

Penciptaan Karya Video Seni Instalasi “OBSESI” Sebagai Refleksi ‘Cantik’ Perempuan Modern

Oleh:

Yusmita Akhirul Latif

Dosen Prodi DIV Komputer Multimedia Stikom Surabaya

Abstract

Beautiful is the nature of a woman, but pretty often develop into an obsession or excessive desire experienced by women. Video art titled "Obsession" the theme of obsession with women in his desire to get the perfect beauty. Beauty is meant the beauty of the face and white skin, the desire to get a slim body, and also the views of the beauty and fashion brand attached. This video aired installation using mirrors, which are used to support the work of installation of video. Video "Obsession" is a reflection of women's daily habits when they are in front of the mirror. This custom processed video is shown to be performing with beauty issues that exist in general. Video installation is a work of video art, if typically the video aired by screening, then video art has a different way. Video can be displayed by using other media that can support video work.

Keywords: video art, installation, beautiful obsession

PENDAHULUAN

Karya seni merupakan visualisasi kreatif dari pengalaman yang berangkat dari adanya luapan emosi untuk menciptakan suatu bentuk yang bermula dari timbulnya ide atau gagasan. Setiap seniman mempunyai cara apresiasi berbeda-beda, semua itu disebabkan oleh persepsi dan pengalaman seorang seniman dalam menanggapi sesuatu hal, dan kesemuanya akan berpengaruh pada sifat dan karakter masing-masing. Untuk menyampaikan gagasan, sensasi, atau perasaan dengan cara seefektif mungkin. Sekalipun demikian, banyak seniman yang mendapat pengaruh dari seniman lain.

Obsesi perempuan terhadap kecantikan menjadi ide menarik untuk diangkat ke dalam karya seni. Berdasar data dan analisa sementara maka kasus tersebut layak diangkat menjadi sebuah karya seni. Dalam hal ini, maka karya seni yang diciptakan akan berupa karya video dengan tema obsesi perempuan terhadap kecantikan. Sebuah karya seni diciptakan dengan berbagai alasan dan mungkin juga diciptakan karena adanya kepentingan.

Ide untuk menciptakan suatu karya seni dapat muncul melalui pengalaman hidup, perasaan ataupun sekedar ekspresi diri. Melalui karya seni, seorang seniman dapat mengungkapkan pemikiran dan ekspresi dirinya kepada orang lain. Kebebasan berekspresi membuat seniman mempunyai banyak ruang untuk memindahkan imajinasinya dalam bentuk karya seni yang beragam. Ketika karya seni dipertontonkan di ruang publik, seniman memberikan kebebasan pada masyarakat untuk menikmati dan memaknai karyanya dari sudut pandang masing-masing untuk mendapatkan pengalaman estetis secara spontan.

Keinginan berlebih dapat menimbulkan obsesi. Ketidakpuasan ini memicu timbulnya obsesi. Secara tidak sadar seringkali manusia mengalaminya. Obsesi merupakan gangguan jiwa berupa pikiran yang selalu menggoda seseorang dan sangat sukar dihilangkan (Kamus Bahasa Indonesia, 1994: 336). Obsesi juga diartikan sebagai sejenis ide, emosi, atau bayangan yang tidak terkendali, sering datang tanpa dikehendaki atau mendesak masuk dalam pikiran seseorang yang mengakibatkan rasa tertekan dan cemas (Andri, Sp.Kj, www.kompas.com).

Obsesi bisa hadir dalam diri manusia ketika mulai menginginkan sesuatu. Obsesi dapat masuk dan meracuni pikiran untuk mengejar sesuatu yang terkadang tidak masuk akal. Obsesi untuk menjadi cantik pada akhirnya akan mempengaruhi banyak hal kebiasaan yang tidak disadari karena berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Obsesi kecantikan salah satunya dapat berkaitan dengan pengaruh gaya hidup masyarakat modern yang mempunyai kebiasaan berlebihan.

Perempuan menginginkan mempunyai fisik yang sempurna dan cantik. Keinginan itu membentuk pola pikirnya agar selalu tampil menarik dan mencari kekurangan yang ada pada dirinya untuk disamarkan. Kemudian mulai muncul obsesi untuk melakukan usaha penyempurnaan agar dapat menutupi kekurangan fisiknya. Pergeseran makna cantik yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman, menunjukkan adanya perubahan konstruksi mengenai kecantikan itu sendiri. Berbagai cara dilakukan untuk meraih obsesi diantaranya; berkeinginan mempunyai kulit putih dan wajah cantik dengan kosmetik yang berlebihan, diet ketat karena ketakutan menjadi gendut, dan berkeinginan *fashionable* dengan cara pemujaan terhadap *brand*.

Dalam tulisan ini pokok permasalahan yang dibahas adalah kecantikan yang selalu dikaitkan dengan penampilan, misalnya pemenuhan kebutuhan untuk menjadi putih dengan kosmetik. Selama ini kosmetik mendapat peranan besar dalam membantu menyempurnakan kecantikan wajah, melindungi tubuh dari sinar ultraviolet, radikal bebas, membersihkan kulit, dan melembabkan. Namun seiring perkembangannya, kini banyak kosmetik yang menawarkan produk pemutih. Secara tidak langsung kosmetik telah banyak mengalami peralihan fungsi. Produk pemutih mendapat banyak perhatian sehingga banyak yang mengkonsumsinya. Penelitian AC Nielsen, untuk kurun waktu bulan Januari-Desember 2002-2003, peningkatan produk pemutih *Ponds White Beauty-Skin Lightening* di Indonesia meningkat drastis sampai 110% (Vissia Ita, 2007: 15).

Selain kecantikan yang dibentuk oleh kosmetik, kecantikan juga dipengaruhi oleh adanya tubuh yang ideal. Baudrillard menyebutkan bahwa bagi sebagian perempuan, kecantikan itu tidak dapat dipisahkan dengan kerampingan tubuh. Tubuh perlu diawasi, dikurangi, 'disiksa' dengan tujuan estetis (2004: 181-184). Pernyataan tersebut jelas ada terdapat pandangan yang universal mengenai bentuk tubuh yang ideal agar dapat dikatakan cantik. Mirisnya lagi, masalah kerampingan ini ternyata mendapat perhatian serius karena banyak dialami oleh remaja perempuan di beberapa negara. *Media watch* di Canada pada tahun 2000 melakukan survey terhadap perempuan. Hasilnya, 81% anak usia 10 tahun diteliti melakukan diet. Kemudian di Ontario, Kementerian Kesehatan melaporkan bahwa sekitar 90% perempuan warganya didiagnosis mengidap *anoreksia* dan *bulimia* (Aqarini, 2003: 21).

Di Indonesia, kasus kecantikan berkait bentuk tubuh, juga semakin marak dan digemari para perempuan. Mulai dari pemakaian pemutih, suntik vitamin c, penambahan silikon dan bedah estetis. Sebagian orang rela melakukan bedah estetis di rumah sakit bahkan salon kecantikan untuk mendapatkan bentuk tubuh dan wajah

sesuai yang diinginkannya. Seperti yang pernah dimuat sebuah *website Indonesiaindonesia.com* pada 10 Oktober 2008, mengenai kasus yang ada di RSUD Soetomo Surabaya. Menurut Sjaifuddin Noer, dokter bedah plastik RSUD dr Soetomo, dalam setahun terakhir, tiap bulan, dirinya menerima 2-3 pasien yang wajahnya rusak setelah "dipermak" di salon-salon kecantikan. "Padahal, sebelumnya saya jarang menerima pasien seperti itu. Kalaupun ada, paling hanya satu pasien setiap bulan". Kebanyakan pasien bermasalah tersebut adalah kaum wanita. Mereka umumnya mengeluhkan wajahnya jadi tak karuan setelah menjalani operasi plastik di salon kecantikan. Di antaranya, hidung dan posisi mata tidak simetris. "Karena hasilnya jelek, mereka kecewa. Akhirnya, mereka ke dokter bedah plastik minta dikembalikan ke kondisi semula," ungkap Sjaifuddin.

Kasus tersebut mengingatkan bahwa ada suatu 'ketidakberesan' yang terjadi di lingkungan perempuan. Hampir semua perempuan menginginkan untuk cantik di luar batas kemampuannya. Keinginan perempuan untuk memiliki bentuk badan ideal telah menjadi hal yang serius hingga timbul obsesi. Setiap perempuan mempunyai cara untuk dapat bersaing dengan perempuan di sekitarnya agar terlihat lebih mencolok dan dipandang oleh kaum maskulin. Mereka tidak sadar sedang menjadi korban maskulinitas dan korban pemanfaatan produk kecantikan (khususnya produk pemutih kulit, makanan diet, dan *fashion*).

Obsesi perempuan terhadap kecantikan menjadi ide menarik untuk diangkat ke dalam karya seni. Berdasar data dan analisa sementara maka penulis akan membuat video berjudul "Obsesi" yang mempertontonkan bahwa kasus kecantikan telah mengalami pergeseran makna yang dangkal. Permasalahannya dapat dirumuskan; pertama, bagaimana membuat karya seni video instalasi yang menampilkan potret obsesi cantik perempuan modern?, kedua, bagaimana memvisualkan realita tersebut menjadi sebuah video refleksi yang satir?

Tujuan yang ingin dicapai dari video "Obsesi" adalah memberikan alternatif baru dalam menikmati karya seni video, yaitu menampilkan perpaduan video dengan instalasi yang mampu menambahkan nilai estetis. Selain itu perancangan karya ini sebagai bentuk kepedulian dan usaha untuk menyadarkan perempuan yang terjebak ke dalam bahaya obsesi dan konsumtif yang diciptakan pasar, sehingga mampu dijadikan bahan renungan untuk masyarakat luas dan aktivis perempuan dalam advokasi moral serta merangsang upaya-upaya pengkajian persoalan sosial tersebut.

LANDASAN TEORI

A. Seni dalam Video

Seni adalah proses berkarya yang diciptakan oleh manusia dan oleh karena itu seni bisa dilihat sebagai ekspresi dari kreatifitas manusia. Seni tidak dapat dinilai dari sudut pandang saja, seorang seniman memilih sendiri caranya dalam proses kerja, masih bisa dikatakan bahwa seni adalah proses dalam memilih suatu peraturan dalam penggunaan media, dan nilai-nilai yang menentukan apa yang pantas diekspresi melalui media tersebut. Untuk menyampaikan gagasan, sensasi, atau perasaan dengan cara se-efektif mungkin. Sekalipun demikian, banyak seniman yang mendapat pengaruh dari seniman lain.

Karya seni merupakan visualisasi kreatif dari suatu pengalaman yang berangkat dari adanya luapan emosi untuk menciptakan suatu bentuk yang bermula dari timbulnya ide atau gagasan. Setiap seniman mempunyai cara apresiasi yang berbeda-

beda, semua itu disebabkan oleh persepsi dan pengalaman seorang seniman dalam menanggapi sesuatu hal, dan kesemuanya akan berpengaruh pada sifat dan karakter masing-masing. Hasil pada karya ini adalah gambaran obsesi kecantikan perempuan masa kini sebagai potret sosial dalam karya video seni.

1. Video Seni sebagai Media Penciptaan

Menurut Harold Osborne, seni adalah ekspresi emosi dan perasaan sang seniman (dalam buku Matius Ali, 2011: 128). Pernyataan ini menunjukkan bahwa seni mempunyai hubungan erat dengan ekspresi, karena seni lahir dari sebuah ekspresi emosi dari seniman. David Hume menambahkan pernyataan bahwa seni tidak hanya membicarakan karya seni yang indah, tetapi juga membicarakan 'cita rasa' dan patokan dalam membuat pertimbangan atau penilaian tentang nilai seni (Matius Ali, 2011: 2).

Video adalah hasil dari proses perekaman kamera. Kamera video mempunyai fungsi merekam, menayangkan bahkan menyunting secara simultan (Krisna Murti, 2009: 42). Dapat disimpulkan kurang lebih video seni merupakan hasil rekaman dan penyuntingan, yang di dalamnya terdapat unsur keindahan, ekspresi emosi, cita rasa, dan makna dari senimannya. Video disini mendapat peranan sebagai media penyampai seni. Video seni telah memberikan ruang yang dapat merepresentasikan inspirasi masing-masing seniman serta memberikan wilayah luas untuk menuangkan ekspresi kesenian bagi manusia.

Setiap karya seni membutuhkan media penyampainya, dalam penciptaan karya seni ini saya memilih media audiovisual yaitu video. Kemampuan video yang dapat menghasilkan karya audio dan visual, telah memberikan kebebasan seluas-luasnya untuk berekspresi. Video seni mengandalkan gambar bergerak yang terdiri dari video dan/atau data video. Video seni bukan Film Eksperimental, karena keduanya dibangun dari dua sejarah yang berbeda: seni rupa dan sinema. (Krisna Murti, 2009 :33). Dari tema dan teknologi mediana terdapat sedikitnya tiga kecenderungan. Pertama, video seni, yakni media yang menjadi perluasan tubuh. Kedua, video sebagai perluasan kemungkinan narasi, dari biografi hingga fantasi. Ketiga, hibridasi genre dan teknologi media (Krisna Murti, 2009: 63).

Video berdasarkan sifatnya memiliki tiga karakter yaitu:

- a. *Showing*, secara langsung (*live/real time*)
- b. *Recording*, disini video dapat berfungsi juga untung perekaman yang berguna juga sebagai pelestarian waktu, *memory/history* dan data.
- c. *Editing*, yaitu kondisi dimana kita bisa mengintervensi keadaan sebenarnya.

Disamping itu, video juga mempunyai ketentuan di dalamnya yang dapat menciptakan unsur keindahan. Unsur keindahan sebuah video dapat dinilai menggunakan elemen-elemen sinematografi. Sebuah *frame* yang diciptakan dalam *shot*, harus mempunyai komposisi yang baik di dalamnya. Komposisi yang baik adalah aransemen dari unsur-unsur gambar untuk membentuk suatu kesatuan, yang serasi (harmonis) secara keseluruhan (Joseph.V.Marselin dalam terjemahan H.M.Y Biran, 1987: 409). Joseph juga mengatakan bahwa:

“Komposisi merefleksikan selera pribadi. Seorang juru kamera harus mempunyai selera yang bagus dan harus bisa menciptakan komposisi yang bagus secara intuitif dalam pengambilan gambar. Memiliki '*feeling*' yang bagus terhadap keseimbangan, bentuk, irama, ruang, garis, dan nada. Punya penilaian yang baik atas nilai-nilai warna, dan punya rasa dramatik”.

B. Video Instalasi

Seni media baru menciptakan kebaruan dalam cara menampilkan video. Jika biasanya video ditayangkan dengan cara *screening*, maka seni media baru dapat menayangkan video dengan cara yang berbeda. Video dapat ditayangkan dengan menggunakan media lain yang dapat mendukung karya video. Media lain tersebutlah yang mampu membentuk sebuah instalasi. Video instalasi merupakan pengembangan dari istilah video patung yang diadopsi dari tema pameran Vostell di Galeri Smolin pada tahun 1963 di Amerika Serikat. Video patung, video instalasi atau juga disebut sebagai video kanal tunggal seringkali diartikan hampir sama yaitu mempunyai pengertian video yang dikonfigurasi dengan objek seni lain atau barang sehari-hari (Krisna Murti, 2009:65).

METODE PENELITIAN DAN PERANCANGAN KARYA

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2004:3) adalah bentuk penelitian yang memberikan data secara deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari pengamatan mengenai orang-orang sekitar. Jadi, dalam hal ini diperlukan pandangan suatu keutuhan dari berbagai pihak narasumber (tidak mengkhususkan pada satu individu saja). Data diperoleh dari hasil wawancara terhadap beberapa perempuan mengenai kecantikan yang ideal. Hasil wawancara juga didapatkan dari dr. Sjaifuddin Noer (dokter bedah plastik RSUD Soetomo). Selain wawancara, data didapatkan melalui kajian pustaka. Kajian pustaka meliputi:

1. Buku Posmodernisme dan Budaya Konsumen (Featherstone *et al.*, 2008: 33) menjelaskan bahwa Periklanan secara khusus mampu mengeksploitasi kondisi ini dan memberikan *image* percintaan, eksotika, nafsu, kecantikan, pemenuhan kebutuhan, dan kemajuan ilmiah
2. Harian Kompas Media cetak, memberitakan kasus kematian tragis yang dialami oleh Ana Carolina Reston super model ambassador setelah melakukan diet ketat hingga ginjalnya hancur dan badannya digerogeti berbagai infeksi.
3. Website indonesiaindonesia.com yang merupakan berita online, menyebutkan bahwa di Surabaya minat bedah estetik mengalami peningkatan hingga 2-3 pasien perbulan.
4. Buku Pesona “Barat” (Vissia Ita, 2007: 14), memaparkan bahwa iklan produk kecantikan yang menawarkan pemutih telah meningkat secara signifikan, dan saat ini lebih dari 57 macam produk pemutih berlomba-lomba memborbadir *audiens* untuk menggunakan produk-produk pemutih tersebut

Observasi dilakukan pada beberapa video dengan kasus obsesi kecantikan yang diunggah ke dalam situs video seperti youtube dan vimeo. Referensi kasus mengambil contoh dari obsesi beberapa perempuan yang selalu ingin tampil cantik dengan berbagai cara dan tidak peduli dengan bahan kimia yang terkandung di dalamnya seperti pemakaian *lotion* yang menawarkan efek putih, mandi susu, lulur, *bleaching*, hingga suntik vitamin C.

Kasus obsesi terhadap keinginan untuk tampil cantik yang ekstrim telah terjadi pada beberapa perempuan, salah satu diantaranya yang paling fenomenal yakni seorang perempuan yang sengaja merubah wajah dan bentuk badannya menyerupai boneka mainan “Barbie” dan tokoh kartun “Anime Girl”. Mereka rela menghabiskan uang

dan mengabdikan hidupnya demi kepuasan pribadi agar bisa mirip dengan tokoh yang diimpikannya. Dua perempuan yang terbukti paling ekstrim merubah badannya yaitu; Valeria Lukyanova seorang perempuan dari Ukraina dan seorang perempuan yang merubah dirinya menjadi *anime girl* yaitu Anastasya Shpagina.



Gambar 1. Valeria Lukyanova “barbie girl” dan Anastasya Sphagina “anime girl”.
Sumber: www.youtube.com

Selain itu, kasus diet terparah dialami super model brand ambassador Ana Carolina Reston. Ana Reston melakukan diet ketat berlebihan untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ramping. Ia mengalami anoreksia dan bulimia demi menjaga penampilan dan mendapatkan karirnya sebagai super model Brand Ambassador di China. Tingginya yang mencapai 173 cm hanya berbobot 40 Kg. November 2006 Reston akhirnya meninggal dunia setelah sempat dirawat di Rumah Sakit selama kurang lebih satu bulan karena ginjalnya hancur dan beberapa infeksi menggerogoti tubuhnya.



Gambar 2. Ana Carolina reston. Super model brand ambassador pengidap anoreksia dan bulimia. Sumber: <http://www.kompas.com>

Berbeda dengan di Jakarta, bedah estetik mulai digemari oleh remaja berusia mulai 16 tahun. Dr. Enrina Dyah, SpBp seseorang ahli bedah dan pendiri klinik kecantikan 'Ultimo Clinic-Aesthetic & Dental Center' di Jakarta Selatan, mengatakan bahwa kebanyakan remaja melakukan bedah mata, hidung dan pipi *chubby*. Demam K-Pop dan banyaknya selebriti Korea dengan bentuk wajah yang cantik dan sempurna,

membuat wanita ingin wajahnya seperti aktris dan penyanyi asal negeri gingseng. Menurut dr. Enrina yang ditiru dari selebriti Korea adalah bentuk hidung mereka, sehingga kebanyakan wanita ingin bentuk hidungnya seperti personil SNSD.

Antusiasme perempuan di Indonesia untuk mengejar kesempurnaan tubuh, bisa dikatakan semakin meningkat. Hal ini seharusnya mendapat penanganan serius dari peran lembaga pendidikan dan perhatian dari orang tua, juga lingkungan sekitar. Media massa dan industri sering disebut-sebut sebagai pengaruh utama kecenderungan tersebut.

5. Studi Eksisting

Untuk memperdalam ide dan konsep, penulis juga melakukan studi eksisting terhadap beberapa karya video instalasi dan film yang mengambil tema kecantikan.

a. Video instalasi Nam June Paik

Salah satu seniman yang menampilkan video dengan perpaduan media lain adalah Nam June Paik, seorang seniman dari Korea. Nam June Paik banyak menampilkan karya videonya dengan tambahan display patung (Krisna Murti, 2009:154).

Salah satu tulisan tentang Nam June Paik oleh Aditya Adinegoro dalam jurnal Footage “Film Video Sosialita” terbitan 6 Maret 2010, menyatakan bahwa Nam June Paik dapat mentransformasikan hal yang paling instrumental dari medium video, melalui sebuah proses di mana ia mengekspresikan wawasannya yang mendalam tentang teknologi elektronik dan pemahamannya tentang bagaimana mengkonstruksi televisi agar “merubahnya keluar” dan menjadikannya sesuatu yang baru.



Gambar 3. Salah satu karya video Instalasi Nam June Paik “Good Morning Mr. Orwell” 1995. Sumber foto: www.jurnalfootage.net

b. Film Confession Of Shopaholic

Film ini menunjukkan hasrat gila belanja mode dan *branded* pada seorang perempuan agar selalu tampil menarik dan sempurna. Disutradarai oleh P.J Hogan. Film ini dirilis tahun 2009.

Berdasarkan data tersebut, penulis mulai melakukan proses kreatif untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu perancangan karya.

Konsep Video

Perilaku obsesi kecantikan yang akan diangkat ke dalam karya video seni merupakan perwakilan paling menonjol dari seluruh perilaku konsumtif yang dilakukan oleh perempuan. Karya akan terdiri dari 3 (tiga) video sebagai gambaran kasus obsesi kecantikan yang paling banyak terjadi di masyarakat. Masing-masing video ditampilkan menggunakan instalasi untuk mendukung esensi video tersebut. Unsur naratif tidak selalu menjadi yang utama seperti dalam film atau televisi, begitupun teknik sinematografinya. Namun dalam karya ini, akan diberi sentuhan naratif untuk menimbulkan dramatisasi setiap adegannya. Setiap karya mempunyai satu tema yang sama yaitu obsesi untuk menjadi cantik. Tiga karya tersebut yaitu “Obsesi kulit putih dan bentuk wajah”, “Obsesi kurus”, dan “Obsesi menjadi seorang yang *fashionable* dan *branded*”.

Konsep dari video ini adalah refleksi perempuan modern yang ditunjukkan lewat memori cermin. Cermin seolah menangkap dan merekam aksi para perempuan modern, karena umum diketahui cermin hampir seperti sahabat dekat para perempuan. Cermin menangkap objek dengan jujur, namun objek sering berpura-pura dan *beracting* ketika berada di depannya, seperti mencari-cari kekurangan dan ketidak sempurnaan.

Ukuran video yang ditayangkan adalah potrait, bukan landscape. Hal ini dimaksudkan untuk mewakili cermin dalam suatu ruangan dan menunjukkan privasi seseorang melalui ruangan privat, karena hanya ruangan privat yang mampu memberikan kejujuran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dari perancangan karya video instalasi berjudul “Obsesi”:

1. Obsesi terhadap kulit putih dan bentuk wajah

Dalam video “Obsesi” versi 1 ini menampilkan bagaimana seorang perempuan ketika berjuang membuat wajahnya lebih cantik dan kulitnya lebih putih. Video dibangun dengan *performing* seorang perempuan yang sedang merias di depan sebuah cermin. Kamera disini digunakan sebagai perwakilan dari cermin. Pemain akan melakukan interaksi pandangan dengan cermin dan peralatan kosmetik yang ada di depannya, seperti gambar 4.

2. Obsesi terhadap Bentuk Tubuh Ideal

Mempunyai tubuh yang seksi, ramping, langsing, merupakan obsesi hampir semua wanita. Dengan bentuk badan yang ideal, maka dapat berpenampilan lebih menarik, punya kesempatan memakai pakaian bagus dan modis, dan tentunya dapat menarik perhatian lawan jenis. Berbagai produk pun semarak menawarkan janji dan mimpi indah untuk para konsumennya. Diantaranya adalah produk yang menawarkan makanan alat olah raga dengan harga yang mahal, obat diet, dan juga

makanan sehat yang kesemuanya diyakini mampu menurunkan berat badan, seperti gambar 5.



Gambar 4. Capture frame adegan “Obsesi” versi 1. Sumber: gambar penulis



Gambar 5. Capture frame karya “Obsesi” versi 2. Sumber: gambar penulis

3. Obsesi terhadap Mode/*Fashionable*

Setiap perempuan pasti akan tertarik melihat baju yang dipajang di manequin di dalam sebuah toko baju dan butik. Obsesi cantik dengan penggunaan barang *branded* ini bisa muncul karena adanya perasaan puas dan keyakinan bahwa dirinya akan menjadi cantik ketika baju *branded* dikenakan. Padahal industri mode terus berkembang dan tidak ada habisnya. Industri mode secara terus menerus mengubah cara pandang masyarakat terhadap *trend* dan daya tarik yang ditawarkan, sehingga susah untuk ditinggalkan, seperti gambar 6.

4. Proses produksi karya video instalasi “Obsesi”

Proses produksi karya video secara keseluruhan dilakukan di dalam studio. Hal ini dikarenakan produksi memakai *full setting* yang *blockingnya* sudah ditentukan sedemikian rupa. Proses *blocking* digunakan untuk menciptakan interaksi antara model dengan cermin yang ada di hadapannya. Proses produksi dilakukan dengan

single camera (memakai kamera DSLR Canon 550D), berbagai peralatan lampu seperti kinoflow, luxmen, dan dedolight yang ditata untuk menentukan poin utama *blocking* pemain dan properti, seperti gambar 7.



Gambar 6. Capture frame karya “Obsesi” versi 3. Sumber: gambar penulis



Gambar 7. Proses produksi karya video “Obsesi”. Sumber: gambar penulis

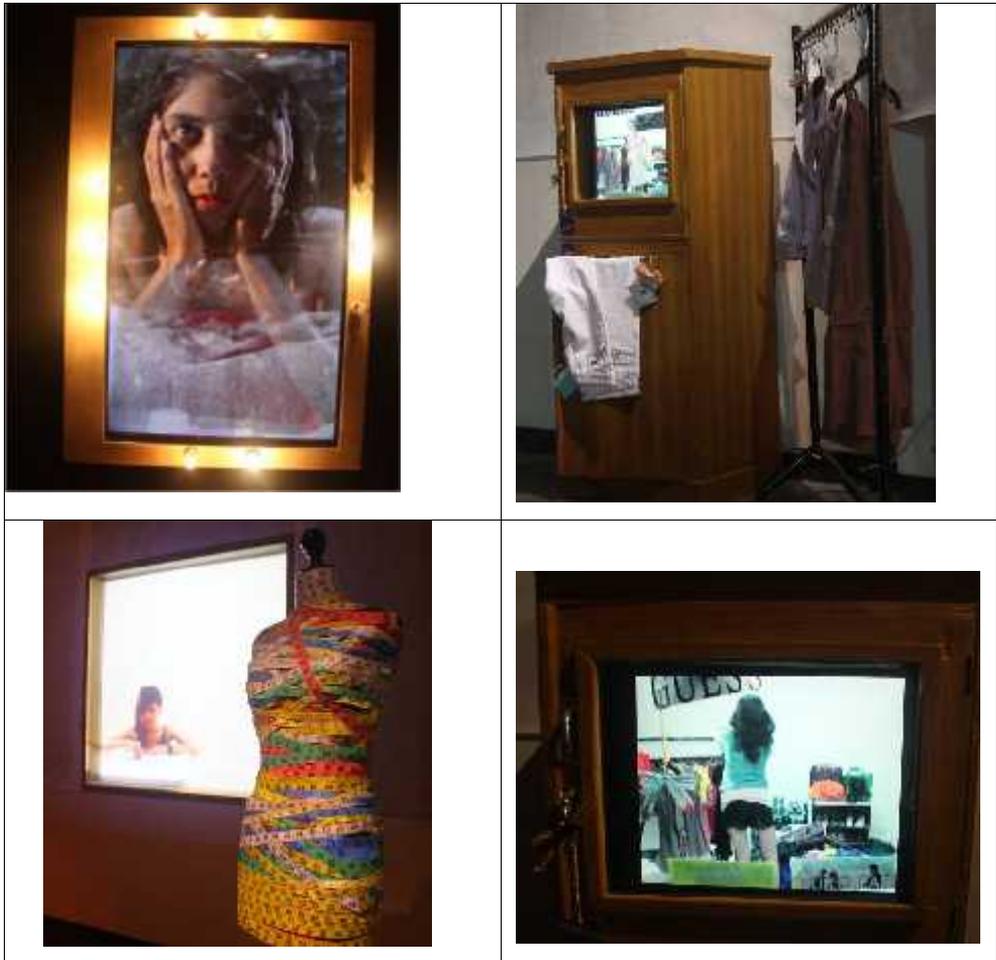
5. Pasca produksi

Setelah karya selesai diproduksi dan masuk dalam tahap editing, maka karya akan dievaluasi terlebih dahulu kemudian dipublikasikan. Publikasi karya dilakukan dengan instalasi yang mendukung karya video.

Penampilan karya menggunakan konsep pameran di dalam ruang pameran/galeri. Tiga video ditayangkan secara bersamaan di dalam sebuah ruangan dan masing-masing video ditayangkan terus menerus (*looping*) secara otomatis. Masing-masing karya akan berdurasi kurang lebih 3 menit. Hal ini diharapkan mampu memudahkan pengunjung untuk mengikuti dan menikmati setiap video tanpa

harus me-relay tayangan video secara manual. Penampilan video akan menggunakan instalasi dan dikolaborasikan dengan objek lain yang masih mempunyai keterkaitan makna dengan video.

Rencana instalasi akan menggunakan bingkai cermin yang terdapat video di dalamnya. Cermin digunakan untuk menampilkan refleksi kepribadian perempuan dan fenomena perempuan modern. Masing-masing video, ukurannya (*aspect ratio*) akan disamakan dengan ukuran bingkainya yaitu dibuat menjadi ukuran *portrait*, 3:4. *Frame*/bingkai yang dipakai akan ditempel pada dinding, dan masing-masing *frame* mempunyai ukuran kurang lebih sekitar 100cmx120cm.



Gambar 8. Display instalasi karya “Obsesi”

Sumber: gambar penulis

KESIMPULAN

Dari perancangan karya video instalasi “Obsesi” dapat disimpulkan bahwa menampilkan suatu fenomena kritik sosial dapat dilakukan dengan menggunakan banyak media, salah satunya menggunakan media video instalasi. Menyampaikan

kritik secara kreatif juga menambah minat dan antusias masyarakat untuk memahami maksud dan tujuan sebuah karya seni.

Sebagai seorang perempuan, penulis banyak terlibat pembicaraan mengenai kecantikan ini. Rata-rata, perempuan yang penulis temui menginginkan kulitnya putih, hidung mancung, payudara yang berisi, bertubuh kurus, dan selalu *fashionable*. Bahkan beberapa teman yang tubuhnya sudah kurus, masih saja menginginkan lebih kurus agar bisa memakai baju yang diidamkannya. Yang sudah cantik mendekati sempurna pun ingin tampil lebih cantik dengan balutan baju yang branded. Fenomena ini menjadi fenomena global tetapi sudah menjadi bagian gaya hidup perempuan urban.

Kebiasaan para perempuan di depan cermin selalu penulis anggap lucu. Apalagi jika seseorang sudah merasa kecanduan di depan cermin. Setiap kali berhadapan dengan cermin, seolah-olah seseorang tersebut dapat langsung berubah menjadi orang lain yang sedang menjaga *image* agar kekurangannya tidak terlihat oleh orang lain.

Fenomena tersebut sebenarnya sudah sering diangkat dalam beberapa tulisan dan juga film dokumenter, namun video instalasi menawarkan cara baru untuk menikmati sebuah fenomena. Video instalasi dapat dinikmati dengan lebih flexible, kemasannya tidak selalu naratif, berdurasi panjang, dan dapat dipamerkan di ruang publik mana saja (tidak harus studio film). Cara baru dalam menonton inilah yang diharapkan akan memberikan kesan estetis dan mudah diingat pesan yang ada dalam video.

SARAN

Seorang seniman selalu mempunyai cara tersendiri untuk menuangkan kreativitasnya. Ide untuk menciptakan suatu karya seni dapat muncul melalui pengalaman hidup, perasaan ataupun sekedar ekspresi diri. Melalui karya seni, seorang seniman dapat mengungkapkan pemikiran dan ekspresi dirinya kepada orang lain. Kebebasan berekspresi membuat seniman mempunyai banyak ruang untuk memindahkan imajinasinya dalam bentuk karya seni yang beragam. Ketika karya seni dipertontonkan di ruang publik, seniman memberikan kebebasan pada masyarakat untuk menikmati dan memaknai karyanya dari sudut pandang masing-masing untuk mendapatkan pengalaman estetis secara spontan.

Karya seni video instalasi merupakan alternatif baru menikmati video. Pada jaman yang semakin modern, orang akan lebih sibuk dan memilih menonton karya seni yang tidak membuang banyak waktu. Pada akhirnya banyak pesan penting yang dilewatkan begitu saja, contohnya pada kasus obsesi kecantikan. Banyak remaja di Indonesia yang belum menyadari bahwa dirinya tengah terobsesi dan terbawa dalam pengaruh hegemoni industri *fashion* yang membuat ukuran-ukuran 'ideal'. Melalui karya seni video instalasi ini penulis ingin menawarkan sebuah tontonan video dengan durasi pendek dan dapat dinikmati dengan fleksibel tanpa menghilangkan esensi penting dari video tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Matius. 2011. *Eстетika. Pengantar Filsafat Seni cetakan ke 3*. Tangerang: Sanggar Luxor.
- Berger, Arthur Asa. 2010. *Pengantar Semiotika*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Budiman, Kris. 2004. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Darmaprawira, Sulasmi. 2001. *WARNA. Teori dan Kreatifitas Penggunaanya Edisi ke-2*,

- Bandung: Penerbit ITB.
- Djelantik, A.A.M. 1999. *Eстетika Sebuah Pengantar*. Bandung: Social Agency.
- Gandasoebrata, Soetomo. 1996. *Tata Fotografi (Cinematography) edisi ke-5*. Jakarta: Fakultas Film dan Televisi Jurusan Film, IKJ.
- Kehoe, Vincent JR. 1986. *The Technique of Film and Television Make Up For Colour and Black&White*, terjemahan M.D.Aliff. Jakarta: Yayasan Citra.
- Mascelli, Joseph V. 1986. *The Five of Cinematography*, terjemahan H.M.Y. Biran, Jakarta: Yayasan Citra.
- Murti, Krisna. 2009. *Essay On Video Art and New Media*. Yogyakarta: Indonesian Visual Art Archieve (IVAA).
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. *Becoming White*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sarup, Madan. 2003. *Post Structuralism And Postmodernism*. Yogyakarta: Jendela.
- Soedjatmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Smiers, Joost. 2009. *Arts Under Pressure*. Yogyakarta: INSISTPress.
- Yulianto. Visia Ita. 2007. *Pesona "Barat"* Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.

DAFTAR SUMBER ON LINE

- <http://www.seadanyadeh.blogspot.com/teknik-mewarnai-film-hitam-putih.html>. Diakses pada Desember 2014
- <http://www.Tips otomatis Saft7.com/kualitas cahaya.2010>. Diakses pada Desember 2014
- <http://www.bambangpriantono.multiply.com/reviews/item/262>. Diakses pada Desember 2014
- <http://www.sacvs.wordpress.com/soundcolourvibration.com>. Diakses pada Desember 2014
- <http://www.infospesial.com>. Diakses pada 26 Febuari 2015
- <http://www.kompas.com>. Diakses pada 17 Maret 2015
- <http://www.jurnalfootage.net>. Diakses pada 3 Juni 2015
- <http://www.jurnalsegiempat.wordpress.com>. Diakses pada 3 Juni 2015