BAB II
VISUALISASI TUBUH WANITA DALAM POSTER

II.1 Poster

Awalnya poster merupakan bagian seni murni, media ekspresi para perupa. Perkembangan berikutnya poster dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis serta bentuk-bentuk komersial dan non komersial lainnya. Hal itu sangat terasa setelah Revolusi Industri.

Poster dari waktu ke waktu selalu digunakan untuk berbagai media penyampai pesan kepada khalayak luas. Pesan yang disampaikan dapat bermuatan sosial, politik, budaya maupun pesan komersil suatu produk, sehingga meskipun teknologi telah mengalami banyak kemajuan yang sangat pesat media ini masih juga digunakan.

II.1.1 Pengertian Poster

Menurut Margono Sastrosoediro (seperti dikutip Suwono, 2004) kata "poster" adalah berasal dari kata *"to post"* yang memiliki arti menempelkan. Sebagai kata benda berarti *post* (surat). Poster dapat diartikan tukang menempelkan surat pengumuman atau tempelan itu sendiri.(h.2)

Menurut ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV), poster adalah seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat.

Hal ini didukung dengan pendapat menurut Ensiklopedia Encarta, Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara masal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar di atas kertas untuk didisplay kepada khayalak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna indah dan beberapa teks maupun memuat *trademark* (merek dagang). Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu

kegiatan pendidikan, acara *entertainment* (hiburan), *event-event* tertentu, maupun sebagai alat propaganda. Namun, banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun sebagai hiasan. (Kusrianto, 2007, h.338)

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa poster bisa diartikan sebagai gambar - gambar yang dirancang sedemikian rupa sehingga menarik perhatian, sedikit menggunakan kata-kata, dicetak pada sehelai kertas atau bahan lain yang ditempelkan pada tempat tertentu. Poster merupakan salah satu media komunikasi visual berbentuk dua dimensional. Kehadirannya bertujuan menyampaikan suatu pesan, keinginan, mengumumkan sesuatu agar diketahui masyarakat dan mengingatkan mereka tentang hal-hal yang dianggap penting.

Poster memiliki banyak fungsi, antara lain: memberikan informasi, menggalakkan, menggiatkan, memobilisasi, menjelaskan, bertanya, membangkitkan, memberikan berdasarkan kehendak dan menyakinkan. Makna yang menyiratkan pesan pada poster terbentuk dari kesatuan yang baik antara visualisai dan atau tulisan. Kesatuan ini dapat terbentuk melalui proses kreatif dengan memvisualisasikan ide-ide abstraknya ke dalam karya-karya yang bernilai estetika dan artistik. Dengan begitu sebuah poster harus menarik perhatian, ingatan, kepentingan atau setidaknya sifat rasa ingin tahu seseorang

II.1.2 Sejarah Awal Poster

Margono Sastrosoediro dalam Suwono (2004) menjelaskan bahwa sejarah awal poster tidak diketahui secara pasti. Margono menjelaskan bahwa dalam *Collier Encyclopedia* disebutkan bahwa poster awal yang diketahui dalam sejarah adalah buku undang-undang dari Raja Hamurabi yang lebih dikenal dengan sebutan *"Code Hamurabi"* yakni sebuah batu *diorite* yang memiliki panjang 8 feet (225 cm) berisikan 21 kolom yang membujur ke bawah, merupakan *bas relief* yang Matahari sekitar tahun 2076-2025 SM. Kemudian sepuluh perintah tersebut dipahatkan pada batu tersebut.

Pada *Americana Encyclopedia* yang dinilai sebagai stadium pertama dari poster adalah tulisan diatas papirus diketemukan oleh seorang arkeolog dalam puing-puing *Thebes* dari Mesir (146 SM). Isinya: budak belian bernama Shem telah melarikan diri dari majikannya, Hapu si tukang tenun dan meminta ijin penemunya untuk mengembalikannya dan akan diberi hadiah.

Kemudian Margono Sastrosoediro menjelaskan lebih jauh bahwa di Yunani ditemukan papan pengumuman yang disebut *axons* yang dapat berputar perlahan-lahan dan teratur yang digerakkan dengan alat penggerak mekanik yang ada di dalamnya. *Axones* ini memuat program olah raga dan nama atlet yang akan bertanding. Lalu di kota Pompeii muncul pula papan kayu yang dilapisi dengan semacam perekat, suatu bentuk lain dari poster *(bill-posting)* yang dicat putih dan disebut album. Pengumuman dan peringatan yang dilukis pada dinding dengan menggunakan kuas yang lebar dan warna yang efektif disebut *dipinti.* Sedang desain yang digoreskan pada permukaan disebut dengan *graffiti.*

Di Inggris abad XV yang memegang peranan media komunikasi umum ialah tukang teriak *(public crier),* menjelang akhir abad ini muncul pengumuman atau penawaran yang ditulis dengan tangan. Media ini dikenal sebagai *squis,* dari kata Latin *si quis* yang memiliki arti *anybody.* Pada awalnya berbentuk pengumuman-pengumuman ditempelkan pada pintu-pintu gereja atau kaum pendeta yang mencari tenaga pembantu gereja atau jabatan pendeta itu sendiri *(vicarages).* Tetapi akhirnya dipakai juga oleh orang-orang professional dan bisnis.

Dengan ditemukannya alat cetak oleh orang Jerman yang bernama Johannes Guttenberg (1439-1444), merupakan dasar perkembangan poster. Disebarluaskannya benda-benda cetak membuka banyak kemungkinan baru yang memiliki perkembangan dan jangkauan yang jauh. Teks yang lebar dapat dicetak dalam waktu yang singkat dan dalam jumlah yang tidak terbatas. Beberapa dasawarsa setelah penemuan percetakan baru, poster pertama muncul di Inggris pada tahun 1477.

Dalam Kusrianto (2007), Poster tersebut disebut poster teks, yaitu poster yang mengutamakan teks sebagai informasi, tetapi biasanya ada juga elemen-elemen gambar seperti simbol kerajaan, gambar raja, atau ornamen lain. Pada awalnya, poster dipergunakan untuk menyampaikan pengumuman pemerintah kepada rakyatnya di abad ke-15. Demikian juga poster digunakan sebagai pengumuman dalam penobatan raja, proklamasi, hingga iklan para pedagang yang berpindah-pindah.

Di Belanda, Aloys Senefelder (1795) menemukan sistem cetak disebut litografi (*Lithography)* yang menungkinkan seniman mendapatkan satu kebebasan yang tak didapat pada cukilan kayu. Setelah ditemukan cetak wama pada tahun 1827, kejayaan perkembangan litografi semakin pesat. Jules Cheret (1836-1932) memperkenalkan dalam desain poster satu spontanitas yang hasilnya ditetapkan sebagai permulaan dari poster modern, yaitu menggunakan gadis cantik sebagai model dalam desain posternya. Corak seni lukis yang berkembang pada waktu itu mempengaruhi pula pembuatan desain poster.

Dengan semakin majunya teknik cetak dan semakin bagusnya kualitas kertas yang dapat dihasilkan sekarang ini, maka media poster semakin sempurna pula. Poster yang dibuat dengan kertas tempel *(sticker)* dengan ukuran besar termasuk dalam papan iklan atau *billboard*.

II.1.3 Jenis Poster

Jenis poster yang paling tua masih berupa teks sederhana yang sering digunakan sebagai media informasi. Dalam Buku Pengantar Desain Komunikasi visual yang disusun oleh Adi Kusrianto, para pengamat seni grafis mengelompokan jenis poster menjadi: poster teks, poster bergambar, poster propaganda, poster kampanye, poster *wanted*, poster *cheesecake*, poster *film*, poster buku komik, poster *affirmation*, poster *riset* dan kegiatan ilmiah, poster didalam kelas, poster karya seni, poster pelayanan masyarakat, dan terakhir poster komersial.

Sedangkan, Rino Gumilar (seperti dikutip Suwono, 2004) menjelaskan poster menurut tujuan periklanannya dibagi menjadi 2 macam yaitu:

1. Poster Komersial

   Poster dengan tujuan mengkampanyekan suatu merek produk dagang atau dengan kata lain, tujuan pembuatan berdasarkan pertimbangan kepentingan dagang semata dengan jalan untuk meningkatkan volume penjualan dan pemasaran itu sendiri.

2. Poster Non Komersial atau Sosial

   Poster untuk melayani kepentingan umum bersifat sosial kemasyarakatan dasarnya adalah sarana penyampaian atau informasi yang bersifat sosial.

Dalam penelitian ini akan meneliti jenis poster untuk iklan produk yang masuk kedalam kategori poster komersial, yaitu poster iklan minuman Absinthe di era Revolusi Industri. Pengertian iklan sendiri menurut Patties dalam Hasiando (seperti dikutip Sukmanagara, 2010) adalah setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seorang pembeli potensial dan mempromosikan penjualan suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, dan atau memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan.(h.12)

II.2 Visualisasi Tubuh Manusia

Tubuh manusia memang menarik untuk di tuangkan ke dalam bentuk visual, banyak sekali bagian-bagian menarik dari tubuh manusia seperti bagian kepala, badan, tangan, kaki dan anggota tubuh lainnya yang bisa dijadikan visual ke dalam berbagai media, khususnya media poster. Tubuh manusia bisa menjadi objek visual yang komunikatif dalam penyampaian pesan atau penerangan dalam poster. Bahasa tubuh lebih dapat mengekspresikan suatu maksud, gerakan – gerakan maupun sikap badan tertentu memiliki makna tersendiri dalam berkomunikasi.

II.2.1 Pengertian Visualisasi Tubuh Manusia

Pengertian Visualisasi sendiri jika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua yang dikeluarkan Depdikbud adalah pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan (kata dan angka), peta, grafik, dan sebagainya.

Visualisasi bisa diartikan pula sebagai sebuah rekayasa dalam pembuatan gambar, diagram atau animasi untuk penampilan suatu informasi. Secara umum, visualisasi dalam bentuk gambar baik yang bersifat abstrak maupun nyata telah dikenal sejak awal dari peradaban manusia. Contoh dari hal ini meliputi lukisan di dinding-dinding gua dari manusia purba, bentuk huruf hiroglip Mesir, sistem geometri Yunani, dan teknik pelukisan dari Leonardo da Vinci untuk tujuan rekayasa dan ilmiah, dan lain-lain.

Sedangkan pengertian tubuh sendiri, ada bermacam-macam pendapat orang yang mengatakan tentang apa itu tubuh. Tubuh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua yang dikeluarkan Depdikbud adalah keseluruhan jasad manusia atau binatang yang kelihatan, dari ujung kaki hingga ujung rambut. Tubuh manusia disebut juga jasmani, raga, awak atau jasad manusia. Tubuh sebagai suatu sistem simbol makhluk sosial dan individu.

Jadi visualisasi tubuh manusia itu dapat disimpulkan yaitu, pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan sebuah rekayasa dalam pembuatan gambar atau animasi untuk penampilan suatu informasi yang menggunakan bentuk gambar jasmani, raga, awak atau jasad manusia.

Menurut Cahyana *et al* (2009) penggunaan tubuh sebagai media mengkomunikasikan pesan dan gagasan tidak muncul tanpa alasan, karena di setiap kebudayaan mempunyai cara pemaknaan tersendiri terhadap tubuh itu sendiri, baik dari segi bentuk maupun sikap yang ditampilkannya. Cahyana *et al* pun menjelaskan bahwa di masa Yunani Kuno terdapat 3 pandangan tentang tubuh, yaitu: Pertama, aliran yang didirikan oleh Cyrenaic, percaya bahwa

"kebahagiaan tubuh itu jauh lebih baik daripada kebahagiaan mental". Aliran yang kedua, didirikan oleh Epicurus, percaya bahwa "kebahagiaan tubuh memang bagus, tapi masih lebih bagus lagi kebahagiaan mental". Aliran yang terakhir, sekaligus yang paling tidak populer, didirikan oleh Orpheus, mengatakan bahwa "tubuh adalah kuburan bagi jiwa" (*the body is the tomb of the soul*). Meskipun tak populer, aliran ini sangat mempengruhi filsuf-filsuf utama seperti Phytagoras, Socrates dan Plato.

