra tubuh ideal, karena tubuh adalah instrumen yang paling natural dari manusia yang dapat dipelajari dengan cara yang berbeda sesuai dengan kultur masing-masing. Tubuh dibentuk berdasarkan hasrat dan bertujuan untuk mencapai citra ideal muda, sehat, bugar dan menarik. Persepsi tentang tubuh perempuan di Yogyakarta biasanya didominasi oleh budaya yang ada di daerah Yogyakarta itu sendiri. Yogyakarta merupakan barometer dan referensi budaya Jawa yaitu dengan adanya citra dari Keraton (Roqib, 2007: 38). Citra membuat orang lebih sadar akan penampilan luar dan persentasi tubuh. Akibatnya orangpun sibuk berlebihan dengan diri sendiri dan mencari cara demi *self-improvement*. Tetapi kebanyakan orang saat ini hanya menghubungkan semua peristiwa yang berlangsung disekitarnya dengan kebutuhan dan hasrat masa kininya.

Tubuh ideal perempuan masa kini pada umumnya mengandalkan paras kecantikan yang bertelek belakang dengan filosofi kecantikan seorang

putri keraton. Mereka meyakini cantik merupakan kesatuan yang utuh melingkupi dua ruang, kecantikan dari luar dan dari dalam. Penyatuan dua daya rasa ini dipercaya menjadi kekuatan energi yang memberikan keselarasan pikiran, tubuh, dan kekuatan pikiran. Keseimbangan yang juga dianggap mampu mengaktifkan kelima indra secara maksimal. (<http://www.femina.co.id/cantik/beauty.tips/rahasia.kecantikan.putri.keraton/002/005/23>) diakses pada tanggal 1 September 2013 pukul 19.10 WIB

Melalui latar belakang di atas yang menjadi permasalahan adalah lukisan yang tertuang pada *trans art* di Yogyakarta cenderung mengeksploitasi perempuan khususnya tubuh perempuan. Lukisan tersebut justru menjadi hiburan yang lumrah di jalanan. Padahal, lukisan tersebut bisa dilihat oleh siapa saja, termasuk perempuan itu sendiri. Melihat fenomena di atas, menarik untuk diteliti mengenai bagaimana tubuh ideal perempuan direpresentasikan dalam lukisan di bak truk daerah Yogyakarta.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Representasi Tubuh Ideal Perempuan pada Lukisan di Bak Truk Daerah Yogyakarta?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali makna-makna dibalik simbol yang

1. Bagaimana representasi tubuh ideal perempuan pada lukisan di bak truk

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendalami hal-hal yang berkaitan dengan makna, tanda dan simbol visual pada lukisan bak truk dari penerapan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, khususnya yang menyangkut studi semiotika.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan mengenai representasi tubuh ideal perempuan pada lukisan, serta diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang sama dengan lebih mendalam.

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi Sebagai Produksi Makna

Istilah komunikasi berasal dari kata *communication* yaitu *comunis* yang berarti “sama”. Maksud “sama” dalam konteks ini adalah sama makna. Komunikasi akan terjadi manakala ada kesamaan makna antara komponen-komponen yang melakukan komunikasi (Efendi, 1994: 11). Komunikasi menjadi efektif ketika terdapat kesamaan latar belakang budaya dimana makna tersebut

dimaksudkan karena keberhasilan komunikasi tidak hanya terletak pada siapa

yang mengkomunikasikan informasi dan bagaimana menyampaikan informasi, tetapi juga bergantung pada siapa penerima informasi dan bagaimana informasi diterima. Oleh karena itu untuk menuju pada pengertian dan makna bersama, komunikasi harus bersifat dua arah dalam rangka pertukaran pikiran (*idea*) dan informasi (Kuswandi, 1996: 16).

Komunikasi merupakan sebuah penyebaran informasi, yang dalam prosesnya melibatkan banyak komponen. Komponen tersebut terdiri dari *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (media), *receiver* (penerima). Dalam berlangsungnya proses komunikasi, sumber menyusun pesan melalui media yang telah dipilih untuk mengirim pesan kepada penerima, dan pesan tersebut dikirim berdasarkan tujuan tertentu sedangkan respon atau jawaban penerima disebut *feedback* (Fiske, 2006: 8-9). Pada dasarnya komunikasi adalah proses penyampaian dan pemaknaan suatu pesan. Oleh karena melibatkan proses pemaknaan pesan, maka suatu proses komunikasi melibatkan pula interpretasi. Interpretasi merupakan suatu proses pemberian makna dan pengalaman.

Secara sederhana proses komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan tanda-tanda atau lambang sebagai media. Akan tetapi persoalan komunikasi tidaklah sederhana sebagai suatu pengiriman pesan saja, namun komunikan juga merupakan produksi dan pertukaran makna-makna. Komunikan merupakan proses pembangkit makna. Seperti yang di kemukakan Fiske:

Tatkala saya berkomunikasi dengan anda, anda memahami apa maksud pesan saya lebih luas secara akurat. Agar komunikasi berlangsung

saya harus membuat pesan dalam bentuk tanda. Pesan-pesan itu mendorong anda untuk menciptakan makna untuk diri anda sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang saya buat dalam pesan saya. Makin banyak kita berbagi kode yang sama, maka makin dekatlah makna kita berdua atas pesan yang datang pada masing-masing kita (Fiske, 2006: 59)

Kutipan tersebut dapat dijelaskan ketika A berkomunikasi dengan B, agar terjadi komunikasi maka A akan menyusun suatu pesan yang terdiri dari tanda-tanda. Pesan ini menstimuli B untuk menyusun makna bagi dirinya sendiri yang berhubungan dengan makna yang dibangkitkan oleh A dalam pesan awalnya. Dalam hal ini B akan melakukan interpretasi terhadap makna dari A. A dan B menggunakan kode-kode dan sistem tanda yang sama sehingga kedua pemaknaan terhadap pesan tersebut akan saling mendekati (Fiske, 2006: 59). Pada dasarnya komunikasi juga dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dengan menggunakan tanda atau lambang sebagai medianya sehingga akan memproduksi makna-makna.

