

**TUBUH DALAM KUASA KAMERA: TINJAUAN KRITIS
AKTIVITAS FOTOGRAFIS LOMBA DAN HUNTING
BERSAMA MEMOTRET MODEL DI INDONESIA**

Agus Heru Setiawan
Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta
Surel: agusheru5@yahoo.com

Volume 1 Nomor 1,
Mei 2017: 01-12

Abstrak

Popularitas penggunaan figur perempuan sebagai objek dalam aktivitas fotografi di Indonesia, telah berlangsung dalam periode waktu yang panjang. Meskipun begitu, aktivitas tersebut masih tetap digemari oleh kalangan pehobi fotografi hingga hari ini. Popularitas tersebut dibuktikan dari berbagai iklan yang menawarkan kegiatan fotografis dengan model perempuan sebagai daya tariknya. Hal ini masih banyak ditemukan, terutama dalam media sosial. Tulisan ini mencoba untuk melakukan pembacaan secara kritis atas aktivitas fotografis di Indonesia (produksi, distribusi dan konsumsi foto) yang menempatkan tubuh perempuan sebagai titik pusatnya. Praktek fotografis populer tersebut, teridentifikasi melalui lomba memotret, *hunting* bersama dan aktivitas sejenis yang melibatkan model perempuan. Di dalam kegiatan fotografi ini, medium foto dan instrumen pendukungnya, bukan hanya dimanfaatkan untuk membentuk praktek pengobjektivikasian terhadap tubuh perempuan, akan tetapi juga membantu melanggengkan gagasan dominasi kuasa patriarkis terhadap perempuan.

Kata Kunci: kuasa, aktivitas fotografi, model perempuan, patriarkis

Abstract

Body in the Power of a Camera: Critical Review on Photographic Activities of Competition and Shared Hunting for Photographing Photo Model in Indonesia. *The use of women as the objects of photographic activities has been popular for a long period of time in Indonesia. We can see the popularity of this today from the wide range of ads that offer photographic activities with female models as their major appeal. This is still widely found, especially in social media. This paper attempts to make a critical reading of photographic activities in Indonesia (production, distribution and consumption of photos) which place the female body as the center of attention. These popular photographic practices are photo competitions, photo hunts and others. In these photographic activities, the medium of photography and its instruments do not only shape the practice of objectification of women's bodies, but also help perpetuate the idea of patriarchal domination over women.*

Key words: power, photographic activities, female model, patriarchy

PENDAHULUAN

Memancing pertanyaan tentang acara yang dapat dikerjakan untuk mengundang para hobiis fotografi berkumpul secara cepat dalam satu kesempatan, jawaban dari seseorang yang terbiasa bekerja dalam *event organizer* tersebut, serupa dengan pikiran sebelumnya, yaitu memotret model. Tentunya, pemakaian model yang dibicarakan disini, bukanlah laki-laki, melainkan model perempuan¹. Merunut jejak di masa lalu, pelibatan model perempuan dalam sejarah kerangka kerja fotografi di Indonesia yang panjang, bukanlah suatu aktivitas yang baru saja terjadi. Sunjayadi (2008: 306) misalnya, mencatat bahwa foto dengan objek perempuan pribumi yang eksotis dan telanjang, dalam periode akhir abad 19 digunakan oleh pemerintah kolonial, sebagai propaganda untuk menarik para pemuda mendaftar sebagai prajurit cadangan yang akan dikirim ke negara jajahan.

Menariknya, mode penggunaan 'perempuan' sebagai daya tarik fotografis, tetap berlaku hingga hari ini. Hal sama, juga berlaku dalam ranah kegiatan aktivitas fotografi yang bersifat kolektif. Meskipun lomba foto memotret model intensitasnya semakin berkurang dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, akan tetapi tawaran untuk memotret objek 'perempuan' secara komunal, masih jamak ditemui², mulai yang

¹Penggunaan kata model di dalam paper ini akan langsung menunjuk kepada para model perempuan. Hal ini lebih dipengaruhi hasil temuan dari berbagai iklan acara aktivitas fotografi, baik untuk lomba foto maupun acara memotret model bersama, yang jarang menawarkan model laki-laki sebagai bagian dari acara tersebut.

²Memperbandingkan dengan pengalaman penulis sebagai mahasiswa awal fotografi di salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta pada periode akhir 90-an,odus perilaku aktivitas fotografi hari ini dalam konteks pemakaian model perempuan, tidak mengalami perubahan yang signifikan. Pada waktu itu, mayoritas tugas untuk mata kuliah fotografi model dan foto studio mahasiswa, di dominasi oleh gambar perempuan. Begitu juga dengan acara *hunting* bersama (baik formal maupun informal serta berbagai lomba foto yang pernah diikuti dalam

bertajuk '*fun*', sesi pemotretan bersama-sama, *hunting* bersama atau *photo hunt*).

