

ANALISIS SEMIOTIKA TUBUH PEREMPUAN DI *FOR HIM* MAGAZINE EDISI INDONESIA

Mariana Rista Ananda Siregar¹⁴

Abstrak

Tubuh menjadi bagian dari semiotika komoditi kapitalisme yang diperjualbelikan tanda, makna dan hasratnya. Menjadikan perempuan sebagai komoditi media sama saja 'meminggirkan' perempuan. Adanya peran konstruksi perbedaan gender menjadikan posisi perempuan di dalam majalah pria dewasa dijadikan sebagai objek pemuas tatapan pria.

Penelitian menunjukkan bahwa Majalah *For Him Magazine* (FHM) edisi Indonesia dalam menampilkan profil selebritas perempuan Indonesia selalu mengaitkan dengan daya pikat tubuh mereka melalui teknik-teknik fotografi dan mode (*fashion*) pakaian yang digunakan oleh mereka di Rubrik *Hot Stuff*. Foto-foto di Rubrik *Hot Stuff* Majalah *FHM* yang diteliti cenderung menonjolkan bagian tubuh daerah wajah, leher, dada, lengan, lekuk tubuh, bokong, paha, betis dan punggung. Komodifikasi tubuh perempuan di dalam Majalah *FHM* jelas ada melalui proses signifikasi penanda dan petanda yang ada ke tubuh perempuan menjadi objek tanda yang terdapat dalam suatu sistem tanda di suatu media, yaitu sistem ekonomi kapitalis

Kata kunci : *semiotika, tubuh perempuan, komoditas media*

1. Pendahuluan

Menurut Giddens, dalam "Globalizing of Modernity", globalisasi merupakan bagian dari proyek "westernisasi". Proyek ini dikatakan sebagai bentuk proyek pengembangan sektor perekonomian negara barat ke wilayah negara lain. Dengan globalisasi diindikasikan adanya pemusatan korporasi pada satu kelompok negara, menumbangkan kapitalisme lama menjadi bentuk kapi-

talisme baru (neoliberal). Kekuatan permodalan yang mempengaruhi keberadaan industri manufaktur merupakan salah satu aktivitas dalam ekonomi politik global. Hal ini juga berlaku pada industri media massa di kehidupan masyarakat modern.

For Him Magazine (FHM) merupakan salah satu majalah pria dewasa waralaba (*franchise*) yang muncul sebagai salah satu bentuk komunikasi massa global. *FHM*

¹⁴ Mariana Rista Ananda Siregar, M.Si., Alumni Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran, Bandung; Staf Pengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB), Universitas Pakuan

sendiri awalnya terbit di Inggris pada tahun 1985 dengan nama *For Him* dan berubah menjadi *For Him Magazine* di tahun 1994. Seiring perkembangan globalisasi informasi, *FHM* kini beredar di 22 negara, sebagian besar di Eropa. Di Asia, selain di Indonesia, *FHM* juga dicetak di Taiwan, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Singapura.

Kemunculan *FHM* sebagai salah satu bentuk majalah yang diperuntukkan bagi pria berselera kelas menengah atas ini menanamkan nilai, cita rasa, dan gaya yang terlihat jelas dari kemasan, rubrik atau kolom, dan dengan ideologi, yang bisa dilihat dari slogannya yang menawarkan fantasi hidup, misalnya “*Be Smarter, Richer, & Sexier*” atau “*Get Fun!*”.

Di Indonesia, *FHM* mulai terbit Agustus 2003 dengan segmen pembaca pria berusia 21-40 tahun. *FHM* memuat artikel seputar teknologi, musik, film, dan gaya hidup dewasa sebagai topik utama majalah bulanan ini. *FHM* memosisikan dirinya sebagai majalah panduan gaya hidup modern bagi pria Indonesia yang modern. Pemosisian tersebut tidak lepas dari adanya pertimbangan politik ekonomi dimana masyarakat modern menjadi alasan utama media tersebut ada.

Kepemilikan swasta atau pemodal atas bisnis media massa di Indonesia mendorong industrialisasi media pada kekuatan kapitalisme media massa. Para pemilik media saling berebut dalam menyajikan produk yang disukai oleh publik dan medatangkan keuntungan dari pemasok iklan.