Proses produksi makna tidak akan lepas dari pembahasan *sign* (tanda) serta *mean* (makna) yang banyak dikaji dalam studi semiotika. Semiotika sendiri menurut John Fiske (2006: 59-60) mencakup tiga bidang studi yakni:

1. Semiotika menjadi petanda atas dirinya sendiri, perbedaan tanda-tanda menjadikan variasi yang berbeda dalam pemaknaan tanda-tanda tersebut.
2. Sistem pengorganisasian kode. Disini variasi mode berguna untuk memenuhi kebutuhan suatu kultur masyarakat.
3. Penggunaan tanda dan kode selalu terkandung dalam sistem budaya yang mana tanda dan kode yang sangat bergantung pada formatnya

Dalam memahami makna, tidaklah mudah sehingga memang akan terus menjadi masalah dalam berkomunikasi. Proses tersebut bersifat struktural dan itu menunjukkan keterkaitan antara elemen-elemen dalam pembentukan makna yang terdiri dari lambing dan tanda (*sign*). Melalui pesan yang berupa susunan lambing dan tanda tersebut oleh penerima (*receiver*) akan menghasilkan makna. Oleh karena itu, pesan bukanlah sekedar sesuatu yang dikirim dari komunikator dan komunikan tetapi merupakan elemen-elemen lain termasuk didalamnya realitas eksternal seperti pada pengirim (*producer*) dan pembaca (*reader*).

Hal ini semakin menegaskan bahwa studi komunikasi adalah studi terhadap teks serta budaya, dan yang menjadi metode utamanya adalah semiotika. Dalam hal ini pesan merupakan suatu konstruksi dari beberapa *sign* yang setelah melalui interaksi dengan penerima akan menghasilkan makna.

Pengirim (*sender*) didefinisikan sebagai pentransfer pesan. *Reading* adalah sebuah proses penemuan makna-makna yang terjadi ketika pembaca (*reader*) berinteraksi dengan teks. Proses interaksi inilah yang mempunyai kedudukan sebagai suatu faktor dimana *reader* membawa aspek *cultural* mereka dalam merespon kode atau *sign* yang ada pada teks. Sehingga masing-masing *read* dia seperti program televisi, buku, film, iklan dan lain-lain (McQuail, 1987: 95).

Implikasi dari perspektif komunikasi ini adalah studi komunikasi kemudian mesti memperhatikan dimensi *cultural* tiap aspek produksi dan penggunaan media massa. Selain ini fokus kepada khalayak sebagai pembuat teks media yang bermakna sosial atau khalayak sebagai 'pembaca teks' menjadi suatu keberagaman. Melalui pembaca teks tersebut akan melahirkan makna melalui

2. Representasi dalam Lukisan

Dalam media lukisan ini terdapat proses pembentukan makna dalam bahasa yang disebut dengan representasi. Pada anggota sosial dengan kulturnya akan melahirkan makna dan menyebarkan pengertiannya karena adanya interaksi yang hidup pada kultur tertentu melalui bentuk-bentuk representasi. Termasuk lukisan, karena lukisan termasuk media yang dapat menghasilkan makna dan di rekonstruksi dalam kehidupan sosial. Makna dikonstruksi oleh sistem representasi dan diproduksi melalui bahasa, tidak hanya ungkapan verbal namun juga nonverbal. 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).

Representasi menjadi sebuah tanda yang tidak sama dengan realitas yang direpresentasikan tetapi dihubungkan dengan dan mendasarkan diri pada yang menjadi referensinya. Representasi dapat diartikan sebagai menghadirkan kembali atau bagaimana representasi berbicara atau berdiri seperti realitas yang dihadirkan. Konsep representasi menjadikan 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)

Proses representasi sendiri melibatkan tiga elemen, yakni obyek, tanda dan *coding*. Obyek ialah sesuatu yang direpresentasikan, tanda ialah representasi itu sendiri sedangkan *coding* 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 bisa diidentifikasi, sehingga satu tanda mengacu pada sekelompok obyek, atau satu tanda mengacu pada sekelompok obyek yang telah ditentukan secara jelas (Noviani, 2002: 62).

Dalam sebuah media, representasi bisa hadir menjadi sumber pemaknaan yang kuat atas sebuah realitas sosial, bagaimana media merepresentasikan realitas sosial yang berkembang dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik masyarakat. Representasi ini penting dalam dua hal yang pertama, apakah seseorang kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya, apa adanya tidak dibuat-buat atukah diburukkan. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan. Dengan kata, kalimat dan bantuan foto macam apa seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan dalam penyampaian kepada khalayak (Eriyanto, 2001: 113). Seperti pada lukisan yang terdapat di bak truk Yogyakarta yang memberikan diskursus tentang tubuh perempuan untuk mencapai citra tubuh ideal sesuai dengan kultur yang ada di masyarakat Yogyakarta.

Menurut Prof. Dr. Soedarso, seni lukis ialah suatu penggambaran ekspresi yang mengungkapkan bahasa perasaan estetis dan mempunyai unsur warna, garis, ruang, cahaya, bayangan, struktur, tekstur, pokok soal, makna, tema dan lambang yang menyatu menjadi suatu kebulatan organis sehingga menarik dan mengandung makna. Seni lukis ialah suatu pengucapan pengalaman artistik yang ditumpahkan dalam dua bidang dimensional dengan menggunakan garis dan warna. Apabila suatu lukisan garisnya menonjol sekali seperti misalnya karya-karya yang dibuat dengan pena atau pensil maka karya itu disebut gambar, sedangkan lukisan adalah yang kuat unsur warnanya (Soedarso, 1990: 11)

Lukisan menjadi mesin representasi dari berbagai macam nilai dan tanda. Peran media lukisan sebagai dapur dari konstruksi nilai tanda. Penampilan dari sebuah lukisan akan mewakili nilai-nilai tertentu, seperti nilai kecantikan, nilai feminitas, heteroseksual dan lain-lain itu akan memunculkan pembenaran suatu nilai apakah baik atau buruk, benar atau salah, normal atau tidak normal.

