

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian tentang interpretasi khalayak terhadap sensualitas tubuh perempuan yang terdapat pada visual di kendaraan truk. Penelitian ini akan melihat bagaimana khalayak memaknai dan memberikan definisi terhadap sensualitas perempuan pada visual di kendaraan truk. Sensualitas perempuan menarik untuk dibahas karena di masyarakat Indonesia yang mengusung budaya ketimuran, pembahasan mengenai sensualitas masih cukup tabu diperbincangkan. Apalagi, setelah munculnya kebijakan publik pemerintah Indonesia yakni undang-undang pornografi yang mulai mengatur secara lebih detail mengenai kategori pornografi dan non pornografi lebih rigid dari sebelumnya secara hukum di Indonesia.

Tema ini menurut peneliti memiliki signifikansi karena perkembangan seni urban khususnya di perkotaan selalu bergerak serta mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi yang menyertainya. Menurut Kusumawijaya (2008) seni urban adalah seni yang terinspirasi dari kota atau kekotaan. Dalam perwujudannya, seni urban menjelma menjadi tren *fashion*, *street art* (mural dan graffiti), *trans art* (visual di alat transportasi seperti di becak dan di bak truk) dan bentuk perwujudan lain yang menjadikan kota sebagai ruang dalam segala aksi tersebut. Seni urban

bukanlah hal yang baru dalam konteksnya sebagai istilah dalam memaknai bentuk-bentuk ekspresi seni yang ada dan dipengaruhi oleh kebudayaan kota, namun telah menjadi kultur dalam persoalan-persoalan yang menyangkut kota sebagai sebuah ruang (Wicandra, 2007).

Salah satu ruang yang dijadikan media untuk seni urban adalah kendaraan truk. kendaraan truk tidak hanya memiliki fungsi sebagai alat angkutan saja namun juga ia menjadi semacam papan yang siap menjadi medium komunikasi. Gambar-gambar di kendaraan truk biasanya dibuat oleh sopir atau pelukis sewaan. Bagi para sopir pemilik truk, kendaraannya seperti kanvas putih bagi pelukis yang siap ditorehkan pikiran, ide, mengenai kehidupan sekitarnya. Pemanfaatan ruang ini kemudian menjadi budaya dikalangan para sopir truk untuk menyuarakan kepentingannya. Maksud-maksud para sopir, yang diterjemahkan dalam bahasa gambar dan tulisan, merupakan cermin dari pandangan hidup dan pandangan dunianya yang mereka gali dari pengalaman yang mereka dapatkan baik sebagai individu maupun secara sosial (Sukayasa, 2009). Dalam komunikasi, budaya adalah produksi makna dan pertukaran makna.

Perilaku visual di kendaraan truk merupakan suatu perilaku representasi suatu identitas. Representasi adalah tindakan menghadirkan kembali atau merepresentasikan sesuatu baik orang, peristiwa, maupun objek lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol. Representasi ini belum tentu bersifat nyata tetapi bisa juga menunjukkan dunia khayalan, fantasi, dan ide-ide abstrak (Hall, 1997: 28).

Baik tanda dan simbol maupun ruang pada media sendiri memiliki keterbatasan. Sehingga pihak yang hendak merepresentasikan sesuatu haruslah selektif dalam memilih simbol dan tanda yang dinilai paling mewakili objek yang hendak direpresentasikan. Pemilihan tanda dan simbol oleh bak truk merupakan proses subjektif. Apa yang disampaikan oleh suatu media sangat bergantung pada kepentingan-kepentingan di balik media tersebut.

Banyak hal yang menjadi inspirasi visual di kendaraan truk. Salah satunya identitas perempuan. Visualisasi perempuan pada bak truk mencoba memberikan definisi mengenai perempuan. Ini berarti terjadi sebuah proses konstruksi mengenai identitas perempuan. Proses konstruksi suatu identitas tidak pernah berlangsung objektif. Suatu identitas dibuat berdasarkan kepentingan produser. Berdasarkan hasil obeservasi peneliti proses produksi visual pada bak truk dapat disimpulkan dikerjakan oleh sopir bersama dengan pelukis sewaan. Sopir menentukan gambar dan membayar semua beban biaya produksi. Artinya produser visual sensual pada bak truk adalah sopir dan pelukis sewaan yang keduanya laki-laki. Para sopir telah mengemas realitas mengenai perempuan sesuai dengan subjektivitasnya yang dipengaruhi pengalaman dan harapannya. Pada visual kendaraan truk tidak sedikit figur perempuan yang digambarkan secara sensual.

Membahas mengenai sensualitas tidak dapat mengabaikan beberapa konsep yang dekat dengannya misalnya seksualitas dan erotis maupun pornografi. Bahkan sebagian pendapat mengatakan pembeda dari

sensualitas, seksualitas, erotis, dan pornografi masih cair (fluid) atau dapat berubah (*changeable*) sesuai konteks yang melatarbelakanginya.

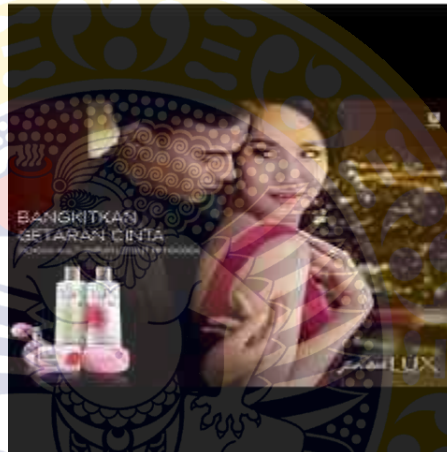
Kata “sensualitas” berasal dari kata “sense” yang umumnya berkaitan dengan karya seni yang kemudian diterjemahkan menjadi arti yang luas, yakni “rasa”. Berikut adalah beberapa definisi sederhana dari sensualitas, misalnya seperti yang tertera dalam *Webster Dictionary* sebagai *devotedness to the gratification of the bodily appetites* atau jika dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sensualitas merupakan sesuatu yang diandalkan untuk memuaskan selera nafsu jasmaniah. Selain itu, arti sensualitas dalam *Yahoo Education Dictionary* adalah *The quality or state of being sensual or lascivious* (sifat/karakter yang sensual atau menimbulkan birahi).

Sedangkan, menurut Prisma (dalam Anastasia, 2012) sensualitas mencakup seluruh kompleksitas emosi, perasaan, kepribadian dan sikap atau watak sosial, berkaitan dengan perilaku dan orientasi seksual. Hal tersebut diperkuat oleh Anastasia (2012) yang mengungkapkan bahwa sensualitas ini berkaitan langsung dengan indrawi. Perempuan erat kaitannya dengan sensualitas, entah itu melalui lekuk tubuh, gaya busana, aksesori maupun wewangian yang digunakan.

Dari definisi diatas terdapat dua penekanan yang penting dalam makna sensualitas, yakni sesuatu (berkaitan dengan emosi dan indrawi) yang diandalkan serta sifat/karakter sehingga berpotensi menimbulkan birahi. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa sensualitas merupakan bagian dari seksualitas secara khusus berhubungan dengan segala aktivitas yang

dimunculkan, baik melalui verbal (audio dan audio-visual) maupun non verbal (visual), yang bertujuan memunculkan nafsu birahi.

Sensualitas perempuan salah satunya dapat dilihat dari iklan. Representasi perempuan di dalam iklan menjadi penting, karena iklan sering kali memberikan gambaran yang bias mengenai perempuan (Prabasmoro, 2006: 320).