Sebenarnya persepsi tentang tubuh jika dalam kebudayaan konsumen didominasi oleh meluasnya dandanan untuk citra visual (logika kebudayaan konsumen adalah pemujaan pada konsumsi citra). Citra membuat orang lebih sadar akan penampilan luar dan presentasi tubuh. Iklan dan industri film adalah kreator utama citra tersebut. Dalam kebudayaan konsumen, tubuh wanita menjadi objek yang selalu menjadi acuan. Melalui tubuh wanita segala macam citra disematkan, akhirnya ia menjadi semacam daya tarik untuk menjual beragam produk. Melalui kesan sensual yang terdapat dalam tubuh wanita secara tidak langsung telah menjadikan wanita sebagai objek dalam budaya konsumen sekarang ini.

Pemaknaan terhadap tubuh ternyata tidak hanya diartikan sosok nyata dari manusia, tetapi juga mempunyai pemaknaan secara budaya. Tubuh dalam tiap kebudayaan mempunyai pemaknaan yang berbeda-beda, demikian juga para pemikir dan filsuf selalu mempunyai cara pemaknaan yang baru terhadap tubuh. (Cahyana *et al,* 2009). Kesimpulannya adalah bahwa tubuh selalu menyimpan potensi untuk diinterpretasikan sesuai dengan zamannya. Pemaknaan terhadap tubuh laki-laki mungkin tidak serumit ketika memaknai tubuh perempuan; terutama dalam kesenian, dimana nilai keindahan dan kesempurnaan selalu dikaitkan dengan tubuh perempuan; mulai dari masa prasejarah hingga sekarang.

Para seniman menjadikan tubuh wanita sebagai sumber inspirasi yang tak pernah pudar, perupaan tubuh wanita diinterpretasikan dengan beragam cara, tidak hanya menggambarkan aspek sensualitas semata. Misalnya Picasso, menggambarkan tubuh wanita dengan gaya kubisme dengan bentuk geometris, atau Frida Kahlo

yang mengungkapkan ekspresi kengeriannya melalui tubuh wanita yang dipenuhi besi.

II.2.2 Perkembangan Visualisasi Tubuh Manusia dalam Poster

Menurut sumber data pada era Revolusi Industri (1760-1920), visualisasi tubuh manusia dalam poster sudah mulai berkembang, meskipun unsur tipografinya lebih mendominasi. Dalam poster tersebut, digunakan visualisasi figur tunggal dengan kata-kata judul yang minim. Pada era Revolusi Industri pembuatan poster masih menggunakan teknik litrografi, maka visualisasi tubuh manusia pun dibuat lebih sederhana. Litografi sendiri berasal dari kata Bahasa Inggris yaitu *lithograph* adalah sebuah metode untuk mencetak menggunakan batu (kapur litograf) atau pelat logam dengan permukaan benar-benar halus. Diciptakan pada tahun 1795 oleh penulis Bavaria Alois Senefelder sebagai metode murah menerbitkan karya teater, litografi dapat digunakan untuk mencetak teks atau karya seni di atas kertas atau bahan yang cocok lainnya

Pada saat itu, visualisasi tubuh wanita lebih mendominasi dibandingkan visualisasi tubuh pria. Entah itu untuk poster komersil, non komersial, poster *event* atau kampanye, figur wanita selalu mendominasi karena dianggap memiliki daya tarik tersendiri. Bersamaan dengan masalah budaya tentang gender, Lahirlah Gaya Art Nouveau. Visualisasi tubuh wanita ditambahankan dengan unsur-unsur Art Nouveau untuk lebih menonjolkan sisi estetisnya. Menurut Lahor (2007) Gaya Art Nouveau muncul dari gerakan besar dalam seni dekoratif yang pertama kali muncul di Eropa Barat pada 1892. Nama Art Nouveau sendiri diambil dari nama sebuah toko di Paris yang dibuka pada tahun 1895 oleh Slegfried Bing. Gaya ini pada awalnya dimaksudkan sebagai sebuah teori yang dapat dinikmati oleh banyak orang, namun kenyataannya lebih diterapkan pada seni dan barang-barang untuk konsumsi orang-orang kaya.

Art Nouveau berkembang dari berbagai gaya. Berasal dari pergerakan seni dan griya di Inggris dengan titik berat pada dekoratif dan tekstil Morris, *Wallpaper* dan kurva lengkung yang rumit dari Mackmurdo. Publikasi dari Studio *Magazine*

yang pertama kali muncul di 1893 banyak membuat seni dan desain Inggris dikenal di Eropa dan Amerika. Walaupun Evolusi ini bersumber bersumber dari Inggris, Art Nouveau menunjukkan kemudahan dan bakat alam tanpa soal-soal tentang moral sebagai sebuah gaya dekoratif yang terkenal di 1890 dan turun di 1914 ketika perang dunia pertama. Art Nouveau secara luas berkarakteristik dengan perhatiannya terhadap detail dan kecintaannya pada asimetris dan garis kurva lengkung. Gaya ini selalu mendatangkan seni grafis, lukisan dan seni pahat. Nama Art Nouveau tidak pernah diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dan lainnya, dimana gaya tersebut diberikan dengan banyak judul.

Gaya ini muncul bersamaan dengan turunnya gerakan seni dan griya, dan tidak semuanya berdasarkan kehidupan sosial. Gaya ini berasal dari Belgium, Perancis. namun terdapat pula di Skotlandia, Austria, dan Spanyol. Art Nouveau mengambil objek dari masa lalu dan beberapa kebudayaan. karakteristik Art Nouveau mengunakan kurva garis, geometrik bersamaan dengan bentuk dan pola asimetris. bentuk-bentuk dari alam yang cukup popular seperti rerumputan, bunga lili dan sejenisnya. ada pun bentuk-bentuk yang tidak biasa dari alam seperti bulu burung kakaktua, kupu-kupu dan serangga.

Setelah melewati Era Revolusi Industri, dunia desain memasuki awal Era Modernisme (1910-1920) dimana muncul aliran-aliran seni seperti Ekspresionisme, Kubisme, Surealisme dan lain-lain, poster dengan visualisasi tubuh manusia pun mengalami perkembangan, sesuai dengan sentuhan aliran-aliran tersebut.

Pada masa ini penggambaran tubuh manusia dengan sentuhan Art Nouveau masih terlihat. Tetapi figur wanita sebagai visualisasi poster sudah mulai berkurang. Sudah banyak poster-poster yang menggunakan figur laki-laki, sehingga figur wanita sudah tidak terlalu mendominasi lagi.

Pada aliran Ekspresionisme yang dimotori Van Gogh, berkembang poster dengan gambar tubuh manusia yang mulai ekspresif dan kurang proporsional.

Penggambaran distorsi orang yang besar dan gemuk, atau malah sangat kecil dan kurus mulai diperlihatkan.

Sedangkan dalam aliran Kubisme yang dipelopori Pablo Picasso, penggambaran poster dengan gambar manusia yang terkesan terlihat kotak-kotak pun muncul. Hal ini karena orang pada zaman itu menganggap bahwa segala benda di dunia, sebenarnya berasal dari dasar bentuk geometris, termasuk tubuh manusia. Kubisme menandakan kemunculan gaya modern, pemutusan hubungan dengan masa lalu dan penolakan terhadap tradisi. Beberapa teknik kubisme menandakan kelahiran seni abad mesin. Aliran Surealisme sendiri adalah gambaran yang didapat dalam keadaan seperti mimpi. Sumber inspirasi didapat dari ahli psikologi yang memiliki pemikiran bahwa mimpi dan alam sadar ada di dalam manusia.

Memasuki era Modernisme (1920-1980), poster bergambar tubuh manusia mengalami perubahan yang cukup signifikan. Visualisasi tubuh manusia dalam poster era Modern cenderung dikurangi dan lebih disederhanakan. Tidak ada lagi unsur Art Nouveau pada penggambarannya. Hal ini karena pada era Modern unsur *simplicity* lebih diutamakan. Orang-orang pada zaman ini beranggapan bahwa *less is more*. Poster pun dibuat lebih sederhana dan efisien.

Gaya poster yang cukup terkenal pada era Modern adalah Plakatstil. Gaya ini muncul pada tahun 1890-1940 ditemukan di Jerman. Gaya desain yang untuk mengatasi kesenjangan antara seni dan industri dengan desain lebih fungsional. Meninggalkan simbolisme dan beralih pada rasionalisme. Ciri dari gaya ini adalah memanfaatkan satu objek utama tanpa sentuhan dekoratif maupun background lain yang dapat mengganggu kehadiran objek utama tersebut. Maka jika membuat poster dengan objek utama seorang manusia, hanya gambar manusia dan teks judul yang sederhana. Sedangakan visualisasi dari tubuh manusianya, sudah menggunakan teknik fotografi yang sudah mulai diubah-ubah dengan teknik digital menggunakan komputer, sesuai dengan konsep yang diterapkan.

Pada era Modernisme ini berkembang pula poster gaya Art Deco, yaitu sebuah gaya yang memunculkan ornamen-ornamen dekoratif yang memanfaatkan unsur-unsur garis hias yang mengesankan gerak dan kecepatan. Gaya Art Deco sering pula disebut gaya modernistik atau moderne karena memadukan bentuk baru yang disederhanakan dengan kecenderungan dekoratif lama. Menurut Suwono (2004), gaya ini muncul pada tahun 1924-1937 di Paris. Art Deco merupakan gaya dekoratif internasional ketimbang *a design movement* (gerakan desain).

Jika pada era Modern sebelumnya menggunakan pendekatan *less is more*, maka pada era Art Deco menggunakan pendekatan *form follows function*. Sehingga penggambaran tubuh manusia dalam poster di era ini hanya disesuaikan dengan kepentingannya saja. Jika dalam mendesain poster dianggap perlu visualisasi tubuh manusia agar *audience* (penonton) lebih memahami, maka tubuh manusia pun dimunculkan. Tetapi jika dianggap tidak perlu, maka tidak usah ditampilkan. Hal ini berbeda dengan era awal Revolusi Industri dimana poster selalu didominasi visual tubuh manusia, khususnya figur wanita. Entah itu poster komersil, ataupun poster *event* atau kampanye, figur wanita selalu mendominasi karena dianggap memiliki daya tarik tersendiri.

Selain Art Deco dan Plakatstil, gaya lain yang muncul dalam poster era Modernisme adalah Gaya Tipografi Internasional (*International Typographic Style*) yang dikenal juga dengan Gaya Swiss. Dalam gaya ini visualisasi tubuh manusia menggunakan teknik foto, bukan gambar tangan. Hal ini karena foto dianggap lebih realis dibandingkan gambar yang dipengaruhi oleh gaya gambar dari pengilustrasi. Tapi pada era ini visualisasi tubuh manusia kurang diminati dan lebih mementingkan unsur tipografi yang bersifat geometris, sans serif dan rata kanan-kiri. Hal ini terjadi karena gaya tersebut dianggap lebih maju dan modern. Dan setelah Gaya Tipografi Internasional, berkembang gaya New York (*New York School*) yang semakin menghilangkan unsur visual tubuh manusia pada posternya.