Menurut Soehoet, seni lukis merupakan salah satu media komunikasi, sasaran yang dituju seni lukis sebagai media komunikasi terdiri banyak orang, tempat tinggal menyebar, tidak saling mengenal. Komunikan ini terdiri 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 yang 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)

Sesungguhnya lukisan merupakan representasi *stereotype*, dimana 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. *Stereotype* adalah bagian dari proses representasi dan timbal balik dari representasi kepada kelompok sosial (Burton, 2007: 172)

3. Mitos Kecantikan

Kecantikan yang selalu diinginkan oleh setiap perempuan merupakan impian agar selalu senang dalam sepanjang hidupnya, sehingga banyak perempuan yang tidak merasa puas akan dirinya. Untuk mencapai kecantikan yang diimpikan bisa dimulai dengan sedot lemak dibagian tertentu atau bahkan keseluruhan misalnya bagian pinggul, paha dan perut.

Salon kecantikan, pusat kebugaran, salon *manicure*, spa, pusat terapi pijat dan berbagai praktik medis seperti penyedotan lemak dan bibir serta berbagai produk kosmetik lainnya selanjutnya bergabung dengan klub-klub kesehatan yang tersebar dimana-mana ketika semakin berkembang pemahaman bahwa tubuh adalah ranah kontrol individu yang paling besar (Rogers, 2003: 171- 172)

Setelah percaya diri itu muncul, maka kaum perempuan tidak ragu untuk tampil dimana-mana, baik di ruang privat ataupun di ruang publik. Keadaan gemuk sangat menghantui kaum perempuan. Semua itu terjadi karena logika mereka tidak digunakan, yang ada pada diri kaum perempuan adalah perasaan dan emosi untuk menjadi kurus. Lebih mengejutkan lagi adalah cara yang digunakan mitos kecantikan. Dimana mitos kecantikan adalah untuk menumbuhkan harapan bagi pencapaian dan kepuasan perempuan dalam kaitannya dengan tubuh. Dalam kaitannya dengan hal ini bahwa mereka lebih memilih kehilangan lima belas pound daripada mendapatkan keberhasilan di lingkungan kerja atau berhasil dalam urusan cinta. Mengurangi berat badan adalah tujuan utama yang paling

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Majalah Sekar terhadap 40 narasumber perempuan di berbagai kota besar sebanyak 67,5% melakukan diet, 32,5% tidak melakukan upaya apapun untuk menurunkan berat badan, 15% mengaku sudah puas dengan tubuhnya, 7,5% tidak melakukan diet dan 7,5% ingin menggemukkan badannya (Sekar, Oktober 2013: 46). Bisa dilihat melalui survey tersebut, banyaknya perempuan yang tidak puas akan tubuhnya sehingga melakukan berbagai cara untuk menuju tubuh yang diinginkan, tubuh yang diidealkan dan dianggap baik oleh masyarakat atas pengaruh media.

Citra tubuh perempuan mengalami perubahan dari waktu ke waktu menurut konstruksi sosial yang melingkupinya. Cara perempuan mencitrakan tubuhnya terpapar jelas, terutama di media. Hal ini terjadi karena adanya kesenjangan antara citra tubuh ideal dan citra tubuh nyata. Kesenjangan ini terjadi tak lain akibat mitos kecantikan bahwa kualitas cantik benar-benar objektif dan universal. Artinya, cantik itu ibarat barang konkret yang bisa dimiliki secara universal oleh semua orang (Prabasmoro, 2006: 322). Objektivikasi kecantikan ini menjadi problematika karena, pertama tak semua perempuan terlahir sebagai cantik. Akibatnya tuntutan cantik yang timbul oleh dorongan eksternal, memaksa perempuan untuk menyesuaikan ukuran tubuhnya yang dengan citra tubuh ideal yang dikonstruksikan dari luar dirinya. Citra langsing, berkulit putih, berambut panjang, itu sebagai cantik yang sedang ngetren. Menurut Aquarini Prayitna Prabasmoro, wacana mengenai feminitas tidak terlepas dari wacana rasial yang membangun kulit putih sebagai *desirable* (menarik) dan *desired* (diinginkan)

Sebelum revolusi industri, rata-rata perempuan tidak punya *sense* yang sama tentang apa yang disebut kecantikan. Sehingga tidak timbul perbandingan yang terus menerus dengan standar fisik ideal yang disebarluaskan secara masal, namun berkembangnya teknologi produksi masal dalam bentuk foto misalnya yang menjadikan ukuran kecantikan. Kemudian muncul *sense* pada perempuan untuk tampil indah atau cantik (Wolf, 2004: 32-33)

Kata langsing dekat sekali kaitannya dengan cantik bahkan dua kata ini tidak dapat dipisahkan, sering kita mendengar kata *slim is beauty*, kalau diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia adalah langsing itu cantik. Kemudian kata langsing tersebut ditarik pada kenyataan kaum perempuan. Dimana kalangan perempuan akan dikatakan cantik dan mendapatkan pujian dari orang lain bahwa dirinya telah memiliki tubuh ideal.

4. Tubuh Ideal Perempuan

Tubuh telah dijadikan penanda diri dan tubuh tidak hanya eksis sebagai anatomi pemberian Tuhan, namun tubuh telah mengalami perluasan fungsi dan makna. Mata tidak hanya untuk melihat dan hidung tidak hanya untuk bernafas, tetapi organ-organ tersebut telah merepresentasikan fungsi dan makna baru, yakni keindahan tubuh dikonstruksikan oleh industri perawatan tubuh (dalam berbagai media) dan media massa turut berperan signifikan dalam penyebarannya (Wolf

Remaja dan tubuhnya, dua kata ini tidak bisa dipisahkan. Pada usia remaja tumbuh dan berkembang kesadaran mencintai tubuhnya. Tubuh menjadi organ vital, diperlakukan sebagai kebutuhan primer. Setandar kehidupan yang tidak realistis justru menyebabkan tidak sedikit perempuan saat ini yang mengidap sindrom *Anorexia Nervosa*, kecemasan akan kegemukan, sehingga selalu berusaha sekuat tenaga untuk merawat tubuh, mengurangi kolesterol agar tetap ramping dengan lari kedieta ketat atau memoles diri dengan industri kecantikan (Ibrahim, 2004:116). Tubuh perempuan bukanlah perempuan itu sendiri, perempuan bukan sekedar tubuh, tapi tubuh adalah bagian penting dari diri perempuan. Perempuan menubuh dalam tubuh yang berpayudara, atau bahkan dalam tubuh yang harus kehilangan payudara

Tubuh yang digerakkan oleh keyakinan bahwa tubuh bisa menjadi apapun yang kita inginkan hanya dengan memberikan cukup uang dan perhatian terhadapnya. Perkembangan ini kemudian menjadikan tubuh sebagai instrumen aerobik, objek bedah plastik, eksperimen diet, dan sebangkah daging yang siap dibentuk secara terus menerus. Salon kecantikan, pusat kebugaran, salon manicure, spa, pusat terapi pijat dan berbagai praktik medis seperti penyedotan lemak dan bibir serta berbagai produk kosmetik lainnya selanjutnya bergabung dengan klub-klub kesehatan yang tersebar dimana-mana ketika semakin berkembang pemahaman bahwa tubuh adalah ranah kontrol individu yang paling besar (Rogers, 2003: 171- 172).

