

KONSTRUKSI EROTISME DALAM KARYA EKSPERIMENTAL MEDIA AUDIO-VISUAL

Oleh : Zuhdan Aziz

Abstrak

Media video terutama film selama ini diharapkan dapat mensosialisasikan masalah gender kepada masyarakat luas, namun pada kenyataannya selama justru ini masih kurang sensitif terhadap masalah ini. Bahkan, atas nama seni eksperimental melalui eksplorasi estetisnya justru ikut mengukuhkan eksploitasi tubuh erotis yang sangat merugikan perempuan. Dalam hal ini, perempuan bukan saja menjadi sasaran eksperimen estetika seniman, tetapi juga merupakan incaran bagi kapitalisme global, semata-mata untuk mendapatkan keuntungan. Tubuh wanita bukan lagi sepenuhnya milik wanita karena tubuh wanita telah menjadi alat dan simbol dalam pemasaran suatu komoditas. Kemudian yang akan terjadi adalah proses komoditisasi perempuan. Tersembunyinya fenomena eksploitasi tersebut bahkan nampak sangat nyata ketika masuk menjadi materi isi media audio-visual, begitu pula yang terlihat dalam karya film dan video eksperimental. Tubuh perempuan yang telah menjadi milik publik ditampilkan dengan menonjolkan bentuk dari sisi-sisi keindahan perempuan secara terbuka. Ketika tubuh wanita mengalami pergeseran dari dunia private ke dunia publik maka terjadi pula pergeseran nilai citra perempuan tersebut. Apa yang direpresentasikan di media audio-visual - seperti halnya film dan video- sekalipun- merupakan cermin dari apa yang terjadi di masyarakat tersebut. Dalam karya-karya video maupun film eksperimental pada umumnya, ada kecenderungan dan pemujaan atas keindahan estetis tubuh perempuan dengan menampilkan sisi-sisi erotisme tubuh. Ini tentunya dengan beragam representasi dengan sudut pandang patriarchy dalam menggambarkan perempuan sebagai obyek seksual secara berbeda-beda meskipun tinjauannya adalah seni eksperimental

Keywords : *audio-visual media, Experimental Film and video, erotic construction , Comodition*

LATAR BELAKANG

Jika kita amati, perkembangan teknologi audio-visual yang pesat dan berkembangnya teknologi pemutar dan penyebar karya-karya audio-visual serta majunya internet dewasa ini, telah melahirkan banyak karya film dan video di seluruh dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia, kebanyakan karya audio-visual tersebut, menurut Gotot Prakoso (2005 : 18) beraliran independent, alternatif dan eksperimental, ekspresi seni serta dokumenter. Banyak alasan dibuatnya film dan video tersebut, mulai dari untuk sekedar narsis, ekspresi diri, eksperimentasi, karya seni sampai idealisme. Fenomena-fenomena yang berupa wacana-wacana dan ideologi media termasuk karya seni dalam media film dan video yang muncul, menurut penelitian Sony Set adalah kebanyakan tentang mistisisme dan kekerasan, terutama euforia seks, erotisme dan eksploitasi tubuh perempuan (2007: 3-4).

Berkenaan dengan maraknya karya-karya audio-visual bertema seks tersebut, uniknya kebanyakan dalam bingkai wacana dan kepentingan laki-laki (Siregar, 1997:25). Ashadi Siregar menambahkan jika nilai-nilai estetika yang dimunculkan masih berperspektif laki-laki dengan eksploitasi tubuh perempuan. Sistem budaya patriarkhi masih kuat mendominasi budaya audio-visual kita, termasuk dalam film dan video, sehingga framing informasi dan segala tampilan media film-video sangat terasa bias *gendernya*. Dalam tataran ini, tubuh perempuan dikomodifikasikan dalam media video dan film sebagai pajangan yang menarik. Eksploitasi tubuh, politik tubuh bahkan erotisme dan sensualitas perempuan menjadi komoditas utama berbagai media audio-visual untuk kepentingan seni maupun kapitalisme.

Tidak jarang penggambaran erotisme perempuan berupa penguasaan atas politik tubuh wanita ini menjadi sangat riskan ketika berhadapan dengan munculnya kesewenangan laki-laki terhadap perempuan. Hal tersebut terjadi hampir di semua aspek kehidupan. Begitu pula yang terjadi di dunia media audio-visual pada karya video serta film, yang bisa dikatakan sebagai akar dari kehidupan masyarakat modern. Politik

tubuh perempuan terlihat jelas dengan munculnya penggambaran dan penyebaran lekuk-lekuk tubuhnya secara terang-terangan maupun secara sembunyi-sembunyi pada semua media massa audio-visual. Semua itu dibuat oleh oknum-oknum yang bekerja di belakang layar yang kebanyakan adalah kaum laki-laki. Dari sini muncul eksploitasi tubuh perempuan dalam penggambaran-penggambaran tubuh yang erotis dengan mengatasnamakan karya seni eksperimental.