Memasuki era Postmodern (1985), menurut sumber data visualisasi tubuh manusia dalam poster kembali berubah. tidak aneh jika poster-poster pada era ini

terkesan seenaknya sendiri dan tidak terpaku pada pakem tertentu. Misalnya *style/*gaya Popular Art (Pop Art) yang muncul akibat dari penentangan terhadap pemikiran gaya internasional (*international style*). Pop Art yaitu aliran seni yang memanfaatkan simbol-simbol dan gaya visual yang berasal dari media massa yang populer. Seperti koran, iklan, televisi, komik, ataupun kemasan barang dan gaya supermarket. Aliran yang dipelopori Andy Warhol ini sering menampilkan visual poster dengan gambar-gambar model dari pesohor-pesohor film seperti Marlyn Monroe atau Elvis Presley yang divisualkan menggunakan warna-warna terang, cerah, dan kombinasi dari warna-warna komplementer (hijau-merah, dan sebagainya). Selain itu visualisasi tubuh manusia pada poster era ini juga menggunakan garis dan bentuk yang lentur, sehingga membuat gambar cenderung tidak realis atau tidak jelas.

Selain Pop Art, pada era Postmodern juga berkembang poster dengan gaya yang merupakan garis besar dari budaya Postmodern, yaitu New Wave dan Punk. Gaya ini muncul hampir bersamaan. Pada poster Punk, biasanya visulisasi tubuh manusianya menggunakan gambar-gambar yang telah terpakai yang diproduksi kembali atau diduplikat. Gaya poster Punk cenderung memberontak sehingga sering pula disebut antidesain. Sedangkan poster pada gaya New Wave cenderung menggambarkan tubuh manusia dengan goresan tangan yang ekspresif sehingga bersifat lebih persuatif dan mampu menyita perhatian yang melihatnya. Tipografinya pun cenderung sama, menggunakan goresan-goresan tangan yang ekspresif. Selain itu visualisasi tubuh manusianya pun banyak menggunakan elemen metafora, humor, dan citra (*image*) yang populer dan mudah dikenal sehingga seringkali dihubungkan orang dengan pandangan sosial-politik yang beraliran kiri radikal.

II.3 Visualisasi Tubuh Wanita dalam Poster Era Revolusi Industri

Seperti yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, bahwa pada saat Revolusi Industri, visualisasi tubuh wanita lebih mendominasi dibandingkan visualisasi tubuh pria. Entah itu untuk poster komersil, non komersial, poster *event* atau kampanye, figur wanita selalu mendominasi karena dianggap memiliki daya tarik

tersendiri. Terkadang figur wanita cantik tersebut selain digambarkan dengan tubuh indahnya, dengan pakaian yang minim, seksi bahkan telanjang, juga terkadang digambarkan dengan erotis dan sensual.

Dalam konteks ini ada keterkaitannya dengan eksploitasi terhadap wanita. Namun masih belum pasti apakah eksploitasi ini merupakan eksploitasi yang mengarah pada nilai negatif atau positif pada saat itu. Karena pasti ada perbedaan alasan dan perbedaan sudut pandang dalam penggunaan visualisasi tubuh wanita pada poster di masa Revolusi Industri dengan masa sekarang, dan alasan mengapa figur wanita digambarkan seperti itu. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih jauh dan mendalam tentang penggunaan visualisasi tubuh wanita pada poster di saat era Revolusi Industri.

II.3.1 Eksploitasi Terhadap Wanita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua yang dikeluarkan Depdikbud, eksploitasi adalah pengusahaan; pendayagunaan; pemanfaatan untuk kepentingan sendiri; pengisapan; pemerasan (tenaga orang lain) ~ atas diri orang lain merupakan tindakan tidak terpuji. Mengeksploitasi; mengusahakan; mendayagunakan (perkebunan, pertambangan, dan seterusnya) mengeruk (kekayaan); memeras (tenaga orang lain), sedangkan pengeksploitasi adalah orang yang mengeksploitasi orang lain.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa eksploitasi terhadap wanita secara garis besar merupakan pendayagunaan atau pemanfaatan wanita, tetapi telah disepakati sebelumnya bahwa eksploitasi tidak selalu bersifat negatif tapi juga bisa bersifat positif. Karena menurut Merdania (2004), ada sebagian pihak wanita menganggap eksploitasi sebagai hak preogatif memandang iklim tersebut sebagai kesempatan yang tidak boleh disia-siakan hingga hampir tidak ditemukan adanya unsur paksaan hingga terjadi kerjasama timbal balik yang saling menguntungkan. (h.24)

Menurut pengamat pers Muhammad Jammiludin Tongga (Seperti dikutip Meirdania, 2004) disebutkan bahwa alat jual perempuan dalam bentuk iklan pemasaran dan sebagai objek jual seksual, materi pornografi dan korban kriminal.

Sehingga pada akhirnya wanita ditampilkan sebagai lambang seksual. Oleh karena itu, wanita selalu digambarkan dengan sensualitas.

Pengertian eksploitasi dalam hubungannya dengan sensualitas dan seksualitas sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Anton.Moeliono.M *et al* (seperti dikutip Meirdania, 2004), dapat diartikan sebagai suatu tindakan pemanfaatan hal – hal fisik wanita (segala sesuatu mengenai tubuh) dan bersifat membangkitkan dorongan seks untuk kepentingan sendiri dan keduabelah pihak.

Sensual dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah berhubungan dengan kenikmatan yang bersifat naluri sedangkan sensualisme adalah ajaran yang menganggap bahwa segala pengetahuan manusia didasarkan pada suatu hal yang dapat ditangkap oleh panca indera. Sensualitasnya sendiri adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan badani bukan rohani. Sedangkan seksual adalah berkenaan dengan perkara persetubuhan atara laki-laki dan perempuan; seksualitas adalah ciri, sifat atau peranan seks; doroangan seks; kehidupan seks.

Seksualitas menawarkan salah satu dari kesempatan yang paling elementer dan kuat terhadap kepuasan dan kebahagiaan. (Funk, 2011, h.44). Seandainya kenikmatan seksual seperti itu dideklarasikan sebagai sesuatu yang penuh dosa – sedangkan hasrat seksual secara abadi tetap berlaku dalam setiap manusia – maka larangan-larangan moral selalu menjadi sumber rasa bersalah. Rasa bersalah ini memiliki dampak sosial yang besar, seperti intimidasi emosional.

Untuk mengetahui apakah dalam penelitian tentang eksploitasi tubuh wanita dalam poster era Revolusi Industri ini mengarah kearah yang bernilai positif atau negatif, maka perlu dikaji terlebih dahulu tentang alasan pada saat Revolusi Industri wanita lebih banyak di eksploitasi.

II.3.2 Struktur Sosial Patriarkal dan Matriarkal

Alasan mengapa figur wanita selalu mendominasi dalam visualisasi poster yang dijelaskan sebelumnya adalah karena wanita dianggap memiliki daya tarik

tersendiri. Sehingga wanita lebih banyak dieksploitasi sebagai objek dalam sebuah media dibandingkan pria. Menurut Zulkarnaini Abdullah (seperti dikutip Meirdania, 2004) bahwa perempuan dengan anatominya dianggap bertanggung jawab atas subordinasi mereka. perempuan hadir kedunia dengan postur tubuh yang indah dan paras yang cantik. Penampilan perempuan memiliki daya tarik yang tinggi, karena itu dari segi bisnis memiliki harga jual yang tinggi pula. Perempuan tidak lagi dinilai dari segi kapasitas intelektual atau kualitas spiritualnya, tapi lebih pada materi atau penampilan luarnya. Untuk itu pula tubuh wanita lebih menarik untuk digunakan dalam visualisasi poster, karena memiliki nilai estetis (nilai keindahan) yang bisa menarik pandangan mata.

Namun alasan tersebut masih dirasa kurang cukup untuk menjelaskan mengapa pada era Revolusi Industri tubuh wanita yang banyak dieksploitasi kepada khalayak dibandingkan tubuh pria. Sehingga penelitian ini mencoba meneliti dari aspek lain, yaitu perbedaan gender. Isu kontroversial dan kompleks pada saat itu adalah isu tentang relasi laki-laki dan perempuan. Masalah laki-laki dan perempuan adalah dampak psikologis dari perbedaan-perbedaan terhadap identitas individual dan relasi kemanusian.

Menurut John M. Echols dan Hassan Shadily (seperti dikutip Marzuki, 2011), Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin (*sex*), padahal gender berbeda dengan jenis kelamin. Gender sering juga dipahami sebagai pemberian dari Tuhan atau kodrat Ilahi, padahal gender tidak semata-mata demikian. Secara etimologis kata ‘gender’ berasal dari bahasa Inggris yang berarti ‘jenis kelamin’.

Dapat disimpulkan bahwa Gender adalah suatu sifat yang dijadikan dasar untuk mengidentifikasi perbedaan antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi kondisi sosial dan budaya, nilai dan perilaku, mentalitas, dan emosi, serta faktor-faktor nonbiologis lainnya. Gender berbeda dengan sex, meskipun secara etimologis artinya sama dengan sex, yaitu ‘jenis kelamin’.

Secara umum sex digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan dari segi anatomi biologis, sedang gender lebih banyak berkonsentrasi kepada aspek sosial, budaya, dan aspek - aspek nonbiologis lainnya. Jika studi sex lebih menekankan kepada perkembangan aspek biologis dan komposisi kimia dalam tubuh seorang laki-laki dan seorang perempuan, maka studi gender lebih menekankan kepada perkembangan aspek maskulinitas dan femininitas seseorang.

Meneliti dari hubungan laki-laki dan perempuan pada masa lampau, seperti yang diungkapkan Erich Fromm dalam Funk (2011), "Perang gender telah berlangsung semenjak enam ribu tahun lalu. Sebuah perang gerilya. Enam ribu tahun yang lampau, patriarki menaklukan perempuan, dan masyarakat mulai terorganisasi dalam dominasi laki-laki. Perempuan menjadi milik laki-laki. Dan harus berterima kasih atas segala kebaikan hatinya." (h.ix)

Pernyataan singkat itu, telah mengungkapkan pemikiran mendasar tentang relasi problematik antara perempuan dan laki – laki. Bukan perbedaan ilmiah mereka, tapi implikasi yang tercipta dari perbedaan tersebut. Pada saat Revolusi Industri di Perancis, masyarakat dipengaruhi oleh sistem patriarkal dan matriarkal. Struktur sosial patriarkal dan matriarkal ini menentukan relasi antara laki-laki dan perempuan, dan hal tersebut membentuk perbedaan antar dua jenis kelamin tersebut seperti halnya oleh orientasi dominan dari karakter sosial pada suatu masa. Sehingga tubuh wanita lebih banyak dieksploitasi dibandingkan tubuh pria, hanya untuk kepuasan salah satu pihak saja. Tetapi alasan tersebut masih samar – samar untuk dimengerti. Apakah eksploitasi wanita pada abad itu mengacu pada maksud yang positif atau negatif. Positif dan negatif disini artinya apakah eksploitasi wanita tersebut karena alasan mengagumi wanita sebagai makhluk yang dianggap indah dan mempesona, dipuja bahkan diagungkan atau sebagai gerakan kaum patriarki yang hanya ingin mengeksploitasi wanita dari segi sensual dan seksualitasnya saja, sehingga wanita sering dianggap penjahat dan musuh yang sering menggoda dengan tubuh indahnya dan ditempatkan ditempat yang lebih rendah dari pada kaum pria.