Gagasan mengenai putih dan ke-putih-an pada dasarnya melibatkan tindak memandangi. Pembaca/pemontir memandangi suatu citra yang merupakan "diri

masa datang” (*future self*) yang diinginkan atau lebih tepat dinaturalisasi sebagai tubuh yang diidealkan, diinginkan dan disukai. Gap antara diri masa kini dan diri masa datang itulah yang menjadi bahan bakar bagi industri kosmetik saat ini. Obsesi untuk menjadi diri masa datang, yang putih, berkulit mulus dan sebagainya dipelihara untuk memastikan kebutuhan untuk mempercantik dan memperbaiki diri dapat terus terjaga, yang dengan demikian memastikan tetap terbukanya pasar bagi produk dengan lebel pemutih (Prabasmoro, 2006: 328).

Citra-citra ideal yang terus menerus dikonstruksi dan ditanamkan serta disosialisasikan lewat atau oleh media ini perlahan tapi pasti telah merubah menjadi standar budaya mengenai kecantikan wanita yang mengendap dalam kesadaran kita. Hal inilah yang pada gilirannya telah membawa kepada ketersiksaan batin wanita, terutama kalau mereka tidak berhasil memenuhi standar ukuran ideal, atau standar wajah ideal, standar kecantikan ideal atau standar kepribadian ideal sebagaimana yang dikonstruksi dan diinjeksikan oleh dan lewat media kedalam rahim kesadaran modern (Ibrahim, 2004: 116).

Seperti menurut Aquarini Prayitna Prabasmoro, lebih dari satu abad kemudian, kini, kita terutama perempuan, masih juga diajari iklan bahwa untuk menjadi menarik kita harus mempunyai kulit yang putih. Dan putih yang diinginkan juga bersifat hipereal; bukan hanya harus berkulit putih, untuk menjadi
yang diinginkan perempuan harus mempunyai kulit yang mulus, sehat, berseri

Konteks feminitas dan seksualitas perempuan dalam iklan, tubuh perempuan dikonstruksi untuk menyesuaikan dengan selera pasar, yang dalam hal ini pasar adalah kuasa yang menentukan apakah bentuk seksualitas atau feminitas (termasuk kecantikan, bentuk tubuh, jenis rambut dan sebagainya) tertentu berterima atau tidak (Prabasmoro, 2006: 325).

Tubuh bukan hanya kulit dan tulang yang dirangkai dari bagian-bagian, sebuah keajaiban medis tetapi juga dan utamanya merupakan sebuah diri. Kontroversi-kontroversi semakin menghebat disekitar tubuh, mengenai ikatan-ikatan, makna-makna, nilai-nilai, dan bagaimana ia seharusnya ditinggali dan dicintai. Seperti organ-organ dan bagian-bagian tubuh, maka atribut tubuh sesungguhnya juga bersifat sosial. Usia, gender, dan warna kulit juga merupakan penentu utama hidup dan identitas sosial kita, menjadi titik utama bagi konsep diri dan konsep kelompok kita. Dengan cara yang sama, atribut-atribut unik mengenai kecantikan, ketidakmenarikan, tinggi badan, berat badan, dan cacat fisik jika ada, tidak hanya mempengaruhi respon-respon sosial atas diri, melainkan juga mempengaruhi kesempatan hidup kita. Dengan demikian, tubuh menjadi simbol utama diri. Orang banyak memikirkan dan mengawatirkan tubuh lebih daripada hal-hal lainnya (Synnott, 2003: 12- 13).

Oleh karena itu, tidak sedikit wanita yang lari ke silikon setelah merasa tidak puas dengan ukuran payudara yang diidealkan oleh model-model wanita bertampang komersial yang sering menghiasi media-media populer. Tidak sedikit pula yang memoles diri dengan obat-obatan atau krim tertentu untuk memelihara kulit wajah atau bagian tubuh tertentu agar tetap menggairahkan dan

mempesona dipentas media. Media mengkonstruksi kriteria-kriteria ideal mengenai tubuh, dimana yang cantik memiliki kulit putih, bertubuh langsing dan penampilan diri (Ibrahim, 2004: 117)

Sebagaimana dinyatakan oleh Johnson dan Ferguson (1990), wanita perlu belajar untuk menerima ukuran bodi mereka yang normal untuk melawan citra ideal wanita langsing yang dipromosikan oleh media dan kebudayaan kita. Oleh karena itulah, sesungguhnya pergeseran citra wanita ideal yang terus menerus dibombardirkan lewat media akhir-akhir ini harus dipahami sebagai bagian signifikan dari pengukuhan ideologi gender dan kapitalisme yang menjadikan wanita sebagai objek dan sekaligus komoditas. Kenyataan inilah yang sesungguhnya telah berperan dalam menciptakan kekerasan berwajah baru terhadap wanita yang kini tengah beroperasi dibalik kapitalisme media. (Johnson dan Ferguson dalam Ibrahim, 2004: 118). Melalui media tersebut yang perlahan tapi pasti telah mengubah menjadi standar budaya mengenai kecantikan perempuan yang mengendap dalam kesadaran kita tak terkecuali perempuan yang berada di daerah Yogyakarta.

