

**TUBUH WANITA IDEAL DALAM INDUSTRI  
PENCITRAAN**



**PENCIPTAAN KARYA SENI**

Oleh

**Mohamad Febriandy**

**PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI  
JURUSAN SENI MURNI FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2011**

**TUBUH WANITA IDEAL DALAM INDUSTRI  
PENCITRAAN**



KT013749

**PENCIPTAAN KARYA SENI**

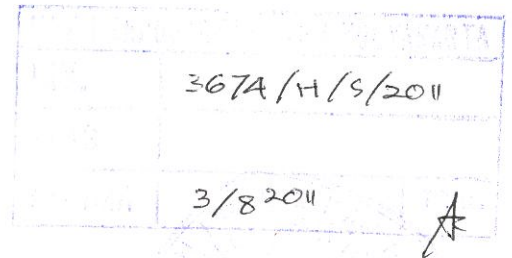
Oleh

**Mohamad Febriandy**

**PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI  
JURUSAN SENI MURNI FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2011**

# TUBUH WANITA IDEAL DALAM INDUSTRI PENCITRAAN



**Mohamad Febriandy**

**NIM: 0511737021**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
Salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1  
dalam bidang Seni Rupa Murni**

**2011**



Tugas Akhir Karya Seni berjudul :

TUBUH WANITA IDEAL DALAM INDUSTRI PENCITRAAN diajukan oleh Muhammad Febriandy, NIM 0511737021, Program Studi Seni Rupa Murni, Jurusan Seni Murni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan TIM Penguji Tugas Akhir pada tanggal 25 Juni 2011 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.



**Drs. Sudarisman.**  
Pembimbing I/Anggota




**Drs. Agus Kamal.**  
Pembimbing II/Anggota



**Drs. Ign. Hening Swasono Ph. M. Sn.**  
Cognate/Anggota



**Dra. Nunung Nurdjanti, M. Hum.**  
Ketua Jurusan Seni Murni/Ketua  
Program Studi Seni Rupa Murni  
Ketua/Anggota



Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



**Dr. Suastiwi Triatmodjo, M. Des.**  
NIP. 1950802 198803 2002



Tugas Akhir dan Karya Seni ini

Penulis Persembahkan untuk

MAMA dan PAPA,

Inspirasi dan Masa Depan...*My Lonely.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah S.W.T ., dengan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis diperkenankan untuk mengambil, mengelola, dan mengembangkan bagian dari ciptaan-Nya, sehingga karya Tugas Akhir dan laporan ini dapat di selesaikan. Dengan penuh rasa hormat dan rendah hati penulis haturkan berjuta terima kasih yang dalam kepada:

1. Drs. Sudarisman., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Drs. Agus Kamal., selaku Dosen Pembimbing II.
3. Drs. Ign. Hening Swasono Ph. M. Sn., selaku *Cognate*.
4. Drs. Anusapati, MFA., selaku Dosen Wali.
5. Dra. Nunung Nurdjanti, M. Hum., selaku Ketua Program Studi Seni Rupa Murni.
6. Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
7. Prof. Dr. A.M. Hermien Kusmayati., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Segenap Dosen Jurusan Seni Murni Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Mama dan Papa, atas doa, kasih sayang, perhatian, kepercayaan dan dukungan yang besardan tak terhingga buat penulis.
11. Ayi, Fany, Finy, dan keluarga Besar Yotomaruangi.
12. Mas Choirudin. dan Mas Ahmad Sobirin, atas perhatian dan *spirit* berkarya.....

*“Inspiration and Future...My Lonely”*.

13. Mas A.C. Andre Tanama, M.Sn., atas bantuan dan dukungan *spirit* berkarya buat penulis.

14. Amrina Rosyada, harmoni kebaikan takkan terhapus oleh kepahitan, *Amnesia.*, Febrina Talita, Novia Sandra, serta saudara, sahabat-sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Segala bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis, semoga mendapat imbalan yang berlimpah dari Allah S.W.T.

Akhir kata penulis berharap semoga tulisan ini bisa diapresiasi dengan segala kekurangan dan kelebihannya, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan. Semoga Tugas Akhir yang disajikan ini bisa bermanfaat bagi bagi perkembangan seni dan budaya, khususnya di lingkungan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan tentunya semoga bermanfaat bagi seluruh insan manusia di jagad raya ini.