Patriarkal dan matriarkal ini lahir dari keyakinan mitos – mitos terdahulu yang direalisasikan oleh para intelek dalam kehidupan sosial pada awal zaman pencerahan, khususnya zaman pencerahan Perancis (abad ke-18) yang disusul dengan awal era Revolusi Industri (akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19) dimana merupakan zaman perubahan teknologi, sosioekonomi, dan budaya. Sistem ini di Perancis dapat ditangkap oleh golongan yang lebih luas. Hal ini menjadikan keyakinan baru yang memasuki pandangan umum. Demikianlah di Perancis sistem ini erat dihubungkan dengan kehidupan politik, sosial dan kebudayaan pada waktu itu.

Secara umum budaya patriarki didefinisikan sebagai suatu sistem yang bercirikan laki-laki. Seperti yang dijelaskan Funk (2011) pada sistem ini laki-laki yang memiliki kekuasaan untuk menentukan, kondisi ini dianggap wajar karena dikaitkan dengan pembagian kerja berdasarkan seks. Keberadaan budaya ini telah memberikan keistimewaan pada jenis kelamin laki-laki. Begitu pula menurut Gamble (2010), bahwa istilah patriarkal mengacu pada hubungan kekuatan dimana kepentingan perempuan dianggap lebih rendah daripada laki-laki. Hubungan kekuatan ini memiliki banyak bentuk, mulai dari penggolongan pekerjaan menurut jenis kelamin dan pemberdayaan dalam organisasi sosial.

Dari kedua pengertian tersebut didapat kesimpulan bahwa budaya ini tidak mengakomodasi kesetaraan dan keseimbangan, dimana dalam budaya ini jenis kelamin perempuan tidak diperhitungkan. Budaya inilah yang kemudian yang mewujudkan garis keturunan berdasarkan garis lak-laki. Budaya patriarki ini mempengaruhi kondisi hubungan perempuan dan laki-laki, yang pada umumnya memperlihatkan hubungan subordinasi, hubungan atas-bawah dengan dominasi laki-laki.

Sedangkan matriarki dalam Funk (2011) adalah matriarkat yaitu sistem pengelompokan sosial dengan seorang ibu menjadi kepala dan penguasa atas seluruh keluarga. Selain itu ada pula yang mendefinisikan matriarki sebagai

sebuah komunitas di mana ibu atau perempuan tertua adalah otoritas tertinggi, dan keturunan dan kekerabatan yang ditelusuri melalui garis perempuan.

Secara garis besar, aspek positif dari matriarkisme itu berada dalam pengertian tentang kesetaraan, universalitas dan pengakuan kehidupan tanpa syarat. Aspek negatifnya berada dalam ikatan akan darah dan tanah, kurang dalam rasionalitas dan kemajuan. Sedangkan, Aspek positif patriarkisme berada dalam pada prinsip tentang kebenaran, hukum, ilmu pengetahuan, peradaban, perkembangan spiritual. Aspek negatifnya berada dalam hierarki, penindasan, ketidaksetaraan, inhumanitas.

Meneliti dari karya Bachofen dalam Funk (2011) tentang penemuannya atas Hak Ibu (*Mother Right*). Analisisnya terhadap mitos-mitos dan simbol-simbol bangsa Romawi, Yunani, dan Mesir membuatnya berkesimpulan bahwa struktur patriarkal dalam masyarakat yang dikenal melalui sejarah peradaban dunia, adalah relatif baru sekarang ini, dan itu didahului sebelumnya oleh status kultural yang menempatkan sosok ibu dalam peran yang sangat penting; seperti keluarga, kepala pemerintahan dalam masyarakat, dan Dewi Agung. Lebih jauh, dia juga berasumsi bahwa sebelum dikenal adanya struktur matriarkal (terutama dalam sejarah awal manusia), adalah bentuk masyarakat yang masih kasar, kurang beradab ("hetarisme"), kehidupan sepenuhnya bersandar pada produktivitas alamiah perempuan, tanpa adanya pernikahan, hukum, prinsip-prinsip ataupun aturan-aturan yang dikenal sekarang.

Tahun 1859, matriarki masih sangat awam di tengah masyarakat borjuis. Pembuktian matriarki berjalan dalam dua kubu yang secara radikal bertolak belakang baik secara ideologi maupun politik. Sebagian besar menerima konsep matriarkal, dan sebagian lain menolak. Sehingga hal tersebut melahirkan dua kubu, yaitu antisosial dan kaum sosial. Tetapi pada akhirnya matriarki mendapatkan simpati baik dari kubu revolusioner maupun antirevolusioner. Salah satu elemen yang menentang matriarki adalah keberadaannya yang dekat dengan masyarakat borjuis demokratis.

Menurut sumber data, mitos '*The Great Mother*' ternyata banyak menginspirasi bentuk peradaban awal manusia yang dimunculkan melalui seni patung – 20.000 SM. Sering dikenal dengan figur Venus, *The Great Mother* ini merepresentasikan perempuan dengan perut, dada, dan pinggul yang besar. Salah satu yang paling terkenal adalah *Venus of Willendorf* yang ditemukan di Austria. Begitu juga di berbagai belahan dunia pada masa-masa awal, mereka menganggap sosok perempuan 'lebih tinggi' daripada laki-laki: Mesir Kuno yang menarik garis keturunan dari pihak ibu; hukum di Babilonia dimana seseorang yang melakukan kesalahan kepada ibu akan dimusnahkan dari komunitas; kebudayaan pagan Eropa mengambil nama belakang dari nama ibu; keluarga kekaisaran Jepang meyakini bahwa mereka merupakan keturunan langsung dari dewi matahari, Omikami Amaterasu; Di Cina nama keluarga dibentuk dari tanda yang berarti 'perempuan'. *The Great Mother* juga berpengaruh dalam perkembangan kesenian, pertanian, sastra, musik dan matematika. Dalam mitologi Hindu, dewi Savitri menciptakan unit pengukuran seperti hari, bulan, inci, dan detik. Perempuan diagungkan, disucikan, ditinggikan bahkan dianggap dewa. Melalui perempuanlah kehidupan baru tercipta. Oleh karena itu juga kita sering menyebut bumi dengan kata ganti 'she'; 'ibu pertiwi'; '*mother earth*'. Peradaban yang mengagungkan perempuan, sejauh yang ditemukan, merupakan peradaban yang damai.

Bachofen dalam Funk (2011) berpendapat bahwa:
Di masa mudanya, perempuan lebih dahulu belajar menebarkan cinta dan kasih sayang terhadap makhluk lain ketimbang laki-laki, dan melampaui batas-batas ego, dan menggunakan kelebihan yang dimilikinya untuk melindungi dan memperbaiki eksistensi orang lain. Perempuan, pada tahap ini, merupakan khazanah dari setiap kebudayaan, dari sebuah kebaikan, dari seluruh pemujaan, dari segenap perhatian terhadap kehidupan dan rasa duka cita terhadap kematian. (h.6)

Teori Bachofen tersebut mengasumsikan kedekatan antara kaum perempuan dengan sentimen religius, menurutnya jika matriarkal terutama harus melahirkan

kesan hieratis (suci) itu dikarenakan kodrat feminin yang esensial – perasaan mendalamakan kehadiran ilahiah yang menyatu dalam perasaan cinta- yang menitiskan kepada perempuan, terutama kaum ibu, suatu persembahan religius yang paling aktif pada masa-masa paling barbar.

Dapat disimpulkan dalam teori Bachofen tersebut bahwa kaum perempuan memegang peranan penting dalam tatanan masyarakat, sebagai ratu, pendeta atau pemimpin masyarakat. Sedangkan laki-laki berpartisipasi di masyarakat dengan kekuatan yang diadopsi dari kekuatan seorang ibu (perempuan). Dalam masyarakat tersebut seorang ayah tidak diakui memiliki hubungan darah dengan anaknya. Bachofen meyakini di awal evolusi manusia, yang berkembang adalah sistem matriarki. Setelah melalui proses sejarah yang panjang, barulah Hak Ayah-dominasi laki-laki- tumbuh, berkembang, dan berkuasa dalam masyarakat.

Dalam buku Cinta, Seksualitas, dan Matriarki, sebuah buku tentang kajian komprehensif tentang gender yang dieditori Rainer Funk, memunculkan teori Freud tentang kecemburuan laki-laki terhadap kehamilan. Tampaknya, kecemburuan dan sekaligus kekaguman laki-laki, telah menjadikan semua yang dimiliki menjadi kurang berarti. Dalam alam bawah sadarnya, laki-laki masih mengakui superoritas perempuan serta produktivitas alamiahnya; masih merasa cemburu akan kekuasaanya. Dan di alam bawah sadar perempuan, masih tersimpan kebanggaan atas kekuasaan ini, dan mengakui bahwa dia superior daripada laki-laki.

Sekitar 4000 SM, menurut sumber data mitos penciptaan mengalami pergeseran dengan memasukkan peran laki-laki dalam prokreasi. Walaupun penekanan masih pada perempuan yang mencipta namun sekarang perempuan tersebut mengambil anak laki-lakinya sebagai kekasih dan bersama-sama memimpin. Mitos Inana dan Dumuzi dari Sumeria, Cybele dan Attus dari Anatolia, Aphrodite dan Adonis dari Yunani paling tepat menggambarkan pergeseran awal mitos penciptaan. Kemudian muncullah budaya untuk memperluas wilayah dengan menaklukkan bangsa lain, membunuh untuk bertahan hidup. Orang-orang inilah pemburu yang

biasanya merupakan laki-laki, sejak saat tersebut peran maskulin dibutuhkan dan dianggap penting.

Menurut sumber data, budaya memperluas wilayah sangat berbeda dengan budaya pertanian, mitos pun berubah arah yang tadinya *female-oriented* (berorientasi pada perempuan) menjadi *male-oriented* (berorientasi pada laki-laki). Dewa-dewa yang kemudian muncul menjadi personifikasi dari nilai-nilai yang ditanamkan, misalnya pahlawan seperti Zeus dengan panah kilatnya, maupun Yahweh yang otoriter pada masyarakat Ibrani Kuno. Bahkan pada masa pergeseran ini, *The Great Mother* semakin termarjinalisasi dan dianggap iblis. Mitos penciptaan merubah perempuan sebagai setan yang perlu dimusnahkan untuk membentuk dunia dari tubuh perempuan yang telah mati itu. Cerita ini di ilustrasikan pada mitos Babilonia dimana Dewa Marduk membantai *The Great Mother* (Dewa yang pada awalnya berkuasa), yaitu Tiamat.

Begitu juga pada cerita di kitab Genesis (Kejadian), dimana mendeskripsikan perempuan sebagai oknum yang patut disalahkan atas kejatuhan manusia akan dosa. Begitu kaum laki-laki mengetahui peran mereka dalam prokreasi, mereka secara alami menginginkan kedudukan setara dengan perempuan, bahkan melebihi perempuan. Laki-laki memiliki kecenderungan potensi untuk mengendalikan seksualitas perempuan. Dalam Kitab tersebut secara garis besar menggambarkan perempuan adalah bahaya; dia adalah inti kejahatan. Perempuan yang tidak bisa menahan diri, adalah sensual dan ceroboh; dia menggoda laki-laki dengan hasratnya yang tidak dapat ditolak. Perempuan dianggap penggoda yang membawa kehancuran.