Masyarakat Jawa khususnya masyarakat Yogyakarta memandang perempuan sebagai makhluk indah yang dengan kecantikannya menunjukkan sisi keserasian dan keindahan. Menurut falsafah Jawa perempuan adalah bunga yang indah membuat senang siapa saja yang melihatnya tak terkecuali kaum laki-laki. Perempuan ideal dalam budaya Jawa digambarkan sebagai *penyandra*. *Penyandra* merupakan lukisan keindahan, kecantikan dan kehalusan melalui ibarat. (Rogih

2007: 129:130). Jadi dalam budaya masyarakat Yogyakarta menilai bahwa, perempuan yang ideal jika terlihat dan memiliki tubuh yang indah dan cantik.

5. Konteks “Wong Cilik” di Yogyakarta (dalam Memandang Seksualitas Perempuan)

Memahami kata *wong cilik* adalah sebagian besar mereka yang memiliki pendapatan rendah. Misalnya saja mereka yang bekerja sebagai buruh, petani bahkan sopir truk dan lainnya yang berpendapatan rendah. Di Yogyakarta memang ada tingkatan yang membedakan antar golongan-golongan sosial. Orang Jawa khususnya masyarakat Yogyakarta sendiri membedakannya dengan dua golongan sosial, yang pertama golongan *wong cilik* (orang kecil) terdiri dari sebagian besar mereka yang berpendapatan rendah, dan golongan kedua adalah *priyayi* dimana termasuk kaum pegawai dan orang-orang intelektual. Kecuali itu masih ada kelompok ketiga yang kecil tetapi tetap mempunyai prestise yang cukup tinggi yaitu kaum ningrat (*ndara*) tetapi secara khusus dalam gaya hidup dan pandangan dunia mereka tidak begitu berbeda dari kaum priyayi. (Suseno, 2003: 12).

Kaum wong cilik cenderung menjalani cara hidupnya lebih melihat dan ditentukan oleh tradisi-tradisi Jawa yang ada di wilayah mereka (Suseno, 2003: 13). Tradisi Jawa tersebut merupakan kebudayaan Jawa yang khas yang mana sering disebut dengan istilah *kejawen*. Masyarakat Jawa dibedakan dari kelompok-kelompok etnis lain di Indonesia oleh latar belakang sejarah yang

berbeda, oleh bahasa dan kebudayaan yang berbeda. Menurut orang Jawa sendiri, kebudayaan tidak merupakan suatu kesatuan yang homogen. Mereka sadar akan adanya keaneka ragaman yang sifatnya regional, sepanjang daerah Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur (Roqib, 2007: 37).

Masyarakat Jawa atau orang Jawa ialah mereka orang-orang yang bertempat tinggal, bergaul dan berkembang di pulau Jawa yang kemudian mengembangkan tradisi dan kebudayaan yang khas dan berkarakteristik Jawa. Masyarakat Jawa sendiri merupakan masyarakat yang menjunjung tinggi budaya *unggah-ungguh* atau tatakrama dalam segala perilaku. Jawa terkenal dengan kebudayaannya yang khas. Budaya Jawa adalah budaya yang berkembang dalam masyarakat Jawa dengan beberapa variasi dan heterogenitas masyarakat yang berkembang baik di wilayah Jawa Tengah, Yogyakarta maupun di Jawa Timur. Menurut Koentjaraningrat kebudayaan adalah keseluruhan system gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan bermasyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 1994: 180). Kebudayaan meliputi kepercayaan, nilai-nilai dan norma yang mempengaruhi perilaku manusia karena setiap orang akan menampilkan kebudayaannya ketika orang tersebut bertindak. Kebudayaan juga melibatkan karakteristik suatu kelompok masyarakat dan bukan sekedar pada individu.

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, yang dimaksud dengan suku Jawa adalah orang yang secara geografis tinggal di pulau Jawa tepatnya di provinsi Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur. Sub-budaya Jawa telah berakulturasi

Banten. Yang tinggal di Jabodetabek atau berhimpitan dengan daerah itu dikenal dengan orang Betawi. Sedangkan penduduk yang tinggal di provinsi Jawa Timur bagian timur dikenal dengan suku Jawa yang sangat kental dengan suku Madura (Roqib, 2007: 34).

Meskipun keragaman budaya Jawa begitu banyak, tetapi kebudayaan Jawa pada hakikatnya berakar di kraton dan berkembang di Yogyakarta dan Solo. Kedua wilayah ini seakan menjadi barometer dan referensi budaya Jawa yang paling bergengsi (Roqib, 2007: 38). Dengan adanya varian budaya Jawa, akan menimbulkan pula budaya-budaya baru yang berkembang di Jawa khususnya kota Yogyakarta. Mulai dari cara berpakaian ataupun tutur katanya sehingga menimbulkan godaan yang kuat untuk berubah dan menjalani budaya tersebut. Menurut orang Jawa, godaan hidup tersebut antara lain adalah harta, wanita dan tahta (Roqib, 2007: 127). Harta menjadi godaan hidup dalam kesejahteraan ekonomi, tahta atau kekuasaan politik yang menggoda seseorang untuk berperilaku lalim terhadap rakyatnya sedangkan wanita adalah sebagai penggoda atau libido seksual yang menggelora yang menjadi godaan bagi diri seseorang yang disimbolkan dengan kata wanita.

Menurut Roqib, masyarakat Yogyakarta yang dikenal sebagai kota budaya tidak seutuhnya memegang kebudayaannya sendiri. Saat ini kebudayaan Yogyakarta sudah beralkulturasi dengan kebudayaan yang baru (Roqib, 2007: 39). Seperti yang di jelaskan sebelumnya, bahwa kaum *wong cilik* khususnya di Yogyakarta cenderung menjalani cara hidup sosiologisnya lebih melihat dan

diikuti oleh penduduk di Yogyakarta. Kaum *wong cilik* disini

bisa dilihat dari salah satunya kehidupan para sopir truk yang ada di Yogyakarta. Kaum *wong cilik* melihat dan memandang seksualitas perempuan mengacu pada kaum ningrat (*ndara*) atau raja-raja terdahulu di kraton Yogyakarta. Melalui kekuasaan pada kaum ningrat (*ndara*) bisa dilihat pada kehidupan raja-raja di kraton Yogyakarta yang umumnya mempunyai istri lebih dari satu, atau bahkan selir yang banyak (Heryanto, 2006: 27). Dalam konteks kehidupan raja-raja di kraton Yogyakarta sisi perempuan dijadikan sebuah simbol akan keamanan dan kekuasaan bagi kaum ningrat (*ndara*) yang ada di Yogyakarta (Suseno, 2003: 13)