Gambar I.1: Iklan sabun LUX versi 'Just Little Lux'

Iklan lux diatas adalah salah satu iklan yang menempatkan perempuan sebagai daya tarik laki-laki. Narasi utama iklan sabun dengan brand 'Lux' diatas adalah seorang perempuan yang tetap bisa menjaga keharmonisan hubungan dengan suaminya. Pada iklan ini kemenarikan perempuan ditonjolkan pada kelembutan kulitnya yang putih mampu 'membangkitkan getaran cinta' pasangan. Pada iklan tersebut ditampilkan laki-laki fokus pada aspek fisik perempuan yakni kulit. Dengan kata lain kulit merupakan aspek fisik yang dapat dirasakan secara indrawi dan dimunculkan untuk 'membangkitkan getaran cinta'.

Sensualitas dalam definisinya terus mengalami perubahan. Perempuan kerap kali diciptakan harus berpenampilan menawan dan menjadi pusat perhatian kaum lelaki melalui penampilan fisiknya dengan mempertegas sifat kewanitaannya secara biologis atau sensualitasnya: cantik, berbadan langsing, berkulit putih, berambut panjang, berkaki jenjang yang kesemuanya itu berangkat sesuai bingkai berpikir dan selera laki-laki.

Tak jarang pula sosok perempuan digambarkan dengan erotis. Kalimat yang bernada erotis juga tergambarkan dengan jelas diikuti dengan visualisasi gambar perempuan dengan berpakaian minim. Hal ini menyebabkan jalanan menjadi seperti etalase gambar perempuan dalam berbagai versi yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat karena mobilitas keberadaan truk yang tinggi. Visual pada truk berada pada ruang publik yakni jalanan. Meskipun pembuat mengaku merasa visual mengenai perempuan yang ia gambarkan tersebut adalah untuk kepentingan hiburan bagi kalangan sendiri, pada kenyataannya tidak hanya sopir truk dan para sopir truk lainnya yang terterpa produk visual tersebut. Semua orang di jalanan yang berpapasan dengan badan truk merupakan subjek yang selalu menginterpretasi lingkungan sekitarnya. Keaktifan menginterpretasi inilah yang menjadi fokus dari studi media dan budaya.

Visual pada bak truk termasuk dalam komunikasi massa. Dominick (1996) mendefinisikan komunikasi massa sebagai sebuah organisasi kompleks yang dengan bantuan dari satu atau lebih mesin pembuat dan menyebarkan pesan publik yang ditujukan pada audiens berskala besar serta

bersifat heterogen dan tersebar. Pesan pada media massa bersifat subjektif komunikator, dalam hal ini para sopir truk. Penggambaran yang subjektif tersebut ketika dilakukan oleh pihak yang tidak sensitif mengenai relasi laki-laki dan perempuan pada akhirnya akan mereduksi nilai sosial perempuan. Sebagai media hiburan pembuatan ilustrasi pada bak truk dengan tujuan untuk menghibur orang lain yang ada disekitarnya (Sukayasa, 2009). Para sopir truk representasikan perempuan untuk kepentingan kebutuhan hiburan dirinya dan komunitasnya saja tanpa mempertimbangkan dampak dari citra perempuan yang digambarkannya di ruang publik.

Penelitian pada media massa utama seperti televisi, majalah, koran, laki-laki memiliki kecenderungan menggambarkan perempuan sebagai objek. Perempuan dalam media menjadi penting dalam industri media ini karena telah membawa implikasi bagi representasi, stereotip, distorsi, dan lainnya terhadap perempuan itu sendiri, sehingga ia menjadi wajah lain dari ajang proses marginalisasi, subordinasi, dan dominasi perempuan yang terus dikonstruksi oleh ideologi gender yang hegemonik atau pun ideologi patriarkis (Subandi, :8). Perempuan lebih ditempatkan sebagai objek pemenuh seksual laki-laki.

Pada budaya Jawa terdapat beberapa konsep mengenai perempuan. Perempuan disebut sebagai *konco ing wingking*. Yang secara harfiah berarti teman dibelakang. Teman dibelakang maksudnya adalah teman dalam kegiatan seksual saja. Hanya berada dibelakang artinya perempuan tidak

seharusnya berada didepan apalagi memimpin. Perempuan sebagai seorang yang melayani.

Beberapa konsep perempuan dalam Budaya Jawa diantaranya dalam berbagai karya sastra Jawa Kuno berupa serat-serat, kisah pewayangan, maupun dalam karya sastra Jawa Modern. Seperti dalam Serat Panitisastra, perempuan hanya dilihat dari fungsi reproduksinya saja yaitu kemampuan untuk melahirkan seorang anak terutama anak laki-laki sangat dijunjung tinggi. Perempuan yang tidak mempunyai anak dianggap perempuan yang sia-sia. Kutipan di bawah ini memperkuat penilaian tersebut:

seping garwa tan darbe / suta sepi satuhul/ .../

istri kosong apabila tidak mempunyai anak benar-benar kosong/.../

lamun mungguhing wanudya yen alaki/ oleha anal lanang/ kang akendel nanging away kadi/ kekendelaning singa susuta/ amung sapisan kendele/...//

Adapun bagi seorang perempuan/ apabila ia bersuami/ hendaknya mendapatkan anak lelaki/ yang pemberani tetapi hendaknya jangan seperti/keberanian harimau beranak/ hanya sekali saja ia beranak//(Sudewa dalam Budi Susanto, dkk; 2000: 40–41)

Konsep perempuan lainnya pada ajaran budaya jawa adalah ajaran Nyi Hartati kepada anak perempuannya Rancangkapti tentang “kias lima jari tangan”, yang cenderung melemahkan kedudukan perempuan. Ajaran tersebut mengungkapkan bahwa:

- a) Jempol (ibu jari) berarti Pol Ing Tyas. Sebagai istri harus berserah diri sepenuhnya kepada suami. Apa saja yang menjadi kehendak suami harus dituruti,
- b) Penuduh (telunjuk), berarti jangan sekali-kali berani mematahkan tudhung kakung (petunjuk suami). Petunjuk suami tidak boleh dipersoalkan,
- c) Penunggul (jari tengah), berarti selalu meluhurkan suami dan menjaga martabat suami, d) Jari manis, berarti tetap manis air mukanya dalam melayani suami dan bila suami menghendaki sesuatu,
- e) Jejenthik (kelingking) berarti istri selalu athak-ithikan (trampil dan banyak akal) dalam sembarang kerja melayani suami. Dalam melayani suami hendaknya cepat dan lembut. (Budi Susanto, dkk; 2000: 24).

Sensualitas perempuan memiliki keterkaitan yang kuat bahkan tidak bisa dipisahkan dengan nilai seksual yang dihubungkan pada tubuh perempuan itu sendiri. Perempuan tidak hanya diidentikan dengan sikap lemah lembut dan kehalusan perasaan, namun juga seringkali dilekatkan dengan daya tarik fisik seperti paras ayu serta memiliki keindahan tubuh yang 'sempurna'. Oleh karena keindahannya tersebut, seringkali perempuan dijadikan obyek dalam berbagai kepentingan, baik oleh lawan jenis maupun instansi. Menurut Yuliani (2010) pada jurnalnya yang berjudul "Tubuh Perempuan : Medan Kontestasi Kekuasaan Patriarkis Indonesia" menyebutkan bahwa :

“Tubuh perempuan merupakan salah satu sumber kekuasaan. Di dalam tubuh seorang perempuan terkandung daya tarik seksualitas yang bisa mengendalikan tingkah laku manusia, terutama libido laki-laki. Banyak sekali kepentingan yang bermain dalam tubuh seorang perempuan. Keluarga dan masyarakat merasa memiliki otoritas atau berhak mengatur perempuan. Lembaga agama dan negara juga merasa berkewajiban mengatur bagaimana perempuan memperlakukan tubuhnya.” (Sri Yuliani, 2010)

Dalam kutipan tersebut jelas sekali dikatakan bahwa tubuh perempuan merupakan salah satu sumber kekuasaan yang dapat mengendalikan tingkah laku manusia, terutama libido laki-laki. Oleh karena merupakan salah satu sumber kekuasaan, banyak pihak yang menggunakan tubuh perempuan sebagai alat untuk mengendalikan atau melanggengkan kekuasaannya, seperti halnya di media massa. Pada umumnya penggambaran perempuan di media massa diwarnai *stereotype* sebagai komoditas (obyek yang diperjualbelikan) atau pelaris.