Kitab Perjanjian Lama juga merupakan salah satu bukti sejarah paling kuat yang mengedepankan performa sikap patriarkal. Sebuah fondasi literatur paling penting dalam kebudayaan Eropa dan Amerika dan statemen- statemen klasik dari perasaan dan kepercayaan patriarki, yang menganggap dirinya lebih superior ketimbang perempuan. Dengan mitos ini, membawa dampak sampai pada pengadilan terhadap tukang sihir perempuan (*witch*), hingga moral perempuan

yang selalu saja mendapat penghinaan yang sama. Kebencian dan ketakutan terhadap perempuan menjadi tipikal laki-laki dalam masyarakat patriarkal. Keluarga patriarkal menimbulkan prilaku psikis yang beroperasi dan memelihara stabilitasi golongan masyarakat berkelas. Dalam Funk (2011) dijelaskan bahwa Kitab Perjanjian Lama menciptakan kutukan terhadap perempuan, dengan mengatakan " hasrat harus ditujukan kepada suamimu dan dia akan memerintah atasmu", dan mengutuk laki-laki harus bekerja keras dan memeras keringat. (h.115)

Epos Babilonia berhenti dimana epos injil dimulai. Dalam epos Babilonia mengisahkan pertempuran antara patriarkal dan matriarkal, sedangkan injil hanya mengisahkan sebuah kemenangan mutlak yang dimenangkan kaum patriarkal, sehingga nama dari siapa yang ditaklukan dan fakta pertempuran telah dihilangkan.

Dalam *patrisentris kompleks* (sebuah struktur psikis yang didalamnya hubungan seseorang dengan ayahnya merupakan hubungan sentral) citra ibu telah didistorsikan oleh sentimentalis dan kelemahan. Cinta ibu yang tidak bersyarat dirubah menjadi citra yang memiliki sifat posesif. Lalu mengubah citra ibu sebagai yang melindungi figur, menjadi figur – figur yang membutuhkan perlindungan.

Salah satu elemen yang menentang matriarki adalah keberadaannya yang dekat dengan masyarakat borjuis demokratis. Pada saat itu pemujaan terhadap wanita merupakan produk dari kristianitas dan sentimentalitas Jerman. Sebaliknya, pemujaan itu merupakan sebab dari gerakan Romantik yang memuja perasaan, naluri dan kehendak di atas intelek (Abidin, 2000, h.75).

Menurut Bachofen dalam Funk (2011) matriarki merupakan tahapan sosial paling awal dan sesuatu yang akan pergi selamanya. Sedangkan menurut Morgan dalam Funk (2011) menjelaskan tentang matriarki dalam tahapan peradaban yang lebih tinggi, " Ini akan menjadi suatu perulangan – tetapi pada aras yang lebih tinggi-

dari kebebasan, kesetaraan dan persaudaraan gen-gen kuno". (h.42). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem patriarkal dan matriarkal akan terus berjalan beriringan menguasai tatanan sosial dalam menentukan relasi antar dua jenis kelamin tanpa ada salah satu yang hilang.

Bachofen dalam Funk (2011) berbagi pandangan dengan kaum Romantik yang berorientasi pada masa lampau berpusat pada alam. Muncullah teori dari romantisme sentral tersebut tentang perbedaan antara maskulin dan feminin. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua, maskulin adalah bersifat jantan; jenis laki-laki. Sedangkan feminin adalah mengenai (seperti, menyerupai) wanita; bersifat kewanitaan.

Dalam teori maskulin dan feminin, kaum laki- laki biasanya ditampilkan bersifat dominan, aktif, agresif dan otoriter melakukan berbagai macam peranan yang penting dan beragam yang sering kali menuntut profesionalisme, efisiensi, rasionalitas, maupun kekuatan yang dijalankan secara berhasil. Sedangkan kaum perempuan biasanya tampil menjadi subordinat, bersifat pasif, submisif, dan marjinal, menjalankan sejumlah pekerjaan sekunder dan tidak menarik yang terbatas jenis kelamin, emosi maupun domestikasi perempuan.

Diantara teori maskulin dan feminin, lahirlah kaum feminisme Menurut Spender (Seperti dikutip Meirdania, 2004) Feminisme seperti yang telah disepakati sebelumnya adalah tindakan atau ideologi yang membela kesetaraan laki-laki dan perempuan. Seiring dengan berkembangnya argumen tersebut, maka ada beberapa golongan feminisme yang menurut Dominic Strinati dalam Meirdania (2004) bisa dikatakan penting yaitu, feminisme liberal, feminis radikal, dan feminis sosialis.

A. Nunuk P. Murniati dalam Meirdania (2004) istilah feminisme mulai diasosikan pada musim semi tahun 1914 meski sejak tahun 1910-an kata feminisme (yang berakar dari bahasa Perancis) sudah sering dipergunakan. Kata feminisme pertama kali digunakan tahun 1880-an di Perancis untuk menyatakan perjuangan perempuan menuntut hak politiknya. Hubertin Auclort adalah pendiri perjuangan

politik perempuan pertama di Perancis dalam salah satu publikasinya menggunakan kata feminisme atau feministe. Maka sejak itu feminisme tersebar diseluruh Eropa dan AS. Teori feminis semakin berkembang sesuai dengan perkembangan isu perempuan dalam konteks yang beragam. Diantaranya adalah Teori Feminisme Psikoanalisa. Tokoh dari teori ini adalah Sigmund Freud, dalam buku Cinta, Sensualitas dan Martiarki, serta menurut A. Nunuk P. Murniati dalam Meirdania (2004) dijelaskan bahwa Freud adalah seorang psikolog yang menjelaskan permasalahan subordinasi perempuan berasal dari perkembangan kepribadian seseorang yang berbeda antara laki-laki dan perempuan dari segi *psych*e-nya. Secara singkat teori Freud menjelaskan perkembangan seksual pada masa kanak-kanak melalui tahap-tahap; oral, anal dan phallic. Pada dua tahap pertama, tidak ada perbedaan antara anak perempuan dan anak laki-laki. Hal ini dikarenakan kedekatan dengan ibu masih membatasi perkembangan yang sama antara anak laki-laki dan perempuan.

Pada tahap phallic, anak (laki-laki dan perempuan) mulai melihat sosok lain selain ibunya, yaitu sang ayah, yang mempunyai kekuasaan yang lebih dibanding ibu yang selama ini dekat dengannya. Ada kekaguman dan ketakutan bagi anak (laki-laki dan perempuan) saat itu karena munculnya sosok lain yang berbeda dengan ibu secara biologis, yaitu mempunyai penis. Padahal di lingkungan lebih luas, keberadaan ayah lebih dihargai daripada ibunya.

Pada saat itu anak laki-laki (usia antara 3-4 tahun) merasa bersaing dengan ayahnya, untuk menarik perhatian sang ibu. Lalu ia mengidentifikasikan dirinya seperti ayah agar mendapat perhatian ibu. Pada tahap ini anak laki-laki tanpa disadari mempunyai keinginan untuk memiliki ibunya (*Oedipus Complex*). Tetapi ada rasa takut dikastrasi *fear of castration* (takut akan pengebirian) karena melihat ibu tidak memiliki penis. Sehingga pada anak laki-laki kecemasan akan kastrasi itu dibinasakan dengan menginternalisasi nilai-nilai langsung pada dirinya. Pada anak perempuan ada semacam ‘kebingungan’ karena sosok ayah memang berbeda secara biologis dengan dirinya, yang tidak mempunyai penis. Ada perasaan ‘benci’ pada ibunya yang melahirkannya tidak seperti ayah (*penis*

envy). Untuk mengidentifikasikan dirinya seperti ibu, anak perempuan merasa akan menjadi inferior tetapi untuk mengidentifikasikan dirinya seperti ayah adalah tidak mungkin karena secara biologis memang berbeda.

Feminis psikoanalisa yakin bahwa perkembangan kepribadian yang berbeda antara laki-laki dan perempuan pada masa kanak-kanak dapat menghasilkan manusia yang memiliki sifat androgini, yaitu percampuran sifat-sifat positif feminim dan maskulin, jika anak-anak dibesarkan dalam masyarakat yang patriarkal. (Meirdania, 2004, h.31)

Dengan konsep maskulin dan feminin, kaum Romantik (dan sebagian kecil wakil dari idealisme Jerman) berdiri dalam oposisi yang tajam terhadap ide-ide popular yang telah diadopsi di abad ketujuh belas dan kedelapan belas, terutama di Perancis. Pemahaman awal tentang persamaan mendasar pria dan wanita berjalan bersamaan dengan perkembangan politik yang ada, dan memainkan peran penting dalam era revolusi borjuis. Tuntutan ini adalah emansipasi perempuan, kesetaraan intelektual, sosial, dan politik. Dalam hal ini teori bahwa pria dan wanita adalah identik membentuk dasar untuk menuntut kesetaraan politiknya. Kesetaraan perempuan berarti bahwa perempuan dalam esensinya yang dalam sederajat dengan laki-laki dalam masyarakat borjuis. Emansipasi 'manusiawi' perempuan sebetulnya berarti emansipasinya untuk menjadi seorang laki-laki borjuis.

Disimpulkan dalam buku Cinta, Seksualitas, dan Matriarki, bahwa Abad pencerahan telah menafikan atau membantah perbedaan – perbedaan seksual dalam psikis manusia, memproklamirkan kesetaraan jenis kelamin, dan menyetarakan umat manusia dengan laki-laki borjuis. Dalam buku itu dijelaskan kaum Romantik yang terakhir menyetarakan "perempuan" dengan "ibu". Posisi asli ibu ini, yakni sebagai satu-satunya orangtua yang pasti dari seorang anak, memberikan jaminan kepada ibu (umumnya kaum wanita) sebuah status sosial yang lebih tinggi daripada yang pernah mereka miliki.

Menurut Bachofen, masyarakat matriarkal merupakan demokrasi paling awal di mana seksualitas bebas dari penyimpangan kristiani, di mana cinta dan belas kasih maternal merupakan prinsip-prinsip moral yang dominan, di mana perbuatan tidak adil terhadap rekan sesama manusia adalah dosa yang paling berat. Moralitas borjuis protestan pada saat itu melawan advokat sebuah masyarakat di mana kebebasan seksual lebih berkuasa daripada perkawinan monogami.

Adanya fakta bahwa teori matriarki menggarisbawahi relativitas struktural sosial borjuis, hal tersebut mencuri simpati kaum marxis. Dengan ditemukannya sebuah periode ketika wanita memiliki otoritas dan titik fokus dalam masyarakat daripada sekedar menjadi budak kaum pria dan menjadi objek barter, hal ini memberikan dukungan yang penting bagi perjuangan untuk emansipasi politik dan sosial perempuan. Sehingga feminisme lahir dan berkembang di tengah-tengah kaum matriarki.

Kaum marxis ini mengadopsi teori *praxis* Marxisme, menurut Ratna Megawangi (seperti dikutip Marzuki, 2011), teori *praxis* Marxisme yaitu teori penyadaran pada kelompok tertindas, agar kaum perempuan sadar bahwa mereka merupakan 'kelas' yang tidak diuntungkan. Proses penyadaran ini adalah usaha untuk membangkitkan rasa emosi para perempuan agar bangkit untuk merubah keadaan. Teori marxis ini diadopsi dari teori feminisme sebelumnya.

Sebenarnya perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan mengarah kepada perbedaan karakterologis, semua itu karena faktor sosial yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan, membatasi atau membalikan perbedaan – perbedaan yang telah berakar secara biologis. Sebenarnya masalah terpentingya adalah relasi antar-umat manusia. Dan relasi ini dibatasi oleh "karakter sosial" yang dominan pada saat itu. Karakter sosial yang dominan di waktu sekarang ini, ditegaskan oleh kenyataan bahwa masyarakat tidak lagi melihat kodrat individu dan esensi spesifik dari jenis kelamin, berupa "pemenuhan kepuasan". Tapi diatur oleh pasar, kesuksesan, pengharapan orang lain, peran yang ditentukan untuk mereka. Pasar menuntut bahwa "peran laki-laki dan perempuan dikaburkan". Masalah dalam

relasi antara laki-laki dan perempuan yang menyertai perbedaan kelamin bukan hasil dari yang terakhir. Lebih jauh, perbedaan ini digunakan untuk memuaskan nafsu, seperti dalam dominasi dan kepatuhan, cinta dan benci.