Ketertarikan untuk menggali topik model perempuan dalam kegiatan fotografi ini, muncul pada saat menemukan (kembali) intensitas kegiatan memotret model dari leaflet yang ditempelkan di salah satu toko peralatan fotografi di kota Yogyakarta. Aktivitas yang sepertinya sudah ditinggalkan oleh para penggiat foto ini, ternyata masih rutin ditawarkan melalui media sosial, terutama Instagram maupun *Facebook*³. Ketertarikan tersebut, berlanjut dengan keinginan untuk menelusuri teks persuasif serta kemasan foto para model yang digunakan di dalam iklan acara-acara ini secara lebih mendalam. Foto para model tersebut seolah mengajak para penontonnya untuk membayangkan gagasan konsep kecantikan dan keindahan tubuh perempuan yang populer di masyarakat. Pembayangan ini, seolah ditegaskan dengan seringnya kata 'cantik' dan 'seksi' muncul untuk mendeskripsikan para model yang digunakan dalam sesi acara pemotretan. Begitu pula, visualisasi dari para model tersebut, yang secara umum terlihat hampir seragam, berkulit putih, rambut hitam atau *blonde* yang panjang tergerai atau wajah cenderung indo. Bahkan, pose yang diperlihatkan melalui ekspresi wajah, tatapan mata serta gerak tubuh para model yang 'menantang', juga terlihat serupa, mirip satu dengan yang lain. Mereka seolah memparadekan atau menampilkan formulasi gerakan, bentuk

rentang waktu awal hingga pertengahan tahun 2000), hampir semuanya memakai perempuan sebagai bagian dari model yang dipakai untuk acara pemotretannya.

³Melalui penelusuran yang dilakukan terhadap salah satu taggar di Instagram, #eventphotoindonesia, ditemukan 1440 post yang berkaitan dengan aktivitas fotografis, seperti lomba foto, *photo hunt* atau kegiatan sejenis di seluruh Indonesia. Lebih dari 70 persen dari keseluruhan iklan kegiatan pada taggar yang dimulai pada bulan November 2016 ini, menampilkan kegiatan fotografis yang melibatkan model. Menariknya, hanya kurang dari 5 buah iklan yang melibatkan model laki-laki di dalam kegiatan fotografi tersebut. Selebihnya, memakai model perempuan.

tubuh serta kecantikan wajah perempuan yang ideal dalam bingkai foto.

Setelah melihat bermacam tampilan iklan yang ditemukan, berbagai pertanyaan kemudian muncul. Bagaimana aktivitas foto yang terlihat 'purba' tersebut, masih terus dapat bertahan hingga hari ini. Muncul pula pikiran nakal yang mencurigai bahwa salah satu perkembangan paling fenomenal dari medium visual ini adalah perubahannya menjadi kepanjangan tangan dari dunia yang dibentuk (baca: dikuasai) dan dinarasikan melalui perspektif maskulinitas semata. Yang dihadirkan di sana (dan nantinya akan dikonsumsi oleh *spectator*-nya serta digunakan untuk membentuk konstruksi kepercayaan, baik oleh penontonnya maupun subjek dalam foto, tentang perspektif kecantikan dan keindahan tubuh manusia), juga merupakan representasi atas apa yang diinginkan oleh laki-laki. Pertanyaan-pertanyaan tersebut di atas, mengingatkan kembali pada pendapat Clarke (1997: 76), yang menyatakan bahwa foto yang membawa gambaran atas tubuh, selalu melibatkan representasi dan politik kuasa lebih besar daripada yang terlihat. Argumentasi yang dikemukakan oleh Clarke ini memberikan kesadaran bahwa aktivitas fotografis yang menempatkan figur perempuan sebagai modal utama untuk menarik perhatian serta gagasan tentang kecantikan wajah serta keindahan tubuh yang ditampilkan melalui foto-foto para model, tidaklah muncul begitu saja secara tiba-tiba atau alamiah. Gambaran tersebut terbentuk dan dibentuk dari berbagai faktor sosial di luar dirinya, seperti sistem patriarkis ataupun kapital.

Tulisan ini mencoba memperhatikan konteks yang berada di balik pengadaan lomba foto maupun *hunting* bersama memotret model secara lebih kritis. Lebih khusus lagi, artikel ini juga membahas tentang posisi kamera (atau fotografernya), konsepsi kecantikan serta keindahan tubuh perempuan yang

dikonstruksikan melalui perspektif maskulin via kamera yang dalam konteks ini menjadi alat pendukung pelanggaran ide tersebut. Analisis pembacaannya didasarkan pada data dari berbagai foto yang digunakan di dalam iklan-iklan acara lomba dan *hunting* bersama, yang diperoleh secara acak melalui berbagai sumber internet serta temuan arsip dari media masa maupun pengalaman personal dalam melihat berbagai lomba motret model sebelumnya.