Dengan budaya yang melekat pada kehidupan raja-raja di kraton Yogyakarta, ternyata membuat rakyat yang tak sedikit mengikuti kebudayaan tersebut. Sebut saja kehidupan *wong cilik* para sopir-sopir khususnya sopir truk, yang mana dunia truk adalah dunia kaum laki-laki. Dengan adanya akulturasi budaya, menimbulkan budaya baru yang ada di Yogyakarta. Kehidupan sopir-sopir truk yang sangat dekat dengan wisata seks dengan beberapa perempuan bukan lagi mengikuti tradisi yang ada di Yogyakarta atau kehidupan raja-raja di kraton tetapi karena adanya budaya-budaya baru yang datang dan berkembang di Yogyakarta. Kaum laki-laki yang mana dalam pemahaman Jawa menurut Sigmund Freud dalam Teori Naluri mengatakan kaum laki-laki hanya menginginkan seks, nafsu seksual muncul dalam diri individu dan dia selanjutnya berusaha memenuhi kebutuhannya tersebut (Freud dalam Roqib, 2007: 145). Penyelewengan terhadap hubungan seksual ini banyak terjadi bahkan ada literature tentang wisata seks yang terjadi pada para pekerja sopir-sopir truk.

Wisata seks kehidupan dengan perjalanan kesuatu tempat dengan melakukan

seks, biasanya dengan orang yang lebih muda dan lebih miskin dari dirinya (Roqib, 2007:146). Menurut Koentjaraningrat:

Kebudayaan Jawa berakar di Kraton Yogyakarta dan Solo, dalam konteks liberalitas seksual, ada hasil penelitian yang menyoroti tentang virginitas yang sangat mengguncang kota Yogyakarta sebagai kota budaya. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa 97,05% pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta telah kehilangan keperawanannya (Roqib, 2007: 134)

Melalui budaya yang berkembang di Yogyakarta saat ini membuat para seniman menginterpretasikan kedalam lukisan salah satunya lukisan perempuan dengan tubuhnya yang terdapat di badan Truk. Lukisan tersebut menjadi penghibur dari para sopir truk yang melakukan perjalanan kesuatu tempat atau bekerja.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan metode pendekatan analisis semiotika dengan paradigma interpretatif, dimana data-data yang disajikan berupa pemaparan-pemaparan memahami dan menjelaskan makna dari suatu realita yang ada dalam lukisan di bak truk. Sedangkan semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda, studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Pokok perhatiannya disini adalah tanda (Fiske, 2006: 60). Dalam penelitian ini menggunakan model semiotika dari Roland Barthes. Menurut Roland Barthes, semiotika dapat digunakan untuk menganalisa teks,

dimana di dalamnya tanda-tanda terwujud dalam suatu sistem. Semiotika tidak

hanya digunakan dalam hal-hal yang berkaitan secara linguistik, namun dapat digunakan untuk menganalisa berbagai macam teks termasuk film, iklan, media gambar, dan lain-lain (Susanto, 2010: 6). Barthes menggunakan konsep semiotika untuk menjelaskan gejala budaya, seperti sistem busana, menu makan, arsitektur, lukisan, film, iklan, dan karya sastra. Ia memandang semua itu sebagai suatu bahasa yang memiliki sistem relasi dan oposisi.

Alasan menggunakan model semiotika Roland Barthes adalah dalam penelitian ini karena objek yang digunakan yaitu karya seni lukis yang salah satunya menjadi kajian dari metode semiotika Roland Barthes. Terkait dengan itu, maka penelitian menganggap pendekatan Roland Barthes sebagai pendekatan yang paling sesuai dengan objek penelitian. Metode ini dipilih sebagai metode analisis mengingat terdapat banyak simbol dari objek penelitian yang memerlukan pemaknaan dalam karya seni lukis (lukisan), serta didalamnya terdapat proses interpretasi atau dalam konsep ini berada dalam tahap konotasi bagi penikmat seni itu sendiri

2. Objek Penelitian

Objek penelitiannya menggunakan lukisan bak truk di daerah Yogyakarta. Bisa dilihat dari truk tersebut beroperasi dengan plat nomor kendaraan yang tertera pada truk tersebut. Fokus objek penelitiannya sendiri adalah lukisan perempuan yang ada di bak truk daerah Yogyakarta. Adapun kriteria atau pertimbangan tertentu yang digunakan dalam mengambil sampel objek penelitian

ini adalah lukisan yang secara visual melukiskan tubuh perempuan. Jumlah lukisan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak tujuh buah lukisan dalam bak truk yang ada di daerah Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik untuk pengumpulan data, yang diharapkan akan saling melengkapi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Dokumentasi

Foto yang diambil dari hasil pemotretan lukisan tubuh perempuan yang ada di bak Truk daerah Yogyakarta. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data atau informasi buku-buku/ literatur, jurnal, artikel, arsip, internet, melalui laporan-laporan, dan dokumen (Krisyantono, 2008: 151).

b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan elemen penting dalam penelitian semiotik terlebih untuk memperkaya wacana. Tanpa adanya literatur pendukung, maka akan mengalami kesulitan memperoleh data, baik itu teoritis data praktis seperti opini dari pakar, deskripsi peristiwa dan lain lain. Literatur yang digunakan adalah yang dianggap relevan

Signifikasi dua tahap dari Roland Barthes dapat dijelaskan dengan gambar

berikut:

2. <i>Signifier</i> (Penanda)	1. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Tanda denotatif)	
5. <i>Conotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	4. <i>Conotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
6. <i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

Tabel 1.1 Sistem Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes

Sumber : Alex Sobur dalam Semiotika Komunikasi, 2003: 69

Pada peta tersebut memperlihatkan bahwa tanda denotatif (3) terdiri dari penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga petanda konotatif (4) (Sobur, 2003: 69).

Makna denotasi sebagai makna primer suatu tanda yang dapat langsung ditangkap jika dapat mengindra tanda itu. Dalam objek penelitian tanda denotasi ini bisa dilihat melalui gambaran visual yang ditampilkan dalam apa adanya dalam karya seni lukis atau lukisan yang bisa dilihat secara eksplisit. Misalnya, dari segi bentuk gambaran visual, pewarnaan, dan lain-lain. Makna konotasi muncul akibat perkembangan makna yang tidak lagi mengacu kepada makna primernya.