Jika merujuk dari nama majalah ini

For Him Magazine (majalah untuk dia – pria) sudah jelas majalah ini ditujukan untuk pria. Asumsinya artikel atau rubrik-rubrik di dalamnya memuat segala sesuatu yang ditujukan untuk pria. Hal ini juga lazimnya berlaku pada majalah wanita/perempuan. Majalah wanita umumnya banyak menampilkan artikel, rubrik dan visual yang memang berkaitan erat dengan kewanitaan, semisal kecantikan, hobi wanita, kuliner, fashion, karir, prestasi, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan rumah tangga. Untuk majalah pria, asumsinya isi artikel, rubrik dan visualnya didominasi dengan hal-hal yang bersifat maskulin seperti, hobi pria, olah raga, karir, gaya hidup pria metropolitan. Seringkali isi majalah pria dewasa justru sering menampilkan profil perempuan, lain halnya dengan majalah wanita. Majalah wanita isinya didominasi oleh gambar-gambar foto perempuan, ruang yang diberikan majalah wanita bagi profil pria relatif lebih sedikit jika

Kini memproduksi media seperti majalah pria dewasa (relasi ekonomi) tidak hanya memproduksi informasi dan hiburan semata (relasi komunikasi) namun juga memproduksi rangsangan, erotika (relasi sosial) secara bersama-sama. Piliang juga mengungkapkan bahwa dengan mengkonsumsi video biru Madonna sama artinya dengan mengkonsumsi kebebasan seks yang ditawarkan-nya (Piliang, 1998:84).

Menjadikan perempuan sebagai komoditi media sama saja ‘meminggirkan’ perempuan, atau bahkan menghilangkan rasa kemanusiaan (dehumanisasi) terhadap

perempuan. Hal ini dapat kita lihat dalam konsep marginalisasi dan subordinasi perempuan yang dikemukakan oleh Simone de Beauvoir (dalam Kasiyan 2008:60). Berkaitan dengan hal tersebut, Foucault (dalam Prabasmoro, 2006:292) menunjukkan bahwa wacana seksualitas tidak mungkin dilepaskan dari wacana kekuasaan dan pengetahuan, yang dimana cara kerja budaya konstruksi untuk melanggengkan kekuasaan yang patriarkal. Foucault mempertanyakan mengapa seksualitas dibicarakan secara luas? Kemudian pertanyaan tersebut dijawabnya sendiri, bahwa tujuannya secara ringkas adalah memunculkan definisi rezim kekuasaan-pengetahuan-kenikmatan yang melanggengkan wacana seksualitas manusia di masyarakat kita. Isu utamanya adalah untuk menjelaskan fakta bahwa seksualitas itu diperbincangkan, untuk menemukan siapa yang melakukan pembicaraan, dari posisi dan sudut pandang apa seksualitas itu dibicarakan, institusi apa yang mendorong orang membicarakan seksualitas serta institusi apa yang menyimpan dan menyebarkan hal-hal yang dibicarakan itu.

Visualisasi perempuan di majalah pria dewasa inilah yang akan menjadi fokus perhatian penelitian ini. Bagaimana majalah pria dewasa mengemas perempuan sebagai komoditi medianya dalam menjangkau pembaca sebanyak-banyak melalui visualisasi perempuan sedemikian rupa dengan tujuan tertentu. Hal ini dapat dilihat pada rubrik “*Hot Stuff*” di *FHM*. Rubrik ini merupakan rubrik yang memperkenalkan sosok perempuan yang di-

pilih *FHM* sebagai pendatang baru yang berprestasi di dunia hiburan lokal maupun luar negeri. Seringkali visual yang ditampilkan *FHM* tidak mendeskripsikan sesuai profesi atau prestasi yang dicapai sosok perempuan-perempuan dalam rubrik “*Hot Stuff*”. Tampilan yang ada justru memunculkan sisi sensualitas para selebritas tersebut.

2. Permasalahan

Berdasarkan uraian di atas dan merujuk pada pemikiran banyak pemerhati perempuan yang memandang perempuan sebagai objek kepentingan laki-laki dalam dunia kapitalis, maka permasalahan tersebut dirumuskan menjadi ‘*Bagaimana For Him Magazine menjadikan tubuh perempuan sebagai komoditi di medianya?*

3. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kritis, dengan metode kualitatif dengan menggunakan teknik analisis semiotik. Analisis semiotik atau yang dikenal dengan semiotika adalah salah satu alternatif dari analisis isi, selain analisis isi tradisional (kuantitatif). Jika analisis kuantitatif lebih menekankan pada pertanyaan “apa” (*what*), analisis semiotik lebih melihat pada “bagaimana” (*how*) dari pesan komunikasi. Melalui analisis semiotik, dapat mengetahui bagaimana teks, dalam penelitian ini adalah gambar tubuh perempuan dan bagaimana sebuah pesan itu dibuat, simbol apa saja yang akan digunakan untuk mewakili pesan-pesan berita yang disusun untuk disampaikan pada

khalayak. Ekspresi emosi pesan, baik secara denotatif maupun konotatif bahkan mitos yang termuat di dalamnya, dapat terungkap melalui kajian tanda-tanda (*signs*) yang terdapat dalam suatu pesan (Mannin, dalam Sudibyo, 2001: 20)