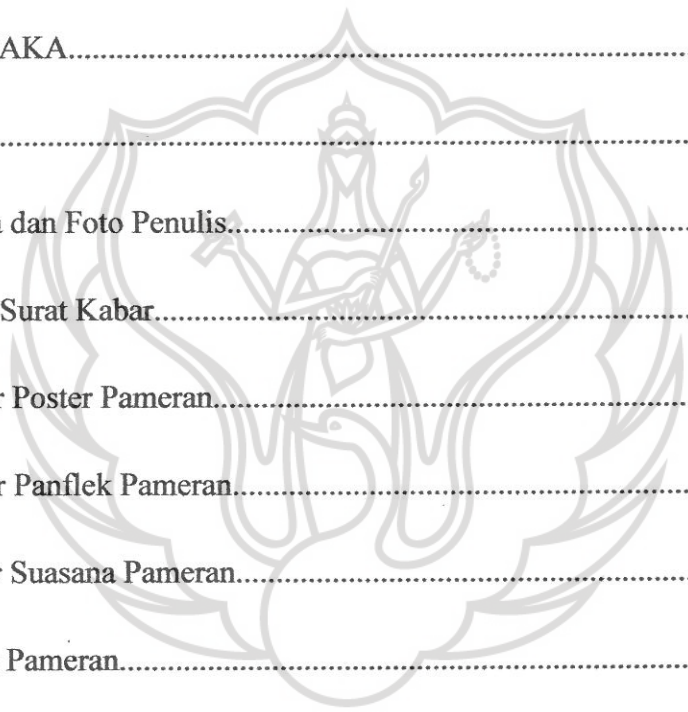
Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	5
D. Makna Judul.....	5
BAB II. KONSEP.....	8
A. Konsep Penciptaan.....	8
B. Konsep Bentuk/Wujud.....	11
C. Konsep Penyajian.....	13
BAB III. PROSES PEMBENTUKAN.....	32
A. Bahan.....	32



B. Alat.....	32
C. Teknik.....	34
D. Tahap Pembentukan.....	34
BAB IV. DESKRIPSI KARYA/TINJAUAN KARYA.....	45
BAB V. PENUTUP.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	69
A. Biodata dan Foto Penulis.....	69
B. Artikel Surat Kabar.....	72
C. Gambar Poster Pameran.....	73
D. Gambar Panflekt Pameran.....	74
E. Gambar Suasana Pameran.....	75
F. Katalog Pameran.....	79



## DAFTAR GAMBAR

1. *Commercial Face*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
2. *Kemasan Identitas*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
3. *Commercial Icon*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
4. *My Name is Lonely*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 102,5 x 92,5 cm
5. *X-Pose*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 100 x 65 cm
6. *Seksi, Langsing, Indah, Mempesona (SLIM)*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 130 x 150 cm
7. *Dalam Fokus Objek*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 90 x 130 cm
8. *Passion*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
9. *Glamor Frida Kahlo*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
10. *Commercial Face #2*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
11. *Identity*, 2009, Cat Minyak pada Kanvas, 85 x 75 cm
12. *Image Identity*, 2009, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
13. *Dewi-dewi*, 2008, Cat Minyak pada Kanvas, 145 x 200 cm
14. *Sebungkus Hasrat*, 2009, Cat Minyak pada Kanvas, 90 x 110 cm
15. *The Creation of Eve*, 2009, Cat Minyak pada Kanvas, 200 x 290 cm
16. *Unconscious Smile*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
17. *Bungkam*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 50 x 60 cm
18. *Citra Miyabi*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 50 x 60 cm
19. *M-O Image*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 60 x 50 cm
20. *Harmoni*, 2011, Cat Minyak pada Kanvas, 175 x 150 cm



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penciptaan

Dalam suasana kehidupan dan gaya hidup masyarakat modern saat ini, dimana kebutuhan akan hidup terus meningkat, bahkan mencapai kondisi yang memprihatinkan, dimana tubuh wanita menjadi ajang untuk mempromosikan produk-produk industri melalui iklan media massa. Berdasarkan realitas yang dimaksud, serta bersinggungan langsung dengan lingkungan masyarakat yang kompleks dan semakin maju. Melalui peristiwa, sering melihat kejadian atau fenomena dalam masyarakat secara langsung dan yang ditampilkan di majalah-majalah, surat kabar, televisi, di mall-mall, ditempat hiburan seperti tempat-tempat perbelanjaan, di jalanan, dan internet. Cukup memprihatinkan jika tubuh wanita yang menjadi pengantar iklan atas produk-produk industri yang ditawarkan untuk dikonsumsi masyarakat.