Jika melihat pernyataan di atas maka timbul kesimpulan bahwa eksploitasi tubuh wanita dalam poster pada Era Revolusi Industri merupakan salah satu bentuk sistem sosial patriarkal sebagai upaya untuk mengontrol dan menaklukan wanita dengan tubuh indahnya dan kecantikannya. Seperti menurut Funk (2011) senjata laki-laki untuk melawan perempuan adalah kekuasaan fisik dan sosialnya atas perempuan. (h.132). Sebagian masyarakat yang termasuk kaum matriarki dan kaum Romantik masih mengagumi sosok wanita sebagai peran 'ibu', bahkan dewi yang di Agungkan. Lalu kenapa terkadang wanita tersebut digambarkan dengan sensualitas sehingga dapat menimbulkan hasrat seksualitas. Sebenarnya hal tersebut muncul dari pemikiran pria dimana masih adanya pengaruh kaum patriarki yang menganggap wanita itu adalah makhluk penggoda dengan tubuh indahnya (seperti dalam kitab genesis). Sehingga penggambaran wanita dalam visualisasi poster sering mengandung unsur sensual. Selain itu, Dalam buku 'Cinta, Seksualitas, dan Matriarki', disimpulkan bahwa seksualitas menawarkan salah satu dari kesempatan yang paling elementer dan kuat terhadap kepuasan dan kebahagian. Sehingga ada sebagian seniman yang menggambarkan wanita yang cantik itu adalah wanita yang memiliki *sex appeal* sehingga mendorong hasrat seksual bagi yang melihatnya.

Sex appeal menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kemampuan untuk merangsang orang secara seksual; Fisik daya tarik atau kualitas pribadi yang membangkitkan orang lain secara seksual.

II.3.3 Kriteria Wanita Cantik Era Revolusi Industri

Ketika era Revolusi Industri figur wanita dalam poster digambarkan dengan kecantikannya dan dengan tubuh indahnya. Para seniman pada saat itu menggabungkan tubuh wanita dengan beberapa gaya seperti gaya Art Nouveau,

Surialisme, Kubisme, Ekspresionisme dan gaya – gaya lainnya yang tumbuh pada saat itu. Sehingga poster menjadi sebuah ekspresi seni yang inovatif.

Kecantikan adalah sesuatu hal yang relatif, artinya ada perbedaan pandangan beberapa orang tentang kecantikan. Secara konvensional kecantikan adalah sesuatu hal yang identik dengan tubuh wanita. Menurut Metasari (2009), tubuh wanita adalah "nilai sejati wanita" yang dihargai kaum pria. Untuk menjadi wanita sempurna, sejak dini wanita itu harus merawat tubuhnya karena semua itu merupakan hal yang berharga bagi wanita dan untuk menarik lawan jenis. Tubuh wanita adalah suatu keindahan dan tubuh tersebut bukan hanya dijadikan sebagai objek untuk pemuasan birahi lelaki saja tetapi juga sebagai suatu keindahan yang dapat diabadikan dalam kehidupan ini. (h.80)

Bagi seorang seniman tidak memandang tubuh wanita telanjang sebagai suatu objek pemuasan nafsu namun sebagai suatu objek keindahan yang bernilai seni tinggi. Tubuh wanita adalah suatu sosok yang diciptakan oleh Tuhan dengan keindahan yang alami dan mempunyai fungsi yang sangat penting, tubuhnya dapat melahirkan kehidupan. Tubuh wanita diciptakan dengan lekukan-lekukan yang sangat indah dan mempunyai fungsi. Dalam pengertian tersebut penelitian ini melihat kesamaan tubuh wanita dengan seni, yaitu dapat menciptakan keindahan.

Knight Dunlap melalui Alfred Strom dalam *American Dissident Voices* (seperti dikutip Wardania, 2009) menyatakan bahwa definisi kecantikan seseorang bervariasi dan berbeda antara ras yang satu dengan yang lain, sehingga konsep kecantikan tidak dapat dibandingkan. Meskipun demikian, terkadang ras yang memiliki kulit hitam mengubah standar kecantikan mereka ketika membandingkannya dengan ras kulit putih. Penentuan standar kecantikan dalam suatu masyarakat dapat menyebabkan penderitaan bagi perempuan. Ketika seorang perempuan tidak dapat memenuhi standar kecantikan yang diterapkan dalam masyarakat kemungkinan mereka dihinggapi rasa tidak aman, kesepian, terasing, dan memiliki "*self esteem*" yang rendah.

Disimpulkan bahwa wanita berlomba-lomba untuk mendapatkan kecantikan dengan mengubah penampilan dan tubuhnya. Kecantikan tersebut diciptakan untuk membelenggu pikiran wanita. Menurut Wolf (seperti dikutip Wardania, 2009), mitos kecantikan merupakan upaya masyarakat patriarkal (*patriarcal society*) untuk mengendalikan perempuan melalui kecantikannya. Mitos kecantikan adalah anak emas yang dibanggakan bagi masyarakat patriarki. Mitos kecantikan ini dikonstruksikan ke dalam norma dan nilai sosial budaya sehingga apa yang dikatakan mitos kecantikan ini menjadi kebenaran yang absolut

Fenomena standarisasi persepsi kecantikan wanita dalam budaya patriarki berhubungan erat dengan masalah gender. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, masalah gender adalah masalah yang timbul berkaitan dengan perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dari segi nilai dan tingkah laku. Masalah gender akan timbul jika terjadi suatu ketidaksetaraan yang menimbulkan perasaan terpinggirkan dari dua jenis kelamin tersebut, di mana pria bisa merasa termarjinalkan. Akibat perlakuan dari wanita, atau sebaliknya, wanita yang merasa termarjinalkan akibat perlakuan dari pria. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa gender tidak selalu berbicara tentang wanita, namun juga bisa berbicara tentang pria juga, dengan catatan, jika pria tersebut merasa mendapat perlakuan yang tidak setara dari wanita. Kesimpulannya, ada asumsi bahwa mulai timbul permasalahan gender adalah jika, kedudukan keduanya boleh tidak seimbang, namun kedudukan keduanya harus setara.

Dalam budaya patriarkal, seorang perempuan dikatakan bernilai hanya dilihat dari segi fisik seperti kecantikan, keanggunan, kesucian, menguasai pekerjaan domestik, dsb. Hal tersebut menjadi syarat mutlak bagi seorang perempuan untuk meningkatkan status sosialnya di masyarakat. Perempuan yang memiliki syarat ini diharapkan dapat memikat pria dan kemudian keinginan mereka tercapai. Namun tanpa disadari mereka telah memasuki ‘Penjara Kaca', terkungkung oleh suatu dominasi dan kekuasaan laki-laki. (Wardania, 2009, h. 43-44)

Dengan begitu menjadi cantik adalah dambaan semua wanita. Apapun cara akan dilakukan seorang wanita untuk tampil cantik. Sehingga lahirlah mitos-mitos kecantikan. Sebagai contoh, menurut sumber data demi kecantikan perempuan di China rela mengikat kakinya agar kakinya tampak mungil jika mengenakan sepatu yang penuh sulaman. Suku-suku tertentu di pedalaman Asia dan Afrika rela mengenakan gelang leher yang setiap waktu jumlahnya ditambah hingga tulang lehernya merenggang dan leher pun tampak jenjang. Pada zaman jepang dahulu, cantik itu jika memakai bedak dari tahi burung tertentu dan memakai sepatu super kecil agar kaki terlihat kecil. Pada zaman romawi, perempuan gemuk dengan perut yang menggelambir dikatakan cantik.

Setelah Perang Dunia berakhir, maka wanita cantik mengalami perubahan. Kurus menjadi dianggap cantik. Wanita semakin tertarik berolah raga terutama atletik. Selain itu, para ilmuwan mulai melihat berat badan sebagai suatu ilmu hitung kalori dan menentukan berat badan ideal. Masa Revolusi Industri, maka kriteria cantik adalah wanita dengan bentuk tubuh seperti gitar dan mereka yang memiliki buah dada padat berisi. Para wanita mulai mengikat dada untuk mendapat tampilan tersebut. Setelah perang dunia I, gaya hidup aktif mengubah citra wanita ideal. Energi dan vitalitas menjadi pusat perhatian sehingga tubuh berlemak dianggap tidak efisien dan melambangkan kemalasan.

Wanita pada zaman Victoria, juga dianggap ideal jika memiliki tubuh bagaikan jam pasir. Kriteria cantik pada masa mereka yaitu yang berbentuk gemuk, berisi, serta dibebat erat dengan korset. Pada era ini, korset diciptakan untuk merampingkan pinggang, namun bisa menonjolkan pinggul dan pantat.

Bagi orang Eropa pada saat Revolusi Industri, naluri alamiahnya lebih menilai cantik wanita berkulit putih dibanding mereka yang berkulit berwarna coklat atau hitam. Menurut sumber data, di Perancis wanita cantik secara visual itu adalah wanita yang langsing, berkulit putih dan tentu saja rupawan, tetapi rupawan disini adalah dalam bentuk relatif sehingga tidak ada kriteria tertentu yang mungkin harus memiliki hidung mancung atau bibir yang seksi. Lalu secara konseptual

wanita cantik menurut mereka adalah wanita yang anggun dan feminin. Di sana para wanita menghabiskan banyak waktunya untuk perawatan kecantikan. Karena banyak wanita disana yang bertubuh langsing, disana hanya menyediakan baju dengan ukuran 12 untuk wanita, dan menurut mereka umur 60 tahun adalah saat wanita paling cantik.

Menanggapi fenomena tersebut, maka pergeseran standarisasi kecantikan wanita tersebut pada hakekatnya adalah suatu rekonstruksi terus menerus dari apa yang diinginkan oleh pasar. Pasar secara halus mengatakan bahwa dengan memenuhi kriteria-kriteria tertentu, maka wanita akan bahagia serta dikagumi oleh pria. Oleh sebab itu, maka kecantikan wanita selalu mengalami suatu standarisasi, di mana tolak ukur untuk penilaian tersebut seolah-olah berasal dari penilaian laki-laki yang terkadang tak realistis dengan mengedepankan asumsi, bahwa salah satu prasyarat mutlak untuk memperoleh kebahagiaan adalah dengan menjadi figur yang diinginkan oleh pria, di mana figur yang diinginkan pria adalah wanita cantik yang sesuai dengan standar kecantikan pada saat ini. Dengan demikian, para wanita ini menetapkan suatu nilai yang sekiranya harus mereka miliki supaya mereka mempunyai nilai tawar tinggi yakni menjadi wanita cantik.

Sekarang ini, tubuh perempuan dimanfaatkan oleh industri kosmetik untuk memperoleh keuntungan yang tinggi. Perempuan secara tidak sadar telah terhegemoni oleh konsep kecantikan semu tersebut. Iklan kecantikan perempuan yang ada di media massa yang digambarkan dengan iklan kosmetik merupakan penilaian dari sudut pandang laki-laki. (Wardania, 2009, h. 44)

II.4 Analisis Fisik

Dalam penelitian ini nantinya akan menganalisis beberapa sampel gambar poster sebagai objek penelitian, poster-poster tersebut merupakan poster iklan minuman Absinthe dengan visualisasi tubuh wanita pada saat era Revolusi Industri, karya seniman-seniman dari Eropa yang masih menggunakan teknik litografi dalam pembuatannya. Analisis akan fokus pada visualisasi fisik figur wanitanya saja, dan analisis tersebut akan meneliti dari 5 aspek, yaitu gestur, postur tubuh,

ekspresi wajah, rupa, dan gaya busana yang dia kenakan. Dengan menganalisis aspek-aspek tersebut, maka nantinya akan diketahui bagaimana karakteristik visualisasi tubuh wanita pada beberapa sampel gambar poster iklan minuman Absinthe dan konsep apa yang dipakai dalam penggambaran figur wanitanya, yang nantinya bisa disimpulkan bagaimana visualisasi tubuh wanita pada poster-poster tersebut menggambarkan kriteria wanita cantik pada saat Revolusi Industri dan apakah visualisasi tubuh wanita tersebut merupakan eksploitasi terhadap wanita yang mengandung unsur sensual.