Penelitian ini mengambil rubrik-rubrik di Majalah *For Him Magazine* sebagai subjek studi, dengan objek penelitiannya adalah visual (gambar/foto) tubuh perempuan di rubrik “*Hot Stuff*” majalah tersebut. Representasi tubuh dalam majalah pria dewasa ini terdiri dari signifikasi imaji-imajinya. Beberapa imaji yang bisa merepresentasikan tubuh perempuan antara lain: ras, seks, postur (langsing, gemuk, tinggi, dan atau pendek), rambut, tatapan, dan fashion. Keseluruhan imaji ini menurut Halomoan menandakan nilai tertentu, seperti nilai kecantikan.

Penelitian ini bermaksud melakukan identifikasi atas tanda-tanda yang bekerja dalam gambar/foto tubuh perempuan yang mengisi rubrik “*Hot Stuff*” di *FHM* ketika mengkomunikasikan profil seseorang, namun sekaligus menjadikan tubuh perempuan tersebut menjadi komoditi bagi media massa tersebut. Bagaimana sebuah gambar/foto dan tulisan sebagai sebuah teks di media tidak hanya berbicara dalam tataran denotasi belaka karena isi media massa dapat melampaui eksistensinya dirinya dalam wujud konotasi, metabahasa bahkan mitos atas kebudayaan yang melingkupinya.

Data diperoleh melalui beberapa edisi *For Him Magazine* edisi Indonesia yang terbit Bulan Februari, April, Mei, Juni, Juli, Oktober

dan September 2009. Pemilihan data dilakukan pada foto-foto/gambar profil perempuan Indonesia yang terdapat di rubrik “*Hot Stuff*”. Peneliti berusaha untuk mengidentifikasi dan mengkodifikasi simbol-simbol tubuh perempuan yang dijadikan komoditi di rubrik “*Hot Stuff*” majalah tersebut.

Dalam penelitian ini data yang ada akan dikumpulkan dan dirangkum. Setelah itu akan dikaji makna yang terkandung di dalamnya. Karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ideologi direpresentasikan dalam foto berita, maka dari data-data itu akan ditelusuri semua hubungan di antara makna dalam foto model, maka dari data-data itu akan ditelusuri semua hubungan di antara makna yang ada, sehingga dapat diketahui bagaimana representasi ideologi ditampilkan dalam foto-foto dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Dengan bantuan foto macam apa ideologi tersebut ditampilkan dalam majalah pria dewasa kepada pembacanya.

Setelah itu peneliti akan melakukan triangulasi data dengan cara melakukan kajian kepustakaan untuk melengkapi analisis penulis. Sehingga hasil pemaknaan peneliti dapat dibandingkan dan ditemukan persamaan atau perbedaan pemaknaannya

4. Pembahasan

Sebagai majalah pria dewasa, *FHM* menampilkan wawancara dan foto-foto perempuan cantik di dunia (skala internasional) dan nasional (skala Indonesia) dengan

menggunakan teknologi canggih, fesyen, kesehatan dan diskusi gaya hidup. Artikel gaya hidup tersebut meliputi perjalanan (*travel*), olah raga (*sports*), dan otomotif (*automotive*). Tidak seperti majalah pria dewasa lainnya, pemilihan perempuan yang menghiasi setiap terbitan *FHM* dipilih pro-fil-profil wanita yang tidak sekedar cantik, namun yang menjadi sorotan utama adalah mereka adalah perempuan yang terkenal di segala bidang profesinya, seperti profesi artis dan penyanyi terkenal.

Rubrik *Hot Stuff* di Majalah *FHM* berisi teks yang menampilkan profil perempuan (Indonesia dan asing) yang terkenal karena kemampuan di bidang profesi yang dilakukannya. Rubrik ini didominasi dengan foto model perempuan yang menjadi narasumber rubrik ini dengan format tulisan berisi wawancara antara redaksi *FHM* dengan wanita yang dianggap memiliki prestasi yang cukup baik dalam menjalankan profesinya. Struktur teks dalam rubrik "*Hot Stuff*" terdiri dari unsur visual berupa tulisan yaitu *judul*, *Sub judul*, *intro (lead)*, dan isi (*bodycopy*), unsur gambar fotografi, warna dan bentuk

Format rubrik ini adalah wawancara disertai dengan menampilkan foto perempuan yang diangkat sebagai profil yang diwawancarai di rubrik tersebut.. Kegiatan wawancara sendiri merupakan salah satu dari empat teknik dalam mengumpulkan informasi dalam kegiatan penulisan karya jurnalistik. Tiga lainnya adalah observasi langsung dan tidak langsung; penca-

rian melalui catatan publik dan partisipasi dalam peristiwa (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2007: 190). Dilihat dari cara dilakukan, wawancara dalam rubrik *Hot Stuff* dilakukan secara berhadapan-hadapan antara narasumber dan pewawancara, sehingga kemungkinan penggalan informasi dalam dan luas karena sebelumnya sudah dilakukan perjanjian terlebih dahulu

4.1 Hubungan Paradigmatik dalam Foto Profil di Rubrik *Hot Stuff* Majalah *FHM*

Hubungan ini merupakan hubungan tanda dengan tanda lain dari satu sistem atau satu kelas dan bersifat eksternal. Di dalam penelitian ini, hubungan paradigmatik terjadi di antara delapan foto yang terbit di edisi bulan Februari, April, Mei, Juni, Juli, Oktober dan September 2009.

Masing-masing foto profil yang ditampilkan di Rubrik *Hot Stuff* dalam kurun waktu tersebut adalah model perempuan Indonesia. Relasi tanda dalam penelitian dilihat dari penanda dan petanda yang satu sama lain memiliki kesamaan antara edisi yang satu dengan edisi yang lain.

Foto-foto yang ada menampilkan profil Wiwin Taroreh, Nissa Muluk, Marsya Gusman, Caroline, Kamaya, Anita Hara, dan Yasmin memiliki hubungan paradigmatik, yaitu foto dalam Rubrik *Hot Stuff* yang melengkapi format artikel wawancara profil. Semua perempuan yang diangkat profil dan foto dirinya di majalah ini adalah selebritas asal Indonesia yang dianggap memiliki

prestasi di bidangnya masing-masing.

Dalam penelitian ini, hubungan sin-tagmatik muncul antara foto dengan judul di beberapa foto yang dapat dilihat relasi

tandanya tabel 1 . Melalui pembacaan re-lasi tanda antara tanda verbal (bahasa tulis, judul artikel wawancara) dan non verbal (visual dalam bentuk foto).

4.2 Tubuh Perempuan sebagai Komoditi dalam Foto Profil di Rubrik Hot Stuff Majalah FHM

Tabel 1. Signifikasi Penanda dan Petanda pada Foto Rubrik *Hot Stuff* Satu sampai Tujuh

Penanda / Petanda	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff</i> Satu	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff</i> Dua	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff</i> Tiga	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff</i> Empat
Pose dan Ekspresi Wajah	Kegairahan saat hubungan bercinta (antara suami istri), dan menggoda	Daya tarik untuk merayu atau menggoda	Daya tarik untuk memikat dan isyarat undangan seksual (menggoda)	Memikat, manja, merayu, kebebasan, seksi dan membara
Mode Pakaian (fashion)	kesan sensualitas, kemewahan dan seksi serta memberikan kesan kontras dengan kulit tubuh Wiwin yang putih bersih	kesan kesenduan dan terkesan seksi dengan kewan yang membentuk semua lekukan tubuh model	Sensualitas (ramping), keanggunan, kesenduan, dan privat	Putih, bersih dan dingin. Coklat keemasan memberi kesan kenyamanan dan mewah dan memperlihatkan lekuk tubuh
Pencahayaan (lighting)	Daya tarik dari tubuh model pada bokong sebagai daya tarik visual pria	Memunculkan makna daya tarik Nissa pada leher, bahu, dada, dan betis	Kelembutan yang tetap memikat serta memberikan kesan lemah lembut	Pada wajah sebagai pusat perhatian dan pada sepatu sebagai pendukung daya pikat
Sudut Pandang (angle)	Isyarat untuk memberikan kesan kecil dan lemah (lemah lembut)	Daya tarik dan kesan tubuh yang tampak kecil, lemah dan kesenduan	Memberikan kesan objek tampak lebih tinggi dan langsing, serta terlihat kecil dan lemah	Tatapan langsung untuk memikat
Fokus pada bagian tubuh	Wajah Punggung	Wajah Bahu	Wajah Leher	Wajah Leher
	Bokong Paha	Leher Dada Lengan	Dada Paha Betis	Bahu Bokong Paha Betis

Penanda / Petanda	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff Lima</i>	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff Enam</i>	Makna tanda pada foto Rubrik <i>Ho Stuff Tujuh</i>
Pose dan Ekspresi Wajah	Kesan feminin tetapi masih menonjolkan sisi maskulin dan tegas	Pemikat seakan-akan posisi berbaring dan tertidur sebagai posisi pasrah dan siap melayani	Menunjukkan sesuatu yang menarik dari dirinya dan isyarat menggoda
Mode Pakaian (fashion)	Feminin dan seksi tetapi terkesan maskulin (rock n roll)	sensualitas, motif pita warna merah muda, dan tato bergambar bunga melambangkan seorang wanita dengan kemewahan dan keseksian.	Potongan mode pakaian dan warna hitam memberi kesan sensualitas serta memikat. Renda warna merah muda menunjukkan femininitas
Pencahayaian (lighting)	Menonjolkan pada bagian jaket kulit hitam dengan kesan rock n roll	Sebagai daya tarik dari seluruh keindahan dari tubuh model, yang ditunjukkan dengan pencahayaan yang merata	Daya tarik dari tubuh model secara keseluruhan, dan sedikit ditonjolkan pada bagian wajah
Sudut Pandang (angle)	Isyarat untuk merayu atau memikat melalui sudut pandang yang sejajar dengan pembaca	Tatapan langsung sehingga pemandangan mudah terpikat	Isyarat untuk merayu atau memikat melalui sudut pandang yang sejajar
Fokus pada bagian tubuh	Punggung Paha	Wajah Bahu	Seluruh tubuh
	Betis Wajah	Leher Dada Paha	

Berdasarkan data-data dalam tabel identifikasi signifikansi penanda dan penanda foto-foto di Rubrik *Hot Stuff* dapat diungkapkan tubuh perempuan memiliki muatan makna eksploitasi organ tubuh dan daya tarik seksualitas perempuan. Semua ini dapat dilihat dari pose, pencahayaan, dan mode pakaian. Semua elemen penanda itu memberikan petanda bahwa daya tarik tubuh wanita terletak pada kecantikan kemulusan, kesegaran, kelembutan, menggoda, pasrah, siap melayani dan ramah. Akhirnya perempuan didorong dan bahkan dipaksa untuk memenuhi tuntutan ‘jika ingin dianggap populer di mata laki-laki metropolitan, maka perempuan harus mau diarahkan sedemikian rupa’.

5. Kesimpulan

Jika dilihat dari relasi penanda dan petanda pada tataran konotasi dapat disimpulkan semua perempuan yang diangkat profilnya dalam Rubrik *Hot Stuff* diarahkan sedemikian rupa oleh *FHM* untuk melakukan pose-pose tertentu sesuai maksud dan tujuan si media tersebut. Karena jika para selebritas tersebut tidak diarahkan oleh fotografer atau pengarah gaya di majalah tersebut belum tentu pose yang ditampilkan para selebritas perempuan tersebut demikian.

Semakin jelas visual yang ditampilkan di Majalah *FHM* memberikan “kesan visual tetap menjadi jalan utama yang paling sering bagi kemunculan gairah libido”. Merujuk pada pernyataan Freud yang

mengungkapkan “Kebanyakan manusia normal” menurutnya, memiliki hasrat untuk memandang dan memperoleh kesenangan lewat pandangan atas segala hal yang mereka jumpai yang menarik secara seksual.

Daftar Pustaka

Barthes, Roland. 2007. Membedah Mitos-mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi. Yogyakarta. Jalasutra.

Denzin, Norman & Lincoln, Yvona. 2000. Handbook of Qualitative Research. 2nd Edition Sage Publication. London

_____. 2009. Handbook of Qualitative Research. Sage Publication. London

Eriyanto. 2005. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta. LKis

Fiske, John. 2006. Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Yogyakarta. Jalasutra.

Ibrahim, Idi Subandy, (ed).1997. Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditi Indonesia. Yogyakarta. Jalasutra

_____. 2007. Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer. Yogyakarta. Jalasutra.

Ibrahim, Idi Subandy dan Hanif Suranto, (ed). 1998. Wanita dan Gender: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru. Bandung. PT Remaja Rosdakarya

- Kusumaningrat, Hikmat & Kusumaningrat, Purnama. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Rosda, Bandung.
- Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta. Ombak.
- Sudiby, Agus, 2000. *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*. Yogyakarta: Bigraf Publishing.
- Prabasmoro, Aquarini. P.2006. *Kajian Budaya Feminis. Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*. Yogyakarta & Bandung. Jalasutra.
- Piliang, Amir P. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat. Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta & Bandung. Mizan.