Foto dan Representasi Tubuh: refleksi Teoritis

Foto mempunyai kuasa terhadap visualisasi kebenaran (Sontag, 1977: 5-6) dan realitas yang dipahami oleh masyarakat, kemudian menjadi lebih terlihat seperti yang ditunjukkan dalam sebuah foto daripada yang sebenarnya di dunia nyata. Foto, seringkali juga digunakan menjadi alat bukti kebenaran atas sesuatu yang pernah terjadi. '*no pictures = hoax*', slogan populer yang muncul di era modern, seolah menegaskan unsur realistik foto sebagai sebuah bukti. Kecurigaan terhadap kejadian maupun situasi tertentu akan segera menghilang dan kebenarannya akan langsung dipercayai melalui bukti yang ditampilkan dalam foto. Apa yang ada pada foto dimungkinkan untuk terdistorsi, hal tersebut tak dapat membuat masyarakat berhenti mempercayainya. Foto dianggap sebagai objek material yang mempunyai akurasi lebih tinggi dibandingkan objek mimesis lainnya dalam membicarakan kebenaran. Bazin (dalam Kriebel, 2007: 18) menjelaskan bahwa citraan fotografis, membawa serta halusinasi, yang pada saat bersamaan, citra tersebut memberikan realitas yang menawarkan penontonnya sebuah gambaran tentang kenyataan yang pernah ada. Sesuatu yang bisa dipegang, ditaruh dalam album atau bingkai, tetapi tidak eksis secara fisik di dalam ruang dan waktu terkini. Pengungkapan ini,

mengingatnkan kepada tatapan para fotografer pada saat mereka melihat hasil foto dari pemotretan model mereka. Sesuatu yang secara fisik hadir di hadapannya, tetapi tidak bisa mereka dapatkan lagi dalam kualitas yang sama pada kehidupan nyata.

Sebagai alat mekanis yang berjarak secara fisik, psikologis maupun estetis dengan objek serta operatornya, aparatus fotografi ini dilihat oleh Susan Sontag sebagai medium yang membantu mewujudkan dominasi (Sontag dalam Zuromskis, 2009: 51). Setiap penggunaan kamera untuk memotret, secara implisit akan memperlihatkan adanya agresi, dari satu pihak kepada pihak yang lain. Lebih lanjut, Sontag (1977: 4-7) secara lugas menegaskan bahwa aktivitas memotret, juga berarti menguasai sesuatu yang difoto dan memaksanya untuk menjadi bagian dari diri sang fotografer. Mengambil konteks foto wisata yang dilakukan oleh individu sebagai contoh kasus, Sontag melihat bahwa pilihan dalam menentukan objek yang akan difoto, menunjukkan adanya kekuasaan yang dimiliki oleh individu tersebut terhadap momen, ruang dan waktu dari objek.

Fotografi mempunyai sejarah yang panjang dalam merepresentasi tubuh perempuan kedalam medianya, termasuk keseksian tubuh, ketelanjangan hingga erotisme. Keterlibatan media visual seperti halnya fotografi pada penggambaran ketelanjangan tubuh perempuan, membuat ranah tubuh yang dulunya merupakan ruang tertutup dan privat menjadi terbuka untuk dilihat oleh mata umum, yang secara tradisional menjadi milik dari para laki-laki (Clarke, 1997: 76). Pembicaraan yang melibatkan 'aktivitas melihat' dan fotografi tersebut, juga ditentukan oleh 'ways of seeing' yang dilakukan di dalam struktur kuasa patriarkis. Berger (1972), menjelaskan bahwa kehadiran perempuan dan laki-laki di dalam struktur masyarakat

dibedakan secara sosial, di mana perbedaan tersebut ditentukan melalui tindakan yang dilakukan oleh keduanya. Laki-laki dilihat sebagai pihak yang aktif dan bertindak (*to act*). Sebaliknya, perempuan melihat ke dalam dirinya melalui perspektif yang dibentuk dari luar dirinya dan menjadi pihak yang menerima perlakuan. Perempuan dipandang sebagai pihak yang pasif serta mempunyai dualitas dalam dirinya, yaitu sebagai *surveyor* dan *surveyed* dalam waktu bersamaan. Indikator kesuksesan pada saat melihat ke dalam dirinya (perempuan) dan atas apa yang dia lakukan, ditentukan oleh bagaimana dia dilihat, terutama untuk laki-laki. Perasaan menjadi dirinya, sebagai perempuan, seringkali dipengaruhi oleh perasaan dihargai oleh orang lain. Secara sederhana, apa yang dijelaskan di atas memposisikan hubungan antara laki-laki dan perempuan sebagai *men act* dan *women appear* atau laki-laki melihat perempuan, dan di saat bersamaan, perempuan melihat dirinya 'ditatap' (Berger, 1972: 46-47).