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 non verbal adalah bentuk dan warna

yang disajikan dalam lukisan, yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuk realitas (Sobur, 2003: 116).

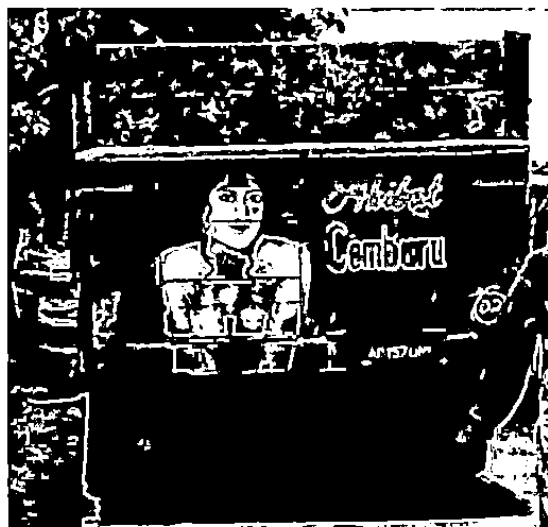
Dalam semiotika pandangan Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama sedangkan konotasi sebagai signifikasi tahap kedua. Pemaknaan konotasi dalam objek penelitian bisa dilihat dari interpretasi atau anggapan yang muncul atas karya seni bahwa apa yang ditampilkan didalam karya seni lukisan tersebut merupakan situasi keadaan dimana tubuh perempuan yang diidealkan saat ini. Konotasi bekerja pada tataran subjektif sehingga kehadirannya tidak disadari. Sebagai sistem yang telah dibangun sebagai mata rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya, makna pada tahap kedua inilah mitos berkerja.

Konotasi sendiri bekerja dalam tataran subjektif, betapa nilai-nilai yang dimiliki oleh masing-masing individu akan sangat berbeda dan memberi pengaruh terhadap bagaimana akhirnya individu tersebut memberi pemaknaan terhadap simbol-simbol, yang terdapat dalam karya seni lukis tersebut. Pemaknaan dalam tataran konotatif objek lukisan ini akan sangat beragam sesuai dengan *frame of reference* maupun *field of experience* yang dimiliki oleh masing-masing individu. Mitos sendiri ialah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas dominan. Mitos masa kini misalnya feminitas dan maskulinitas. Mitos menjadikan apa yang historis menjadi alamiah atau seolah wajar. Mitos sebenarnya juga mendistorsi makna dari semiotik pertama sehingga makna itu tidak lagi merujuk pada realita yang sebenarnya, sehingga dalam objek penelitian ini lahirnya pemaknaan

“dibentuk narasi” yang berada dalam tataran konotasi akan berlanjut pada

tataran mitos, dimana karya seni lukis yang ada akan dikaitkan dengan mitos yang tumbuh ditengah masyarakat. Karya seni lukis yang dihasilkan ini memiliki keterikatan wacana simbolis dengan fenomena sesungguhnya yang sedang berlaku dalam masyarakat. (Fiske, dalam Sobur, 2003: 128).

Dalam penelitian ini penulis memposisikan diri sebagai penafsir atau interpreter terhadap tanda-tanda yang digunakan pada lukisan di bak truk daerah Yogyakarta, dalam menafsirkan tanda-tanda khususnya tubuh ideal perempuan. Penulis mencoba membongkar lebih dalam konstruksi makna ataupun pesan tersembunyi yang tidak disampaikan secara verbal oleh lukisan tersebut. Namun hal itu sudah pasti dapat ditemukannya, seperti apa yang telah dijelaskan Roland Barthes dalam teorinya, bagaimana pemaknaan suatu pesan baik berupa gambar maupun teks. Kemudian muncul suatu mitos atau ideologi yang bekerja lebih lanjut. Di bawah ini merupakan beberapa lukisan di bak truk daerah Yogyakarta yang menampilkan tubuh perempuan:



Gambar 1.2

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 20 Juli 2013 di
Pasar Salat, Medukismo, Bantul, Yogyakarta)



Gambar 1.3

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 9 Agustus 2013 di Jln. Bibis Bangunjiwo Kasihan Bantul Yogyakarta)

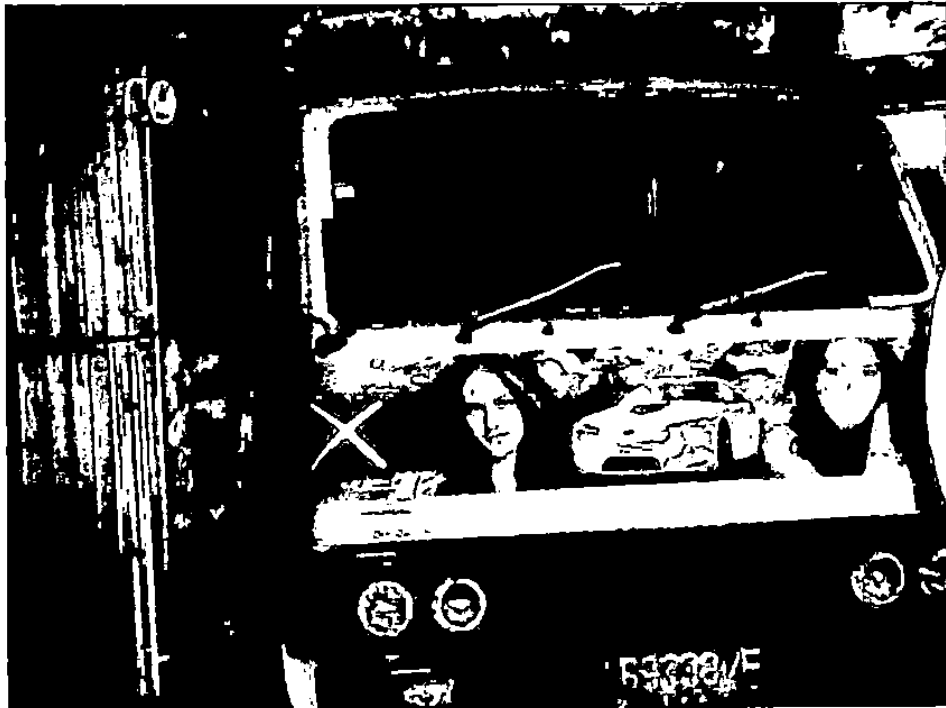


Gambar 1.4



Gambar 1.5

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 3 September 2013 di wilayah PG.Madukismo)



Gambar 1.6



Gambar 1.7

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 3 September 2013 di desa Kersan Kasihan Bantul)



Gambar 1.8

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 3 September 2013 di



Gambar 1.9



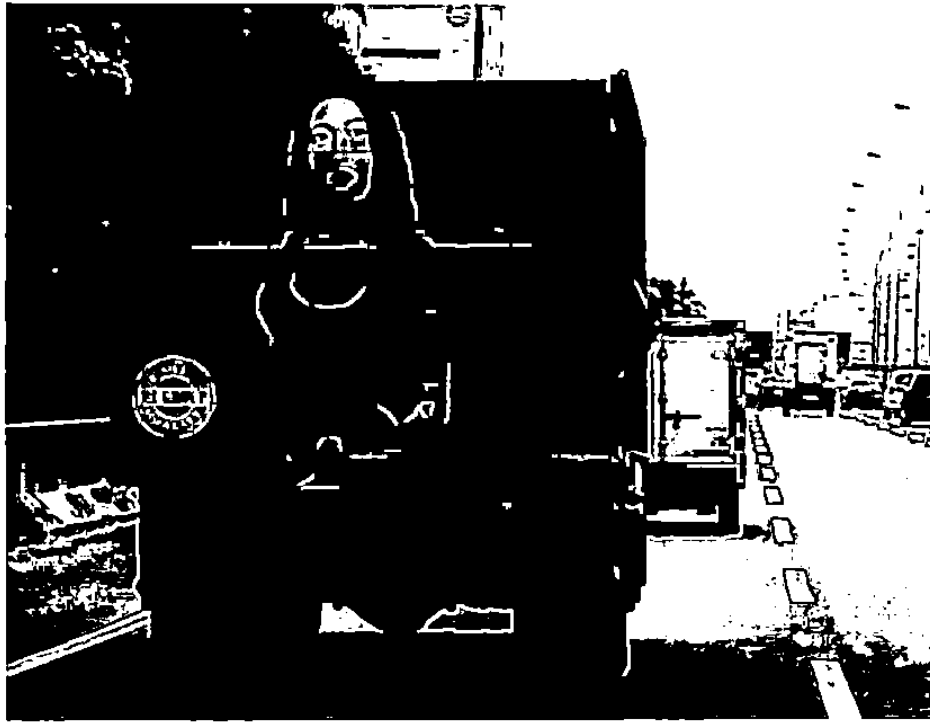
Gambar 1.10

(Sumber: gambar 1.9. dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 1 September 2013 di jln. Imogiri, gambar 1.10 dokumen pribadi diambil di wilayah PG.Madukismo)



Gambar 1.11

(Sumber: gambar 1.11. dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 1 September 2013 di

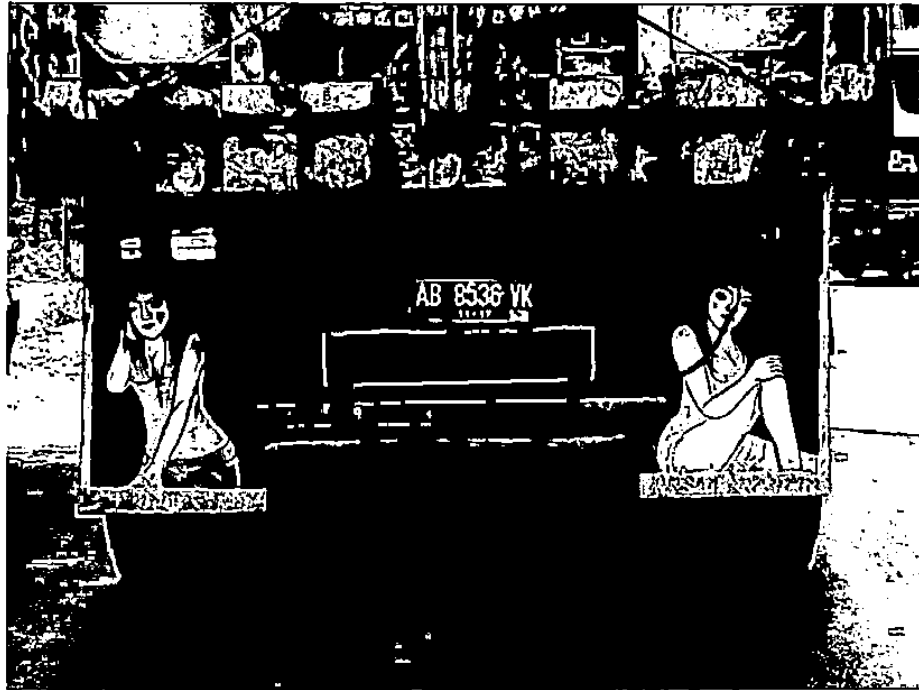


Gambar 1.12

(Sumber: internet di unggah 5 September 2013)



Gambar 1.13



Gambar 1.14

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 14 Oktober 2013, di Jln. Madukismo)



Gambar 1.15

(Sumber: dokumen pribadi yang diambil pada tanggal 30 Oktober 2013, di

5. Sistematika penulisan

BAB I pendahuluan, latar belakang objek penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori sebagai landasan awal penulis melakukan penelitian yang mana tentang komunikasi sebagai produksi makna, representasi dalam lukisan, mitos kecantikan, tubuh ideal perempuan konteks *wong cilik* di Yogyakarta dalam memandang seksualitas perempuan. Metode penelitian dengan jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika penulisan. BAB II gambaran umum, membahas penelitian tentang fenomena *urban art*, *Trans art* dan *Trans art* di Yogyakarta. BAB III analisis dan pembahasan, menganalisis mengenai tanda yang berada dalam lukisan di bak truk tersebut, dari tanda itu sendiri akan memunculkan pemaknaan yang belum dikomunikasikan secara langsung. BAB IV penutup berisi kesimpulan dari bab-bab yang telah dibahas sebelumnya dan saran