Mengapa tubuh perempuan mempunyai nilai politis yang begitu tinggi dalam kebijakan publik ? Menurut Siti Musdah Mulia (2006) :

Perempuan diperebutkan karena tubuhnya merupakan perwujudan dari berbagai simbol : simbol kehidupan, simbol kekuasaan, simbol kebenaran, simbol moralitas, dan simbol kemurnian ajaran agama. Perempuan menjadi rebutan, baik oleh berbagai kalangan sebab menaklukkan perempuan dapat dimaknai sebagai menguasai kehidupan, mengontrol kekuasaan, membela kebenaran, menjaga moralitas, dan mengembalikan kemurnian ajaran agama.

Banyak spekulasi berkembang terkait motif penggunaan tubuh perempuan dalam suatu kepentingan tertentu, namun yang perlu dipahami disini adalah tubuh perempuan saat ini telah dikonstruksi bukan menjadi milik perempuan itu sendiri, melainkan setiap detil tubuh perempuan telah menjadi bagian dari kepentingan lain (politik tubuh).

Dalam konteks tersebut, tubuh menjadi penyandang praktek-praktek budaya sehingga tubuh menjadi arena kontestasi berbagai ideologi, dan Bordo menyebut hal tersebut sebagai politik tubuh (*politics of the body*). Menurut Bordo (dalam Jenny, 2009), tubuh selalu ada dalam genggaman budaya yang termanifestasikan dalam praktek-praktek budaya dan kebiasaan-kebiasaan hidup sehari-hari. Tubuh yang ada dalam genggaman budaya, sepenuhnya berpartisipasi dalam semua praktek-praktek budaya yang mengatur dan membatasi tubuh dengan serangkaian aturan yang memperbolehkan dan melarang. Cordula Reinman (dalam Sri Yuliani, 2010) menyatakan politik tubuh telah membuktikan bahwa tubuh sering dipakai sebagai mesin konflik. Tubuh tidak hanya menerima beban fisik dan psikologis, namun seringkali tubuh dijadikan “penanda perbedaan” etnisitas, agama maupun ideologi. Hal yang perlu digaris bawahi dari pernyataan Cordula tersebut adalah penanda perbedaan etnisitas, agama, maupun ideologi.

Dilihat dari sisi jenis media, baik media utama dalam menampilkan suatu identitas haruslah menyeleksi karena terbatasnya ruang yang tersedia. Hal ini mengakibatkan tidak semua data mengenai sesuatu yang direpresentasikan termuat didalamnya. Produser harus menyeleksi nilai-nilai tertentu. Selektifitas atau preferensi produser menjadi menarik karena preferensi dipengaruhi oleh pengalaman dan ekspektasi mengenai apa yang hendak direpresentasikan.

Hasil seleksi produser tersebut mejadi semakin menarik ketika ditampilkan diruang publik. Habermas mengemukakan bahwa pada *public sphere* harusnya tidak ada dominasi. Tidak seharusnya tercemari kepentingan privat. Visual pada bak truk dibuat senantiasa untuk hiburan pembuat saja. Namun prosuder visual pada kendaraan truk kurang mempertimbangkan keberadaan masyarakat luas. Pada fenomena ini khalayak yang terterpa visual bak truk, yang keberadaannya terabaikan oleh produser visual truk menjadi subjek yang menarik untuk diteliti. Hall (1972) menyatakan bahwa sentral dari studi media dan budaya adalah khalayak atau masyarakat yang selama ini kurang disentuh, terutama masyarakat sebagai makhluk yang membuat makna secara aktif dan masyarakat yang tidak dikooptasi (kerjasama dalam bentuk menerima pendapat orang lain) oleh kepentingan-kepentingan kekuasaan (*power interest*) yang selama ini mendominasi media massa dan menentukan kehidupan sosial masyarakat. Habermas Juga mengungkapkan bahwa iklan luar ruang paling potensial mencemari ruang publik (*public sphere*). Ketika kepentingan publik berbaur dengan kepentingan privat. Faktor-faktor inilah yang membuat gambar visual perempuan yang ada di truk memiliki signifikansi sebagai objek penelitian.

Pada dasarnya, truk yang identik dengan kelas sosial menengah ke bawah tidak saja menjadi alat transportasi dan pengangkut barang namun telah menjadi media komunikasi visual. Gambar-gambar di bak truk biasanya dibuat oleh sopir atau pelukis sewaan. Selain gambar-gambar promosi produk, perempuan juga menjadi figur yang seringkali dijadikan sebagai objek gambar yang menampilkan kemolekan dan sensualitas tubuh perempuan baik dalam bentuk gambar maupun

tulisan. Berikut ini adalah beberapa contoh visual di bak truk yang menampilkan sensualitas perempuan:



Gambar I.2: visual perempuan sensual pada bak truk

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bagaimana perempuan memiliki keterkaitan erat dengan sensualitas, baik melalui bentuk tubuh, cara berpakaian, aksesoris, maupun tingkah laku baik verbal maupun non verbal memberi ruang yang luas untuk menampilkan unsur sensualitas dan erotisme. Pada kenyataannya, dalam berbagai aspek kehidupan baik itu di media, masyarakat dan karya seni, perempuan selalu menjadi objek eksploitasi, tak terkecuali pada visual di bak truk. Kata-kata seperti “kutunggu jandamu”, “aku ingin...”, “jangan lupakan aku” cukup mudah ditemui ketika melihat kumpulan truk baik di jalan raya maupun pelabuhan. Narasi “kutunggu jandamu” misalnya dapat kita ketahui menempatkan perempuan sebagai objek dan sopir (laki-laki) menjadi subjek.

Pada media truk yang ia lahir sebagai lebih baru aktor yang memberikan gambaran mengenai identitas perempuan dapat dikatakan lebih sedikit daripada media massa utama seperti koran dan televisi. Namun kesamaan pada keduanya adalah sama-sama didominasi laki-laki. Hal ini

dapat kita lihat melalui profesi sopir yang selalu laki-laki pada media bak truk dan profesi cameramen yang juga mayoritas laki-laki pada media audio-visual lain. Dalam konteks Indonesia jarang sekali ditemui sopir truk perempuan. Alasan-alasan biologis dimunculkan ketika pada profesi sopir atau cameramen diisi oleh perempuan. Keabsenan perempuan pada proses produksi identitas ini membawa pada kesimpulan bahwa yang mengkonstruksi identitas perempuan selama ini adalah laki-laki. Perempuan tidak memiliki ruang seluas ruang yang dimiliki laki-laki untuk mengkonstruksi identitas mereka sendiri. Namun menarik untuk dibahas apakah hasil konstruksi identitas perempuan di kendaraan bak truk sama dengan hasil konstruksi perempuan pada media utama.