Begitu banyak contoh-contoh iklan yang menawarkan produk industri, yang mengekspos tubuh wanita sebagai objek tanda dalam iklan, contoh kasusnya:

“...untuk produk pemutih kulit tubuh dan wajah, iklan untuk produk perawatan (pemutih) kulit wajah dan tubuh. Produk tersebut adalah berupa *lotion* . Yang cukup menonjol dalam ilustrasi iklan tersebut, adalah seorang perempuan muda, cantik, dan mulus (dengan visualisasi yang cukup besar ukurannya), tersenyum ceria, dengan hanya menggunakan kain penutup tubuhnya yang sangat minim, sambil duduk sedang membelai kulit tubuhnya yang sangat indah. Oleh karena kain yang digunakan sangat minim, maka sebagian besar keindahan tubuhnya



tampak demikian terbuka, terutama di wilayah dada dan paha. Visualisasi tersebut, di samping menampilkan visualisasi kemasan produk *lotion* tersebut...”<sup>1</sup>

Melalui kasus di atas, tidak lain karena tubuh wanita muda dipandang sebagai santapan energi hasrat berdasarkan iklan produk industri sebagai pencitraan yang mengemas tubuh wanita untuk menarik masyarakat agar tergiur dengan apa yang ditawarkan.

Oleh karena itu, jika dianalisis secara semiotis, konsepsi seks dan tubuh perempuan sebagai bagian sistem tanda dalam iklan di media massa tersebut, akhirnya telah berlaku absurditas logika ‘semiotika-libidonomik’. Contoh adalah produk menantang, maknanya sama dengan tubuh menantanginya seorang gadis cantik dan muda; produk sensual, maknanya sama dengan sensualnya organ-organ vital perempuan yang cantik, seksi dan muda, yang semuanya itu serba dan selalu mengkonotasikan hasrat libido yang sangat menggoda (*seductive*), menyenangkan dan menggairahkan (*pleasure and desire*).<sup>2</sup>

Pencitraan tubuh manusia sebagai makhluk sosial begitu terkait erat dengan isu tubuh, khususnya kecantikan tubuh wanita. Tubuh ibarat industri yang diproduksi, memproduksi, mereproduksi dan terus berputar layaknya daur ulang. Citra tubuh manusia diekspresikan menjadi komoditas bagi kaum kapitalis untuk menarik konsumen dengan cara membungkus hasrat-hasrat menjadi suatu kebutuhan wajib yang harus dipenuhi. Benda-benda konsumsi memiliki makna sosial, dan makna sosial tersebut selalu tergantung pada status mereka sebagai komoditas. Hasrat begitu mudah mengonsumsi komoditas dalam pencitraan akan tubuh sebagai senjata erotisme. Pengemasan citra tubuh pada bentuk yang lebih komersial mendominasi dan mengontrol potensi hasrat untuk mengonsumsi dan dikonsumsi massa.

---

<sup>1</sup> Kasiyan. 2008. “*Manipulasi Dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*”. Yogyakarta: Ombak. p. 268

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 249



Manusia modern kini terasa mulai kehilangan akan jati dirinya sebagai makhluk sosial yang beradab. Hal ini ditandai dengan adanya perilaku “pamer aurat”, dengan hanya ingin mendapatkan pengakuan keseksian akan tubuh yang mempesona. Ironisnya, mode buka-bukaan atau pamer aurat itu dikatakan seni. Dan mengatakan prinsip bahwa tubuh khususnya wanita itu begitu indah, kenapa harus ditutupi. Hilangnya kesadaran akan jati diri menyebabkan sebagian dari kita hanyut dalam keterpesonaan akan kemasan sebatang tubuh.

Salah satu contoh khusus adalah figur wanita sebagai citra atau icon yang dipamerkan dan memamerkan diri telah masuk ke era perbendaan yang paling puncak. Era materialistik, hedonistik, sekularistik, dan individualistik yang sangat dalam. Materialistik, karena dilihat adalah tubuh (yang cenderung hanya sementara) dan bukannya kepribadian (yang cenderung abadi). Hedonistik, karena ingin kesenangan sementara. Sekularistik, karena tidak lagi peduli pada nilai moral yang yang didengungkan oleh semua ajaran etis dan agama. Individualistik, karena mereka tak peduli benar bagaimana dampak dari kenekatan mereka berfoto bugil di kalender, misalnya, dengan dampaknya terhadap keluarga dan masyarakat yang dekat dengannya.<sup>3</sup>

Penampilan tubuh wanita sebagai industri pencitraan yang didesain cantik menjadi pakatnya, bukan hanya sekadar kemasan sederhana untuk melindungi selama perjalanan, namun secara riilnya, yang ditampilkan dihadapan pembeli mendahului isi komoditas tersebut. pencitraan tubuh wanita memperoleh kedudukan yang tidak pernah terkirakan sebelumnya. Menekankan pada persoalan gaya hidup yang keliatannya mendekati pada istilah komodifikasi citra tubuh, untuk selanjutnya mengarah pada kemasan, bentuk estetis dan tampilan luar. Tubuh wanita ideal menjadi komoditi dan diekspos demi kepentingan industri yang merupakan produk dalam tren pencitraan.

---

<sup>3</sup> Idi Subandy Ibrahim. 1997, *Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta. Jalasutra. p. 106

## **B. Rumusan Penciptaan**

Melihat latar belakang permasalahan di atas, maka penulis terdorong untuk memvisualisasikan ide dan gagasan tentang tubuh sebagai Industri pencitraan yang umumnya ditopang oleh media massa yang semakin lama semakin membudaya. Manipulasi pencitraan tubuh wanita ideal dimanfaatkan dalam iklan-iklan jasa dan produk-produk industri oleh kaum kapitalis sebagai pemenuhan hasrat-hasrat konsumsi masyarakat yang tanpa batas di segala aspek kehidupan dalam proses interaksi sosial masyarakat. Pokok permasalahan karya Tugas Akhir seni lukis ini adalah :

1. Bagaimana identifikasi bentuk tubuh wanita ideal dalam industri pencitraan melalui penciptaan karya seni lukis?
2. Bagaimana Bentuk dan gaya perwujudan seperti apa yang ingin divisualisasikan ke dalam karya seni lukis?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

- a. Sebagai catatan, luapan ekspresi dan sikap atas kondisi sosial masyarakat konsumtif yang kurang mencerna apa yang ditawarkan media dan lingkungan sekitarnya.
- b. Memaparkan realitas kesadaran yang tidak nampak atau transparan, namun sebenarnya sangat realistis.

c. Menciptakan hubungan dialogis antara karya seni lukis dengan penikmatnya. Melalui pengalaman-pengalaman dan kondisi di dalam masyarakat dan terjadi interaksi satu sama lain.

## 2. Manfaat

a. Sebagai bentuk apresiasi, mencermati sebagai dasar renungan, dialog, hiburan, koreksi, dan memberikan kritik ataupun nasehat sehingga memberikan perspektif dan makna baru dalam memahami realitas.

b. Memahami hakikat hidup sebagai manusia dan makhluk yang tidak gampang terpengaruh pada citra-citra negatif yang dibentuk kaum kapitalis. Untuk membentuk citra baru yang positif dan bermanfaat dan sadar akan adanya ruang spiritual dilingkungan masyarakat.

## D. Makna Judul

untuk lebih memperjelas dan menghindari salah pengertian tentang judul tugas akhir karya seni lukis ini yaitu : **Tubuh Wanita Ideal Dalam Industri Pencitraan**, tubuh wanita ideal yang menurut penulis yaitu menampilkan sensualnya, erotik, langsing, cantik, yang citra tubuh wanita ideal tersebut dikemas berdasarkan nilai estetikanya melalui karya seni lukis. perlu diberikan penegasan arti kata-kata yang dimaksud dalam kalimat tersebut, terutama yang memiliki arti khusus. Yang artinya segala sesuatu yang berhubungan dengan industri pencitraan terhadap tubuh manusia (wanita) ideal yang diekspos dalam lingkup promosi sebagai gaya hidup masyarakat konsumtif.



**Tubuh :**

Badan seluruhnya, segenap bagian manusia atau binatang yg berupa benda yg kelihatan; badan halus: jiwa, ruh: badan kasar: tubuh yang kelihatan.<sup>4</sup>

**Wanita :**

Perempuan, lebih halus: kaum wanita, kaum putri.<sup>5</sup>

**Ideal :**

Sesuatu yang dicita-citakan atau diangan-angankan atau dikehendaki; pas, sesuai benar.<sup>6</sup>

**Industri :**

Adalah kerajinan: perusahaan untuk membuat atau menghasilkan barang-barang; perusahaan: pabrik-pabrik besi dan baja ~mengindustrikan: menjadikan industri ~perindustrian: urusan atau segala sesuatu yang bertalian dengan industri.<sup>7</sup>

**Citra :**

Adalah 1. Rupa; gambar; gambaran; 2. *Man* gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk; 3. *Sas* kesan mental atau bayangan visual yg ditimbulkan oleh sebuah kata, frase, atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yg khas dalam karya prosa dan

<sup>4</sup> Tim Pustaka Phoenix. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Baru* Jakarta: Pustaka Phoenix, 2007, p. 894

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 942

<sup>6</sup> *Ibid.*, p. 335

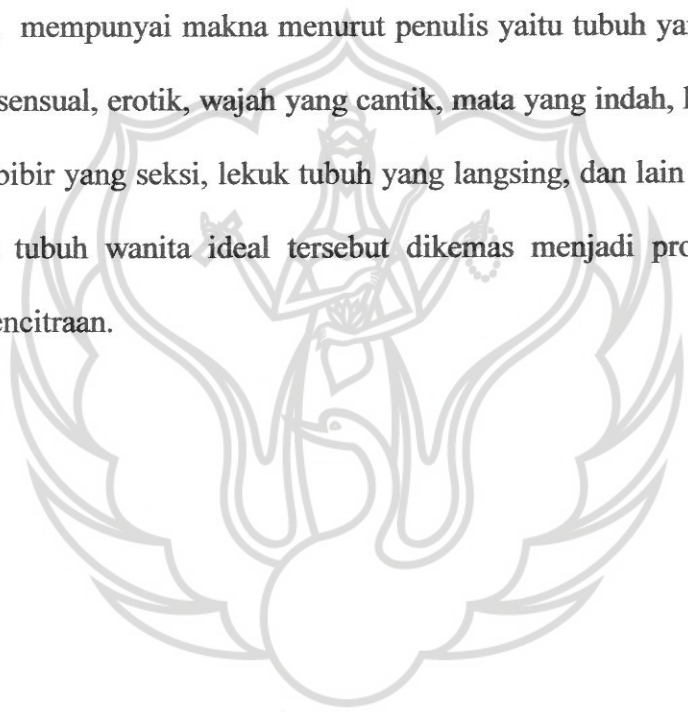
<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 352



atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yg khas dalam karya prosa dan puisi; *hut* data atau informasi dr potret udara untuk bahasa evaluasi;<sup>8</sup>.

Dalam *glosarium* buku *posrealitas* karya Yasraf Amir Piliang dijelaskan bahwa citra adalah “ Sesuatu yang dapat ditangkap secara perseptual, akan tetapi tidak memiliki eksistensi substansial”.<sup>9</sup>

Berdasarkan devinisi di atas, maka tubuh wanita ideal dalam industri pencitraan, mempunyai makna menurut penulis yaitu tubuh yang memiliki daya tarik sensual, erotik, wajah yang cantik, mata yang indah, hidung yang mancung, bibir yang seksi, lekuk tubuh yang langsing, dan lain sebagainya. Keindahan tubuh wanita ideal tersebut dikemas menjadi produk-produk industri pencitraan.



---

<sup>8</sup> Lukman Ali (ed), *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi kedua* Jakarta: Balai Pustaka, 1991, p. 521

<sup>9</sup> Yasraf Amir Piliang. 2004. *Posrealitas*. Yogyakarta: Jalasutra. p. 15