II.4.1 Gestur

Gestur adalah gerakan sebagian anggota badan yang memiliki makna tertentu (disebut juga sebagai *body language*). Gestur merupakan *impuls* (rangsangan), perasaan atau reaksi yang menimbulkan energi dari dalam diri yang selanjutnya mengalir keluar, mencapai dunia luar dalam bentuk yang bermacam-macam; ketetapan tubuh, gerak, postur dan infleksi (perubahan nada suara, bisa mungkin keluar dalam bentuk kata-kata atau bunyi). (Metasari, 2009, h.81)

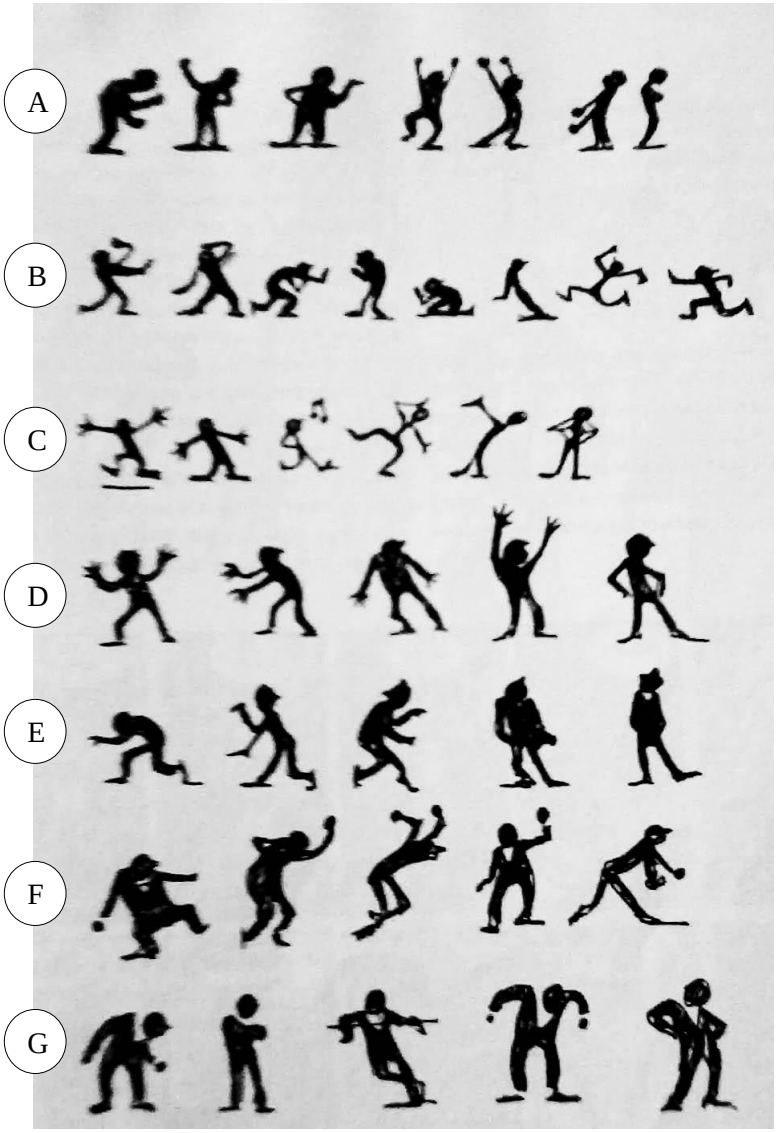
Gestur bisa berarti pergerakan, aksi yang dilakukan seseorang untuk menyampaikan sesuatu selain dari bahasa verbal. Gestur juga merupakan gerakan tubuh yang digunakan untuk mengekspresikan pikiran atau perasaan atau pergerakan, khususnya tangan untuk berkomunikasi. Dalam pengertian-pengertian tentang gestur, terdapat satu inti yang sama, yaitu gestur sama-sama menggunakan tubuh sebagai media berinteraksi. Tubuh merupakan hal yang sangat penting dan merupakan sebuah inspirasi bagi para seniman di dunia.

Dalam komunikasi nonverbal, kinezik atau gerakan tubuh meliputi kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu kata atau frase, misalnya mengangguk untuk mengatakan ya; untuk mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu; menunjukkan perasaan, misalnya memukul meja untuk menunjukkan kemarahan; untuk mengatur atau menngendalikan jalannya percakapan; atau untuk melepaskan ketegangan.

Primadi Tabrani (Seperti dikutip Cahyana *et al*, 2009) Sebenarnya manusia sudah cukup berjuta-juta tahun lamanya mengenal isyarat-isyarat bahasa non-verbal. Dalam sejarah, manusia-manusia gua berbicara selalu menyertai gestur, dan gestur adalah suatu bentuk pemastian bahasa yang dikeluarkan. Menurut Prof. Primadi, manusia gua selalu membuat karya-karya sejarah perburuan mereka sebagai buku dongeng pada keturunan-keturunannya. Karena mereka tidak mengenal huruf, maka gambar tersebut digambarkan dengan gestur yang memperkuat arti gambar tersebut.

Menurut McNeill (Seperti dikutip Cahyana *et al*, 2009), "gestur dan bahasa adalah satu sistem". Mcneill berpendapat bahwa gestur dan bahasa tidak dapat dipisahkan, bisa jadi gestur adalah bahasa itu sendiri. Walaupun gestur kebanyakan muncul saat berbicara, tapi gestur bisa muncul tanpa kita harus berbicara terlebih dahulu. McNeill berpendapat bahwa fungsi gestur adalah seperti teks. Kesamaan sistem dalam gestur dan bahasa terletak pada struktur psikologisnya.

Dalam Eisner (2004), dijelaskan tentang sebuah gambar (Gambar II.1) abstraksi yang sangat sederhana dari gestur dan kesepakatan postur dengan bukti eksternal dari perasaan internal. Semuanya ada untuk menunjukan, juga merupakan bank simbol besar yang kita bangun dari pengalaman kita. A. *anger* (kemarahan); B. *Fear* (ketakutan); C. *Joy* (kegembiraan); D. *Surprise* (mengagetkan); E. *Deviousness* (tipu daya); F. *Threat* (ancaman); G. *Power* (kekuatan).



Gambar II.1 *A Micro-Dictionary of Gestures*

Sumber: Eisner (2004)

II.4.2 Postur Tubuh

Menurut KBBI (seperti dikutip Afendi, 2007) Postur adalah bentuk tubuh, keadaan tubuh, sikap pengawakan dan perawakan seseorang. Tubuh adalah keseluruhan jasad manusia atau binatang yang kelihatan dari ujung rambut sampai ujung kaki. Jadi pengertian postur tubuh adalah bentuk tubuh atau sikap badan yang terlihat dari ujung rambut sampai ujung kaki.

Menurut Johnson L Barry and Jack K Nelson (Seperti dikutip Afendi, 2007) Secara umum disepakati bahwa postur atau sikap tubuh melibatkan pertimbangan mekanis, seperti kelurusan segmen badan, kekuatan, tekanan otot,dan ikatan sendi, serta efek gaya berat badan.

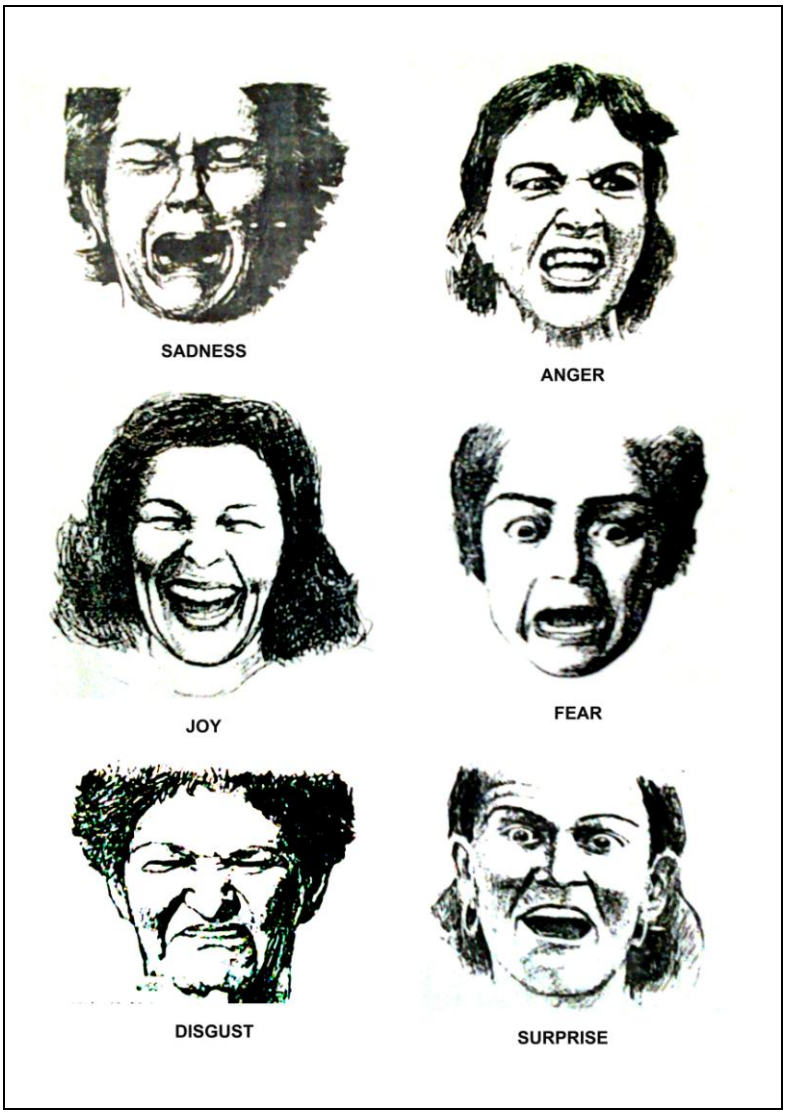
Postur seperti semua karakteristik manusia tidak hanya melibatkan perbedaan antara individu, tetapi juga perbedaan di dalam individu itu sendiri. Evaluasi postur dapat dilakukan dengan dua cara yaitu statis dan dinamis. Evaluasi statis dilakukan terhadap postur seseorang pada saat yang bersangkutan dalam posisi diam (*fixed position*). Sementara evaluasi yang dinamis dilakukan pada saat yang bersangkutan sedang bergerak, meliputi gerak pada saat berjalan, memanjat, turun, dan berdiri.

II.4.3 Ekspresi Wajah

Ekspresi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua yang dikeluarkan Depdikbud adalah 1.pengungkapan atau proses menyatakan (yaitu memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, perasaan, dsb); 2. pandangan air muka yg memperlihatkan perasaan seseorang.