Women body is a symbol of morality and therefore has a strategic value in a power struggle (Yuliani, 2010: 98). Terus menerus tubuh perempuan dijadikan objek, baik objek untuk dijadikan suci (mitos baju tertutup, artinya perempuan tidak baik/jalang) hingga kecantikan yang diinginkan oleh masyarakat konsumen; kulit putih, payudara besar, dan pantat bahenol. Tidak berhenti disitu, masih banyak lagi seperti masalah monopause, kontrasepsi yang diperbolehkan, dan aborsi yang dikutuk oleh negara namun memperkaya dukun dan dokter. Singkatnya, imajinasi tentang tubuh perempuan diupuk dan dikonstruksi untuk berbagai kepentingan. Dari umur 11 hingga 12 sampai perempuan meninggal, perempuan akan mengeluarkan sebagian besar uangnya, waktunya, dan energinya pada

upaya mempermak, mempersolek, mencabut dan mewangikan dirinya (Dworkin,1974:114)

Eksplorasi sensualitas perempuan sebenarnya tidak saja terjadi pada visual di bak truk. Di media massa seperti majalah, televisi, internet sensualitas juga menjadi komoditas bisnis yang diperjualbelikan misalnya di majalah Playboy. Namun, yang menarik visual perempuan di bak truk tidak ditujukan untuk kepentingan komersil melainkan sebagai identitas, daya tarik, media ekspresi dan media hiburan (Sukayasa, 2009). Ini berarti pembuat visual di bak truk memajang gambaran mengenai perempuan berdasarkan keinginannya sendiri atau berdasarkan kepentingannya sendiri pada ruang publik. Hal ini, memberikan inspirasi kepada peneliti untuk mengangkat visual perempuan di bak truk sebagai bahan penelitian. Apalagi gambar visual yang divisualisasikan pada ruang publik mau tidak mau akan menyebabkan khalayak diterpa baik dengan sengaja maupun tidak. Sebuah gambar visual yang berada disekitar kita tak bisa dipungkiri telah menjadi bagian dari kehidupan sosial, konsep ini disebut sebagai budaya visual.

Budaya visual (visual culture) merujuk pada kondisi dimana produk-produk visual menjadi bagian dari kehidupan sosial (Ida, 2011). Beberapa ahli memberikan definisi mengenai budaya visual, misalnya Walker & Chaplin (1997) yang mendefinisikan *visual culture* sebagai:

“Material, artefact, buildings, image, plus time, base media, and performance, produced by human labor and imagination, which serve

aesthetic, symbolic, ritualistic, or ideological-political ends, and practical function, and which address the sense of sight to a significant extent”.

Budaya visual seringkali menampilkan terjadinya perbedaan sosial. Interpretasi dan pemaknaannya juga bergantung dari bagaimana khalayak melihat dan membaca budaya visual yang ada. Secara umum, terdapat beberapa konsep dalam budaya visual seperti representasi, dan *ways of seeing*. Dalam konsep representasi, gambar visual yang kita lihat bisa secara implisit maupun eksplisit mewakili identitas tertentu, mewakili kebenaran dan fantasi tertentu. Sementara *ways of seeing* merujuk pada perbedaan perspektif dalam melihat gambar visual. Berger (dalam Ida, 2011) menyatakan bahwa pada dasarnya kita tidak pernah melihat sesuatu hanya sekali, kita seringkali melihat sesuatu itu dalam hubungan antara gambar visual dengan diri kita. Misalnya ketika melihat gambar-gambar perempuan dibelakang truk menghasilkan berbagai makna representasi perempuan sebagai sosok yang seksi, cantik, dan sensual.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai sensualitas diantaranya penelitian dari Murlinasari (2007) yang meneliti tentang sensualitas tubuh perempuan pada majalah *playboy* Indonesia. Murlinasari menemukan bahwa definisi sensualitas tubuh perempuan yang digambarkan melalui pesan visual menonjolkan beberapa bagian tubuh perempuan dan ekspresi wajah, kesan tersebut dibangun melalui warna merah hitam dan emas untuk menambah kesan elegan untuk menjauhi kesan vulgar. Penelitian dengan objek yang sama juga pernah dilakukan oleh Wicandra (2007) yang meneliti

tentang representasi perempuan di bak truk yang dikaitkan dengan relasi gender. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa perempuan telah menjadi komodikasi yang dieksploitasi tubuhnya melaluinya objek visual dan telah mereduksi posisi perempuan yang seharusnya setara dengan laki-laki. Sementara itu, penelitian sensualitas perempuan yang dilakukan peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini, subyek yang diteliti adalah khalayak yang melihat visual perempuan di bak truk yang selanjutnya akan digali informasi mengenai interpretasi dan penerimaan khalayak terhadap sensualitas perempuan. Pada penelitian resepsi setiap objek visual memungkinkan untuk dimaknai berbeda oleh masing-masing khalayak. Menurut Denis McQuail (1997), analisis resepsi menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna terhadap sebuah pengalaman dan produksi kultural. Hasil dari riset khalayak ini merupakan representasi suara khalayak. Sehingga hasil dari penelitian ini nantinya akan berbicara atas nama khalayak.

Pemaknaan terdapat pada diri interpretan. Ia tidak selalu sejalan dengan logika linier struktural dari pembuat pesan. setiap interpretan memiliki pengalaman hidup yang unik yang berkaitan dengan objek visual yang menerpa mereka. Khalayak aktif memainkan penciptaan makna dalam kehidupan sehari-hari mereka. Mereka tidak hanya mengkonsumsi visualisasi sensualitas perempuan di bak truk, pada detik itu pula audien

mengaitkan dengan pengalaman sebelumnya. Proses inilah yang kemudian disebut dengan intertektualitas.

Teks-teks yang dikaitkan oleh audien akan berbeda satu dengan lainnya. Hal ini dikarenakan perbedaan latar belakang dan harapan kedepan audien mengenai kehidupannya. Peneliti lebih jauh lagi melihat bagaimana respon dan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh khalayak atas keberadaan gambar syur perempuan di bak truk.

Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis*. Sebagai salah satu metode dalam *visual methodology reception analysis* akan memberikan makna atas pemahaman teks media (elektronik, cetak, internet) dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca dan diinterpretasikan oleh khalayak. Individu yang menganalisis media melalui kajian *reception* mendasarkan interpretasi dan pemaknaannya dari pengalaman, sudut pandang, dan konteks budaya khalayak. Konsep terpenting dari *reception analysis* adalah bahwa makna yang melekat pada teks media diciptakan atas interaksi antara teks dan khalayak. Dengan kata lain, makna diciptakan karena melihat, membaca, dan memproses teks media atau visual.

Pemilihan metode *reception analysis*, karena peneliti ingin melihat bagaimana interpretasi khalayak terhadap sensualitas perempuan dalam visual di bak truk, bagaimana interpretasi khalayak jika dibandingkan dengan khalayak lainnya dan seperti apa konsep perempuan ideal yang dimunculkan oleh khalayak. Selain itu peneliti juga ingin melihat keunikan pembacaan

terhadap visual dan pemaknaannya dari setiap khalayak yang memiliki perbedaan dalam cara pandang dan perspektif yang digunakan.

1. 2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah interpretasi dan pemaknaan khalayak terhadap penggambaran sensualitas perempuan dalam visual di bak truk?
2. Apakah sensualitas perempuan pada visual di bak truk menguatkan konstruksi dominan mengenai perempuan atau membentuk image yang berbeda dari konstruksi perempuan secara dominan?

1. 3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi interpretasi dan pemaknaan khalayak terhadap sensualitas perempuan dalam visual yang terdapat di bak truk sekaligus mengeksplorasi konsep perempuan ideal versi informan sebagai alternatif dari gambaran perempuan yang dimunculkan di bak truk.