Sebagai instrumen yang dimanfaatkan sebagai standarisasi sistem penglihatan, fotografi tidak bisa dilihat sebagai suatu hal yang mandiri, tetapi merupakan bagian dari wacana yang melibatkan ide-ide yang terbentuk sebelumnya. Seperti halnya Berger, Solomon-Godeau (Solomon-Godeau dalam Kriebel, 2007: 36) juga memperhatikan cara bagaimana foto diproduksi dan penentuan posisi laki-laki sebagai penonton dan perempuan sebagai pihak yang ditonton, atau laki-laki sebagai subyek yang aktif dan perempuan sebagai obyek yang pasif di dalam tatapan (*gaze*). Solomon-Godeau memperhatikan bahwa apa yang selalu dibayangkan oleh *male spectator* adalah laki-laki yang heteroseksual. Perbincangan atas kuasa serta pembentukan cara melihat dalam kerangka gender ini, menarik dijadikan sebagai landasan pikir

untuk melihat secara kritis ke dalam konteks perbincangan praktek pemotretan model perempuan dalam acara lomba foto maupun *hunting* bersama.

Pengalaman Memotret Model dan Menikmati Hasrat Mata Kelaki-lakian

Dalam berbagai kesempatan, lomba memotret model terkadang digunakan sebagai bagian untuk memeriahkan selebrasi tertentu atau menjadi acara pendukung kegiatan yang lebih besar. Sebagai contoh misalnya, Lomba Motret Model (lihat gambar 1) bertajuk *The Beautiful of Hidden Paradise in Yogyakarta* yang diadakan pada bulan April 2017 sebagai bagian kegiatan PWI DIY untuk memperingati hari pers nasional (Kedaulatan Rakyat, 11 Maret 2017). Keterangan yang tertampilkan dalam iklan lomba foto tersebut tidak begitu jelas terlihat. Misalnya, apakah makna *beautiful* di sini digunakan untuk menunjukkan sisi tertentu dari keindahan kota Yogyakarta sebagai tempat acara berlangsung atau keduanya, di mana cara sempurna untuk menikmati kecantikannya perlu dibantu dengan kemolekan para model. Contoh lain, kegiatan yang dilaksanakan tanggal 28 Oktober 2017 dalam acara Canon (lihat gambar 2) Safari *Photo Marathon* di Taman Safari Bogor. Kegiatan ini menjadi acara puncak *event International Animal Photo Competition* 2017. Melalui keterangan yang ada dalam iklan acara, mudah ditebak bahwa aktivitas



Gambar 1. Iklan untuk lomba foto motret model
Sumber : Instagram.com

fotografi ini akan melibatkan situasi 'kerja kolaborasi' antara binatang koleksi taman safari dengan para model perempuan yang wajahnya menjadi bagian dari publikasi acara tersebut.

Selain lomba foto, dalam beberapa tahun belakangan di kota-kota besar Indonesia juga banyak digelar acara-acara memotret model secara berkelompok, yang diadakan oleh *event organizer* tertentu. Iklan-iklan kegiatan memotret model seperti ini, dapat dengan mudah ditemukan dalam media sosial Instagram maupun di Facebook. Memanfaatkan tingginya ketertarikan para fotografer amatir dan pemula untuk bisa mendapatkan kesempatan memotret model, *event organizer* merancang satu sesi pemotretan dengan kompensasi biaya pendaftaran bagi para peserta yang akan mengikuti acara pemotretan tersebut. Berbeda dengan lomba memotret model, yang kemudian akan memilih foto peserta terbaik untuk menentukan pemenang, acara *hunting* memotret model ini tidak menggunakan format kompetisi dan hanya bersifat kesenangan. Hasil yang diperoleh peserta, bukan suatu



Gambar 2. Iklan Lomba Canon Safari Photo Marathon
Sumber : Instagram.com

prestasi, melainkan mendapatkan pengalaman memotret model, serta mempunyai foto yang nantinya bisa dipakai menambah *portfolio* mereka. Kegiatan ini seringkali digunakan untuk memfasilitasi kesenangan para pelaku fotografi yang mempunyai hobi memotret model.

Meskipun melalui konsep dan perilaku yang berbeda (gambar 3 dan 4), secara esensi kedua acara aktivitas fotografis ini tetap mempunyai format yang serupa, yaitu menggunakan atraksi kecantikan serta ketubuhan perempuan sebagai upaya menarik perhatian. Ide yang digunakan di dalam acara-acara tersebut, keluar dari nilai estetis terhadap hasil yang didapatkan oleh para fotografernya, memancing pertanyaan atas hubungan antara rezim visual dengan representasi tubuh dan seksualitas serta kaitannya dengan apa yang disebut oleh Freud sebagai *scopophilia* atau 'the pleasure of the eye' (Freud dalam Clarke, 1997: 133).

Beberapa waktu yang lalu, penulis mendapatkan kesempatan untuk melihat secara langsung bagaimana proses lomba pemotretan model dilakukan. Meski bukan lomba foto yang melibatkan banyak model, deskripsi dari acara ini bisa digunakan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana suasana lomba memotret model yang lebih besar. Lomba memotret model ini



Gambar 3. Iklan untuk acara hunting bersama memotret model sumber : instagram.com

diadakan di salah satu *mall* di kota Solo dan merupakan bagian dari program kerjasama antara pihak manajemen mall dengan pihak luar. Dibandingkan dengan jumlah model yang dipakai, peserta lomba menjadi terlihat dominan yaitu kurang lebih 25-an orang peserta dan hanya ada satu orang perempuan sebagai modelnya.

Lomba foto ini terbuka untuk peserta dari kalangan mahasiswa dan umum. Walaupun tidak ada kriteria yang mengharuskan peserta lomba foto harus berjenis kelamin laki-laki, namun pesertanya sendiri tetap didominasi oleh para fotografer laki-laki. Dari kegiatan lomba memotret model ini, hanya ada satu perempuan yang secara aktif ikut dalam proses pemotretan tetapi hadir bukan sebagai fotografer, melainkan pasangan dari fotografer yang diperbantukan untuk memegang *flash* atau lampu tambahan dari sang pasangan.

Sebelum lomba dilaksanakan, para peserta berkumpul dan diberikan *briefing* tentang segala macam tata cara lomba sambil menunggu sang model yang sedang mempersiapkan make upnya. Setelah beberapa saat, model tersebut keluar. Ia mengenakan *tank top* hitam dengan baju luar berwarna merah sebagai atasannya, celana pendek



Gambar 4. Iklan untuk acara hunting bersama memotret model sumber : instagram.com

jeans ketat berwarna biru dengan sepatu *high heel* merah. Sebagai bagian dari properti pemotretan, digunakan satu mobil *pick up* Chevrolet yang juga berwarna merah. Model tersebut langsung menempatkan diri, di depan para peserta yang sudah mempersiapkan kameranya. Dengan berbagai gaya, model tersebut berpose. Begitu juga para peserta, yang tidak kalah sibuk mencari sudut pandang agar bisa mendapatkan foto terbaik. Suara-suara para fotografer silih berganti, berusaha memberikan arahan pose bagisang model agar sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Selain menyesuaikan dengan permintaan, tubuh model juga terus bergerak dan berpose. Tidak berapa lama kemudian, model tersebut berganti kostum dan kembali lagi dengan mengenakan baju terusan berwarna abu-abu, yang memperlihatkan bahu, belahan dada serta sebagian pahanya secara lebih terbuka. Pada sesi yang kedua ini, peserta menjadi lebih banyak daripada sesi yang pertama dan peserta menjadi lebih agresif dalam pencarian *angle* foto. Sesi pemotretan pertama, dianggap sebagai bagian dari pemanasan, sedangkan bagian utamanya adalah sesi di mana model mengganti pakaiannya dengan 'lebih seksi'.

Dalam situasi ini (lihat gambar 5), birahi laki-laki disadari kehadirannya dan dimanfaatkan melalui gagasan tentang mitos kecantikan⁴ dengan tubuh yang indah, terbuka dan membangkitkan gairah seksual. Logika yang digunakan oleh panitia, memproyeksikan kritik Solomon-Godeau (dalam Kriebel, 2007: 36) terhadap konstruksi praktek produksi dan konsumsi fotografi, terutama perilaku yang memfasilitasi ketertarikan pandangan laki-laki heteroseksual terhadap ketelanjangan tubuh perempuan 'ideal', diwakili oleh tubuh

⁴ Studi dari Wolf (1991) mengungkapkan adanya pergeseran atas mitos kecantikan perempuan yang diciptakan capital melalui iklan-iklan produk yang dibuatnya. Penggambaran kecantikan perempuan sebagai seorang perempuan yang berada di wilayah domestic (*house hold*) atau keibuan, berubah menjadi citra kecantikan perempuan melalui perspektif kecantikan wajah dan keindahan tubuh.

sang model yang memiliki kulit putih, badan tinggi dan ramping serta berambut panjang. Gagasan stereotip terhadap proporsionalitas tubuh perempuan yang dibentuk secara sosial pada masyarakat Indonesia.

Sejalan dengan analisa Berger (1972) yang melihat peranan seni visual dalam membentuk perbedaan yang terjadi dalam penggambaran umum atas posisi perempuan dan laki-laki. Gambaran perempuan sangat berbeda dari gambaran tentang laki-laki dikarenakan penonton yang dibayangkan, selalu adalah laki-laki yang heteroseksual dan gambar perempuan bertujuan untuk "merayu" laki-laki. Begitu juga dengan apa yang terjadi pada perilaku para fotografer, yang lebih tertarik pada sesi yang memperlihatkan keterbukaan tubuh sang model daripada sesi sebelumnya serta apa yang dipikirkan oleh panitia dengan menampilkan 'strategi pakaian', menunjukkan bagaimana tubuh yang terbuka tetapi masih tertutup, dianggap sebagai suatu daya tarik, komoditas serta nantinya dipercaya bisa menjadi senjata ampuh untuk menambah sisi estetis dari sebuah foto.

Kembali kepada aktivitas lomba motret model, untuk menarik perhatian dari sang model agar melihat ke dalam kameranya, beberapa peserta terus memanggil nama dari sang model. Ruangan kemudian dipenuhi dengan dengung suara para fotografer dan bunyi *shutter* kamera yang terus bekerja. Mendapatkan kontak mata, menjadi sangat



Gambar 5. Suasana pada waktu lomba memotret model
foto: Agus Heru S

penting untuk digunakan sebagai pendukung ide atas 'kebenaran' yang ditampilkan dalam sebuah foto. 'Kontak mata' yang terjadi di antara keduanya, menjadi bukti kehadiran mereka dalam ruang dan waktu tertentu serta saksi adanya interaksi antara fotografer dan modelnya. Ketika model melihat ke arah kamera, berbarengan dengan fotografer menekan tombol *shutter* kameranya, pada saat itulah terjadi momen kebersamaan atau terjalinnya hubungan antara fotografer dengan sang model.

Melihat mempunyai makna yang berbeda dengan tatapan (*gaze*). Tatapan dimaknai lebih daripada sekedar melihat. Bagi Clarke (1997: 133), tatapan menyiratkan kekuasaan, *voyeuristic* serta *fetishism*. Dalam konteks pemotretan model tersebut, tatapan yang mempunyai kuasa ini, sekali lagi menjadi milik dari fotografer. Tatapan yang mampu menjelajah, bisa melakukan koreksi, mempunyai kebebasan untuk merubah pandangan, menyesuaikan dengan selera yang diinginkan. Tatapan yang menikmati kuasa atas penglihatannya.

Sebaliknya, posisi model berada di situasi yang lemah, terkuasai, pasrah, dipermainkan arah pandangannya dan dipaksa untuk hanya bisa melihat kembali pantulan dari tubuh dan dirinya melalui kaca lensa kamera para fotografer. Kekuasaan fotografer juga tidak hanya berhenti di sana. Kekuasaan yang paling besar ada pada saat mengambil keputusan, menentukan hasil seleksi terhadap foto yang pantas untuk ditampilkan dan diberikan kepada panitia lomba. Di sini, fotografer yang dibentuk melalui perspektif maskulin, berkuasa untuk menentukan gambaran tubuh perempuan ideal, disesuaikan dengan hasratnya sebagai laki-laki. Senada dengan pendapat tersebut di atas, Ramamurthy (2000: 263), sekali lagi mengingatkan bahwa pilihan atas citra rekaman yang ada dalam foto merupakan hasil dari pengamatan dan pilihan atas sesuatu yang pantas untuk difoto dari sang fotografer.

Dalam lomba foto tersebut, satu elemen lain yang menarik adalah properti yang digunakan, mobil dan karpet berwarna merah. Mobil dan model menjadi representasi atas hubungan kontradiktif yang terjadi antara laki-laki dan perempuan. Mobil tersebut terlihat besar, gagah, macho, dewasa dan sangat maskulin, berbanding terbalik dengan sang model yang masih terlihat belum cukup dewasa, lemah dan feminin. Penempatan ini sesuai dengan apa yang dibayangkan oleh Archer dan Loyd (dalam Synott, 2007 : 109-110) atas apa yang menjadi stereotip terhadap perbedaan posisi antara perempuan dan laki-laki. Bahwa posisi laki-laki diperlihatkan sebagai pihak yang dominan, kuat, percaya diri dan maskulin, secara tegas melekat pada pilihan mobil panitia. Sedangkan sang model, dipaksa untuk memainkan peranan dirinya sendiri yang dilihat melalui perspektif laki-laki sebagai seorang perempuan yang halus, emosional, lembut, feminim, kekanakan dan hangat. Warna merah sepatu *high heel*-nya dan warna karpet di sana, tidak muncul seperti halnya ide tentang karpet merah yang dipakai dalam suatu upacara kenegaraan untuk menarasikan penghormatan, melainkan keluar sebagai warna yang mewujudkan atau mempresentasikan keliaran, kehangatan serta sisi sensualitas. Warna merah, pada akhirnya muncul sebagai pemenuhan harapan imajinasi laki-laki atas visualisasi perempuan dalam media foto.

Serupa dengan lomba foto, jumlah serta popularitas dari model menjadi faktor yang penting untuk menarik minat peserta *hunting* bersama memotret model. Khusus dalam kasus *hunting* bersama atau *photo hunt*, jumlah, profesionalitas serta dari mana model tersebut berasal, mempunyai pengaruh terhadap besar kecilnya uang pendaftaran. Selain itu, wilayah dimana acara dilangsungkan, juga ikut menentukan harga biaya registrasinya.

Pose menjadi satu dari berbagai unsur utamadalam pembacaan foto yang menggunakan figur model manusia didalamnya. Apabila mencermati semua foto yang digunakan sebagai ilustrasi iklan, baik dari lomba foto maupun acara *hunting* bersama memotret model, kita akan mendapati persamaan yang ditampilkan dari para model tersebut (lihat gambar 5 dan 6). Seperti yang telah disebutkan di atas, para model tersebut biasanya mempunyai tubuh yang langsing, berkulit putih dan berambut panjang. Bagaimana cara mereka memposekan tubuh mereka, juga hampir seragam. Posisi wajah sengaja dimainkan, agak menunduk atau posisi kepala dimajukan dengan bibir sengaja dibiarkan sedikit terbuka agar terlihat lebih sensual. Pandangan mata keluar dari *frame* atau kadang-kadang melihat langsung ke dalam kamera. Seandainya, foto yang digunakan harus memperlihatkan tubuh model secara keseluruhan, maka pose tubuh dari model seolah ditampilkan dalam citra yang pasif, untuk mengundang sentuhan.

Clarke (1997: 125), menjelaskan bahwa perempuan di dalam foto, biasanya ditampilkan dengan tatapan yang lembut dan pose yang pasif. Perilaku ini dianggap sebagai struktur stereotip yang berkaitan dengan harapan serta fantasi dari laki-laki. Lebih lanjut, perempuan di dalam foto akan dilihat melalui dua perspektif, sebagai *spectacle* (untuk tatapan laki-laki) dan stereotip

(kekasih, istri/ibu). Meskipun begitu, posisi pasif dari model ini tidak hanya seperti yang ditunjukkan oleh Berger maupun Clarke, seperti posisi arah pandang, bahasa tubuh yang menunggu sentuhan, atau wajah yang sendu. Di dalam foto, terutama pada kasus lomba foto model maupun *hunting* bersama memotret model, perempuan yang diwakili oleh kehadiran sang model, menjadi pasif dalam segala hal. Tubuh dan dirinya telah dikuasai secara sistematis oleh kuasa patriarkis sehingga mereka 'dipaksa' menyerahkan diri kedalam pilihan keputusan yang akan dibuat oleh fotografer.

Implikasi atas sistem hubungan yang terjadi antara kuasa dan tubuh tersebut, tidak berhenti di sana. Synott (2007) menegaskan bahwa tubuh tidak hanya sekedar anatomi fisik saja, melainkan suatu konstruksi sosial yang politis dan simbolis. Deskripsi fisik yang ada pada tubuh seseorang tidak hanya menjadi respon social atas diri, tetapi juga ikut mempengaruhi kesempatan hidup dari individu tersebut. Kesempatan untuk dideskripsikan melalui tatapan maskulin fotografer, dijadikan sebagai standar atas pengakuan secara umum terhadap kecantikan maupun kemolekannya oleh masyarakat umum bagi sang model sendiri. Standar pengakuan yang digunakan oleh model untuk melihat diri dan mengakui eksistensinya, merupakan bentuk ketidaksadaran yang terlewatkan dalam kerangka pemikiran sang model, bahkan



Foto 6. Iklan Photo Hunt (Sumber : Instagram.com)



Foto 7. Iklan Photo Hunt (Sumber : Instagram.com)

pada saat, hal tersebut dimanfaatkan sebagai jalan untuk meraih populeritasnya. Tubuh organisasinya, mengalami proses objektifikasi yang merubahnya menjadi benda dengan sifat kesementaraannya. Merujuk pada definisi yang dibuat oleh Calogero (2012: 574), bahwa pengobjektifkasian merupakan cara memperlakukan dan membuat sesuatu yang seharusnya bukan suatu objek menjadi objek, yang kemudian bisa digunakan, dimanipulasi, dikontrol dan diketahui melalui penampakan fisiknya, maka foto, dalam perspektif ini, berkembang menjadi alat kontrol dan praktek pendukung dari proses objektifikasi diri sendiri maupun diri manusia oleh manusia yang lain. Implikasi dari objektifikasi ini sendiri akan berdampak pada kehidupan perempuan baik secara politik maupun personalnya.

SIMPULAN

Sontag (1977) secara jeli melihat bahwa apa yang menggerakkan orang untuk memotret adalah untuk mendapatkan sesuatu yang *'beautiful'*. Secara tidak langsung, hal itu menyatakan peranan aktif media fotografi dalam membentuk ide atas kecantikan yang ada di dunia. Meskipun begitu, apa yang menjadi ide tentang kecantikan yang dibawa oleh fotografi, tidak bisa melepaskan diri dari berbagai faktor diluar dirinya, termasuk kuasa patriarkis.

Dalam acara lomba memotret model ataupun kegiatan *hunting* bersama memotret model tersebut, kedua pihak fotografer dan model terjebak dalam ide kecantikan yang digambarkan oleh Sontag. Bagi seorang fotografer, model yang mereka foto merupakan representasi atas kecantikan yang diidam-idamkan dan melalui penggunaan kamera, kecantikan tersebut bisa dimungkinkan untuk direbut dan menjadi milik mereka. Foto yang dilihat, dikonsumsi, dibaca dan dipahami sebagai suatu ide atas kenyataan

oleh spektatornya, tidak lebih merupakan representasi nyata dalam mendukung ide atas dominasi laki-laki terhadap perempuan. Merebut dan memiliki kecantikan melalui mata kamera, menjadi semacam kenikmatan serta pengakuan atas kuasa mereka, para laki-laki. Sedangkan sang model, mereka terjebak dalam lingkaran rumit yang dibuat oleh sistem patriarkis, sehingga memunculkan ketidaksadaran atas posisi mereka yang melihat ke dalam dirinya melalui sudut pandang laki-laki. Di sisi yang lain, para model terperangkap dalam kesadaran semu bahwa menjadi bagian dari sesi pemotretan merupakan pengakuan secara publik terhadap kecantikan dan keindahan tubuh yang mereka miliki. Perangkap kesadaran semu tersebut didasari oleh mitos yang diciptakan oleh laki-laki. Dilihat melalui konteks ini, para model secara tidak langsung, membantu proses mengakarnya mitos tersebut di masyarakat. Mitos yang bagi pandangan Sontag (1977:185), disisipkan melalui ide fotografi sebagai standarisasi atas kecantikan dan keindahan itu sendiri, yang kemudian membentuk dan membantu proses pelanggaran *stereotyping* serta praktek pengobjektifkasian perempuan secara budaya.

Meskipun begitu, sekali lagi perlu ditekankan bahwa artikel ini dilakukan dengan dasar pembacaan kritis atas visualisasi yang terlihat dalam berbagai iklan lomba foto dan hunting bersama memotret model yang muncul di berbagai media, khususnya media sosial serta pengalaman personal pada saat mengikuti kegiatan tersebut. Selain itu, artikel ini berangkat melalui penekanan terhadap perspektif aktivitas fotografi dan tidak melakukan rangkaian wawancara secara langsung, terutama dengan model perempuannya. Sehingga, perbincangan seputar peran sang model terhadap tubuh dan kediriannya, seperti yang muncul dalam film dokumenter selebritis Instagram dari Pakistan,

Qandeel Baloch, yang mencoba menantang norma dan perspektif konservatif masyarakat dan keluarga melalui ketubuhannya, disadari sangat terbatas.

KEPUSTAKAAN

Buku

Berger, John. *Ways of Seeing*. London. British Broadcasting Corporation and Penguin Book. 1972.

Clarke, Graham. *The Photograph*. Oxford New York. Oxford University of Press. 1997.

Kriebel, T. Sabine. *Theories of Photography a Short History dalam Photography Theory*. Disunting oleh James Elkins. New York London. Routledge. 2007.

Rumamurthy, Anandi. *Spectacles and Illusions: Photography and Commodity Culture dalam Photography; A Critical Introduction*. Disunting oleh Liz Wells. London dan New York. Routledge. 2000.

Sontag, Susan. *On Photograph*. New York. Farrar, Strauss and Giroux. 1977.

Sunjayadi, Achmad. "Mengabadikan Estetika, Fotografi dalam Promosi Pariwisata Kolonial di Hindia Belanda". *Jurnal Wacana*, Vol. 10, No.2, Oktober, 2008.

Synott, Anthony. *Tubuh Sosial; Simbolisme, Diri dan Masyarakat*. Yogyakarta. Jalasutra. 2007.

Wolf, Naomi. *The Beauty Myth; How Beauty of the Image Are Used Against the Women*. HarperCollins. e-books. 2002.

Zuromskis, Catherine. *On Snapshot Photography; Rethinking Photographic Power in Public and Private Spheres dalam Photography; Theoretical Snapshots*. Disunting oleh J.J Long, Andrea Noble dan Edward Welch. London dan New York. Routledge. 2009.

Pustaka laman

Calogero, Rachel. M. 2012. Objectification Theory, Self-objectification and Body Image dalam *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Disunting oleh Thomas Cash. University of Kent. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2017. <http://kar.kent.ac.uk/33425>

<https://www.instagram.com/p/BZ425cUj1VD/?taken-by=eventphotoindonesia> diakses pada tanggal 20 Oktober 2017

https://www.instagram.com/p/BZR9pC_jrRr/?taken-by=eventphotoindonesia diakses pada tanggal 20 Oktober 2017

<https://www.instagram.com/p/BZvuCiZj86C/?hl=en&taken-by=vivictoriafsp> diakses pada tanggal 20 Oktober 2017

<https://www.instagram.com/p/S2ukR6D-FRm/?hl=en&tagged=lombamotretmodel> diakses pada tanggal 20 Oktober 2017

<https://www.instagram.com/p/Banv7DmDgC-G/?taken-by=eventphotoindonesia> diakses pada tanggal 2017