Ekspresi wajah sangat terkait dengan emosi, menurut Paul Ekman dalam bukunya Gery Faigin (1990) ada enam ekspresi wajah yang terkait emosi, yaitu ekspresi *anger* (marah), *sadness* (sedih), *joy* (gembira/senang), *disgust* (muak), *surprise* (terkejut) , dan *fear* (takut). Ekspresi wajah ini bersifat universal.

Gary Faigin dalam bukunya *Facial Exspression* (1990) menjelaskan bahwa hanya dengan wajah, dapat mengkomunikasikan berbagai emosi manusia. Wajah juga bisa bertindak sendiri untuk mengkomunikasikan kesedihan, takut, senang tetapi wajah lebih sering memperkuat pesan dari tindakan seluruh tubuh. Gary Faigin mengelompokan ekspresi wajah manusia dengan melihat gerak mata, alis mata, mulut dan dari kerutan wajah. Sehingga diketahui apakah ekspresi wajah tersebut merupakan ungkapan marah, sedih, gembira, muak, terkejut, dan takut. (Gambar II.2)



Gambar II.2 *Expressions in Brief*
Sumber: Faigin (1990)

Selain mengelompokan raut wajah yang yang termasuk emosi marah, sedih, senang, takut, muak, dan terkejut. Gary feigin mengelompokan *expression of physical states* (ekspresi dari keadaan fisik) seperti, *pain* (kesakitan), *extreme effort* (upaya ekstrim: menyanyi, berteriak, bergairah/bernafsu, intensitas/perhatian, bingung, mengangkat alis, *shock*/kaget, wajah mengangkat bahu), dan *sleepiness* (kantuk).

Menurut Fahmi *et al* ekspresi wajah menimbulkan kesan dan persepsi yang sangat menentukan penerimaan individu atau kelompok. Senyuman yang dilontarkan akan menunjukkan ungkapan bahagia, mata melotot sebagai kemarahan dan seterusnya. Wajah telah lama menjadi sumber informasi dalam komunikasi interpersonal. Wajah merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam menyampaikan makna dalam beberapa detik raut wajah akan menentukan dan menggerakkan keputusan yang diambil. Kepekaan menangkap emosi wajah sangat menentukan kecermatan tindakan yang akan diambil.

II.4.4 Rupa

Rupa menurut Kamus Besar Indonesia adalah, 1. keadaan yg tampak di luar (pd lahirnya); 2. roman muka; tampang muka; paras muka; raut muka; 3. wujud; apa yg tampak (kelihatan); 4. bangun; tokoh; bentuk; 5. macam; jenis.

Dalam penelitian ini nantinya akan menganalisis sampel gambar poster Absinthe dengan figur wanita dengan menyertakan analisis rupa. Analisis rupa disini adalah melihat dari warna kulit wanita, apakah berkulit putih, hitam atau kecoklat-coklatan; melihat dari warna rambut, apakah hitam, pirang, atau warna lainnya; meneliti dari bentuk rambut apakah ikal, bergelombang, keriting, lurus, panjang atau pendek, dan meneliti rupa lainnya yang mendukung guna mendapatkan simpulan dari penelitian ini.

II.4.5 Gaya Busana Wanita era Revolusi Industri

Menurut sumber data, pada era Revolusi Industri tepatnya periode La Belle Epoque (1890-1914) gaun wanita di tahun 1890 berkembang dan terbangun dalam gaya tegap, berat, berlapis kain, dan berbentuk seperti jam pasir. Tubuh wanita berkorset hingga membentuk pinggang yang kecil (ramping), dan kemudian membentuk di bagian bokong, pinggul, dada dan lengan untuk membuat efek volume seperti sarang tawon. Topi mulai tumbuh lebih besar di tahun 1890-an, sebuah trend yang terus berlanjut sampai tahun 1911.

Dekade pertama tahun 1900 dan sampai tahun 1914 dikenal sebagai era Edwardian, dan ini adalah periode penting dalam hal fashion. Dengan revolusi industri, produksi massal pakaian menjadi mungkin, sehingga meningkatkan kesadaran tentang *trend fashion* terbaru di antara pria dan wanita. Terlebih lagi, hampir setiap orang dari berbagai kelas mengikuti trend, meskipun ada kebutuhan yang berbeda untuk pakaian formal dan informal, pakaian pagi, pakaian sore, pakaian waktu minum teh, pakaian olahraga, dan pakaian malam, terutama dalam kasus perempuan.

Selama musim panas, perempuan memakai bahan kapas, pakaian dibuat dengan tali dan bordir, serta *pintucks.* Selama kegiatan perjalanan atau luar ruangan, atau pakaian sebagai informal, perempuan memakai pakaian yang sama dengan pria, yaitu, korset, disertai dengan kemeja dengan kerah tinggi. Untuk pakaian resmi (formal), wanita memakai wol atau pakaian wol, yang terdiri sebuah rok panjang hingga pergelangan kaki dengan jaket yang cocok, dengan topi dan bulu *fanciest*. Tidak ada pakaian di awal 1900 ini tanpa topi. Topi dikenakan wanita pada hari-hari biasa dan hari besar, dihiasi dengan bulu, bunga, buah dan pita. Sebagian bahkan dihiasi dengan boneka burung. Gaya rambut selalu tinggi, dan dikenakan sanggul.

Wijaya (2010) menjelaskan “Pakaian yang dikenakan oleh para perempuan modis dari 'Belle Epoque' (zaman yang disebut oleh Prancis) sangat mirip dengan yang dipakai pada masa kejayaan perintis mode Charles Worth” . (h.3). Gaun wanita di era ini sangat dipengaruhi oleh penyebab feminis maju, yang setelah 1903 meningkat ke pembangkangan sipil secara luas oleh "hak pilih". Perilaku wanita dan penampilan mereka mengarah pada *Girl Gibson* citra populer dari "Wanita Baru". Menjelang akhir dekade ketidak jelasan mode secara bertahap menjadi lebih lurus dan ramping, sebagian karena Paulus Poiret berpinggang ramping tinggi, pendek mengitari garis pakaian. Bagian yang tak terpisahkan dari pakaian wanita adalah topi. Topi yang *fashionable* pada waktu itu, baik yang kecil maupun yang menutupi di atas kepala, atau besar dan lebar, dihias dengan pita, bunga,

bahkan bulu. Payung masih digunakan sebagai aksesori dekoratif dan di musim panas mereka dengan renda.

Pakaian wanita setelah 1900 menjadi lebih ringan dan lebih ringan dalam konstruksi dan bahan. Sebuah gaya populer di periode ini adalah "*Lingerie Dress*" gaun dari katun bulu yang ringan dengan pengait-pengait . Setelah tahun 1908, baju wanita menjadi lebih vertikal lurus, dan sedikit "S" melengkung. Gaya garis vertikal menjadi begitu nyaman setelah 1910 karena gaun yang lebih modis cenderung menyiksa pemakainya. Korset mulai digantikan oleh *brasseries* dan fondasi pakaian ringan.

II.5 Analisis Framing

Setelah menganalisis visualisasi fisik figur wanita pada beberapa sampel gambar poster iklan Absinthe nanti, lalu akan dilakukan analisis framing terhadap gambar sampel poster iklan Absinthe tersebut yang mengacu pada aspek-aspek yang telah dianalisis sebelumnya. Dimana metode penelitian dengan analisis framing ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh struktur sosial masyarakat pada saat Revolusi Industri terhadap visualisasi tubuh wanita pada poster iklan Absinthe itu sendiri.

Eriyanto dalam Sukmanagara (2010) Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh terhadap hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana cara media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media.

II.5.1 Pengertian Framing

Menurut Eriyanto (seperti dikutip Sukmanagara, 2010) “framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh pembuat berita ketika menseleksi isu dan menulis berita”.

Sudibyo dalam Sukmanagara (2010) menjelaskan tentang cara menyajikan frame adalah dengan menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas, dan membuatnya lebih menonjol di dibandingkan dengan yang lainnya. Hal itu bertujuan agar aspek yang ditonjolkan menjadi lebih *noticeable, meaningfull,* dan *memorable* bagi khalayak. Selanjutnya framing juga dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga elemen isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dalam kognisi individu, sehingga lebih besar pula kemungkinan untuk mempengaruhi pertimbangan individu.

II.5.2 Efek Framing

Eriyanto dalam Sukmanagara (2010) Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi, dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu sehingga menolong khalayak untuk memproses informasi kedalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu.

Namun secara garis besar, Eriyanto membagi efek framing menjadi
dua, yaitu :

1. Mobilisasi massa

   Framing merupakan senjata ampuh untuk menarik dukungan publik dan membatasi kesadaran serta persepsi publik atas suatu masalah atau peristiwa. Media hanya menyediakan perspektif tertentu yang merupakan pilihan mereka, kemudian disajikan kepada khalayak sehingga seakan-akan hanya perspektif itulah yang dapat digunakan untuk memahami dan mendefinisikan masalah. Framing juga menggiring khalayak untuk melupakan kesalahan tertentu, dan aspek-aspek lain dalam isu tersebut. Framing dapat menciptakan opini public yang segambar dengan framing aspek tersebut.

2. Menggiring khalayak pada ingatan tertentu

   Media massa memiliki konsep kebebasan dalam menyatakan pendapat untuk memenuhi fungsinya sebagai media informasi. Akibatnya, sampai saat ini media tetap menjadi tempat dimana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas sosial yang terjadi disekitar mereka. Dengan adanya kepercayaan dari khalayak, framing pada pemberitaan oleh suatu media berpengaruh pada

bagaimana individu menafsirkan peristiwa tertentu. Kemudian, secara aktif khalayak akan membentuk pemahaman mereka atas suatu realitas. Media disini menyajikan perspektif ikon yang dapat didefinisikan sebagai simbol dan citra, secara berkesinambungan pada masyarakat dan digambarkan secara dramatis dan sempurna. Hal tersebut membentuk pola pikir masyarakat terhadap sesuatu yang dramatis dan sempurna dan meninggalkan kenangan yang kuat.

Jika suatu ketika diberitahukan mengenai peristiwa yang serupa, maka ingatan masyarakat kembali digiring pada pola pikir mereka yang terdahulu sama dengan media.

II.5.3 Model Framing

Menurut Eriyanto dalam Sukmanagara (2010) dikenal empat model framing dalam analisis framing, yaitu model framing Murray Edelman, model framing Robert N. Entman, model framing William A. Gamson, serta model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Dalam penelitian ini akan digunakan model framing Robert N. Entman untuk menganalisis pengaruh struktur sosial masyarakat terhadap visualiasi tubuh wanita dalam kelima poster Absinthe. Analisis framing Model Robert N. Entman ini yang dirasa memiliki tahapan yang sesuai dan mendasar dibandingkan dengan model framing yang lain.

Model Framing Robert N. Entman

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu
sebagai berikut:

- Seleksi isu,

  Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu akan dipilih satu aspek yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung didalamnya ada bagian berita yang dimasukkan, tetapi ada juga yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian berita ditampilkan.

- Penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu,
  Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, kemudian memikirkan bagaimana aspek itu diceritakan. Hal tersebut sangat berkaitan dengan pemilihat kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk dapat ditampilkan pada khalayak.

Entman mengatakan framing dilakukan dalam empat tahap, yaitu: pertama, pendefinisian masalah (*define problem*) tentang bagaimana melihat suatu isu/peristiwa dan sebagai masalah apa isu/perisiwa itu dilihat; kedua, memperkirakan masalah atau sumber masalah (*diagnosecause*) tentang peristiwa itu dilihat sebagai apa serta siapa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah; ketiga, membuat keputusan moral (*make moral judgement*) tentang nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah dan nilai moral apa yang dipakai untuk menyatakan suatu tindakan; keempat, menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*) tentang penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu dan jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah.