

Membaca Representasi Tubuh dan Identitas sebagai Sebuah Tatanan Simbolik dalam Majalah Remaja

Pappilon Halomoan Manurung³

***Abstract:** Teens magazine construct social meaning for teenagers as its audience by positioning them as part of symbolic order of media in particular ways. Teens magazine involves ideas about how be a 'normal' girl or an ideal girl. The normal girl is a girl who has a boyfriend, shops at mall, hears pop music, etc. The girl who does not do that thing will be categorized her as an outsider. It means, media brings its audiences to a mode of surveillance. Media distincts teenagers to 'us' and 'other'. This distinction makes some stereotypes and identities for teenagers.*

***Key Word:** mode of surveillance, body, identity, other*

Ada banyak nilai-tanda yang digunakan untuk mengekspresikan cantik. Media massa memiliki peran yang besar dalam memproduksi dan mengkonstruksi nilai-tanda ini. Salah satu jenis media massa adalah majalah, khususnya majalah wanita. Majalah wanita banyak memproduksi nilai-tanda yang mengekspresikan konsep cantik. Melalui gambar-gambar profilnya, iklan, sampai tips kecantikan atau kesehatan dan juga tulisan-tulisan yang berkaitan dengan kecantikan.

Banyak ragam majalah wanita yang beredar di Indonesia. Mulai dari majalah wanita untuk usia belasan, remaja dan pra-remaja yang biasa disebut majalah remaja (cewek) sampai majalah wanita dewasa (penulis tetap mempertahankan kata 'wanita' dan 'cewek' dalam kaitannya dengan majalah untuk menegaskan bahwa majalah yang dibicarakan adalah majalah yang khas

³ Pappilon Halomoan Manurung adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

wanita atau cewek *bukan* ‘perempuan’. Kata ‘perempuan’ digunakan untuk menyebut individu berkelamin perempuan). Majalah wanita dewasa bagi perempuan berusia sekitar 25–40-an tahun. J. Bignell (1997) dalam bukunya *Media Semiotics an Introduction* memberi contoh pengkategorian majalah wanita. Majalah bagi pra-remaja dan remaja (seperti *Seventeen*), majalah untuk perempuan berumur antara 18-24 tahun, yang berfokus pada *fashion* dan kecantikan (seperti *Cosmopolitan*), majalah bagi perempuan berusia antara 25-40 tahun, yang berfokus pada dunia rumahan (seperti *Good Housekeeping*).

Majalah wanita biasanya tampil dengan kemasan yang berwarna dan *glossy* (*art paper*). *Kawanku* misalnya hampir setengah dari seluruh isi majalah adalah foto dan ruang untuk iklan. Lalu apa yang akan diteliti dari majalah wanita? Tulisan ini akan berurusan dengan tanda-tanda dan kode-kode dalam majalah dan melihat bagaimana mitos identitas individu ditampilkan dalam majalah wanita. Identitas dalam tulisan ini salah satunya adalah ‘kecantikan’ (konsep cantik). Konsep ini mungkin tidak terlalu menyatu dengan istilah identitas, tapi sebagai suatu predikat, sebutan cantik menjadi salah satu identitas yang ingin dicapai oleh individu. Oleh karena itu, akan diurai juga ideologi yang meresapi kecantikan.

Media, seperti majalah wanita, menampilkan kecantikan dalam suatu budaya tertentu. Kecantikan dikonstruksi dari suatu realitas sosial budaya dan kemudian direkayasa dan disajikan lagi kepada khalayak. ‘Kecantikan’ yang disajikan adalah kecantikan menurut majalah itu. Cantik itu seperti ini atau itu, kamu bisa cantik kalau....., artis yang berwajah cantik ini....., menggunakan kosmetika ini membuat Anda terlihat lebih cantik, dan seterusnya. Kalimat-kalimat seperti itu sering terdapat dalam majalah wanita. Selain itu media juga memberikan konsep cantik, misalnya cantik itu ditandakan dengan langsing, putih, berambut lurus, mengikuti mode, percaya diri dan seterusnya.

Halaman-halaman yang berwarna dengan sampul *glossy* serta dipenuhi lebih banyak gambar daripada tulisan adalah gaya penyajian kebanyakan majalah wanita. Jika kita lihat lebih jeli lagi ke isi majalah wanita maka akan tampak penampilan sosok-sosok tubuh wanita maupun pria dalam porsi yang besar (namun tidak semua majalah wanita, terutama di Indonesia, menyajikan sosok tubuh secara dominan. Ada beberapa jenis majalah atau tabloid wanita yang banyak menampilkan resep makanan atau *feature* tentang *human interest* (misalnya tabloid *Nova*). Mulai dari sampul, rubrik kesehatan, iklan, rubrik tokoh idola, sampai rubrik mode semuanya memperlihatkan tubuh manusia dengan berbagai pose.

PEMBAHASAN

Tubuh manusia dalam majalah wanita adalah suatu representasi. Debat tentang apakah representasi dalam media massa adalah refleksi 'dunia nyata' ataukah hasil konstruksi sudah berakhir dan pandangan bahwa representasi dalam media massa adalah refleksi 'dunia nyata' tampaknya sudah ditinggalkan. Representasi lebih dilihat sebagai suatu proses mengkonstruksi dunia sekitar kita dan juga proses memaknainya. Sturken dan Cartwright dalam bukunya *Practice of Looking* menjelaskan:

Representasi merujuk pada penggunaan bahasa dan imaji untuk menciptakan makna tentang dunia sekitar kita. Kita menggunakan bahasa untuk memahami, menggambarkan dan menjelaskan dunia yang kita lihat, dan demikian juga dengan penggunaan imaji. Proses ini terjadi melalui sistem representasi, seperti media bahasa dan visual, yang memiliki aturan dan konvensi tentang bagaimana mereka diorganisir. (Sturken & Cartwright, 2001)

Representasi tubuh dalam majalah wanita terdiri dari signifikasi imaji-imajinya. Beberapa imaji yang bisa merepresentasikan tubuh antara lain: ras, seks, ukuran (langsing, gemuk, tinggi, pendek), rambut, tatapan, dan *fashion*. Seluruh imaji ini menandakan nilai tertentu, seperti nilai kecantikan, heteroseksualitas, kemudaan, feminitas sampai pada nilai baik dan buruk, benar dan salah, normal tidak normal.

Mengeksplorasi makna imaji-imaji adalah dengan menyadari bahwa imaji-imaji tersebut diproduksi dalam dinamika kekuasaan dan ideologi (Sturken & Cartwright, 2001). Tubuh yang terlihat adalah representasi dari suatu bentuk hubungan kekuasaan. Apa 'yang terlihat' menandakan posisi dan aliran kekuasaan, sekaligus juga menandakan mana yang berhak ada dan mana yang tidak berhak, apa yang normal dan yang tidak.

Dalam majalah kita bisa melihat ada usaha pemilahan dengan metode pengaturan ruang dan waktu. Ruang direpresentasikan, misalnya, oleh pembagian kolom, rubrik, penempatan gambar. Siapa yang harus berada dalam ruang tersebut dan siapa yang seharusnya berada di ruang lainnya. Sebagai contoh, seorang remaja perempuan dengan masalah jerawat yang akut sebaiknya tidak muncul sebagai sampul majalah tapi, dengan wajah yang dibuat seolah-olah sangat menderita, tampil di ruang kesehatan atau tips merawat wajah. Busana apa yang harus digunakan pada pesta tahun baru, misalnya, adalah contoh untuk dimensi waktu. Ketepatan waktu dalam menggunakan busana, juga ketepatan waktu untuk mengungkapkan cinta adalah hal yang penting dan akan berakibat fatal bagi hidup yang menyalahinya. Masalah ini sering kita temui pada isi majalah wanita remaja. Bentuk-bentuk pengaturan tersebut adalah wujud dari relasi kekuasaan yang langsung menuju pada detail

dengan menggunakan imaji-imaji dan nilai-nilai yang ditawarkan. Pembaca diajak untuk memasuki konstruksi ruang dan waktu imaji majalah tersebut dan menjadi subjek di dalamnya. Ajakan inilah yang disebut ideologi.

Yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana pelaksanaan metode kekuasaan dan ideologi yang menyelimuti representasi tubuh dalam majalah wanita? Bagaimana imaji bisa membentuk kesepakatan bersama dengan para pembacanya sehingga masuk dalam tatanan simbolik media tersebut? Dalam media majalah wanita, isi didominasi oleh gambar-gambar (foto-foto). Hal ini bukan berarti tanda tulisan dapat diabaikan, namun dari kondisi tersebut bisa dibaca bahwa penampakan adalah wujud hubungan kekuasaan utama yang mengatasi ketidakhadiran. Penampakan sosok tubuh juga bisa dibaca sebagai cermin yang memenuhi keinginan dan hasrat pembaca untuk menjadi subjek.

Majalah Remaja Cewek

Media yang akan dibahas adalah majalah remaja cewek *Kawanku*. Pembahasan ini mengambil subjek majalah remaja karena majalah ini dibuat untuk remaja. Pada usia remaja atau masa puber, individu mengalami munculnya kembali seksualitas. Kemunculan seksualitas yang dimaksud adalah terbentuknya heteroseksualitas yang 'normal'. Kesadaran akan perubahan dan pembentukan tubuh (dan seksualitas) mulai muncul bersama dengan pengawasan-pengawasan yang menyertainya. Dalam majalah remaja, masalah tubuh dan seksualitas ditampilkan sebagai sebuah perkenalan. Majalah remaja mengantarkan pembacanya pada suatu proses awal untuk mengenal, misalnya, perawatan tubuh, kosmetika, pacaran, seksualitas, lagu cinta, film romantis dan hal-hal lain yang menandai keremajaan. Majalah remaja seperti mengumumkan pada pembacanya 'inilah saat yang tepat bagimu untuk mulai mengenali dirimu'.

Kawanku telah mengalami perubahan isi dan format dari majalah yang dibuat untuk pembaca anak-anak umur 12-15 tahun (bisa dikatakan majalah lanjutan bagi pembaca majalah anak-anak *Bobo*, juga dari kelompok *Kompas-Gramedia*) dengan slogannya waktu itu: *Kawanku STIL* (Sudah Tidak Ingusan Lagi) dan sasaran pembacanya semua jenis seks. Kemudian berubah menjadi majalah remaja khusus *cewek* (dengan sasaran pembaca umur 13-19 tahun). Perubahan ini juga terjadi pada penggunaan bahasa. Bahasa yang digunakan lebih dekat dengan bahasa lisan sehari-hari remaja Jakarta. Majalah ini banyak menggunakan istilah-istilah lokal dan bercampur dengan istilah-istilah dalam bahasa Inggris. Bahasa yang digunakan seperti mengajak berbicara pembacanya secara lisan. Lebih jauh lagi, *Kawanku* memiliki sebutan khusus untuk menyapa pembacanya, yakni *girls* atau *gals* (sebutan khusus ini tidak

dimiliki oleh majalah lain sejenis, seperti *Gadis*). Penggunaan pola bahasa lisan sehari-hari dan juga sapaan khusus bagi pembaca ini mirip dengan penyiar radio yang menyapa pendengarnya secara langsung. Pembaca dibuat untuk merasa menjadi bagian yang aktif dalam proses penandaan *Kawanku*.

Representasi Tubuh dalam *Regime of Looking*

Dalam beberapa bacaan kadang-kadang terjadi perbedaan pengertian istilah *vision* dan *visuality*. *Vision* adalah apa yang secara psikologi dapat dilihat oleh mata manusia. *Visuality* merujuk pada bagaimana *vision* dikonstruksi dalam beragam cara, bagaimana kita melihat, bagaimana kita dapat, dibolehkan, atau dibuat untuk melihat, dan bagaimana kita melihat yang terlihat atau yang tidak terlihat itu ada. Frase lain yang memiliki konotasi yang mirip dengan *visuality* adalah *scopic regime*. Keduanya merujuk pada apa yang dilihat dan bagaimana itu dilihat adalah sesuatu yang terkonstruksi secara kultural (Rose, 2001)

Diskursus atas *vision* dan pemikiran atau rasio adalah unsur-unsur dasar sejarah pemikiran filsafat barat dan sebagai subjek perbincangan penting bagi dasar pengetahuan dan kebenaran. Lebih dari itu, kekuatan visual dapat menjadi totalitarian, koersif, dan otorial, mempertahankan hegemoni melalui bentuk-bentuk budaya visual sejalan dengan metode pengawasan (*mode of surveillance*).

Sebagai contoh, salah satu isu yang menjadi diskusi tentang tubuh dan ‘yang terlihat’ dalam kajian media adalah masalah ras. Ras manusia tidak hanya perwujudan biologis atau genetis tapi juga menjadi bagian dari hubungan sosial dan kekuasaan. Artinya dalam kajian media ini, ras lebih dilihat sebagai *culture* daripada *nature*. Masalah ras ini dijelaskan oleh Seshadri-Crooks sebagai *regime of looking* dalam perspektif kultural dan hubungan sosial

Ras pada dasarnya adalah *regime of looking* namun bukan semata-mata pada apa yang yang terlihat. Melalui visibilitas, tidak berarti menempatkan stereotip di mana semua orang Afrika Amerika memiliki kulit gelap, dan semua orang Eropa berambut pirang dan bermata biru. Jelaslah bahwa hubungan antara ras dan warna terlalu tidak tetap jika dilihat begitu saja. (Seshadri-Crooks, 2000)

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa *regime of looking* tidak semata-mata masalah yang kelihatan secara inderawi tapi ada makna yang tersimpan yakni makna identitas. Melalui ras terbentuk makna identitas utama (mayor) dan identitas yang lebih rendah (minor) yang terwujud dalam posisi simbolik seseorang. Lebih lanjut Seshadri-Crooks menyatakan bahwa ras (Seshadri-Crooks secara khusus membahas masalah *whiteness*) adalah sebuah penanda

yang memiliki implikasi dalam logika *difference*. Dalam kajian strukturalisme istilah *difference* bisa diartikan bahwa setiap kata/tanda memiliki makna jika ia berbeda dengan kata/tanda lainnya. Ras, dengan kata lain, adalah sistem kategorisasi. Dalam sistem kategorisasi, orang dimasukkan dalam posisi simbolik: putih, hitam, kuning, dan sebagainya, dalam kaitannya dengan penanda utama, yakni ras (Seshadri-Crooks, 2000).

Ras kulit putih, misalnya, ditampilkan sebagai sosok 'normal', menjadi sosok tubuh rujukan protagonis dalam media sedangkan kulit berwarna lebih menjadi subordinat yang tidak normal. Dalam majalah wanita remaja di Indonesia, melalui pengamatan singkat, bisa terlihat bahwa yang menjadi model sampul seringkali seorang remaja perempuan dengan warna kulit yang terang. Jarang ada model sampul dengan warna kulit hitam dan berambut keriting. Dalam konteks Indonesia, yang terdiri dari banyak ras memang tidak bisa begitu saja dilihat sebagai satu ras lebih dominan dari yang lain (seperti kulit putih atas kulit hitam). Namun dari sekian banyak ras yang hidup di Indonesia, hanya ada beberapa ras dengan ciri-ciri fisik tertentu saja yang tampil di majalah sebagai model (misalnya dengan ciri-ciri kulit terang dan rambut lurus). Ini bisa dikatakan ada dominasi satu ras atas yang lain. Selain itu yang juga terlihat adalah dominasi orang-orang kota besar. Kota Jakarta jelas menjadi sentral rujukan bagi budaya dominan, terlihat dalam bahasa yang digunakan, *setting* foto, ulasan tentang kegiatan sekolah, kisah para bintang model, dan sebagainya. Produk budaya yang merujuk pada kota besar adalah budaya yang natural bagi remaja. Demikian juga tubuh dengan ciri fisik tertentu dianggap sebagai tubuh yang normal.

Ada usaha normalisasi tubuh manusia melalui penampakan dalam media. Proses normalisasi ini mengandalkan peran *mode of surveillance*. Media berusaha tetap menjaga dan mengawasi normalisasi dengan melakukan pemilahan dan penempatan 'tubuh yang terlihat' ini pada ruang dan waktu yang tepat. Penempatan ini bertujuan untuk memudahkan pengawasan. Dalam tulisan ini, gagasan Foucault tentang *mode of surveillance* dikembangkan dalam konteks yang lebih luas. Pengawasan tidak terbatas pada suatu ruang yang tertutup dalam artian pengawas dan yang diawasi bisa saling melihat, seperti yang dicontohkan Foucault dengan *Panopticon* dan diterapkan pada sistem pengawasan di sekolah, rumah sakit, pabrik atau barak militer, namun dalam penelitian ini strategi pengawasan dimaknai sebagai pengawasan yang lebih luas terhadap masyarakat melalui berbagai institusi sosial dan salah satunya yang paling canggih adalah melalui media massa. Meskipun demikian pemikiran Foucault tentang *mode of surveillance* tetap akan dijelaskan dan kemudian dikembangkan oleh penulis dalam penerapannya ke bidang media massa.

Media massa beserta teknologinya memiliki peran sentral terhadap kebangkitan *visual power* ini. Nilai ‘cantik’, misalnya, direpresentasikan oleh bintang pop remaja Britney Spears. Cantik (yang tadinya abstrak) dihadirkan media melalui Britney dan akhirnya cantik seolah-olah terlihat. Keseolah-olahan ini oleh Jean Baudrillard disebut *symptom*. Ketika masyarakat tidak bisa lagi membedakan mana gejala yang menandakan rasa sakit *betulan* dan mana yang tidak, mana yang nyata dan mana yang palsu. Gejala-gejala (*symptoms*) ini bisa diproduksi dan tidak lagi diterima sebagai fakta asli, maka semua kesakitan menjadi simulasi. Gejala yang muncul adalah tindakan pura-pura-olah sakit. “Seseorang yang pura-pura sakit dapat dengan mudah pergi tidur dan membuat percaya bahwa dia sakit. Seseorang yang mensimulasi sebuah kesakitan menghasilkan dalam dirinya beberapa *symptoms*” (Baudrillard, 1986).

Berdasarkan uraian di atas maka jelaslah bahwa *regime of looking* tidak sebatas masalah empiris tapi lebih pada masalah kategorisasi. Dalam proses pemilahan ini, subjek masuk dalam tatanan simbolik media dengan kata lain ada proses penamaan subjek. Subjek diberi label cantik, seksi dan sebagainya. Label ini muncul dari penawaran-penawaran imaji oleh media. Menurut Teresa Brennan dalam bukunya *History After Lacan* (1993) yang dikutip oleh Seshadri-Crooks:

Proses imajiner dalam menetapkan orang lain tidak hanya terbatas pada melihat; proses ini juga meliputi penamaan. Lebih tepatnya, penamaan adalah bagian dari bagaimana orang lain dilihat. (Brennan 1993 dari Seshadri-Crooks, 2000).

Penamaan ini adalah pemberian identitas ideologis pada subjek. Dalam kasus majalah wanita, cantik, aktif, cerdas, heteroseks adalah identitas yang dikonstruksi untuk dicapai pembacanya. Bersama dengan bentuk-bentuk pengawasan yang ketat seperti pengaturan pola makan, sikap tubuh, perawatan wajah dan rambut, bisa berbagai keterampilan. Tradisi *on looking* yang dikembangkan majalah wanita berusaha membentuk identitas sesuai dengan yang diharapkannya.

Identitas Ideologis

‘Gejala-gejala’ yang ditangkap sebagai realitas adalah salah satu bentuk operasionalisasi ideologi melalui media massa. Sebagaimana ideologi yang diformulasikan oleh Louis Althusser, produksi ideologi memiliki dua karakteristik, pertama, ketika ideologi terikat pada sebuah analisis institusional, ini tidak dapat dipahami sebagai pembalikan atau refleksi dari yang *real*. Ideologi lebih dipahami sebagai ‘*represent the imaginary relationship of*

individuals to their real condition of existence'. Kedua, ideologi tidak hanya merupakan hubungan simbolik dengan yang *real*, tapi mengubah *human beings* menjadi subjek-subjek. Ideologi membiarkan individu-individu mengenali secara salah diri mereka sendiri sebagai *self-determining agents*, padahal kenyataannya subjek-subjek dibentuk melalui proses linguistik dan psikis. Subjek menyalahkenali diri mereka sendiri sebagai individu yang unik daripada sebuah konstruksi identitas melalui proses sosial (Stevenson, 1995).

Media massa termasuk salah satu dari, apa yang oleh Althusser disebut *Ideological State Apparatuses*. Media massa adalah aparatus ideologi yang bergerak dalam praktik-praktik sosial. Bentuk-bentuk kemudaan, kecantikan, kesuksesan yang ditampilkan oleh iklan di media massa misalnya, merupakan imaji yang dibangun dan berupa ideologi (bisa juga disebut 'sistem makna'). Althusser berpendapat bahwa ideologi (sistem makna) tergantung pada pembentukan daya tarik yang dilekatkan pada atensi individu. Kemudian jika daya tarik ini sukses, individu akan memaknai identitas mereka sebagai bagian dari sistem makna yang ditawarkan. Individu menjadi 'subjek' dari sistem makna tersebut. Althusser menyebut ini sebagai proses interpelasi. (Tolson, 1996). Individu dipanggil dan dibuat menoleh padanya dan merasa sebagai subjek yang mengenali dirinya sebagai bagian dari sistem makna tersebut. Ideologi mengajak masing-masing orang untuk mengenakan citranya, sebagai perempuan dan bukan laki-laki, sebagai heteroseks dan bukan homoseks, sebagai 'aku' dan bukan 'kamu'. Dengan demikian, subjek masuk dalam proses linguistik dan psikis media, sebagai *symbolic order*.

Lalu yang menjadi pertanyaan adalah apakah berarti ada kesenjangan antara diri subjek yang senyatanya dan subjek "ideologis"? Kalau ideologi, dalam pembahasan Althusser, membuat individu mengenali dirinya secara salah, berarti diandaikan ada individu yang 'sebenarnya'. Bagaimana dengan 'kesadaran', apakah identitas 'ideologis' ini merupakan proses alam bawah sadar (*unconscious*)?. Pemikiran Althusser ini mempunyai kemiripan dengan pandangan Jacques Lacan seorang psikoanalisis struktural Prancis. Pemikiran Lacan menggunakan dasar psikoanalisis dari Freud dan juga mengembangkan ilmu linguistik dalam usahanya mengartikulasikan pendapatnya tentang *unconscious*.

Media Massa sebagai *Name of the Father*

Frase Lacan yang terkenal adalah *the unconscious is structured like a language*. Oleh Lacan dijelaskan:

Unconscious bekerja seperti sebuah bahasa penanda tanpa petanda, tertera pada lembar halaman tanpa makna dibaliknya.

Hasrat penanda ini sekarang menjadi dimensi baru dalam kondisi manusia, bahwa penanda bukan hanya yang diucapkan manusia, tapi yang ada dalam dan melalui manusia penanda itu berbicara. (Lacan, 1977)

Konsep ini merupakan interpretasi Lacan atas pemikiran Freud tentang *unconscious*. Konsep *unconscious* Lacan merupakan kritik terhadap interpretasi gagasan Freud yang banyak berkembang di negara-negara Anglo-Saxon. Pada interpretasi Anglo-Saxon, *unconscious* dimaknai sebagai *basic instincts* dan kebutuhan biologis spesies manusia. *Unconscious* dijelaskan dalam kaitannya dengan primitif dan prekonseptual seperti halnya *mind* pada binatang. Menurut Lacan, kesalahan interpretasi oleh tradisi Anglo Saxon ini terjadi karena mereka mensalahtafsirkan istilah '*Trieb*' dari Freud sebagai '*instinct*'. (Harland, 1987)

Bagi Lacan, konsep *unconscious* itu mirip dengan *super-ego* dan juga mirip *id*. (Harland, 1987). Lacan melihat *unconscious* tidak semata-mata berpusat pada diri sendiri melainkan ada internalisasi nilai-nilai dari 'orang lain' (*the other*). Identitas yang dimiliki individu sebagai *ego* adalah hasil dari proses linguistik yang ada pada masyarakat. Lacan menjelaskan ada dua tahap proses konstruksi diri individu.

Yang pertama, terkenal dengan sebutan *mirror stage*, terjadi pada usia enam bulan, ketika sang bayi (*infant* – bayi yang belum 'berbahasa') pertama kali menyadari imaji dirinya dalam sebuah cermin. Binatang lain bereaksi berbeda terhadap imaji diri mereka dalam cermin. Kucing, contohnya, tampak tidak bisa mengenali imaji dirinya sendiri, sementara simpanse mengenali dirinya tapi kemudian merasa tidak tertarik. Hanya anak manusia yang bisa menatap imajinya dengan tepat ketika mereka mengenali itu sebagai dirinya. Menurut Lacan, ini karena imaji yang mereka kenal sebagai diri mereka adalah juga imaji dari apa yang mereka inginkan (Harland, 1987:38-39). Dalam tahapan ini *infant* yang belum bisa mengontrol fungsi-fungsi dasar tubuh mengenali dirinya dalam sebuah cermin yang menghasilkan sebuah pemahaman akan suatu personalitas yang utuh dan memuaskan. Pada tahap ini dimulailah proses *ideological misrecognition*. Individu menganggap dirinya paham tentang dirinya, tapi sebenarnya yang diketahui hanyalah sebatas pantulan dari luar dirinya.

Stevenson (1999) menyatakan bahwa proses *ideological misrecognition* dalam cermin memberikan sebuah citraan tentang keseluruhan yang kemudian mengalienasi *infant* dari kondisi sesungguhnya akan fragmentasi dan *chaos*. Bagi Lacan pandangan tentang ego yang utuh lahir dari proses ilusi narsistik.

Tahap kedua, terjadi pada umur delapan belas bulan, ketika seorang anak masuk ke masyarakat dan bahasa di masyarakat masuk ke anak. Masuk ke

bahasa masyarakat berarti terlibat dalam sistem penamaan, pelekatan nama pribadi dan ucapan pribadi. Berbicara tentang diri dalam bahasa masyarakat berarti berbicara dalam istilah 'me', 'myself', dan 'I'. Diri individu tidak muncul dari sesuatu makna dalam diri tapi dari 'the other' di luar (Harland, 1987)

Melalui tahap cermin inilah seorang anak masuk ke dalam dunia 'orang lain' ke dunia 'bahasa'. Identitas anak terbentuk melalui penandaan yang ada dalam lingkungannya. Mitchell menjelaskan:

Subjek manusia Lacan adalah penelitian mengenai kehumanisannya. Subjeknya bukanlah sebuah entitas dengan identitas, tapi yang diciptakan dalam celah pecahan yang radikal. Identitas dilihat sebagai subjek yang kabur ketika subjek membentuk imaji dirinya dengan mengidentifikasi dengan persepsi yang lain akan dirinya. Ketika bayi manusia belajar untuk mengatakan 'Aku' ('me' and 'I') ini hanyalah penandaan yang didapat dari orang dan tempat lain, dari dunia yang memberi dan menamainya. Istilah itu tidak selalu konstan dalam harmoni dengan tubuhnya sendiri, istilah itu tidak datang dari dalam dirinya sendiri tapi dari tempat lain. Subjek manusia Lacan bukanlah 'diri yang terpisah' (divided self) yang dalam masyarakat yang berbeda dapat dibuat keseluruhannya, tapi suatu diri yang hanya nyata dan niscaya terbentuk dalam keterpisahan – makhluk yang hanya dapat mengkonseptualisasikan dirinya jika ia dipantulkan kembali pada dirinya dari posisi keinginan orang lain. Ketidaksadaran dimana subjek bukanlah dirinya sendiri, dimana si 'Aku' dalam mimpi dapat menjadi orang lain dan objek dan subjek bertukar tempat. (Mitchell, 1982)

Identitas individu merupakan konstruksi bahasa yang berasal dari *the other*. Bisa dikatakan subjek bukanlah entitas dengan identitas, tapi lebih merupakan sesuatu yang diciptakan ketika subjek membentuk imaji tentang dirinya dengan melakukan identifikasi dari *the other* terhadap dirinya. *Mirror stage* adalah awal dari terhubungnya 'dunia dalam' subjek dengan 'dunia luarnya' atau lingkungan yang melingkupinya, termasuk bahasa. Dunia dalam (*innenwelt* atau *inner world*) – kebalikan dari *umwelt* atau lingkungan – adalah suatu bentuk pengalaman mental akan 'interioritas' yang bersama-sama (dengan *umwelt*) membentuk 'aku'. *Innenwelt* adalah tempat tinggal 'aku'. Seperti yang diungkapkan Lacan:

Saya menarik kesimpulan untuk melihat fungsi *mirror-stage* sebagai sebuah kasus tertentu dari fungsi imago, yang

memantapkan hubungan antara organisme dan realitasnya – atau, sebagaimana yang mereka katakan, antara *innenwelt* dan *umwelt*. (Lacan, 1974)

Misalnya, ketika seorang bayi manusia mulai belajar mengatakan ‘aku’, ini adalah makna yang didapat dari orang dan tempat lain, dari lingkungan yang memberi dan menamainya. Istilah yang digunakan untuk menyebut dirinya bukan semata-mata berasal dari dalam diri tapi juga dari luar atau apa yang diinginkan orang lain (*desire of the other*). Hubungan *innenwelt* dengan *umwelt* bersifat dialektis. Ada suatu pergerakan dari kondisi ketika sang anak masih bersatu dalam ‘dunia dalamnya’ ke arah pemisahan anak dari ‘duniannya’. Fenomena ini bisa dibaca sebagai fenomena Oedipus.

Dalam Oedipus, anak bergerak dari suatu hubungan langsung (*immediate relationship*) dengan ibunya menuju hubungan yang bermediasi (*mediate relationship*). Sang anak masuk dalam tatanan simbolik keluarga. Lembaga keluarga membedakan antara orang tua dan anak, memberi mereka nama dan menempatkan mereka sebagai subjek singular. Dalam Oedipus, ayah berperan sebagai hukum simbolik. (Lemaire, 1977)

Yang terjadi disini adalah kesatuan *infant* dengan ibunya dipisahkan dan masuk ke dalam *symbolic order*. *Infant* kecil berpisah dengan tubuh ibunya untuk menghadapi wilayah bahasa di bawah hukum ayah. Hal ini membentuk sebuah ‘keinginan’ (*lack*) yang mendasar (ontologis) dalam subjek manusia.

Ketika pertama kali terpisah dari tubuh ibu, ‘keinginan’ ini harus merepresentasikan hasratnya (*desire*) melalui bahasa (sebagai *the discourse of the ‘other’*). Individu kemudian dikeluarkan dari wilayah imajiner untuk dilekatkan dalam struktur penandaan (*significatory structure*) dari budaya patriarkal. Tatanan imajiner tentang kepenuhan dan kelengkapan, produk dari relasi ibu-anak dan fase cermin, secara permanen digantikan oleh pelaksanaan bahasa dan budaya (Stevenson, 1999).

Pembahasan masalah identitas dalam perspektif Lacanian ini bisa digunakan sebagai dasar penelitian tentang wacana kolonialis. Ketika media menampilkan orang kulit putih secara lebih sering dan/atau juga kulit putih lebih sering menjadi tokoh protagonis dalam film, ini berarti ada ketidakseimbangan distribusi kekuasaan. John Fiske dalam artikelnya *White Watch* menggambarkan

Whiteness memiliki kekuasaan sosial untuk menyatakan dirinya sebagai yang normal, sebagai petunjuk dimana normalitas dapat diproduksi maupun disingkirkan melalui batas-batas tatanan sosial. *Whiteness* adalah sumber sekaligus pelaksana normalisasi (Fiske, 2000)

Apa yang menyebabkan orang kulit putih ingin memiliki kekuasaan sosial sehingga mereka menyatakan diri sebagai standar normalitas. Dalam pandangan Lacanian, fenomena ini adalah fenomena *unconscious*. Tokoh yang banyak membahas masalah rasialisme dan kajian budaya adalah Homi Bhabha. Bhabha menggunakan teori Lacanian untuk meneliti wacana kolonialis. Menurutnya, tujuan praktik diskursif adalah untuk menetapkan *the Other* yang secara ideologis tidak ambigu. Bagi Bhabha, strategi kultural superioritas rasial berarti tatanan yang paten dan tak tergantikan. Lebih lanjut Bhabha menjelaskan, stereotip rasial tidak sekedar berarti hasil dari imaji palsu (*false image*) tapi proyeksi fantasi bawah sadar. Sebagai contoh, *the black 'Other'* melalui wacana memberi subjek kulit putih sebuah makna narsistik akan kemurnian yang utuh dan internal. (Stevenson, 1999)

Seperi halnya sesosok bayi dalam *mirror-stage* dapat menyingkir dari perpecahan dirinya melalui sebuah citra yang terpantul dari cermin. Dalam cermin itu dia melihat satu sosok yang utuh dan penuh. Demikian juga halnya dengan wacana kolonialis yang berusaha mencapai kepenuhannya dengan memproyeksikan makna otoritas dirinya sendiri. Media massa dan budaya massa sebagai cerminan dirinya yang harus menampilkan keutuhan dan kepenuhan.

Wacana kolonial, seperti hubungan antara identitas ego dan manifestasinya yang di bawah sadar, selalu dibayangi ketakutan akan perpecahan dirinya sendiri. Hal ini berputar terus melalui citraan media dan wacana budaya populer, keduanya membuktikan kekuatan dan penambahannya atas kekurangannya (Stevenson, 1999)

Media sebagai *name of the father*, yang memberi aturan-aturan bagi pembacanya dan juga memisahkan pembaca dari *desire of the mother*, dari kehangatan hubungan langsungnya dengan realitas. Para 'pembaca' merasa kekurangan dalam hal pemenuhan hasrat dan keinginan-keinginan seksualnya dan ini bisa dipenuhi dengan hubungannya dengan lingkungan 'alamiahnya', dalam hubungan dengan keluarga dan alam sekitarnya. 'Pembaca' masih berada dalam kehangatan sang 'Ibu' yang bisa memenuhi segala keinginan dan hasrat seksualnya sampai pada waktu media massa dengan seperangkat hukum simboliknya masuk ke kehidupan 'pembaca'. Pada saat itulah muncul aturan-aturan baru yang dikonstruksi oleh media tersebut. 'Pembaca' dibuat berjarak dari lingkungan alamiahnya dan dipaksa untuk menuruti aturan-aturan simbolik media. Hasrat seksual 'pembaca' diarahkan menjadi suatu simbol dan penuh syarat. Namun demikian kekurangan-kekurangan yang dialami oleh 'pembaca' justru terpenuhi oleh imaji-imaji dalam media massa karena 'pembaca seperti melihat keutuhan dirinya dalam imaji tersebut.

Hasrat seksualitas pembaca masuk dalam sistem bahasa, psikis dan ideologis media sehingga seakan pembaca hanya bisa mengenali seksualitasnya melalui media tersebut. Terjadi simulasi- pembentukan ‘gejala-gejala’ oleh media dengan proses internalisasi citra media dalam diri individu pembaca. Identitas berada dalam bawah sadar, tidak hadir dengan sendirinya tapi dibangun oleh aturan linguistik media.

Tafsir Tubuh

Pada saat media massa berperan sebagai *name of the father* yang mengatur dan berusaha memenuhi hasrat subjek melalui tatanan simboliknya maka yang terjadi adalah bentuk-bentuk pengawasan dan batasan-batasan terhadap subjek. Identitas subjek menjadi ‘lebih tertata’ dan mudah dikenali, diarahkan, dan lebih efisien. Demi terwujudnya tatanan simbolik berupa sistem bahasa, psikis dan ideologis, media membentuk sistem pengawasan terhadap pembacanya. Pengawasan yang halus dan detail sehingga mencapai diri dan perilaku individu.

Foucault (1977) menguraikan gagasan tentang metode pengawasan yang disebut *panopticon*. Metode pengawasan dalam penjara modern, sebagai analogi metode yang digunakan negara modern untuk menjalankan dan mengatur kontrolnya atas masyarakat. Berbeda halnya dengan negara monarki yang menggunakan kekuatan brutal untuk mengontrol subjeknya, negara demokratis memerlukan tekanan yang lebih terinternalisasi dan canggih untuk membentuk fungsi tersebut. Media massa dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk *panopticon* modern yang canggih. Pengawasan yang dilakukan media massa menggunakan atau melalui metode pendisiplinan terhadap tubuh. Tubuh sebagai sarana, menurut Foucault, bukanlah tujuan akhir kekuasaan. Melalui tubuh maka identitas juga terbentuk sehingga diharapkan muncul kepatuhan-kepatuhan yang bermanfaat. Metode pengawasan yang canggih ini oleh Foucault bisa efektif jika memperhatikan masalah ruang (seni distribusi), pengorganisasian waktu dan kontrol aktivitas.

Salah satu bentuk operasionalisasi pembentukan identitas oleh media adalah dengan memberikan penawaran-penawaran citra tertentu terhadap tubuh. Misalnya dalam media massa dan iklan ditampilkan bagaimana merawat wajah, rambut yang sehat, sampai pada hal yang abstrak seperti melakukan pembatasan tentang apa yang indah dan yang tidak indah, atau cantik dan tidak cantik. Pembentukan citra ini ditekankan pada tubuh manusia. Usaha menguasai tubuh manusia ini dilakukan dalam wacana pelatihan (*exercises*) dan pendisiplinan, misalnya dalam rubrik

kesehatan, mode, sampai dengan berita tentang artis. Tafsir media terhadap tubuh berkait dengan wacana kekuasaan. Dalam media, tubuh menjadi sasaran mekanisme politis dan ekonomis yang berusaha untuk 'menjinakkan' dan membuatnya patuh. Melalui fragmentasi, pembatasan dan perbedaan antara individu satu dengan lainnya yang berupa rubrik-rubrik atau kolom dalam media massa. Kekuasaan yang terjadi dibangun menjadi seakan-akan sebagai 'kodrat alamiah' yang harus diikuti dan dijadikan standar. Strategi kekuasaan ini terjadi pada setiap bentuk interaksi antar individu dan berlaku tiap saat seolah-olah hal yang normal.

Sedikit ilustrasi tentang strategi kekuasaan yang menjalar sampai pada kehidupan sehari-hari dan berbagai bentuk relasi di dalamnya, dengan mengutip dari buku sejarah *Nusa Jawa: Silang Budaya* oleh Denys Lombard.

...Lelaki perkotaan pun cenderung mengenakan sarung begitu mereka berada di rumah, agar santai setelah mandi sore; tetapi ia segera melepaskannya dan mengenakan pantalon kembali bila ada tamu, karena tak pelak lagi mengenakan sarung dianggap kurang berbusana dengan layak (Lombard, 2000).

Penggalan kisah Denys Lombard, seorang ahli sejarah Asia Tenggara, ini menceritakan bagaimana pengaruh Barat (istilahnya pembaratan) yang pada abad ke-19 dan awal abad ke-20 terhadap penggunaan busana di Nusantara.

Transformasi berbusana di atas adalah salah satu dari wujud mekanisme kekuasaan. Kekuasaan kolonialis tidak semata-mata dilihat sebagai bersifat massal tapi juga kekuasaan yang meraih dan mewujudkan dalam masing-masing personal. Penggunaan celana panjang adalah bentuk kekuasaan kolonialis atas budaya busana dan bentuk relasi antar manusia. Celana panjang menandakan penghormatan terhadap tamu sedangkan sarung merujuk pada sikap santai dan ini bisa berlaku jika sang tamu adalah keluarga atau sahabat dekat. Namun lebih dari itu, yang mendasarinya adalah pergeseran bentuk pengetahuan dan kekuasaan. Pergeseran dari penggunaan celana panjang karena takut atau supaya dihormati, dianggap setara dengan bangsa Barat dan 'beradab' (eksternal) menuju pada suatu bentuk kesadaran yang dilandasi pengetahuan tentang efisiensi dan kenyamanan busana tersebut (internal). Ada bentuk normalisasi kekuasaan.

Busana yang melekat pada tubuh manusia menjadi medium metode kekuasaan yang ingin menaklukkan tubuh tersebut. Tubuh manusia menjadi

sarana teknologi politis. Hal ini diuraikan oleh David Garland yang menyatakan:

Tubuh manusia adalah material pokok yang digunakan dan dibentuk oleh semua lembaga-lembaga politis, ekonomis, dan hukum. Sistem produksi, dominasi, dan sosialisasi secara mendasar tergantung pada keberhasilan akan penaklukan tubuh-tubuh. Mereka (lembaga-lembaga tsb.) memerlukan tubuh yang dikuasai dalam suatu pelatihan sehingga membuat tubuh itu jinak, patuh dan berguna dalam tingkatan tertentu (Garland, 1997).

Pembahasan tentang represi terhadap tubuh manusia ini diuraikan oleh Michel Foucault dalam bentuk relasi kekuasaan yang menyebar dan detil – sampai pada tataran individu. Kekuasaan yang ada bukan sekedar berasal dari luar (eksternal) tapi lebih ke internal. Lebih lanjut yang dijelaskan oleh Garland:

Seperti yang kita ketahui, Marxist menempatkan hukuman fisik dalam konteks relasi kekuasaan – diorganisir menurut garis kelas dan didasarkan pada moda produksi yang eksploitatif – dan dalam beberapa hal menggambarkan hukuman sebagai instrumen kekuasaan negara, digunakan untuk melakukan represi atau demi tujuan ideologis. Pendekatan Marxist cenderung meletakkan hukuman sebagai tindakan dari luar, sebagaimana hukuman itu memperlihatkan dampak konteks kelas terhadap bentuk-bentuk hukuman dan terhadap cara-cara penggunaan sanksi dalam hukuman. Foucault, sebaliknya, menitikberatkan pada hubungan kekuasaan internal dalam proses penghukuman, menganalisis hal ini secara detil termasuk tehnik dan pengetahuan yang menyertainya. Dia menghadirkan sebuah pemaparan fenomenologis atas relasi masalah hukum sebagai relasi kekuasaan – sebuah analisis internal tentang bagaimana sebuah lembaga hukum terstruktur, bagaimana mereka melakukan kontrol, dan bagaimana bentuk-bentuk pengetahuan dan tehnik tertentu yang mendukung (Garland, 1990).

Wacana kekuasaan yang ingin diungkap oleh Foucault terutama yang berkaitan dengan kenikmatan-kenikmatan yang muncul. Kekuasaan menurut Foucault bukan *kekuasaan*, dengan ‘K’ besar, sebagai himpunan lembaga dan perangkat yang menjamin kepatuhan warga negara di dalam suatu negara tertentu. Tidak diartikan sebagai cara penundukan yang berbentuk aturan – jadi berbeda dengan kekerasan. Bukan juga sistem dominasi global yang dilakukan suatu unsur atau kelompok atas kelompok yang lainnya. Kekuasaan harus

dipahami sebagai bermacam hubungan kekuatan, yang imanen di bidang kekuatan itu berlaku, dan yang merupakan unsur-unsur pembentuk dan organisasinya.

Target hukuman berpindah, sekarang lebih bertujuan pada ‘jiwa’ terhukum daripada langsung menuju pada tubuhnya. Perubahan dalam teknologi penghukuman – dari tiang gantungan ke penjara – penting bagi Foucault untuk melihat perubahan yang lebih mendalam tentang karakter keadilan itu sendiri. Misalnya dalam masalah pengenalan seorang tahanan, untuk mengetahui tindakan kriminal dan sumber-sumber kriminalitasnya. Dalam sistem modern fokus penghakiman berubah dari suatu serangan langsung pada diri tahanan menuju pada pertanyaan-pertanyaan tentang karakter, latar belakang keluarga, dan sejarah dan lingkungan individu tersebut. Ini pada akhirnya akan melibatkan para ahli – psikiatri, kriminolog, pekerja sosial dan sebagainya – dalam proses hukum, mereka akan mengidentifikasi abnormalitas tahanan menurut latar belakang ilmu mereka masing-masing dan berusaha melakukan reformasi (Garland, 1990).

Penjinakan tubuh dilakukan tidak lagi dengan model kekerasan dan penyiksaan tubuh atas dasar wewenang penguasa tertentu, tapi lebih pada bentuk pendisiplinan dan pelatihan tubuh yang dilakukan oleh beragam lembaga yang tersebar dan berlangsung seakan-akan terus menerus (dirasakan sebagai rutin). Kebanyakan penjinakan terhadap tubuh tidak disadari oleh ‘korban’ karena hal itu diselimuti oleh bentuk-bentuk keyakinan yang didasari pengetahuan. Transformasi dari penjinakan tubuh yang destruktif (penyiksaan dan kekerasan) menuju pada bentuk penjinakan dengan disiplin dan pelatihan yang rutin lebih efektif karena mampu membentuk manusia baru yang bisa digunakan demi kepentingan kekuasaan tertentu. Melalui perubahan perilaku dan keterampilan baru, seseorang bisa dimanfaatkan. Rouse menjelaskan:

Transformasi paling penting yang diuraikan Foucault adalah terhadap skala dan kontinuitas penggunaan kekuasaan, yang juga meliputi sebagian besar pengetahuan detail. Foucault tertarik pada perbedaan antara penggunaan kekuatan destruktif yang masif tapi tidak terus menerus (eksekusi publik, pendudukan militer, kekerasan dalam revolusi) dan tekanan yang terus menerus membebani dalam praktik disiplin dan pelatihan (Rouse, 1994).

Lalu bagaimana mekanisme penundukan tubuh melalui disiplin dan pelatihan ini? Pelaksanaan praktik penundukan ini bekerja secara langsung, dengan pembentukan kembali ruang dan melakukan reorganisir waktu yang digunakan oleh orang-orang. Tubuh dan unsur-unsurnya dipilah-pilah dan didistribusikan dalam waktu dan ruang yang berbeda-beda bagi masing-masing

individu. Pendistribusian ini adalah metode untuk membuat tubuh menjadi patuh.

Girls, Girls, Girls

Mata para model yang menandai sampul depan majalah selalu menatap sang pembaca, seakan sebuah cermin yang memandangi balik kepada kita. Sintagma linguistik pada sampul menyapa pembaca dengan sebutan ‘kamu’, menawarkan sesuatu untuk membuat ‘kamu’ menjadi lebih bahagia, lebih baik. (Bignell, 1997)

Kawanku memuat sekitar 100 halaman penuh warna dengan tata letak yang terkesan padat, karena satu halaman bisa berisi foto, gambar ilustrasi, dan tulisan (sering menggunakan dua jenis huruf sehingga kelihatan ramai). Biasanya satu artikel tidak lebih dari dua halaman dan itupun halamannya lebih dikuasai gambar-gambar.

Isi majalah ini terdiri dari beberapa rubrik tetap (hampir selalu ada tiap edisi - walaupun kadang-kadang tidak ada) dan laporan utama. Tiap edisi ada laporan utamanya (tema utama) yang mengulas satu fenomena tertentu, bisa pertunjukan artis (misalnya, *F4*), film (misalnya, *Harry Potter*), teknologi (misalnya, *internet*), astrologi (misalnya, *Shio Kambing di Tahun 2003*), kegiatan tertentu (misalnya, *persiapan liburan, persiapan masuk sekolah, dll.*), dan sebagainya. Tema utama mendominasi isi majalah, dengan didukung oleh artikel-artikel tetap.

Rubrik tetap tidak selalu berada pada halaman yang sama tiap edisinya, misalnya rubrik ‘*Surat*’ bisa berada pada halaman dua belas, tapi edisi berikutnya berada di halaman empat belas, demikian juga dengan rubrik tetap lainnya. Kelonggaran dalam penempatan rubrik ini didukung dengan penulisan angka halaman yang sangat kecil (kira-kira jika menggunakan acuan jenis huruf *Times New Roman* ukuran sembilan). Ukuran angka halaman yang kecil ini dimulai sejak tahun 1999, sebelumnya ukurannya masih wajar (sama dengan ukuran huruf pada artikelnya). Dengan demikian angka halaman tidak menjadi rujukan utama untuk mencari artikel tertentu. Urutan atau kesinambungan masing-masing teks dalam majalah tersebut bukan hal penting dalam proses pemaknaan penanda-penanda majalah tersebut. Artinya, dalam suatu susunan yang begitu dinamis dan dengan tampilan meriah dari masing-masing halaman, cukup sulit mencari satu artikel tertentu dalam waktu singkat, meskipun kita sudah melihat daftar isi – karena angkanya terlalu kecil. Meski demikian, makna tidak dicapai melalui suatu pola fungsional yang saling berurutan namun dari pengulangan-pengulangan isi artikel dalam satu majalah. Sebagai contoh, kita bisa mendapatkan pembahasan masalah kecantikan dari rubrik: *Cantik*,

Soal Kita, *Bugar* bahkan *Surat*. Makna ‘cantik’ akan kita peroleh dari beberapa rubrik yang berbeda secara terpisah-pisah bukan dengan cara penelusuran yang urut. Dengan kata lain, teks *Kawanku* lebih paradigmatik daripada sintagmatis.

Analisis paradigmatik teks membangun maknanya dengan cara membandingkan teks tersebut dengan teks lain (*difference*) yang masih sejenis. Selain itu, dalam teks paradigmatik juga bisa dimaknai dalam rangka proses pencitraan. Citra yang melekat pada teks tersebut bisa membangkitkan makna tertentu. Misalnya kalimat pada rubrik *Fashion* "...Dari pilihan warnanya yang kita suka sampai jenis bahannya yang semakin *trendy*" (*Kawanku*, No.27/XXXII, 2003). Kata ‘*trendy*’ dalam kalimat tersebut akan mendapatkan maknanya jika kita melihat dan padukan dengan isi rubrik atau artikel lain dalam majalah tersebut, dengan rubrik *Pernik* yang berisi asesoris tertentu, *Cantik* yang berisi saran tentang bagaimana tampil cantik, *Profil* tentang kisah para selebritis dan juga melalui beberapa iklannya. Dengan demikian, kata ‘*trendy*’ bisa diasosiasikan dengan ‘cantik’, ‘unik’, ‘lucu’, ‘keren’, ‘aktif’, *funky*, dan sebagainya yang berada di luar tanda tersebut.

Iklan dalam majalah *Kawanku* menjadi salah satu teks yang mendukung makna dalam analisis paradigmatik. Iklan di sampul belakang sebagian besar adalah iklan kosmetika, demikian juga sampul dalam muka. Iklan kosmetika satu halaman penuh dan berwarna ini menampilkan seorang/beberapa orang remaja perempuan dengan wajah penuh senyum. Seperti pada *Kawanku* No.23/XXXII 2002, pada sampul dalam muka terdapat iklan produk kosmetika *facial wash* dari *Marina*. Menampilkan dua remaja perempuan tersenyum menampilkan deretan gigi yang putih dengan pengambilan gambar *close up*. Iklan itu disertai tulisan ...'jadikanlah wajahmu lebih bersih, segar, bebas jerawat dan cantik alami..'. Pada sampul belakang ada iklan dengan penampilan mirip (modelnya juga dua remaja dengan senyum yang sama dan gigi putih), iklan pembersih wajah *Clean & Clear* dengan narasi ‘...zona T wajib kamu jaga kebersihannya biar nggak nimbunin masalah, seperti jerawat..’. (Kawanku, No. 23/XXXII). Iklan-iklan ini paralel dengan permasalahan yang dialami remaja dalam rubrik *Soal Kita*. Pada rubrik tersebut terlihat berbagai pertanyaan yang diajukan remaja tentang berbagai masalah salah satunya adalah masalah wajah, seperti: “Hi! Nama saya Nita. Umur 16 tahun. Saya punya jenis kulit berminyak. Masalahnya, harus nggak saya memakai pelembab pada saat mau keluar rumah?...”. Wajah yang ‘cantik’ adalah wajah yang tidak ‘bermasalah’, wajah yang ‘tidak bermasalah’ adalah wajah yang tidak dirawat, tidak berminyak, putih, halus.

Membaca Rubrik

Pada majalah *Kawanku* No.27/XXXII 2003 masalah perawatan tubuh bisa dicari pada rubrik *Cantik*, yang memberi saran tentang apa saja yang perlu dibawa untuk menjaga tampil *fresh* sepanjang hari (kertas minyak, tisu, *cleanser*, dan sebagainya) serta bagaimana cara menggunakannya, kemudian kita juga bisa membaca pada rubrik *Soal Kita*, yang berisi pertanyaan dari pembaca tentang bagaimana mengatasi rambut kering dan pecah, kulit belang-belang dan pipi tembem. Demikian juga dengan masalah pacar (laki-laki), bisa didapat di rubrik *Help* ('Masih Sayang Mantan', 'Jual Mahal'), *Dating* ('Dikejar Mantan, Saat Kita Punya Gebetan'), sampai *Profil* (tentang profil model sampul: Indah, di dalamnya berisi beberapa pendapatnya tentang cowok "...makanya aku kepingin punya cowok yang bisa ngertiin aku...").

Kejadian yang ada di majalah ini terus berulang, tidak ada awal dan akhir. Suatu masalah tidak diselesaikan dalam proses berjenjang, dari satu tahap ke tahap lainnya, tapi lebih pada proses pengulangan. Pembaca ditempatkan pada posisi yang selamanya tidak tahu sekaligus selamanya tahu. Pertanyaan tentang 'bagaimana jika kita masih sayang sama mantan pacar' adalah pertanyaan yang sudah diketahui jawabannya. Majalah hanya memberi 'pil penenang' dan seperti halnya seorang teman yang setia mendengarkan keluhan seorang anak dan dengan sabar memberi saran yang juga sudah berulang kali ia sampaikan. Yang utama di sini bukan jalan keluar atau pemecahan masalah secara jitu tapi lebih pada penataan diri pembaca yang sudah carut marut. Claude Levi-Strauss dalam bukunya *Mitos, Dukun dan Sihir*, menjelaskan bagaimana peran dukun pada masyarakat tertentu tidak berbeda dengan psikoanalisis. Dukun saat membantu seorang ibu melahirkan terus membaca mantra yang berisi legenda-legenda. Mantra itu dibacakan secara monoton dengan irama tertentu. Tentu saja mantra ini tidak berakibat langsung terhadap fisik dalam proses melahirkan tersebut, namun bisa membantu menata jiwa sang ibu. Mirip dengan apa yang dilakukan oleh psikoanalisis ketika mendengarkan dan membiarkan 'pasiennya' bercerita apa saja. Bedanya, yang pertama, dukunlah yang bercerita sedangkan yang kedua pasien lebih banyak bercerita. Demikian juga *Kawanku* yang terus mengulang-ulang informasi tentang hal yang sama (tentang cara-cara mengobati jerawat, cara menghadapi *cowok*, bagaimana berpenampilan yang *cool*) juga membiarkan pembacanya bertanya tentang hal yang sama/mirip terus menerus dan menjawabnya dengan jawaban yang sama (kemasannya saja yang berbeda).

Majalah *Kawanku* berusaha menjadi kawan bagi pembacanya, kawan yang berbeda dengan guru, atau dengan orang tua. Ada usaha untuk menghindari kesan menggurui karena diandaikan para pembacanya, sebagai remaja, enggan menerima informasi yang bersifat menggurui. Penghindaran-penghindaran ini dapat dibaca dari pemilihan kata yang digunakan. Ini adalah salah satu karakter pembaca yang dikonstruksi oleh majalah *Kawanku*. Remaja yang tidak suka digurui! Remaja yang mau menerima informasi jika dikemas secara populer. Usaha mengkonstruksi identitas ini adalah proses mengajak pembaca menjadi subjek. Pembaca masuk dalam sistem makna *Kawanku*, ke dalam tatanan simbolik yang dibangun oleh majalah tersebut. Bentuk-bentuk simbolik yang ada salah satunya adalah bahasa. Melalui panggilan tertentu (*girls*) pada pembacanya, slogan-slogan (*'majalah cewek active & smart', 'smart & funky', 'be fit', 'why not'*), bahasa sehari-hari yang dicampur bahasa asing (Inggris), *Kawanku* mengajak pembaca untuk turut mengkonstruksi suatu sistem makna yang di dalamnya terlibat masalah identitas pembaca.

Bahasa dan Identitas

Parole dalam majalah *Kawanku* berupa bahasa yang biasa digunakan adalah hasil dari ekspresi masing-masing individu yang kemudian menjadi gaya berbahasa kelompok dan memiliki arti yang 'tepat' jika digunakan oleh para anggota kelompok tersebut. Bahasa Indonesia masih dominan (namun tata bahasanya nanti dulu) disertai dengan bahasa Betawi, campur dengan gaya bahasa slang. Selain itu, tidak bisa dipisahkan, adalah penggunaan bahasa asing – terutama Inggris – dalam majalah tersebut.

Kawanku menggunakan bahasa sehari-hari yang banyak digunakan remaja dalam pergaulannya terutama remaja Jakarta. Baik kosakata maupun strukturnya menggunakan gaya bahasa lisan. Bahasa lisan yang tertulis. Ketika bahasa sudah menjadi tulisan maka yang terjadi adalah pembekuan bahasa dan pembaca dianggap memiliki kesamaan referen di kepalanya. Banyak *parole Kawanku* yang sudah dipahami secara luas, seperti kata 'udah', 'enggak', 'deh', 'aja'. Namun beberapa adalah kata yang relatif 'baru' dan kemungkinan akan usang dan diganti dengan istilah baru. Misalnya, 'doi' (dia), 'bete' (*bad tempered?*), yang kemudian berkembang menjadi 'bta' (bete abis), 'garing' (leluconnya kering atau membosankan), 'jayus' (lelucon yang tidak lucu), 'jomblo' (tidak punya pacar), 'ilfil' (ilang *feeling*, tidak punya selera atau rasa lagi), 'camen' (kependekan dari cacat mental). Penjelasan yang diberikan penulis di dalam kurung adalah pengertian umum bukan makna yang pasti karena kata-kata tersebut maknanya sangat arbitrer dan kontekstual.

Dalam rubrik *Dating* yang bertema ‘Sepuluh Ucapan yang Bikin Cowok Menjauh’ (*Kawanku*, No. 26/XXXII 2002) terdapat kalimat sebagai berikut:

‘Heran, kok gebetan atau pacar jadi menjauh? Cek, barangkali kita sering melontarkan kata-kata yang bikin doi *ilfil*.’

‘Cowok nggak suka sama cewek yang *camen* alias ‘cacat mental’. Kayak bersendawa di depannya’

Kata ‘*ilfil*’ berasal dari gabungan kata ‘*ilang*’ bahasa Indonesia dan ‘*feeling*’ dari bahasa Inggris. Kata ini mengingatkan pada istilah *ill feeling* (kebencian, ketidaksukaan yang kuat). Kata-kata ini adalah penanda yang dimaknai dengan penanda lainnya. Artinya, tidak ada makna yang stabil dalam bahasa *parole* ini. Suatu kata hanya jejak dari penanda lainnya. Seperti jika kita membuka kamus untuk mencari makna suatu penanda maka yang akan kita temukan adalah kumpulan penanda lain. Kata ‘*ilfil*’ secara persis tidak ditemukan dalam kamus namun ia terbentuk dari hubungan penanda (misalnya *ill*) dengan penanda lainnya (misalnya *feeling*). Lacan membaca ini sebagai metonimi daripada metafora. Metonimi adalah makna yang dibangkitkan oleh tanda lain, sedangkan metafora lebih pada realitas lain. Lacan meletakkan penanda sebagai unsur tanda yang utama.

Kata dalam bahasa Inggris sering digunakan baik berupa kalimat utuh maupun kata yang diselipkan dalam kalimat berbahasa Indonesia tanpa ada penjelasan atau terjemahannya. Kata berbahasa Inggris ini bukan sebagai bahasa asing atau untuk menjelaskan kata yang tidak ada dalam bahasa Indonesia tetapi sudah menyatu sebagai bentuk *parole* majalah ini. Walaupun bahasa Inggris yang ada dalam artikel *Kawanku* selalu dicetak miring (*italic*) dan ini berarti masih ada usaha untuk membedakannya dengan bahasa Indonesia namun jumlah penggunaan kata dan kalimat bahasa Inggris sangat banyak sampai ke penggunaan judul artikel dan nama rubrik juga banyak yang berbahasa Inggris (dan tidak menggunakan *italic*).

Slogan majalah ini juga berbahasa Inggris (lihat tabel 1), mulai dari *Smart & Funky* sampai *Be Fit!*. Kemudian juga sebutan atau panggilan bagi pembacanya adalah *girls* atau *gals*. Dalam No.52/XXXI 2002, di sampul muka *Kawanku* terdapat tulisan besar yang menjadi laporan utama edisi ini: *Edisi Liburan: Do What You Wanna Do!* Salah satu artikelnya berjudul *Fresh on the Way in Holiday*. Nama-nama rubrik pun sebagian berbahasa Inggris, seperti: ‘*Friend Fix*’, ‘*Help*’, ‘*Dating*’, dan sebagainya. Penggunaan bahasa Inggris sebagai bagian dari bahasa sehari-hari dan tidak asing lagi. Kondisi ini mengandaikan bahwa pembaca *Kawanku* sudah cukup akrab dengan bahasa Inggris. Paling tidak sejak SMP sudah mendapat pelajaran bahasa Inggris. Media dengan konsumen utama adalah remaja sering menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pelengkap. MTV Indonesia, misalnya, menggunakan

bahasa pengantar campuran bahasa Indonesia dengan selipan bahasa Inggris. Meskipun sebagian besar memang berisi produk Amerika Serikat, namun audiensnya adalah orang Indonesia dan juga diucapkan oleh pembawa acara orang Indonesia. Bahasa Inggris dalam produk budaya ini bukan bahasa asing tapi lebih pada bahasa sehari-hari yang normal. Dalam pola bahasa seperti ini maka terjadilah usaha normalisasi. Bahasa Inggris (Barat) adalah budaya yang wajar dan standar bagi remaja, sedangkan bahasa Indonesia yang baku akan terkesan aneh jika berada dalam produk budaya ini. Jika dibandingkan dengan majalah wanita dewasa seperti *Femina*, maka terlihat perbedaan pola bahasa. Bahasa yang digunakan *Femina* relatif lebih 'baku', dengan bahasa Inggris yang sangat sedikit dan penggunaannya hanya terbatas pada istilah-istilah khas yang tidak diperoleh di bahasa Indonesia.

Representasi teks ini adalah usaha kategorisasi dan normalisasi politis. Ketika jaman kolonial Belanda, bahasa Belanda adalah bahasa yang hanya dikuasai dan digunakan oleh orang-orang dari golongan tertentu saja di masyarakat Indonesia. Penguasaan bahasa adalah salah satu kategori yang menentukan posisi seseorang dalam kehidupan sosial dan politik. Misalnya, seseorang akan dianggap lebih efektif dan efisien bagi perusahaan atau lembaga jika ia menguasai bahasa Belanda dan ia akan ditempatkan di ruang ekonomi dan politis yang berbeda dengan orang yang tidak bisa. Karena dengan kemampuan berbahasa tersebut diandaikan seseorang memiliki pengetahuan (rasio) yang sesuai, dengan kata lain memiliki 'kebenaran'. Demikian juga ketika bahasa Inggris menjadi bahasa 'pengetahuan' di Indonesia, majalah *Kawanku* adalah bagian dari kendaraan 'kebenaran' tersebut untuk mengantar pembaca pada tuntutan efisiensi dan efektivitas.

Makna kata berbahasa Inggris dalam majalah ini bukan makna denotasi dan bukan pula didapat jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia. Kata *Smart and Funky* bukan bermakna terjemahan 'cerdas dan eksentrik'. Kata *smart and funky* memiliki petanda sendiri yang memang *smart and funky* itu sendiri. Remaja yang *smart* bukan remaja yang 'cerdas'. Kedua kata itu memiliki konotasi yang berbeda dalam majalah tersebut. *Smart* memiliki signifikansi paradigmatik dengan *cool, funky, cute, fashionable*.

Sebutan yang dipilih *Kawanku* bagi pembacanya adalah *girls* bukan 'putri' atau 'kalian' atau 'teman' atau yang lainnya (lihat table 1). Bahkan beberapa kali menggunakan istilah *gals*, sebuah istilah 'slang' dari *girls*. Keduanya memiliki kesamaan suara jika dibaca dan denotasi yang sama namun konotasinya berbeda, *gals* terkesan lebih 'baru', lebih tertentu – komunitas yang lebih sempit. Karena dalam masyarakat yang berbahasa Inggris sekalipun kata *gals* bukan kata yang umum digunakan, walaupun sudah ada di kamus *Webster's New World Dictionary and Thesaurus*.

Tabel 1 Konotasi *Girl* dan Putri

<i>Girl</i>	Putri
Barat	Timur
Informal	Formal
Liberal	Konservatif
Modern	Tradisional
Akrab	Berjarak
Aktif	Pasif
Terbuka	Sopan santun

Oposisi biner pada tabel 1 adalah bagian dari tindakan ideologis majalah *Kawanku*. Tanda *girl* tidak memiliki makna pada dirinya sendiri. Makna *girl* diperoleh dengan membaca tanda-tanda yang tidak hadir (*in absentia*). Pada pembahasan ini, penulis melakukan penilaian dengan mengoposisikan tanda *girl* dengan ‘putri’. Kedua kata tersebut bisa memiliki makna denotasi yang sama, yakni ‘orang berjenis kelamin perempuan yang berada pada masa akil balig’. Namun konotasinya terutama yang direpresentasikan *Kawanku* berbeda. Walaupun kata ‘putri’ tidak hadir dalam *Kawanku* namun kata tersebut memberi nilai perbedaan pada *girl*. Pada tabel 1 diperlihatkan beberapa nilai *girl* yang didapat dari perbedaannya dengan ‘putri’. *Girl* jelas berasal dari bahasa Inggris dan memiliki konteks budaya Barat yang modern, berbeda dengan ‘putri’ yang bisa dimaknai sebagai seorang remaja perempuan dari Timur, berada dalam lingkup tradisi sopan santun tertentu (dalam keraton atau kerajaan, misalnya). *Girl* lebih mengekspresikan kebebasan dalam arti kemandirian, misalnya bisa menentukan sendiri calon pacarnya atau dengan kata lain dalam masalah seksualitas, *girl* dituntut aktif. Sedangkan ‘putri’ masih tertutup atau pasif dalam masalah seksualitas atau tidak berani mengungkapkan hasratnya karena terikat tradisi. *Girl* karena modern maka dituntut menguasai dan akrab dengan teknologi, paling tidak biasa *chatting* di internet. *Girl* terbuka terhadap dunia luar, sedangkan aktivitas ‘putri’ lebih banyak di wilayah domestik, teknologi informasi bukan tuntutan baginya karena dunianya adalah keluarga. Dari perbedaan ini bisa dilihat nilai dari tanda *girl* yang dikonstruksi *Kawanku*.

Seperti yang diuraikan sebelumnya, salah satu tesis ideologi menurut Althusser adalah *interpelasi* – menyapa pembaca untuk kemudian menjadikannya subjek yang terlibat dalam tatanan simbolik teks tersebut. Pembaca adalah *girl* dan merupakan bagian dari karakter *girl*. Pembaca diajak untuk mengenali dirinya sebagai *girl*. Mengenali diri sebagai remaja

perempuan yang aktif, ceria, bebas, *fashionable*, terbuka, dan modern, dan itu semua sesuai dengan sistem makna *Kawanku*.

Ideologi dan Gejala

Girl adalah mitos yang melaluinya identitas ideologis mengambil bentuk. Barthes menyebut *misrecognition* sebagai salah satu karakter mitos. Melalui mitos, sejarah dan makna sebuah teks dicuri dan diselewengkan. Diselewengkan atau dicuri bukan berarti diselewengkan atau dicuri dari makna yang sebenar-benarnya. Karena makna yang benar-benar melekat pada tanda tidak ada. Namun lebih pada pengambilalihan konsep demi tujuan tertentu, yakni sebagai kendaraan ideologi yang dominan. Seperti halnya *misrecognition* pada pembahasan Lacan tentang 'aku'. Konsep 'aku' adalah 'aku yang lain'. Proses penamaan dan pelekatan identitas melalui perampasan individu dari kondisi 'naturalnya' dan memasukkan individu dalam suatu tatanan simbolik yang berisi regulasi-regulasi, bahasa dan penamaan dari lingkungannya (*umwelt*). Jadi, 'aku' yang ada adalah 'aku' yang berasal dari orang lain (*the other*). Konsekuensinya adalah tercipta identitas yang tersalahpahami (*misrecognition identity*). Tidak mungkin untuk melacak kembali identitas natural individu karena usaha ini hanya akan membentur simbol-simbol lain yang tertata berlapis. Ketika individu lahir ia sudah berada dalam bahasa sang pengasuh, kemudian masuk dalam keluarga beserta aturan dan hukuman-hukuman, setelah itu masih ada regulasi-regulasi dalam masyarakat. Semua lapisan ini membentuk 'aku'. 'Aku' yang ada adalah 'aku' yang dinamai oleh dunia luar atau orang lain (*the other*) maka 'aku' adalah 'aku yang lain'. 'Aku' yang sesungguhnya tidak akan bisa ditemukan, individu hanya bisa melihat gejala-gejala dari 'yang sesungguhnya'. Gejala-gejala tersebut, menurut psikoanalisis, berupa hasrat-hasrat seksual, irasionalitas, dan tubuh yang tercerai berai dan ini kadang-kadang muncul melalui mimpi karena lingkungan tidak mengizinkan gejala ini terwujud.

Pada *Kawanku* penataan gejala-gejala ini bisa dibaca dalam beberapa artikel. Ada yang sebuah rubrik yang disediakan untuk menjawab masalah-masalah pembaca. Ruang ini diasuh oleh *Mbak Shanti*, seorang psikolog dan katanya sudah biasa menangani berbagai macam persoalan remaja. Masalah yang diajukan biasanya adalah masalah individu dalam relasinya dengan lingkungan. Lingkungan ini kebanyakan keluarga (orang tua, saudara), teman, guru, dan pacar. Beberapa kesulitan yang dihadapi remaja dalam menghadapi lingkungan adalah kesulitan, ketidakmampuan, bertentangan dalam menempatkan diri pada hukum yang berlaku. Berikut rubrik *Help* dari No. 3/XXXII 2002. Ada tiga masalah :

1. Larangan Ayah

Dear Mbak Shanti, mulai sekarang saya dilarang oleh ayah saya gaul sama temen cowok. Waktu saya lagi dengerin musik di kamar, ada temen saya yang nyari dan tanyain saya. Ayah saya menjawab saya nggak ada. Sesudah itu saya dimarahi ayah, saya tidak boleh main sama temen cowok. Nanti dianggapnya jadi orang yang nggak bener. Bantu saya, gimana caranya agar saya boleh bergaul sama temen-temen cowok. Alimah, Jepara

Jawab:

Susah juga ya, kalau pertemanan kita dibatasi? Ayah kita melakukannya karena khawatir akan terjadi sesuatu yang negatif pada kita. Informasi-informasi dari berbagai sumber juga banyak mempengaruhi ayah kita. Untuk itu kita harus ngomong sama ayah kita, tentang kebutuhan-kebutuhan kita, dan keuntungan-keuntungan yang kita dapat jika bergaul sama cowok-cowok. Tentu hal-hal yang positif lho! Mungkin kita dan ayah bisa saling kompromi dan bikin perjanjian bersama, sehingga ayah enggak khawatir. Kita pun bisa belajar gaul dan mengenal cowok. Coba juga dekati ibu, sehingga ibu bisa membantu.

2. Teman Sirik

Mbak, aku lagi sebel sama teman yang sirik sama aku. Cawu I kemaren aku dapat ranking, aku nggak nyangka bakal ada yang sirik sama aku. Sampe jelek-jelekin aku ke temen-temen. Untungnya temen-temen masih mau berteman sama aku. Cawu II aku nggak dapat ranking lagi, dan nilaiku turun. Itu orang pasti seneng banget, karena aku jeblok. Aku harus bagaimana ini? Dapet ranking aku disirikin temen. Nggak dapet ranking, aku kecewain ortu. Niki, Bekasi.

Jawab:

Susah juga punya teman yang suka sirik. Yang penting kita harus selalu berada pada jalan dan cara yang benar, dan berusaha sendiri saat ulangan-ulangan, hingga hasilnya membanggakan. Hasil yang kita peroleh adalah buah usaha kita. Jadi jangan sampai usaha kita menurun karena ulah teman tersebut. Hati kita akan tenang kalau memang melakukan yang benar. Jangan lupa, bantu juga teman kita dalam belajar, sehingga kita bersaing positif. Dan jangan sombong, ya!

3. Dihina Adik

Aku punya badan big size. Adikku tuh selalu ngomongin ke orang-orang kalau aku jumbo. Aku malu ke orang-orang, Mbak. Aku pernah negur dia, tapi dia malah marah-marah. Atau dia ngancam nggak mau ngajak aku bercanda lagi. Pikirnya itu hanya bercanda. Nggak Cuma itu ,Mbak. Dia sering ngajutuhin aku di depan orang banyak. Aku hanya bisa nangis. Mengapa aku hidup hanya untuk dihina? Tolong bantuin, ya? Agar aku nggak berlarut-larut dalam keasingan di antara orang lain. Tuti, Yogyakarta.

Jawab:

Wah, sedih banget jika kita dihina dan disakiti. Semua orang punya kelemahan dan kelebihan. Mungkin adik kita nggak sadar, selama ini telah menyakiti kita. Kita bisa bilang ke ortu juga, jika kita diperlakukan dengan beda. Bilang, kita pun butuh support untuk menghadapi kelemahan ini. Yang penting, kita jangan tenggelam dengan kesedihan kita, sehingga lupa berdoa dan memperhatikan orang lain. Jika kita mengasingkan diri, mana mungkin orang lain mau memperhatikan kita.

Dari ketiga masalah tersebut, jawaban yang diberikan redaksi memiliki kecenderungan yang kurang lebih sama, yakni jawaban yang lebih pada bagaimana individu menyesuaikan diri dengan lingkungannya, bukan bagaimana mengatur lingkungannya. Jalan keluar yang ditawarkan redaksi cenderung kompromis dengan nilai lingkungan dan penekanan pada perbaikan dalam diri individu. Seperti jawaban pada masalah pertama, “... *mungkin ayah khawatir terjadi sesuatu yang negatif pada kita...dst*”. Pernyataan ini memperlihatkan adanya kesepakatan atas suatu tatanan nilai yang tertuang pada simbol laki-laki, yang harus diwaspadai dan dihindari jika tidak positif atau menguntungkan. Yang tidak menguntungkan dan negatif adalah yang berkaitan dengan hasrat seksual. Hukum orang tua menempatkan seksualitas pada konteks heteroseks (dengan lawan jenis). Ada waktu tertentu yang sudah disiapkan untuk menerima hubungan dengan laki-laki. Ini adalah ‘atas nama ayah’. Dibalik pelarangan itu juga ada pembolehan (naturalisasi) yang juga sekaligus pelarangan, yakni pandangan tentang seksualitas yang bukan heteroseks. Larangan itu melekat pada naturalisasi. Lesbianisme, misalnya, tidak termasuk dalam gagasan seksualitas sang ayah, juga sang anak. Walaupun itu tidak disebut. Teman perempuan tidak diwaspadai karena dengan sendirinya sang anak, yang berada dalam tatanan nilai heteroseks, akan menghindari atau tidak menyadari kenikmatan dan hasrat lain diluar hubungan dengan jenis laki-laki.

Redaksi lebih memiliki kesepakatan dengan hukum yang berlaku di lingkungan daripada hasrat individu. Jawaban yang diberikan memang sejalan dengan pertanyaan yang juga berupa ketakutan-ketakutan akan ketidakmampuannya berelasi dengan lingkungan bukan ketidaksepakatannya dengan lingkungan. Dengan kata lain, penanya pun sepakat dan menganggap wajar lingkungannya, sebaliknya, dirinyalah yang tidak wajar.

Ketergantungan yang besar terhadap lingkungan demi keberadaan dirinya terbaca pada pertanyaan-pertanyaan yang muncul. Pada masalah kedua, seorang remaja berusaha untuk diakui keberadaannya (tidak dipermasalahkan) di kalangan teman-teman sehingga ia mengorbankan nilai-nilai pelajarannya. Ini sesuai dengan ciri manusia yang oleh Nietzsche disebut sebagai makhluk yang tidak bermutu (*degenerate creation*). Manusia adalah makhluk yang tidak sempurna sehingga memerlukan seperangkat pengakuan dan hukum untuk bisa berhubungan dengan lingkungan. Ketakutan dan keterikatan terhadap lingkungan membuat manusia menjadi neurotik. *Kawanku* mendukung penuh gejala neurosis ini dengan saran-saran yang mendorong pembaca lebih bisa menyesuaikan diri (membantu temannya dalam belajar, jangan sombong, misalnya).

Demikian juga dengan masalah yang ketiga, *Kawanku* memberi saran supaya penanya tidak putus asa dan berani menghadapi kenyataan bahwa tubuhnya gemuk serta tidak mengasingkan diri. Saran yang kelihatannya memberi dukungan pada penanya ini menjadi bertentangan karena dalam rubrik tersebut ada ilustrasi berupa gambar gajah dan seorang anak kecil yang tengah tertawa. Gambar gajah ini mewakili si penanya yang bertubuh gemuk dan anak kecil mewakili adiknya yang selalu menghina kakaknya. Penampilan gambar gajah ini menunjuk pada tubuh penanya yang gemuk seperti binatang gajah. Gemuk sama dengan gajah. Ini memperlihatkan *Kawanku* tetap berusaha melakukan naturalisasi. Adalah natural jika gemuk itu bermasalah dan berbeda dengan manusia yang 'normal'. Kegemukan adalah tubuh yang tidak normal dan tidak diinginkan oleh pemilik tubuh. Makna ini bisa didapat juga pada representasi tubuh remaja yang ada di iklan, rubrik mode, maupun rubrik kesehatan. Gemuk berada di luar kategori efisiensi politis dan ekonomis majalah tersebut. Orang gemuk direpresentasikan dengan gambar gajah bukan manusia seperti halnya tubuh yang lain. Tempatnya berbeda. Representasi ini justru bersifat menyudutkan dan mengasingkan sang penanya atau mengeluarkan penanya dari kategori 'komunitas' *Kawanku*.

Kawanku menggunakan beberapa argumen untuk menenangkan dan memberi jalan keluar bagi masalah penanya dan argumen tersebut adalah bentuk pengukuhan dan penstabilan mitos tentang identitas yang utuh dan rasional. Ada hukum yang diberlakukan oleh *Kawanku* untuk menata identitas

pembaca. Identitas yang normal adalah yang sejalan dengan lingkungan dan dibentuk oleh lingkungan.

Tubuh dalam Foto

Representasi tubuh dalam *Kawanku* tampil dalam bentuk foto-foto yang ada di iklan, sampul, dan juga artikel-artikel lainnya. Sebagian besar yang tampil adalah para model. Dengan materi foto para model, bisa dikatakan foto tersebut dihasilkan melalui proses rekayasa atau direncanakan dan diatur sebelumnya. Melalui foto-foto di majalah tersebut, akan diuraikan bagaimana bangunan ideologi yang ingin disampaikan pada pembaca.

Pose para model merupakan tanda yang menjadi kendaraan bagi ideologi majalah tersebut. Seperti sudah diuraikan sebelumnya bahwa ideologi memiliki kekuatan interpelasi dan menyelewengkan pemahaman tentang identitas (*misrecognition identity*). Penyelewengan ini bertujuan untuk memenuhi target-target politis atas tubuh. Seperti yang dijelaskan oleh Foucault, bahwa melalui metode-metode pendisiplinan yang mengatur tubuh maka tubuh diharapkan menjadi patuh dan mudah diatur demi kepentingan tertentu.

Pose tubuh sudah diatur sedemikian rupa dan ini berbeda dengan keadaan tubuh yang spontan alamiah. Paling tidak berbeda dalam hal tujuan foto tersebut. Fotografi adalah tanda *icon*. Menurut Peirce, *icon* merupakan tanda yang memiliki kemiripan dengan referennya sehingga tidak terikat pada pemaknaan satu budaya tertentu. Dengan demikian, foto adalah bentuk representasi yang nyaris sama dengan referennya (berbeda dengan tulisan yang tidak memiliki hubungan langsung dengan referennya). Namun foto dalam iklan maupun foto yang menggunakan model memiliki ruang pemaknaan yang lebih luas dan memerlukan pemahaman dalam konteks budaya tertentu.

Karakter foto-foto yang ada dalam majalah *Kawanku* tentu berbeda dengan yang ada di majalah *Tempo*. Dalam majalah *Tempo* sebagian besar fotonya adalah foto jurnalistik atau foto berita yang posisinya kebanyakan sebagai pelengkap berita. Foto berita tidak memerlukan banyak interpretasi karena ia sudah menampilkan kondisi senyatanya secara spontan. Sedangkan pada majalah *Kawanku*, foto adalah kendaraan utama. Foto dikemas sedemikian rupa sehingga mampu menampilkan imaji yang diinginkan. Foto di sini tidak hanya sebagai pelengkap informasi tapi bagian utama yang memiliki peran tersendiri. Misalnya pada rubrik *Fashion*, tulisan justru sebagai pelengkap atau keterangan tambahan, informasi sepenuhnya ada pada foto dan bisa dimaknai walaupun tanpa tulisan. Seperti halnya sebagian besar foto iklan

di *Kawanku*, teks tertulis hanya sebagai informasi produk yang ditawarkan tapi pesan utamanya ada pada foto. Dengan demikian, tubuh dalam foto di *Kawanku* adalah tubuh yang memiliki tujuan tertentu atau memiliki ideologi yang ingin disampaikan.

Dalam bagian ini akan dibahas representasi tubuh dalam dua gagasan umum. Pertama, adalah membaca foto-foto dalam iklan, sampul dan beberapa artikel yang menampilkan pose tubuh dengan pendekatan psikoanalisis. Sedangkan yang kedua, adalah pembahasan tentang distribusi atau pemilahan tubuh yang dibantu dengan kategorisasi yang dilakukan oleh *Kawanku* sendiri. Bagaimana wujud pengawasan tubuh dalam wacana politis tertentu.

Tubuh untuk yang Lain

Majalah *Kawanku* menyediakan tempat yang leluasa bagi representasi tubuh dalam bentuk foto. Tiap halaman, mulai dari sampul depan sampai sampul belakang semua terisi foto tubuh remaja. Apa yang ingin diungkapkan melalui foto-foto tubuh tersebut? Salah satunya adalah penegasan bentuk dari sikap tubuh yang 'normal'. Pembaca bisa melihat sosok tubuh yang 'normal' dalam foto-foto model *Kawanku*. Sunardi, dalam *Semiotika Negativa*, menjelaskan gagasan Barthes tentang tanda foto, terutama foto iklan.

Bahasa foto juga memiliki *store of stereotypes*. Barthes menunjukkan bahwa stereotype ini diusahakan dengan pose foto. Orang yang sadar sedang difoto, ia sering salah tingkah; dia 'makes another body' untuk dirinya. Maksudnya, dia menciptakan stereotip yang sudah lazim dikenal orang, karena stereotip tidak lain adalah *ready-made elements of signification*. Seorang artis sering kali tidak bersedia difoto kalau tidak sedang dalam keadaan 'normal'. Karena sebagai seorang artis, dia sudah mempunyai seperangkat *stereotype* (Sunardi, 2002).

Salah satu stereotype yang ingin diekspresikan oleh model *Kawanku* adalah remaja perempuan yang cantik. Melalui representasi dalam majalah inilah makna 'cantik' dibangun (lihat tabel 2). Jika kembali pada sifat foto di *Kawanku* yang sebagian besar adalah rekayasa, maka kecantikan yang dibentuk adalah bagian dari strateginya. Tidak hanya dalam usaha 'make another body' sang model supaya tetap bercitra sebagai model tapi juga strategi yang sasarannya adalah 'another body' pembaca. Majalah *Kawanku* sebagai *umwelt* dari pembaca turut membentuk nilai tubuh bagi sang pembaca. Dengan demikian pembaca diusahakan membentuk tampilan tubuhnya sejalan dengan tubuh yang direpresentasikan *Kawanku*.

Tabel 2 Mitos Cantik *Kawanku*

Cantik			
Wajah mulus	Kulit putih	Rambut lurus panjang	Langsing
<i>Innocent</i>	Bersih	Muda	Sehat
Anak rumahan	Anak kota	Sensual	Aktif
Kekanakan	Modern	Liar	<i>Sexy</i>

a. Representasi Tubuh pada Sampul

Sampul adalah rayuan pertama sang majalah bagi yang melihatnya. Dengan tatapan mata yang terarah pada pembaca seakan pembaca melihat pantulan dirinya di cermin. Sebuah sosok yang begitu berbeda denganku tapi aku serasa lupa akan kekuranganku.

Lihatlah pada sampul *Kawanku* No.3/XXXII 2002. Sampul dihiasi foto bersama seluruh finalis *Moka* (Model *Kawanku*) 2002 yang berjumlah empat belas orang. Finalis *Moka* ini dikemudian hari akan menjadi model yang mengisi ruang-ruang majalah *Kawanku*, sehingga cukup mewakili imaji remaja seperti apa yang diunggulkan oleh *Kawanku*.

Foto di sampul tersebut menggunakan latar (*background*) kuning dan para model semuanya mengenakan kostum berwarna merah sehingga fokus perhatian langsung menuju pada para model. Dari empat belas model, semuanya berambut lurus dan tiga belas diantaranya berwarna hitam mengkilat, mengingatkan kita pada model iklan shampoo di televisi, hanya satu yang warna rambutnya kemerahan. Semua pandangan mata para model mengarah ke kamera/pembaca dengan senyum yang mengembang dan memperlihatkan deretan gigi yang putih rapi (dua diantara model itu menggunakan kawat gigi). Keempat belas model ini memiliki warna kulit yang relatif sama, warna kulit terang (antara kuning dan coklat terang). Tidak ada satu pun yang berkulit hitam. Jika diletakkan pada konteks majalah remaja di Indonesia, secara fisik model *Kawanku* jelas tidak mewakili tubuh remaja di Indonesia secara umum. Ketidakhadiran model dengan tubuh yang berkulit hitam dan rambut keriting menunjukkan kecenderungan aliran kekuasaan menuju pada 'kulit yang terang'.

Ketika ada kata 'cantik', 'funky', 'smart', atau 'girl', maka yang menyertainya adalah foto model dengan tubuh yang langsing, berkulit terang, berambut lurus dan bergigi putih. Tanda yang berupa teks tertulis maupun

gambar (foto), keduanya adalah tanda yang saling mendukung. Kalau mau tahu cantik itu seperti apa, lihat saja fotonya.

Ada empat belas sosok remaja perempuan di sampul tapi semuanya terlihat mirip satu sama lain. Tidak akan ada bedanya jika yang terdapat pada sampul itu lima belas atau satu model. Karakter yang ditampilkan para model hanya satu, yakni karakter *Kawanku*. Tidak terlihat perbedaan jelas masing-masing karakter individu. Tubuh mereka diatur sedemikian rupa sehingga mirip satu sama lain. Baju dengan warna yang sama, merah, tampak cerah dan menarik pandangan. Rambut juga ditata hampir sama, sepuluh dari empat belas model rambutnya digerai. Semua model menampilkan senyum semenawan mungkin, senyum lebar yang memamerkan gigi putih rapi.

Dalam presentasi Lacan tentang *mirror stage*, sang bayi (*infant*) mengalami tubuhnya sebagai sesuatu yang rentan dan serba berkekurangan. Hal ini menimbulkan frustrasi akibat keterbatasan fisiknya sehingga mendorong untuk mengidentifikasi dirinya dengan penampakan *imago* yang kokoh dan utuh yang berasal dari refleksi cermin atau *caregiver* (pengasuh). Sang 'aku' sebagai hasil dari identifikasi ini akan terus diganggu atau dihantui imaji tubuh yang tercerai-berai, atau tubuh rapuh yang muncul dalam mimpi-mimpi tentang bagian tubuh yang hilang (seperti gigi) atau mimpi tentang derita tubuh yang terluka akibat mutilasi.

Dari mitos yang dibentuk oleh majalah tersebut maka terjadi proses identifikasi. Identifikasi yang terjadi dengan sendirinya karena individu hidup di tengah pergerakan mitos-mitos tentang kecantikan yang tidak hanya berasal dari budaya *Kawanku* tapi juga budaya remaja lainnya. *Kawanku* adalah bagian atau aparat dari budaya massa. Budaya massa yang hadir dalam berbagai bentuk dan melalui berbagai sarana saling mendukung. Iklan dan artikel dalam *Kawanku* saling mendukung untuk mewujudkan mitos tubuh yang cantik demikian juga dengan televisi, komik, maupun industri film. Cantiknya *Kawanku* tidak berbeda dengan cantiknya MTV dan paralel dengan cantiknya Hollywood. Kecantikan adalah suatu hasrat yang harus dipenuhi. Keinginan yang menggebu ini tidak bisa dicapai dalam 'dunia nyata', dunia remaja yang tengah mengalami puber dan memiliki banyak kekurangan. Melalui media massa kekurangan ini dilengkapi. Individu memandang foto model sebagai kesempurnaan yang menjadi keinginannya. Tubuh model adalah kendaraan bagi hasrat individu. Sebuah keinginan seksualitas yang terkurung dalam nilai-nilai sosial bisa terlampaikan pada tubuh model.

Sikap tubuh para model sampul dalam beberapa edisi *Kawanku* terlihat dinamis dan aktif. Selain dari sikap tubuh, juga terlihat dari asesoris yang digunakan. Misalnya, tas sekolah, *skipper* (tali untuk loncat), topi, syal, dan sebagainya. Asesoris ini menandakan suatu kegiatan tertentu.

Pada edisi No.26/XXXII 2002, sampul *Kawanku* berlatar oranye dengan seorang model yang berpose duduk menghadap samping dan kepala yang menoleh pada pembaca. Masih dengan senyuman dan tatapan mata yang ceria mengarah langsung pada pembaca, model tersebut membawa *skipper* yang diletakkan di pundaknya. Dengan T-shirt biru cerah dan celana tanggung warna-warni, model ini mengarah pada bentuk kegiatan olah raga (lompat tali). Olah raga diperlukan untuk menjaga kondisi fisik supaya tetap sehat. Dengan olah raga, tubuh didisiplinkan dan dikontrol agar tetap dalam kondisi siap pakai. Pengaturan tubuh yang direpresentasikan lewat sampul menjadi bagian dari rangkaian pendisiplinan tubuh remaja yang ada dalam majalah tersebut. Masalah pengaturan tubuh ini dimuat secara rutin oleh *Kawanku* di rubrik *Cantik* dan *Bugar*. *Cantik* memerlukan disiplin dan kontrol yang ketat. Jika tidak mau disiplin jangan harap tubuhmu ‘cantik’.

Pendisiplinan bagi model adalah pendisiplinan sesaat, yakni saat pengambilan gambar. Model berpose dan menjadi foto yang diterima pembaca. Tubuh model adalah tubuh yang sudah lewat tapi juga tengah hadir. Artinya, sudah lewat, karena sesi pemotretan sudah lampau. Pengaturan tubuh model sudah berlalu. Tapi sekaligus tubuh itu tengah hadir melalui foto karena pembaca melihatnya pada saat ini dan foto tersebut akan ada terus. Sedangkan subjek pembaca merasakan pendisiplinan tubuh yang terus-menerus dengan mengikuti jejak tubuh model tersebut. Pendisiplinan tubuh yang sesungguhnya dialami oleh pembaca, karena proses identifikasi yang tiada henti.

b. Representasi Tubuh dalam Iklan

Iklan pada dasarnya adalah komunikasi untuk menarik perhatian pembaca. Bisnis iklan bisa dikatakan sebagai bisnis ‘kejutan’. Iklan harus memiliki nilai kejutan (*shock value*). Iklan berlomba untuk tampil lebih mengejutkan dari iklan saingannya. (Sunardi, 2002). Iklan di *Kawanku* sebagian besar adalah iklan produk yang langsung berkaitan dengan tubuh, seperti produk kosmetik, pembalut wanita, pakaian, sepatu. Maka tidak heran jika iklan tersebut merasa wajib menampilkan sosok tubuh model sebagai pengejut utama.

Dari beberapa iklan di edisi tersebut, sarana untuk mengejutkan sebagian besar adalah sosok tubuh (termasuk wajah) sang model. Tubuh digunakan sebagai sarana yang membuat pembaca memperhatikan teks tersebut. Meskipun demikian yang dimaksudkan dengan nilai kejutan pada iklan-iklan tersebut tidak sungguh-sungguh mengejutkan dalam arti memiliki keunikan yang memancing pertanyaan atau keheranan. Nilai kejutan hanya sebatas membuat pembaca memperhatikan namun tidak berpikir atau heran.

Iklan pada *Kawanku* lebih mengedepankan unsur stereotipe. Tubuh yang hadir selain sarana untuk menarik perhatian juga sebagai sarana penegasan imaji yang sudah umum di masyarakat. Nilai *sexy* pada iklan *Pucelle*, misalnya, menampilkan tubuh langsing dibalut kaos ketat dan bagian perut sedikit terlihat. Itulah *sexy* yang berlaku saat ini, tidak baru dan tidak mengejutkan. Tujuan utama iklan-iklan tersebut memperkuat stereotipe yang ada, melalui penggunaan tubuh para model yang dianggap sebagai standar kecantikan atau keseksian bagi pembaca.

Dalam logo teknik iklan, tubuh dikelola pada kecenderungan-kecenderungan dasar manusia, di sekitar naluri seksual, ketakutan, keintiman, dan idola (Sunardi, 2002). Ketakutan adalah cara yang ampuh bagi iklan untuk menarik pembacanya. Iklan obat jerawat 'Jamin' menakutkan pembacanya dengan tulisan "sedekat apapun...nggak ada jerawat". Disertai foto *close-up* remaja perempuan yang berwajah mulus dan tersenyum manis. Ketakutan terhadap jerawat bisa muncul jika wajah korban berdekatan dengan orang lain. Namun yang lebih menakutkan lagi adalah kalau kita tidak menggunakan 'Jamin'. Seharusnya wajah kita bisa semulus model tapi kalau kita tidak menggunakan 'Jamin' maka akibatnya fatal. Tubuh yang cantik pun bisa menebar ketakutan dan kegelisahan bagi pembaca.

Tubuh yang Dimata-matai

Tubuh yang cantik memerlukan disiplin. Ini sudah menjadi keyakinan umum. Termasuk keyakinan *Kawanku*. Tidak ada 'cantik' yang diterima begitu saja atau gratis. Ada banyak syarat yang harus dipenuhi. Lihatlah para model tersebut, mereka harus melalui ujian beberapa tahap, mulai dari tes fisik, pengetahuan, menampilkan bakat, sampai bergaya di depan kamera. Ujian ini sepenuhnya berada dalam pengawasan yang ketat dari panitia. Bagi yang tidak 'disiplin' akan kena sanksi, yakni dikeluarkan dari barisan orang 'cantik'. Latihan dan disiplin yang keras membentuk tubuh yang taat dan produktif. Bayangkan kalau tidak ada seleksi model, siapa yang akan secara rutin mengisi halaman-halaman majalah ini dengan senyum? Tidak mungkin redaksi mengutus tim pencari orang cantik setiap minggu di penjuru kota dan mal, ini tidak efektif dan efisien. Inilah tujuan utamanya, tubuh didisiplinkan supaya lebih efisien dan efektif, selain taat (mudah diatur waktu pengambilan gambar dan mudah disuruh diet) dan produktif. Dengan adanya model ini, para pengiklan suatu produk juga tidak repot mencari-cari model berbakat, semua sudah ada dan tersedia. Tubuh sebagai *stock*, simpanan yang sewaktu-waktu bisa digunakan. Oleh karena itu, supaya tubuh tetap bisa terpakai harus rajin dirawat, karena jika tidak kemungkinan besar akan dibuang.

Masalah pendisiplinan tubuh bukan hanya dialami para model. Pembaca pun merasa wajib memiliki tubuh model supaya bisa masuk dalam lingkaran mitos 'cantik'. Pembaca terus dihantui oleh imaji tubuh-tubuh indah tersebut. Masalah pendisiplinan pembaca mungkin tidak bisa diamati langsung, namun yang jelas terjadi adalah pengawasan terhadap tubuh pembaca. Pengawasan dengan jalan menakut-nakuti dan sanksi-sanksi sosial yang mungkin terjadi bagi pembaca yang tidak disiplin terus ditebarkan oleh *Kawanku*. Perhatikan rubrik 'Cantik' di setiap edisi *Kawanku*, yang terlihat adalah tips atau saran-saran tentang cara menjaga atau membuat tubuh/wajah tetap 'standar'.

Dalam edisi No.4/XXXII 2002, rubrik ini berjudul "mmmmuahhh..!". Isinya cara-cara mewarnai bibir. Ada semacam paradoks di sini, kosmetika yang seharusnya untuk menutupi kekurangan (misalnya karena usia), dalam hal ini pewarna bibir tapi justru digunakan sebagai sesuatu yang sepertinya memang sudah selayaknya digunakan. Bibir remaja masih sehat dan bagus, berbeda dengan bibir orang tua yang sudah keriput dan kering sehingga perlu kosmetik. Namun justru iklan sering menampilkan model dan sasaran remaja untuk produknya. Tubuh dilatih untuk menerima berbagai produk kosmetik sebagaimana layaknya (naturalisasi). Bukan dalam maksud kebutuhan tapi hasrat. Tubuh remaja adalah komoditi yang paling laku karena keinginannya.

Pembaca masuk dalam sistem ini. Sistem yang menerima secara wajar, jika tubuh remaja adalah lahan produk kosmetika. Kosmetika untuk kosmetika, remaja ya harus pakai kosmetika, mengapa? Karena memang seperti itu seharusnya dan sepantasnya. Pembaca tidak memiliki ruang untuk mempertanyakan lebih jauh karena dia ada dalam sistem tanda yang berlaku.

PENUTUP

Dari klasifikasi yang dilakukan *Kawanku*, dapat dilihat perbedaan secara tegas, antara ruang bagi 'remaja biasa' dengan 'remaja yang istimewa'. Istimewa artinya berada pada posisi sebagai rujukan atau contoh yang dianggap baik secara fisik maupun sikap. Sedangkan yang 'biasa' adalah individu yang bermasalah, memiliki banyak kekurangan, yang masih memerlukan banyak saran dan latihan kepribadian dan biasanya tidak kelihatan wujudnya di majalah tersebut. Remaja biasa ini sebagian diwakili oleh pembaca. Remaja biasa ini masuk kategori *You!*. Di dalamnya ada *Kuis* (untuk menilai dan melatih kepribadian individu, apa saja kelemahan dan kelebihan pribadimu), *Tips* (saran-saran untuk memperbaiki penampilan fisikmu yang amburadul itu), *Dating* (saran-saran bagaimana cara berkencan atau berhubungan dengan pacar, biar nggak malu-maluin!), *Friend Fix* (berisi saran dalam menjalin hubungan

dengan teman), *Help, Soal Kita* (saran bagi penampilan dan kesehatan), dan *Better Me* (bagaimana menjadi diri yang lebih baik). Singkatnya tempat yang disediakan adalah tempat untuk memperbaiki kekurangan individu, dengan kata lain ditujukan pada yang berkekurangan. Sedangkan ‘yang istimewa’ ada dalam kategori *Looks*. Meskipun dalam *Looks* ada juga rubrik yang berisi saran untuk memperbaiki diri namun di situ ditampilkan foto-foto yang menjadi acuan atau contoh yang benar. Misalnya, pada *Fashion*, isinya bisa juga menjadi masukan bagi penampilan pembaca namun tujuannya adalah memberi contoh yang baik. Demikian juga pada rubrik *Bugar* yang berisi cara memelihara kesehatan, yang menjadi model adalah tubuh orang yang sudah ‘sehat’. Bagian lain yang termasuk ‘istimewa’ adalah *Him*. Dalam bagian ini artikelnya berisi kisah atau pendapat seorang remaja laki-laki yang berkegiatan sebagai model, bintang film maupun penyanyi. Inilah yang dipatok menjadi idaman para *girls*, laki-laki istimewa.



DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean. 1983. *Simulations* (trans. Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman). Semiotext(e). New York:
- Bignell, Jonathan. 1997. *Media Semiotics an Introduction*. Manchester University Press.
- Fiske, John. 2000. *White Watch*. dalam: Cottle, Simon (ed.).2000. *Ethnic Minorities and the Media*. Open University Press. p 50 – 66
- _____. 1990. *Introduction to Communication Studies* (2nd edition). London: Routledge
- Foucault, Michel. 1977. *Discipline and Punish, The Birth of the Prison*. (trans. A. Sheridan). New York: Pantheon
- _____. 1997. *Seks dan Kekuasaan, Sejarah Seksualitas* (trans. Rahayu S. Hidayat). Jakarta: Gramedia
- Garland, David. 1990. *Punishment and Modern Society*. Oxford: Clarendon Press
- Harland, Richard. 1987. *Superstructuralism: The Philosophy of Structuralism and Post-Structuralism*. London and New York: Routledge
- Lacan, Jacques. 1977. *Écrit: a Selection*. (trans. A. Sheridan) Tavistock Publication.
- Lemaire, Anika. 1977. *Jacques Lacan* (trans. David Macey). London: Routledge & Kegan Paul

- Lombart, Denys. 2000. *Nusa Jawa: Silang Budaya, Batas-batas Pembaratan* (trans. R. S. Hidayat, W. Partaningrat Arifin, dan N. H. Yusuf). Gramedia: Jakarta
- Mitchell, Juliet and Jacqueline Rose (ed.). 1982. *Feminine Sexuality: Jacques Lacan and the école freudienne*. Macmillan Press.
- Rose, Gillian. 2001. *Visual Methodologies*. London: Sage Publications
- Rouse, Joseph. 1994. *Power/Knowledge* dalam: Gutting, Garry (ed.). *The Cambridge Companion to Foucault*. Cambridge University Press. p 92 – 114.
- Seshadri-Crooks, K. 2000. *Desiring Whiteness: A Lacanian Analysis of Race*. London and New York Routledge
- Stevenson, Nick. 1995. *Understanding Media Culture*. London: Sage Publications
- _____. 1999. *The Transformation of the Media*. London and New York: Longman
- Sturken, M. and Lisa Cartwright. 2001. *Practices of Looking, an Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press
- Sunardi, St. 2002. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanal
- Westwood, Sallie. 2002. *Power and the Social*. London and New York: Routledge