Distribusi dan pemutaran karya-karya eksperimental media audio-visual juga menjadikan mudahnya penyebaran film dan video erotis. Kecanggihan teknologi informasi dari internet sampai media baru dan gadget-gadget dengan fitur yang canggih telah menambah panjang dosa komoditi seks, erotisme dan eksploitasi tubuh perempuan di dunia elektronik, baik konvensional maupun dunia maya. Media massa audio-visual seperti video dan film dengan kekuatan audio dan visualnya mempunyai kekuatan yang paling besar untuk mempengaruhi secara psikologis penontonnya (Kasali, 1992: 29). Dengan kemampuan yang mampu membawanya secara *pseudo events*, seolah-olah penonton ikut menyaksikan sendiri peristiwa atau adegan yang terjadi, sehingga daya pengaruh dan penetrasinya sangat besar dan luar biasa (Wibowo, 2007:19). Dalam perkembangannya, media audio-visual ini dijadikan alat untuk menuang ide-ide atau gagasan ataupun pemikiran bahkan ekspresi estetis dalam bentuk-bentuk karya film maupun video. Dalam kondisi ini, ketika mainstream begitu dominan, statusquo-nya selalu diserbu oleh gelombang-gelombang yang memberontak untuk keluar dari *mainstream*. Wilayah seni dan kreativitas, dengan gaya pemikiran *out of the box*-nya mencoba melewati jalan alternatif, independen maupun eksperimental (Baksin, 2003: 10-12). Lebih lanjut, menurut Gotot Prakoso, pemahaman eksperimental mengacu pada karakter karya audio-visual yang mengedepankan eksperimentasi atau percobaan-percobaan estetis, baik pada fisik atau karakter media (audio dan visual) maupun pada aspek *content* (isi) berupa eksperimentasi estetis pada plot cerita atau struktur dramatik maupun ekspresi seni pada style karakter penokohnya (2005: 3-14).

Hal tersebut di atas bila dikaji, menunjukkan kuatnya muatan dan semangat eksperimen estetis dalam karya-karya film dan video yang disebut eksperimental. Karya-karya eksperimental ini selain estetika yang dieksplorasi juga kebanyakan mengungkap tabu-tabu yang ada di masyarakat sebagai bagian dari eksperimennya, termasuk eksploitasi tubuh perempuan. Eksotisme dan kemolekan tubuh perempuan seakan menjadi sumber inspirasi yang tidak pernah ada habisnya dalam karya-karya

audio-visual. Penggunaan politik tubuh dan representasi perempuan ini tak lepas dari adanya degradasi perempuan dalam statusnya sebagai obyek seksual laki-laki yang masih sangat melekat pada masyarakat patriarkhal.

Dalam kehidupan sosial, pada hubungan perempuan dan laki-laki, posisi perempuan selalu ditempatkan pada posisi “*wingking*”, “orang belakang”, “subordinasi”, perempuan selalu yang kalah, namun sebagai “pemuas” pria, pelengkap dunia laki-laki. Hal inilah yang direkonstruksi dalam media audio-visual termasuk film dan video, bahwa media massa hanya merekonstruksi apa yang ada disekitarnya, sehingga media massa juga disebut sebagai refleksi dunia nyata, refleksi alam sekitarnya (Bungin, 2003:131). Dengan begitu, media sebagai cerminan dari realitas keadaan masyarakat, menempatkan perempuan tetap sebagai obyek laki-laki. Begitupun halnya dalam karya-karya film dan video eksperimental, perempuan digunakan untuk menarik minat khalayak semata-mata tanpa mempedulikan relevansi dengan isi atau tema cerita, sehingga komoditi dan eksploitasi tubuh perempuan yang erotis banyak tereksplorasi.

RUMUSAN MASALAH

Bagaimanakah konstruksi erotisme dalam karya eksperimental media video dan film?

TUJUAN

Untuk memahami logika penggambaran tentang konstruksi erotisme politik tubuh perempuan dalam karya eksperimental media audio-visual (film dan video).

KAJIAN PUSTAKA

Konstruksi Tubuh Perempuan dalam Karya Audio-Visual

Pada kenyataannya model film dan video perempuan banyak menarik perhatian khalayak, apalagi bila tayangan tersebut menampilkan sisi-sisi feminin perempuan

baik dari kecantikannya, suaranya, tubuh seksinya, kelembutannya, tingkah-lakunya dan lain-lain. Dengan kata lain, tak ada yang percuma dari seorang makhluk yang bernama perempuan. Semua bisa memberikan inspirasi yang tiada habisnya dan juga potensinya mendapatkan keuntungan baik materi maupun bukan materi. Bukan materi dalam hal ini adalah kepuasan untuk dapat menikmati keindahan wanita secara gratis yang bernama “komoditas” dan ”eksploitasi”.

Eksploitasi tubuh perempuan dalam pencitraan media massa termasuk media baru dan video, terjadi tidak saja karena kerelaan perempuan, namun juga karena kebutuhan kelas sosial itu sendiri, sehingga mau tidak mau kehadiran perempuan menjadi sebuah kebutuhan dalam kelas sosial tersebut. Sayangnya kehadiran perempuan dalam kelas sosial itu, masih menjadi bagian refleksi realitas sosial masyarakatnya, bahwa perempuan selalu menjadi subordinat kebudayaan laki-laki. Karenanya, tetap saja perempuan di media massa adalah “perempuannya lelaki” dalam realitas sosialnya. Namun dalam konteks perempuan, terkadang perempuan tampil dalam bentuk yang lebih keras dan keluar dari *stereotype* perempuan sebagai sosok yang lemah dan tak berdaya. Perempuan juga dapat tampil sebagai perayu, penindas, dan bahkan pecundang. Sosok perempuan ini banyak ditemukan dalam film, video, dan media-media massa, sekaligus merupakan rekonstruksi terhadap dunia realitas perempuan itu sendiri (Bungin, 2003: 130-131).

Masalah kemudian yang akan muncul adalah eksploitasi perempuan melalui penonjolan unsur-unsur sensualitas dan erotisme di media massa. Erotisasi tubuh perempuan di media massa mengambil fragmen-fragmen tubuh tersebut sebagai penanda (*signifier*) dengan berbagai posisi dan pose – seperti yang sering kita saksikan di layar televisi, dan video – serta beragam asumsi makna. Tubuh perempuan ditelanjangi melalui ribuan varian sikap, penampilan dan peran. Pada tataran ini, erotisasi tubuh menjadi “modal simbolik” (layak jual) yang terlepas dari kepentingan ekonomi libido pada sistem kapitalisme. Tubuh wanita dieksploitasi nilai tanda sebagai nilai tukar komoditi .

Begitu banyak karya-karya eksperimental audio-visual termasuk film dan video yang menampilkan tubuh perempuan sebagai fokus utama. Bisa dikatakan lewat hasil-hasil olahan media audio-visual tersebut, eksistensi perempuan dikukuhkan dari apa yang terdapat pada tubuhnya, bukan apa yang terdapat pada otaknya. Hal ini menguatkan juga pandangan bahwa perempuan selalu dalam kontrol sosial bahkan mungkin kontrol kaum laki-laki, karena kegelisahan wanita terhadap penampilan

hanya demi memuaskan orang lain (laki-laki), dan hal tersebut telah dikonstruksikan oleh media. Dominic Strinati mengungkapkan bahwa salah satu bidang utama budaya populer yang telah menarik perhatian kaum feminis adalah videografi dan representasi perempuan di dalamnya. Sebagaimana dikemukakan Baehr, “Sejak awal, gerakan perempuan telah merespons secara kritis, seringkali dengan berang, terhadap apa yang secara bebas disebut sebagai “seksisme di dalam media (video)” (dalam Strinati, 2003: 212).

Di dalam budaya kapitalisme, tubuh—dengan berbagai potensi tanda, citra, simulasi, dan *artifice*-nya—menjadi elemen yang sentral dalam ekonomi politik, disebabkan tubuh perempuan (estetika, gairah, sensualitas, erotisme) merupakan *raison d’être* dalam setiap produksi komoditi. Tubuh itu sendiri menjadi komoditi dan sekaligus menjadi metakomoditi, yaitu komoditi yang digunakan untuk menjual (mengkomunikasikan) komoditi-komoditi lainnya (*model, hostes, sales girl, cheer leader, peep show*), lewat potensi fisik, tanda, dan libidonya (Piliang, 2004: 346).

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

“Meskipun citra tubuh perempuan merupakan faktor penting dalam menghasilkan hasrat seksual laki-laki, akan tetapi ini tidak mencukupi. Agar hasrat seksual tersebut dihasilkan, maka citra tersebut harus dipasangkan (secara eksplisit atau implisit) dengan petanda (*signified*) yang tepat” (Lacan dalam Piliang, 2004 :368).

Artinya, citra tubuh perempuan itu baru dapat menghasilkan kepuasan bagi seorang laki-laki, bila citra tubuh tersebut mempunyai makna seksual. Tidak saja *image* bersama obyek seksual dapat memberikan kepuasan, bahkan *image* itu sendiri (gambar, foto, film, video, televisi dan internet) dapat menghasilkan kesenangan tertentu, melalui mekanisme psikis tertentu pula (*ibid*).

Dengan demikian, dunia audio-visual khususnya film dan video eksperimental, pada hakekatnya adalah dunia citra dalam pengertian khusus, yaitu yang terbentuk oleh data yang berbentuk gambar dan suara. Gambar visual dan suara seorang model, yang sedang mandi (misalnya), adalah sebuah penanda (*signifier*) yang akan menimbulkan banyak persepsi dan imajinasi atau khayalan yang bermacam-macam dari khalayak sasaran. Persepsi yang dihasilkan inilah yang disebut makna atau petanda (*signified*). Hal tersebut bila dikaji, menunjukkan kuatnya muatan erotisme pada karya-karya videografi. Penggunaan representasi perempuan ini tak lepas dari adanya degradasi perempuan dalam statusnya sebagai obyek seksual laki-laki yang masih sangat melekat pada masyarakat patriarkhal.

Pada akhirnya gambaran tubuh perempuan tersebut akan menjadi citraan (*image*) yang berperan menimbulkan rangsangan maupun kepuasan seksual. Hal tersebut dapat dilihat dari cara ia ditampilkan melalui bentuk, sikap, posisi, pose dan ekspresi. Piliang menyebutkan bahwa eksplorasi tubuh tersebut berlangsung mengikuti model-model pembiakan secara cepat (*proliferation*) atau pelipatgandaan secara kilat (*multiplication*), baik dalam cara, bentuk, varian maupun medianya (2004:380).

Konstruksi Erotisme

Menurut Alimi, kekuasaan atas perempuan termanifestasi dalam seks. Disinilah seksualitas perempuan dikonstitusikan sebagai sentral identitas mereka, mereka adalah biologi mereka dan seksualitas adalah inti dari biologi mereka itu. Dalam konteks ini, seksualitas diperluas definisinya, bukan sekedar "*having sex*" tetapi juga meliputi pengalaman-pengalaman onani, masturbasi, fantasi seks karena melihat adegan pornografi, gambar ataupun foto-foto yang merangsang, erotis dan lain-lainnya (Alimi, 2004:48-49).

Benny H. Hoed dalam bukunya "Dari Logika Tuyo ke Erotisme" menyimpulkan bahwa pada dasarnya erotisme berkaitan erat, dan bahkan didasari oleh libido yang dalam perkembangan selanjutnya teraktualisasi dalam keinginan seksual (2001:189). Pemaknaan erotisme selanjutnya berkaitan erat dengan pornografi. Namun, pornografi didefinisikan sebagai; (1) penggambaran tingkah laku secara erotis dengan lukisan atau tulisan untuk membangkitkan nafsu birahi; (2) bahan bacaan yang dengan sengaja dan semata-mata dirancang untuk membangkitkan nafsu birahi dalam seks.

Dari definisi di atas dapat dilihat kaitan antara erotisme dan pornografi, namun juga terdapat perbedaan antara keduanya (Hoed, 2001:190).

Untuk mendapat kejelasan tentang keterkaitan antara keduanya, maka harus merujuk pada dasarnya, yaitu libido, nafsu birahi, dan nafsu seksual. Perbedaan antara keduanya adalah bahwa erotisme dan libido merupakan dasar atau ilham untuk menggambarkan sesuatu yang lebih luas (misalnya konsep cinta, perbedaan antar jenis, atau masalah yang timbul dalam tradisi interaksi sosial), sedangkan pornografi yang menonjol adalah penggambaran secara sengaja tingkah laku seksual dengan tujuan membangkitkan nafsu seksual (Hoed, 2001:189).

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa makna erotisme lebih mengarah pada “penggambaran perilaku, keadaan atau suasana yang didasari oleh libido dalam arti keinginan seksual”, sedangkan makna pornografi lebih cenderung pada “tindak seksual yang ditonjolkan” untuk membangkitkan nafsu birahi. Erotisme tidak memiliki makna dasar “cabul”, melainkan menggambarkan perilaku, keadaan, atau suasana berdasarkan atau berilhamkan “libido” atau “seks”. Sebaliknya, pornografi mempunyai makna dasar “cabul”, “tidak senonoh” dan “kotor”. Cabul menurut Kamus Basar Bahasa Indonesia (1992) berarti “keji dan kotor”; “tidak senonoh (melanggar kesopanan, kesusilaan)”. Pembedaan ini dimaksudkan untuk lebih memahami makna erotisme. Singkatnya, dalam pornografi terdapat erotisme, tetapi tidak semua erotis itu pornografis. Oleh karena itu, dalam membicarakan erotisme dan pornografi, terpaksa harus melihatnya sebagai suatu *continuum* yang bergeser dari satu ujung (erotisme) ke ujung lain (pornografi) (Hoed, 2001:190). Hal tersebut dipertegas lagi pada pernyataan berikut :

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

Berbicara masalah erotisme tidak akan lepas dari politik tubuh, terutama tubuh perempuan, di mana tubuh perempuan menjadi obyek erotisme itu sendiri. Tubuh beserta bagian-bagian sekecil apapun, sekarang ini bukan lagi milik pribadi,

tetapi telah menjadi konsumsi umum. Seolah-olah tubuh tersebut cuma seonggok gumpalan daging yang mati tanpa mempunyai jiwa. Sebegitu dahsyatnya peran media dan kekuasaan atas tubuh sehingga bisa memenjara tubuh dari rasa, cipta dan karsa sebagai manusia yang mempunyai hati, jiwa dan kebebasan.

Setelah lenyapnya budi dan jiwa sebagai ruh dari seonggok daging, maka kini tubuh menjadi pusat kebudayaan abad ke-21. Tubuh menjadi titik sentral dari mesin produksi, promosi, distribusi, dan konsumsi kapitalisme. Tubuh diproduksi sebagai komoditi dengan mengeksplorasi berbagai potensi hasrat dan libidonya untuk dipertukarkan sebagai komoditi (*video girl*). Tubuh juga dijadikan metakomoditi yaitu komoditi untuk menjual komoditi lain, lewat peran sentralnya di dalam sistem promosi kapitalisme (*cover girl*). Tubuh juga berperan sentral dalam sistem distribusi, yaitu sebagai pendamping komoditi (*promo girl*). Tubuh juga menjadi sasaran utama dari konsumsi yakni dengan menciptakan berbagai kebutuhan yang berkaitan dengan tubuh (*body building*), operasi plastik dan lain-lain, yang terrealisasi dalam media massa (Piliang, 2004:116).

Michel Foucault dalam beberapa bukunya, khususnya *The History of Sexuality*, tubuh (*body*) tidak dapat dipisahkan dengan kekuasaan (*power*). Menurut Foucault, kekuasaan tidak hanya dioperasikan lewat kekuatan politik atau militer, akan tetapi lebih penting lewat tubuh itu sendiri. Ada dua bentuk kekuasaan yang beroperasi di seputar tubuh. Pertama, kekuasaan atas tubuh individu-individu, yang mengatur tindak-tanduk, sikap dan perbuatan-perbuatannya; inilah larangan, pembatasan atau represi pada diri seseorang (tabu, adab dan sebagainya). Kedua, kekuasaan yang memancar dari dalam tubuh itu sendiri, yaitu berupa kehendak (*will*) dan hasrat (*desire*). Kekuasaan dari dalam tubuh ini menentang dan melawan kekuasaan atas tubuh, sehingga gerakan pembebasannya dapat menjadi sebuah revolusi (dalam Piliang, 2004: 350).

Dari munculnya segala bentuk kekuasaan atas tubuh tersebut, yang mana terdapat penguasaan internal (kekuasaan yang muncul dari dalam tubuh) dan eksternal (kekuasaan yang muncul atas realitas yang ada sebagaimana telah dikonstruksi melalui media). Pada media sendiri, erotisme merupakan salah satu representasi kehendak (*will*) dan hasrat (*desire*) atas tubuh (*body*). Hal tersebut terlihat jelas pada penampilan yang muncul di media massa yang senantiasa memunculkan "tubuh" yang dieksekusi sesuai dengan selera massa. Tubuh beserta bagian-bagiannya menjadi komoditas untuk memenuhi kehendak (*will*) dan hasrat (*desire*) yang dimunculkan

dalam bentuk erotisme dalam media massa audio-visual , khususnya karya film dan video eksperimental.

Fetisisme Tubuh

Pada masa modern, di saat budaya massa dan proyek komoditas makin meningkat, muncul wacana fetisisme tubuh dalam masyarakat. Fetisisme sendiri berarti sikap yang menganggap roh, atau daya pesona tertentu yang bersemayam pada obyek tertentu, sehingga mengarah pada pemujaan obyek tertentu (Piliang, 2004:18). Selanjutnya, fetisisme tubuh adalah pemujaan terhadap tubuh (Maulana, 2004). Tubuh telah menjadi identitas 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 bernapas, tetapi organ-organ tersebut telah merepresentasikan fungsi dan makna baru, yakni keindahan tubuh serta telah berfungsi sebagai obyek komodifikasi. Kehadiran fetisisme tubuh dikonstruksi oleh industri perawatan tubuh (dalam berbagai produknya) dan media massa turut berperan signifikan dalam penyebarannya.

Tubuh dalam studi antropologi merupakan kajian yang penting karena pada masyarakat modern tubuh adalah penanda penting bagi status sosial, posisi keluarga, umur, gender dan hal-hal yang bersifat religius. Tubuh adalah instrumen yang paling natural dari manusia, yang dapat dipelajari dengan cara yang berbeda sesuai dengan kultur masing-masing. Cara untuk mengetahui peradaban manusia lain adalah dengan mengetahui bagaimana masyarakat itu menggunakan tubuhnya.

Pada tahun 1970-an, Mary Douglas mengemukakan studi tubuh modern, dialah orang pertama yang melihat tubuh sebagai suatu sistem simbol. Dalam bukunya *Purity and Danger* (1966) ia mengatakan, "Sebagaimana segala sesuatu melambangkan tubuh, demikian juga tubuh adalah simbol bagi segala sesuatu". Dan dalam bukunya *Natural Symbols* (1970) ia membagi tubuh menjadi dua : *the self (individual body)* dan *the society (the body politics)* (dalam Lazuardi, 2004). *The body politics* membentuk bagaimana tubuh itu secara fisik dirasakan. Pengalaman fisik dari tubuh selalu dimodifikasi oleh kategori-kategori sosial yang sudah diketahui, yang terdiri dari pandangan tertentu dari masyarakat. Pandangan masyarakat terhadap seseorang adalah dilihat dari kemampuannya merepresentasikan tubuh kepada sesama, ini adalah persoalan eksternal tubuh.

Realitas di masyarakat metropolis menunjukkan bahwa tubuh telah masuk dalam kebudayaan konsumen. Mike Featherstone dalam bukunya yang berjudul "*The Body in Consumer Culture*" (1982) mengelompokkan pembentukan tubuh atas dua kategori: tubuh dalam dan tubuh luar (dalam Supeli, 2004). Yang pertama berpusat pada pembentukan tubuh untuk kepentingan kesehatan dan fungsi maksimal tubuh dalam hubungannya dengan proses penuaan. Sementara yang kedua, berpusat pada tubuh dalam hubungannya dengan ruang sosial, termasuk di dalamnya pendisiplinan tubuh dan dimensi estetik tubuh. Dalam kebudayaan konsumen dua kategori itu berjalan secara bersama, yakni pembentukan tubuh dalam menjadi alat untuk meningkatkan penampilan tubuh luar (Supelli, 2004: 238).

Kebudayaan konsumen memproklamirkan tubuh sebagai wahana kesenangan. Tubuh dibentuk berdasarkan hasrat dan bertujuan untuk mencapai citra ideal: muda, sehat, bugar, dan menarik. Persepsi tentang tubuh dalam kebudayaan konsumen didominasi oleh meluasnya dandanan untuk citra visual. Citra membuat orang lebih sadar akan penampilan luar dan presentasi tubuh. Iklan dan industri film adalah kreator utama citra tersebut. Akibatnya, orang pun sibuk berlebihan dengan diri sendiri dan mencari cara demi *selfimprovement*. Orang hanya menghubungkan semua peristiwa yang berlangsung disekitarnya dengan kebutuhan dan hasrat masa kininya. Ketika *improvement* paling mudah dilakukan pada tubuh, orang pun cenderung meningkatkan penampilan, sampai pada taraf pemujaan tubuh sendiri yang disebut sebagai perilaku narsistik dan mengarah pada ideologi fetis. Diet, cara berpakaian, gaya rambut, atau tipe kecantikan tertentu merupakan bagian penting dari gaya hidup, menjadikan tubuh sebagai inti dari penciptaan identitas. Tubuh menjadi pusat kesenangan sekaligus kegelisahan agar tetap dan terus dikagumi. Tubuh tidak lagi sekedar menjadi sebuah fenomena fisik, namun juga berdimensi sosial. Tubuh manusia dengan bagian-bagiannya dimuati oleh simbol kultural, publik dan privat, positif dan negatif, politik dan ekonomi seksual, moral dan seringkali kontroversial; begitu pula dengan atribut-atribut, fungsi tubuh, kondisi tubuh dan indera-inderanya (Synott, 2003: 45).

PEMBAHASAN

Pada masa sekarang ini, setiap orang mempunyai hak dan kebebasan dalam beropini, berkreasi dan berkarya seni. Semua itu telah menjadi suatu keharusan

dalam kehidupan masyarakat modern. Hal tersebut didukung oleh peran media yang sangat besar dalam menyalurkan kebebasan berkarya tersebut dalam berbagai bentuk. Tak bisa dipungkiri bahwa media mempunyai peranan besar dalam pengembangan dan penyebaran kreativitas dengan memasukkan nilai-nilai dan ideologi-ideologi pada pasar. Nilai-nilai tersebut muncul bersamaan dengan transformasi ideologi-ideologi budaya baru yang disusupkan melalui media. Transformasi tersebut yang akan mengubah pola pikir pasar untuk menjadi sebuah nilai-nilai baru atau budaya-budaya baru yang harus dianut oleh masyarakat.

Media selalu mempunyai kecenderungan-kecenderungan tertentu yang menjadikannya sebagai sesuatu yang sarat nilai dan ideologi. Nilai serta muatan ideologi direpresentasikan dalam media melalui penggambaran atau pencitraan dalam simbol yang bisa berupa audio maupun visual. Video dan film telah banyak menampilkan tayangan-tayangan yang mengkonstruksi citra tertentu dan membawa ideologi tertentu, bukan semata-mata nilai estetika tertentu tetapi lebih sebagai representasi tertentu yang diambil dari realitas di masyarakat.

Posisi perempuan di media audio-visual seperti video dan film eksperimental serta media massa pada umumnya memang tidak menggembirakan, cenderung tidak terwakili secara layak. Tercermin tidak saja di ranah hiburan, dalam produk informasi dan dalam iklan-iklan *below* dan *above the line*, dalam karya film, video dan sinetron. Bahkan dalam program berita dan *talkshow*-simbol netralitas dan obyektivitas media- potret perempuan selalu berada dalam posisi selalu terdiskriminasi. Potret diri perempuan di media massa dalam literatur surat kabar, majalah, film, video, televisi, iklan dan buku-buku masih memperlihatkan *stereotype* yang merugikan. Gambaran-gambaran yang selalu tampil adalah perempuan pasif dan sangat tergantung pada pria, didominasi, menerima keputusan yang dibuat pria dan terutama melihat dirinya sebagai simbol seks.

Media video terutama film yang diharapkan bisa mensosialisasikan masalah *gender* kepada masyarakat luas, selama ini masih kurang sensitif terhadap masalah ini. Bahkan, atas nama seni eksperimental melalui eksplorasi estetisnya justru ikut mengukuhkan eksploitasi tubuh erotis yang sangat merugikan perempuan. Pada umumnya media massa audio-visual sedikit sekali memunculkan isu tentang perempuan. Jika ada, media cenderung memberi ruang bagi hal-hal yang bersifat tradisional atau urusan perempuan seperti rumah tangga, mode, mengurus keluarga dan anak daripada menampilkan wanita karier yang sukses di sektor

publik. Ketidakadilan yang selama ini terjadi melalui penulisan berita, penyiaran dan penayangan di media massa audio-visual, sebenarnya merupakan pelanggaran terhadap hak-hak perempuan.

Secara tak langsung, perempuan bukan saja menjadi sasaran eksperimen estetika seniman, tetapi juga merupakan incaran bagi kapitalisme global, semata-mata untuk mendapatkan keuntungan. Seperti diungkapkan Vincent (1996:146) bahwa kapitalisme menggunakan proses komoditisasi untuk mendapatkan keuntungan. Seringkali komoditi diartikan sama dengan proses komersialisasi. Pengertian komoditi pada dasarnya adalah proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar, atau dengan kata lain mengubah nilai produk yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan individu atau masyarakat menjadi nilai produk yang memenuhi kebutuhan pasar.

Ideologi yang dominan, untuk mendukung gaya hidup ini, tidak jarang media merepresentasikan masyarakat tontonan. Menurut Guy Debord, masyarakat tontonan adalah masyarakat yang di dalam sisi kehidupannya menjadi komoditi tersebut menjadi tontonan *body culture* sebagai setrum daya tarik pemasaran (dalam Ibrahim, 1998: 23). Tubuh wanita bukan lagi sepenuhnya milik wanita karena tubuh wanita telah menjadi alat dan simbol dalam pemasaran suatu komoditas. Kemudian yang akan terjadi adalah proses komoditisasi perempuan. Pengertian komoditisasi diturunkan dari konsep Marx tentang *commodity fetishism* yang menurut Jary dan Jary (dalam Subandy, 1998:327), yaitu perubahan menjadi sesuatu yang tidak alami. Obyek-obyek materiil yang dihasilkan oleh tenaga kerja manusia dalam kapitalisme ketika karakternya secara riil merupakan produk dari proses sosial. Pada dasarnya proses “perubahan” itu menyembunyikan fenomena eksploitasi.

Tersembunyinya fenomena eksploitasi tersebut bahkan nampak sangat nyata ketika masuk menjadi materi isi media audio-visual, begitu pula yang terlihat dalam karya film dan video eksperimental. Tubuh perempuan yang telah menjadi milik publik ditampilkan dengan menonjolkan bentuk dari sisi-sisi keindahan perempuan secara terbuka. Ketika tubuh wanita mengalami pergeseran dari dunia *private* ke dunia publik maka terjadi pula pergeseran nilai citra perempuan tersebut. Proses ini menyebabkan terbentuknya citra baru pada diri wanita, tetapi merupakan “penegasan kembali” citra lama perempuan sebagai obyek seks.

Dalam teorinya tentang komodifikasi perempuan dalam media, Piliang (2000:105) mengungkapkan bahwa ada tiga pokok persoalan yang menyangkut eksistensi perempuan dalam wacana ekonomi-politik tubuh. Pertama, persoalan

ekonomi politik tubuh, di mana tubuh perempuan digunakan dalam aktivitas ekonomi, berdasarkan pada konstruksi sosial atau ideologi tertentu. Kedua, persoalan ekonomi politik tanda, di mana tubuh perempuan di dalam sebuah sistem pertandaan khususnya di dalam masyarakat kapitalis membentuk citra, makna dan identitas diri mereka di dalamnya. Ketiga, persoalan ekonomi-politik hasrat, yaitu bagaimana “hasrat” perempuan disalurkan atau “direpresi” dalam bentuk komoditi, khususnya sebuah karya-karya film dan video eksperimental.

Tubuh perempuan dalam media adalah berperan sebagai obyek yang harus dinikmati, terutama oleh kaum laki-laki, di mana perempuan ditampilkan secara erotis dan merangsang. Disadari atau tidak, erotika adalah gairah seksual yang dibangkitkan dengan stimulus internal maupun eksternal. Menurut Griffith, pengaruh stimulus eksternal melalui erotika bersifat subyektif dan relatif, yaitu tergantung pada pengalaman masing-masing individu. Walaupun demikian, menurut Baron dan Byrne, tetap ada yang bersifat universal, yaitu stimulus eksternal yang dapat membangkitkan fantasi erotika dalam diri setiap orang (dalam Bungin, 2001: 3-4).

Menurut Haug (dalam Piliang, 2000:111), komoditisasi adalah sebuah wacana pengendalian selera, gaya hidup, tingkah laku, aspirasi secara imajinasi-imajinasi kolektif masyarakat luas (massa) oleh para elit kapitalis. Sedangkan pengertian eksploitasi menurut kamus ilmiah populer versi A. Pius Partanto dan M. Dahlan Al Barry (1994), pengertian eksploitasi adalah penarikan keuntungan secara tak wajar. Maksudnya adalah pemaksaan kehendak kepada seseorang yang bukan pada tempatnya untuk mendapatkan keuntungan dari orang tersebut. Eksploitasi adalah menempatkan sesuatu yang tidak pada tempatnya atau pemanfaatan seseorang untuk mengambil keuntungan secara tidak wajar. Hal kaitannya dengan karya video maupun film yaitu bahwa eksploitasi dalam media audio-visual tersebut adalah penempatan yang kurang tepat dalam cerita dan deskripsi audio-visual untuk mendapatkan dramatisasi. Hal tersebut bisa dikategorikan sebagai kekerasan terhadap perempuan secara terselubung, yang terkadang tidak disadari oleh kaum perempuan.

Sebenarnya dalam kehidupannya, perempuan mempunyai banyak peran. Selain perannya sebagai citra pilar dalam mengurus rumah tangga, perannya dalam kehidupan sosial terutama hubungannya dengan media sangatlah kompleks. Bungin (2003: 132) menyebutkan bahwa keindahan perempuan menempatkan perempuan ke dalam *stereotype* perempuan dan membawa mereka di sekitar keindahan itu, seperti perempuan harus tampil menawan, pandai mengurus rumah tangga, memasak,

tampil prima untuk menyenangkan suami dan pantas diajak ke berbagai acara, cerdas serta sumber pengetahuan dan moral keluarga. *Stereotype* ini menjadi ide dan citra sekaligus sumber protes terhadap media massa, iklan-iklan, karya video dan film-film yang “melecehkan” citra itu. Namun pandangan lain membantah, bahwa eksploitasi perempuan dalam media massa termasuk iklan, tidak sekedar karena *stereotype* di atas, akan tetapi disebabkan umumnya pemirsa media massa, iklan dan televisi atau film adalah perempuan, dan barang-barang yang diiklankan adalah juga barang-barang di sekitar perempuan atau yang berhubungan dengan perempuan.

Perempuan sesungguhnya paling dekat dengan media massa, termasuk video dan film, jadi tidak saja *stereotype*, namun segmen perempuan juga menjadikan alasan kuat mengeksploitasi perempuan dalam media massa termasuk dalam karya video maupun film. Dengan kata lain, tak ada yang percuma dari seorang makhluk yang bernama perempuan. Semua bisa memberikan inspirasi yang tiada habisnya dan juga potensinya mendapatkan keuntungan baik materi maupun bukan materi. Bukan materi dalam hal ini adalah kepuasan untuk dapat menikmati keindahan wanita secara gratis yang lagi-lagi bernama “komoditisasi”.

Selain munculnya peran perempuan dalam media massa sebagai rekayasa politik ekonomi, yang tidak kalah pentingnya adalah tubuh perempuan yang dieksploitasi secara berlebihan sebagai pengukuhan atas kekuasaan laki-laki terhadap kaum wanita. McClintock mengungkapkan bahwa perempuan direpresentasikan sebagai “tubuh” yang otentik dan *atavistic* dari tradisi bangsa (tertutup, melihat ke belakang, pasif dan sebagainya), yang meliputi prinsip-prinsip kuno nasionalisme tentang kontinuitas. Sebaliknya laki-laki dicitrakan sebagai agen modernitas nasional yang progresif (maju, kuat, cerdas, asertif dan sebagainya), pembawa semangat nasionalisme yang revolusioner dan progresif (dalam Alimi, 2004:20). Singkatnya bahwa laki-laki berkuasa atas tubuh wanita yang tidak lain juga berujung pada seksualisme, di mana perempuan menjadi obyek seks laki-laki karena tubuh perempuan telah sepenuhnya menjadi kekuasaan laki-laki. Dalam wacana tersebut kreator film dan video eksperimental tergerak untuk mengkonstruksikannya dalam eksplorasi estetika seni audio-visualnya.

PENUTUP

Pada konteks karya audio-visual berupa video dan film eksperimental, media berperan dalam mengkomunikasikan suatu pesan sekaligus menghibur dan memasukkan nilai-nilai baru. Nilai dan ideologi ini terinspirasi dari realitas sosial masyarakat sasaran itu sendiri meskipun karya seni cenderung subyektif dan merupakan ekspresi estetis senimannya. Apa yang ditampilkan di media audio-visual – seperti film dan video- sekalipun- merupakan cermin dari apa yang terjadi di masyarakat tersebut. Pada karya-karya video maupun film eksperimental pada umumnya, terdapat kecenderungan dan pemujaan terhadap keindahan estetis tubuh perempuan dengan menampilkan sisi-sisi erotisme tubuh. Tentunya dengan berbagai representasi dengan sudut pandang *patriarchy* dalam menggambarkan perempuan sebagai obyek seksual secara berbeda-beda meskipun tinjauannya adalah seni eksperimental. Realitas seperti itulah yang terjadi dalam masyarakat kita.

Konstruksi erotisme muncul dalam berbagai bentuk dan versi estetika seni yang berbeda-beda. Namun eksplorasi keindahan tubuh tersebut pada umumnya digambarkan berupa penonjolan unsur-unsur ciri fisik perempuan yang mendominasi. Juga ekspresi dan bahasa tubuh yang merangsang dan erotis seperti tatapan mata, gerakan bibir dan ekspresi wajah. Citra-citra yang ditampilkan dalam karya video maupun film eksperimental, pada dasarnya merupakan hasil identifikasi pemaknaan secara konotatif atau yang disebut Roland Barthes sebagai identifikasi tahap dua. Dalam identifikasi tahap dua ini menyertakan nilai-nilai ideologi budaya yang terbentuk lewat mitos. Nilai mitos yang ingin diusung dalam estetika karya film maupun video adalah dominasi pria atas perempuan. Perempuan dengan segala daya pikatnya, fisik dan perilakunya digambarkan sebagai pemuas kaum pria. Perempuan tidak memiliki hak atas keindahan tubuhnya, kelembutan suaranya dan kelemahan gemulaian tingkah lakunya. Ketika perempuan ditampilkan secara seronok oleh media audio-visual, termasuk karya film dan video eksperimental. Perempuan seolah bungkam dan pasrah karena hanya dengan hal itulah mereka diakui keberadaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimi, Moh. Yasir, (2002), *Dekonstruksi Seksualitas Poskolonial, dari wacana Bangsa hingga Wacana Agama*, Yogyakarta, LKiS.
- Baksin, Askurifai, (2003), *Membuat Film Indie itu Gampang*, Bandung, Katarsis.
- Bungin, Burhan, (2003), *Pornomedia Konstruksi social Teknologi telematika dan Perayaan seks di Media Massa*, Jakarta, Prenada Media.
- Bungin, Burhan, (2001), *Erotika Media Massa*, Surakarta, Muhammadiyah University Press.
- Eriyanto, (2001), *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta, LKiS.
- Hoed, Benny H. , (2001), *Dari Logika Tuyul ke Erotisme*, Jakarta , Tera.
- Ibrahim, Idy Subandy, (1998), *Wanita dan Media : Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*, Bandung , PT Remaja Rosda Karya .
- Piliang, Yasraf Amir, (2004), *Posrealitas Realitas Kebudayaan dalam era Postmetafisika*, Yogyakarta, Jalasutra.
- Prakoso, Gotot, (2005), *Film Pendek dalam Penilaian*, Jakarta, Yayasan Seni Visual Indonesia.
- Set, Sony, (2007), *500+ Gelombang Video Porno Indonesia*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Strinati, Dominic, (2003), *Popular Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, Yogyakarta, Bentang.
- Suyono, Seno Joko, (2002), *Tubuh yang Rasis*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Wibowo, Fred, (2007), *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta, Penerbit Pinus.