1. 4. Manfaat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dengan harapan dapat memberikan kontribusi pada studi kultural, serta dapat menjadi bahan rujukan dan referensi bagi penelitian-penelitian dalam ranah *cultural studies* khususnya yang membahas mengenai sensualitas perempuan.

1.5. Tinjauan Pustaka

1. 5. 1. Budaya Visual dan Konstruksi Tubuh Perempuan dalam Karya Seni

Salah satu wujud kebudayaan manusia yang sudah ada sejak zaman purba adalah visual. Sebagai wujud karya seni, seringkali di dalamnya terdapat simbol dan tanda yang menyiratkan suatu bentuk pemahaman bersama di antara masyarakat pendukungnya (Parson dalam Hargijanto, 1973). Lazimnya visual divisualisasikan pada media kanvas, namun dalam perkembangannya muncul media-media lain seperti di tembok, kaos, dan alat transportasi

Visual merupakan karya seni yang sengaja dibuat manusia yang di dalamnya terdapat simbol ataupun ikonik yang merujuk pada substansi tertentu. Dalam kehidupan kontemporer pemahaman terhadap sebuah *visual image* harus selalu melibatkan konteks budaya di mana objek tersebut berada. *Visual image* menjadi wacana menarik karena sifatnya yang mengikuti perkembangan peradaban dan aktifitas manusia. Bahkan, tak jarang *visual image* menghadirkan kritik-kritik sosial terhadap fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu, *visual image* tidak saja tampil sebagai karya semata namun juga bisa menjadi wacana, cara pandang, dan dapat dikaji secara ilmiah sebagaimana visual metodologi (Rose, dalam Hargijanto, 2008).

Visual digemari oleh banyak orang karena sifatnya yang menarik secara visual, mudah dipahami, berisi berbagai ekspresi perasaan, dan terkadang dapat bersifat menghibur sesuai tujuan pembuatannya. Dialektika dan tantangan dari sebuah visual adalah pada proses mentransmisikan pesan verbal dan visual untuk menghasilkan makna yang dapat di tangkap oleh khalayak.

Seni visual dalam hal ini visual merupakan kenyataan dari kehidupan. Keberadaannya dimana-mana dan begitu mudah untuk dijumpai. Jim Supangkat dalam Wicaksono (2002), membedakan seni rupa sebagai tradisi *Fine Art* dan *Visual Art*. Secara detail Jim mengungkapkan bahwa *Visual Art* merujuk pada seni yang menekankan rupa dan mempunyai lingkup lebih luas dari seni rupa. Perjalanan panjang seni lukis dan seni gambar sejak zaman dahulu membuat tradisi *Visual Art* dapat dikatakan setua kebudayaan manusia. *Visual Art* selalu berhubungan dengan konteks budaya dimana *Visual Art* tersebut berada.

Perdebatan lain mengenai *Visual Culture* berhubungan dengan *High Art dan Low Art*. Perdebatan ini dianggap penting untuk membedakan seni yang sesungguhnya dan seni yang gadungan (Zaelani dalam Identitas dan Budaya Massa, 2002). Kebudayaan tinggi (*High Culture*) dimanifestasikan sebagai ekspresi kesenian tinggi (*High Art*) dan dianggap sebagai penjelasan tentang kebudayaan yang sesungguhnya, mewakili kebudayaan kelas masyarakat terdidik (masyarakat borjuis). Sedangkan kebudayaan rendah (*Low Culture*) dinyatakan sebagai kebudayaan massa

(*Mass Culture*), dibuat oleh masyarakat umum dan kurang terdidik, dan hasilnya kurang memenuhi standart yang bersifat memajukan, memperbaiki dan mencerahkan. Kebudayaan ini sering pula disebut sebagai budaya populer.

Sosiolog Sanento Yuliman menghubungkan praktik *Visual Art* dengan persoalan sosiokultur masyarakat Indonesia, terdapat 2 jenis *Visual Art* , yaitu seni rupa atas dan seni rupa bawah. Seni rupa atas didukung oleh pertumbuhan lapisan masyarakat golongan menengah dan atas dan didistribusikan untuk mencapai sasaran konsumen yang sangat luas. Sementara itu seni rupa bawah adalah golongan seni rupa yang diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh lapisan masyarakat menengah dan bawah baik di kota besar, kota kecil, ataupun desa. Seni rupa bawah ini berhubungan dengan ekonomi lemah, taraf hidup rendah, serta golongan masyarakat yang kurang mampu dan kurang terpelajar dalam arti pendidikan formal dan modern (Zaelani, 2002).

Sepanjang sejarah kehidupan manusia, tidak bisa dipungkiri bahwa manusia tidak bisa lepas dari seni, karena seni merupakan bagian dari kehidupan manusia sejak zaman prasejarah hingga sekarang artinya seni adalah kebutuhan yang sama pentingnya dengan kebutuhan lain.

Karya seni secara teoritis mempunyai tiga macam fungsi yaitu: fungsi personal, fungsi sosial dan fungsi fisik. Seni memang tidak lepas dari fungsi, di mana kehidupan manusia tidak bisa lepas dari seni, ini

menandakan bahwa kita adalah makhluk sosial yang sekaligus sebagai makhluk individu. Selain sebagai keindahan, religius atau benda pakai seni mempunyai fungsi yang sangat mendalam (Dharsono, 2004: 31).

Setiap manusia pasti membutuhkan tata cara (norma) hidup. Dari tata cara hidup itulah manusia akhirnya melahirkan kebudayaan dan dari kebudayaan itu lahirlah seni. Sebagai instrumen ekspresi personal, seni semata-mata tidak dibatasi untuk dirinya sendiri. Maksudnya seni tidak secara eksklusif dikerjakan berdasarkan emosi pribadi namun bertolak pada pandangan personal menuju persoalan-persoalan umum di mana seniman itu hidup, kemudian diterjemahkannya lewat lambang dan simbol. Ciri-ciri kemanusiaan seperti kelahiran, cinta dan kematian yang punya dasar instrumen secara umum diangkat sebagai tema seni, tetapi pengolahan terhadap wujud karya tidak bisa lepas dari adanya keunikan seniman dalam menangkap atau membentuk idenya.

Keindahan tubuh perempuan telah menjadi inspirasi banyak pekerja seni dari masa ke masa. Saat ini, ketika karya-karya seni kreatif berupa visual dan mural menjadi konsumsi masyarakat, perempuan tetap menjadi objek potensial untuk dieksploitasi, karena posisi perempuan menjadi sumber inspirasi beragam karya. Dalam karya seni seperti visual misalnya, perempuan menjadi mudah dieksploitasi karena diciptakan dan dikonsepsi oleh pelukis sehingga pelukis dapat begitu liar memvisualisasikan perempuan dalam konstruksinya dan mau tidak mau visual tersebut dinikmati oleh beragam kalangan karena dilukis di ruang publik.

Jika perempuan dan segala konstruksinya di media ditujukan untuk komersil dan memperoleh keuntungan dari segi bisnis, perempuan dan konstruksinya di visual bak truk memiliki nilai hiburan tersendiri karena visual di bak truk sering membuat penikmatnya tersenyum atau justru sinis melihat visualisasi visual di bak truk tersebut. Kontroversi terkait masuk kategori pornografi dan erotis atau tidak juga menjadi dialektika yang menyertai hadirnya visual tersebut. Karena hadir sebagai hiburan maka tak jarang muncul persepsi bahwa perempuan hanya menjadi pemanis dalam produk visual tersebut dan terkesan merendahkan posisi perempuan.

1. 5. 2. Sensualitas Pornografi, dan Erotika Tubuh Perempuan

Definisi atas konsep sensualitas dan politik tubuh perempuan yang berkembang di media maupun hasil karya seni belum mendapatkan rumusan definisi yang jelas. Definisi yang umumnya berkembang didefinisikan sebagai aksi sensual yang sengaja dipertontonkan untuk mengandung imajinasi seksualitas yang mengkonsumsi.

perempuan dan sensualitasnya sering menjadi inspirasi karya seni, khususnya dalam desain komunikasi visual dimana perempuan sering menjadi obyek yang dieksploitasi. Pakaian minim, tipis, terawang, dan terbuka adalah beberapa contoh bentuk sensualitas yang ditampilkan di media maupun pada visual di bak truk.

Definisi pornografi pada dasarnya tidak bisa lepas dari siapa yang mendefinisikan, salah satunya definisi melalui sudut pandang feminis yang

diungkapkan oleh MacKinnon dan Dowrkin yang menyatakan bahwa pornografi mendefinisikan perempuan sebagai warga kelas dua, bukan saja di dalam rumah namun juga diranah publik. Pornografi dalam pandangan feminis memperlihatkan perempuan sebagai obyek dan yang menikmati obyek tersebut telah melanggar hak asasi perempuan. Lebih jauh, Mackinnon dan Dowrkin (dalam Zoonen 1994) memberi definisi pornografi sebagai grafis seksual yang eksplisit dimana perempuan direndahkan melalui gambar-gambar atau kata-kata yang mendehumanisasikan perempuan sebagai obyek seksual.

Lain sensual lain pornografi. Namun jika dilihat dari asal katanya, Pornografi berasal dari kata Yunani yaitu “porne” yang berarti pelacur dan “grape” yang berarti tulisan atau gambar. Jadi pengertian pornografi sebenarnya lebih menunjuk pada segala karya baik yang dituangkan dalam bentuk tulisan atau visual yang menggambarkan pelacur (Ade Armando,2003:1).

Berbeda dengan pornografi, definisi erotika yang berasal dari kata eros sering diartikan sebagai cinta. Dikutip dari penjelasan Wood (2005) dalam bukunya Gendered Lives:

Erotic (eros – love) of or arousing sexual feelings or desires, having to do with sexual love; amtory 2 high susceptibel to sexual stimulation on erotic person.

Perdebatan mengenai pornografi dan erotika sering muncul akibat sulitnya menetapkan makna sebenarnya dari kata porno itu sendiri. Karya-karya seni visual seperti visual, patung, relief walau mengekspos seks dan tubuh perempuan secara berlebihan serta dimaknai melecehkan nyatanya selalu dapat diterima oleh masyarakat sebagai seni. Meskipun bagi masyarakat agamis, karya-karya sensual seperti itu selalu ditolak dan tetap dipandang sebagai karya-karya yang didalamnya mengandung unsur pornografi.

Sensualitas perempuan memiliki keterkaitan dengan nilai seksual yang dihubungkan pada tubuh pribadi lawan jenis. Perempuan selalu dikaitkan dengan sikap lemah lembut, kehalusan perasaan, paras ayu, dan keindahan tubuh yang sempurna. Karena itu perempuan memiliki pesona keindahan dan sensualitas, tidak jarang perempuan sensual tidak harus tinggi, cantik, asal bisa membangkitkan gairah seksual pria itu sudah cukup. Dengan kata lain, perempuan yang memiliki sensualitas tinggi cenderung dipilih dan dinikmati oleh pria.

Dewasa ini sensualitas seolah-olah tengah menjadi monopoli golongan tertentu, khususnya perempuan. Umumnya, perempuan ingin atau bahkan selalu tampil sensual berharap mendapatkan sebuah citra positif. Perempuan sebagai daya tarik lawan jenis, yang tentunya menuntut penghormatan dan perlakuan selayaknya seorang pribadi bermartabat. Sayangnya, tidak jarang sebagian besar orang, khususnya kaum lelaki menerjemahkan sensualitas perempuan sebagai obyek atau daya tarik

biologis untuk memuaskan atau melampaikan birahnya. Sehingga tidak jarang perempuan ikut terjebak dalam pola pikir negatif laki-laki, tampil dengan mempertontonkan bagian-bagian intim (sensual tubuh) terutama berpakaian serba minim dan terbuka. Penampilan seperti ini bisa saja mempengaruhi bahkan mereduksi citra perempuan di mata publik.

Beberapa definisi sederhana dari sensualitas misalnya yang dicantumkan dalam Yahoo Education Dictionary sebagai *The quality or state of being sensual or lascivious* (sifat/karakter yang sensual atau menimbulkan birahi). Sensualitas juga diartikan oleh Webster Dictionary sebagai *devotedness to the gratification of the bodily appetites* (sesuatu yang diandalkan untuk memuaskan selera nafsu jasminah). Aripurnami (2006) berpendapat bahwa sensual sebenarnya bermaksud memenuhi kepuasan satu pihak yang biasanya dilekatkan pada posisi perempuan, padahal itu merupakan cara laki-laki mendefinisikan cipta, rasa penikmat.

Pembahasan mengenai sensualitas erat kaitannya pula dengan *physical attraction* (daya tarik fisik), bahkan ada yang menyebutnya bersinonim dengan sensualitas. Daya tarik fisik pada dasarnya adalah persepsi masyarakat atau budaya tertentu terhadap ciri-ciri atau karakter fisik individu, kelompok, ras, dan suku bangsa yang dianggap menarik, indah, dan sedap dipandang. Daya tarik fisik ini meliputi berbagai macam pengertian, tidak terbatas hanya pada daya tarik seksual, wajah yang manis atau tampan, serta tubuh yang berotot.

Secara umum daya tarik laki-laki ditentukan oleh bentuk atau postur tubuh yang berotot, bentuk dan warna rambut yang unik, struktur wajah, dan tinggi badan. Sedangkan pada perempuan biasanya meliputi postur atau bentuk tubuh yang proporsional, daerah sekitar pinggul, warna kulit, bentuk mata, bibir dan rambut. Daya tarik fisik seseorang juga dipengaruhi oleh atribut-atribut tambahan, seperti cara berpakaian, busana yang digunakan, jenis parfum yang digunakan, serta produk-produk perawatan tubuh yang lainnya. Tidak menutup kemungkinan daya tarik inilah yang pada akhirnya menentukan daya tarik sensual seseorang.

Seperti telah diungkapkan sebelumnya, di Indonesia, konsepsi tentang sensualitas masih didefinisikan dan terus diperdebatkan oleh para aktifis, tokoh politik, publik dan masyarakat. Bentuk-bentuk sensualitas bahkan sering dipertontonkan/diperlihatkan untuk mengundang imajinasi seksual bagi penikmatnya. Visual dalam bentuk pakaian minim, tembus pandang, ekspresi wajah yang sensual serta dilengkapi dengan hiasan kata-kata verbal menjadi bentuk-bentuk sensualitas itu. Namun yang menarik, ada beberapa pihak yang berpendapat bahwa selama bentuk-bentuk sensualitas itu tidak membangkitkan selera seksual, maka selama itu pula tidak termasuk pada kategori porno dan erotis. Menjadi perdebatan kemudian adalah batasan mengenai pornografi yang menjadi begitu elastis tergantung pada pemaknaan, persepsi, dan pikiran yang dikonstruksi oleh konsumen yang berimbas pada beragamnya pula definisi mengenai

sensualitas khususnya yang berhubungan dengan visual perempuan di bak truk.

Dari perspektif budaya Indonesia, cukup sulit memang menemukan definisi baku mengenai sensualitas, mana yang disebut sensual dan mana yang disebut porno masih berada di ranah abu-abu. Dari sisi hukum legal formal, pornografi telah mendapatkan definisi sebagai gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan atau pertunjukan dimuka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2008 Tentang Pornografi. Berdasarkan definisi diatas, maka sensualitas yang memuat unsur-unsur cabul dan mengeksploitasi aspek-aspek seksual serta bertentangan dengan norma sosial masyarakat dapat digolongkan dalam kategori pornografi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini sensualitas yang dimaksudkan adalah pada tataran imajinasi seksual individu terhadap objek yang dilihatnya. Sensualitas disini, berhubungan erat dengan *fashion*, *make-up*, ekspresi wajah, penampakan tubuh hingga perilaku yang berhubungan aspek-aspek seksual yang tergambarkan atau divisualisasikan pada visual di bak truk.

1. 5. 3 Seksualitas Perempuan

Salah satu istilah terdekat dengan kata sensualitas adalah seksualitas. Berbicara mengenai seksualitas, maka yang muncul dibenak masyarakat secara umum adalah suatu topik yang tabu dan kurang layak untuk diperbincangkan baik dalam lingkup satuan masyarakat terkecil berupa keluarga maupun publik.

Seksualitas (Wagner dan Yatim dalam Sulistyawati 2005) dimaknai dengan bagaimana suatu masyarakat memberi arti atau makna terhadap hal-hal seksual yang secara nyata ada dimasyarakat. Misalnya pembahasan mengenai dengan siapa orang boleh berhubungan seks, kapan harus berhubungan seks, apa yang harus dilakukan secara seksual, apa yang pantas dan tidak pantas dibicarakan, dan dengan siapa pembicaraan tentang seks harus dilakukan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi fakta dimana kebudayaan dan norma-norma sosial yang berlaku sangat mempengaruhi pemaknaan terhadap seksualitas. Selain itu, pemahaman tentang seksualitas juga tidak terbatas pada perilaku seks saja namun membahas pula tentang konsep nilai, orientasi dan segala perilaku yang berkaitan dengan seks.

Dalam banyak budaya, perempuan begitu dekat dengan seksualitas. Hal ini didasari anggapan bahwa seks merupakan hak laki-laki, sementara seks bagi perempuan hanya merupakan kewajiban dan terbatas pada kemampuan perempuan dalam fungsi reproduksi dan dibatasi dengan fungsi sosialnya sebagai ibu, istri atau kekasih (Tresnaningtyas dalam Sulistyawati, 2005).

1. 5. 4. Metodologi Visual dan Interpretasi Khalayak Terhadap Visual dengan *Reception Analysis*

Budaya visual (visual culture) merujuk pada kondisi dimana produk-produk visual menjadi bagian dari kehidupan sosial (Ida, 2011). Beberapa ahli memberikan definisi mengenai budaya visual, misalnya Walker (1997) yang mendefinisikan :

visual culture sebagai “*Material, artefact, buildings, image, plus time, base media, and performance, produced by human labor and imagination, which serve aesthetic, symbolic, ritualistic, or ideological-political ends, and practical function, and which address the sense of sight to a significant extent*”.

Budaya visual juga dapat diartikan sebagai semua bentuk visual yang menyajikan informasi, makna, dan kesenangan yang dicari oleh konsumen dalam antarmuka teknologi visual (Mirzoeff, 1999).

Visualisasi sensualitas perempuan di truk memuat informasi mengenai penampakan perempuan yang sensual. Visual sensualitas perempuan di bak truk merupakan pemaknaan dan pemikiran sopit truk dan awak truk mengenai perempuan. visual-visual sensualitas perempuan yang ditempelkan di beberapa bagian di truk merupakan artefak ide yang menjadi hiburan tersendiri di jalanan.

Dalam penelitian visual, menurut Rose (dalam Ida, 2011) terdapat tiga area yang bidang diteliti dalam penelitian visual. Tiga area ini adalah:

1. *Site of self*, dalam area penelitian ini peneliti bertindak sendiri untuk melakukan pemaknaan, interpretasi, terhadap objek visual yang diamati.

2. *Site of production*, dalam area penelitian ini lebih cenderung untuk meneliti pada bagian produksi, misalnya dari sisi pembuat karya.

3. *Site of audience*, dalam area penelitian ini yang diteliti adalah bagaimana khalayak menginterpretasi dan memaknai gambar-gambar visual yang ada.

Dari ketiga area tersebut, penelitian ini berada pada area *site of audience* dimana yang akan diteliti adalah pemaknaan dan interpretasi khalayak terhadap sensualitas perempuan dalam visual di bak truk. hal inilah yang membedakan penelitian yang peneliti lakukan dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya yang mana penelitian sebelumnya lebih fokus pada produksi pesan dan studi semiotik dan mengabaikan keberadaan khalayak.

Penelitian ini berangkat dari pemikiran bahwa makna tidak serta merta ada atau tinggal dalam setiap produk visual. Namun, makna hanya akan ada ketika yang menginterpretasi yang didalamnya terdapat proses interpretasi secara aktif. Oleh khalayak. dalam penelitian ini khalayak dipandang sebagai komponen dari suatu proses komunikasi yang memiliki

kuasa dalam memaknai pesan yang disampaikan visualisasi perempuan di bak truk.

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi di mana khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretatif communities* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang menerima begitu saja makna dari sebuah fenomena. Dewasa ini, cultural studies banyak memfokuskan penelitiannya pada studi penerimaan khalayak (audience reception).

It is indeed of the nerits of cultural studies to have focused on audience reception in recent years and this focus provides of its major contributions.

(<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/SAGEcs.htm>)

Reception analysis merupakan metode yang efektif untuk meneliti khalayak dalam modern cultural studies. Dalam tradisi studi khalayak, setidaknya pernah berkembang beberapa jenis penelitian khalayak diantaranya disebut secara berurutan menurut perjalanan sejarah lahirnya: *effect research, uses and gratification researchm literary criticism research, cultural studies, reception analysis* (Jensen & Rosengen, 1995: 174).

Reception analysis menekankan adanya peranan penerima pesan teks media atau “reader” dalam proses *decoding* sebuah teks (McQuail, 1997). Penelitian-penelitian berbasis audiens research ini aktif dikembangkan oleh *center for contemporary cultural studies*, Birmingham University di Inggris (Littlejohn, 1995).

Reception analysis merupakan studi yang melihat khalayak sebagai produk dari konteks sosial yang memiliki keragaman budaya tidak selalu memunculkan pemaknaan yang sama. Hal tersebut karena individu yang berada dalam konteks sosial tertentu menginterpretasikan dan memaknai pesan secara berbeda berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki masing-masing individu.

Penelitian ini berangkat dari perspektif *cultural studies* yang memberikan kebebasan pada khalayak untuk menginterpretasikan dan memaknai teks yang ada sehingga makna yang dihasilkan oleh tiap individu bisa berbeda dimana individu dianggap sebagai subyek yang unik sehingga tiap individu tidak dapat digeneralisasikan pemahaman dan pemikirannya.

Khalayak dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sejumlah orang yang berpencar diberbagai tempat, heterogen, anonim yang melihat dan memberikan makna pada obyek penelitian dalam hal ini visual perempuan di bak truk. Dalam pemaknaannya, individu akan selalu mengaitkan simbol-simbol, ide, norma-norma dan asosiasi dalam berkomunikasi yang dipengaruhi oleh konteks budaya dimana individu tersebut hidup.

Menurut Jensen (2002), pada dasarnya terdapat tiga bentuk atau model utama dari analisis penerimaan (*perception analysis*), yaitu;

1. *Context of media use*, membahas mengenai konteks sehari-hari penggunaan media oleh khalayak menggunakan media

2. *Decoding*, fokus pada interpretasi tekstual terhadap isi media

3. *Media in the second context of action*, khalayak menggunakan isi media sebagai sumber dalam konteks sosial yang lain.

Penelitian ini akan menggunakan analisis pada bentuk decoding karena penelitian ini hendak mengungkap pemaknaan khalayak terhadap sensualitas perempuan pada visual di bak truk.

Salah satu konsep yang juga berhubungan membahas *reception analysis* adalah model *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall dan Davis Morley. Asumsi utama dari model ini adalah khalayak memiliki pemaknaan yang berbeda atas pesan apa yang coba disampaikan oleh media tergantung pada kedudukan sosial, gender, usia, etnisitas, pekerjaan, pengalaman, pekerjaan, dan juga lokasi khalayak menerima pesan media, apa yang sedang dilakukan saat terterpa pesan termasuk apa yang sedang dikerjakan ketika terterpa pesan. Dalam model ini, teks media disandikan oleh khalayak sebagai *preferred reading* (makna yang lebih diinginkan), namun khalayak tidak perlu sepenuhnya menerima *preferred reading* itu sendiri. Stuart Hall (dalam Baran dan Davis, 2000) mengategorikan tiga jenis respon khalayak, antara lain:

1. *Dominan*, khalayak setuju dengan nilai-nilai dominan yang dikemukakan pada *preferred reading* dari teks. Dengan kata lain khalayak secara utuh berbagi, menerima dan mengolah kembali pesan-pesan pada visual bak truk sesuai dengan budaya dominan (*hegemonic culture*). Maka khalayak

secara utuh mengkonstruksi pesan dari kelompok dominan yakni para sopir atau pelukis yang dibayak oleh supir truk.

2. *Negotiated*, khalayak secara umum menyetujui nilai-nilai dominan yang dikemukakan dikemukakan pada *preferred reading* dari teks, tetapi ada kemungkinan mereka tidak setuju dengan beberapa aspek yang tidak sesuai dengan latar belakang sosialnya. Khalayak sekaligus memiliki penerimaan dan penolakan atas visual-visual di bak truk. Ia meng'iya'kan *hegemonic culture* tapi juga mengembangkan pemikirannya sendiri.
3. *Oppositional*, khalayak tidak setuju dengan nilai-nilai dominan yang diekspresikan pada *preferred reading* dari teks.

1. 6. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena secara keseluruhan cultural studies lebih memilih metode penelitian kualitatif yang fokus pada makna budaya (Barker, 2004). Penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivis karena bertujuan memahami *reception* khalayak terhadap sensualitas perempuan dalam visual di bak truk.

Untuk proses penggalian informasi, pengidentifikasian, interpretasi dan pemikiran khalayak, maka dalam penelitian ini menggunakan metode *reception analysis*. Studi resepsi ini menyatakan bahwa apapun yang dilakukan analisis makna tekstual sebagai kritik masih jauh dari kepastian tentang makna yang teridentifikasi yang akan dihasilkan oleh pembaca/khalayak. Khalayak menghasilkan penciptaan aktif makna dalam hubungannya dengannya teks

(Barker, 2004). Reception analysis berhubungan dengan analisis-analisis yang dilakukan terhadap khalayak yang melihat visual di bak truk untuk mengetahui pemikiran khalayak tentang sensualitas perempuan yang terdapat dalam visual tersebut.

1. 6. 1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah tipe penelitian eksploratif karena berusaha untuk menggali informasi secara mendalam bagaimana penerimaan khalayak terhadap sensualitas perempuan dalam visual di bak truk. Dalam hal ini meliputi pemaknaan, pemikiran dan persepsi masing-masing individu subyek penelitian.

1. 6. 2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat/khalayak yang melihat dan menyaksikan visual perempuan pada bak truk.

1. 6. 3. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah narasi-narasi kualitatif hasil wawancara mendalam terhadap kelompok khalayak yang melihat visual perempuan di bak truk. Khalayak yang dipilih mempunyai karakteristik atau sifat yang sama, yakni khalayak yang tengah melihat visual perempuan di bak truk pada lokasi penelitian. Untuk penggalan informasi terkait penerimaan khalayak, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap khalayak yang ditemui. Peneliti tidak membagi secara spesifik segmentasi khalayak yang akan

dianalisis jawabannya. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan keunikan keragaman khalayak dalam membaca dan memaknai gambar-gambar visual yang dilihat oleh khalayak dalam berbagai perspektif.

1. 6. 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam terhadap khalayak yang melihat visual perempuan di bak truk. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali data seobyektif mungkin dari khalayak tentang topik yang sedang diteliti. Wawancara dilakukan oleh dua orang atau lebih yang berhadapan secara fisik dan dilakukan menggunakan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi yang bersifat kualitatif dan mendalam sehingga bersifat individual. Selanjutnya narasi hasil wawancara mendalam yang diperoleh akan dikelompokkan berdasarkan tema tertentu. Adapun tahap pengumpulan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Pertama, menentukan tujuan utama dari wawancara mendalam yang meliputi topik yang dibahas, serta hasil yang ingin dicapai dari wawancara tersebut. Pada tahap ini peneliti juga menyusun pedoman wawancara yang berisi poin-poin yang akan ditanyakan kepada informan dengan tujuan agar wawancara menjadi terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai.

Kedua, menentukan visual perempuan pada bak truk yang akan diteliti, serta mendokumentasikan visual tersebut sebagai bukti penelitian.

Ketiga, menentukan individu yang akan menjadi informan. Untuk menentukan informan, peneliti terlebih dahulu melakukan *pre-surveying* yang bertujuan untuk mengetahui latar belakang informan sehingga nantinya tidak ada hasil yang sama dari informan. Dengan kata lain, penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan jenis purposive sampling, yakni mengharuskan ketentuan tertentu pada informan. Pada penelitian ini mensyaratkan harus melihat visual sensual perempuan di bak truk. Namun, peneliti tidak membatasi informan harus berasal dari kelas sosial tertentu, yang menjadi fokus peneliti adalah menemukan beragam informan yang nantinya dapat memperkaya narasi-narasi kualitatif yang akan dianalisis.

Keempat, melakukan wawancara mendalam terhadap informan. Saat wawancara dilakukan, informan dan peneliti berada pada tempat yang sama dilokasi visual berada, yakni di jalanan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepada informan adalah pertanyaan-pertanyaan terbuka sehingga peneliti dapat menggali lebih dalam bagaimana pemaknaan informan terhadap permasalahan yang ingin diteliti.

Kelima, membuat transkrip hasil wawancara. Setelah melakukan wawancara sesuai langkah-langkah di atas maka peneliti selanjutnya menyusun transkrip wawancara dalam bentuk narasi-narasi kualitatif yang selanjutnya akan dianalisis dan diinterpretasikan.

1. 6. 5. Teknik Analisis Data

Data-data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan reception analysis berupa pemaknaan yang meliputi interpretasi, pemahaman, opini, pengalaman dan pengakuan yang sudah tercantum dalam narasi-narasi kualitatif. Narasi-narasi tersebut selanjutnya peneliti analisis dan interpretasi sesuai kepentingan peneliti yang dihubungkan dengan teori-teori yang telah ditetapkan dan cultural background (*frame of reference dan field of experience*). Dengan demikian diharapkan dapat memberikan data dan hasil yang mendalam mengenai pemaknaan dan penerimaan khalayak terhadap sensualitas perempuan dalam visual di bak truk.

