

MAKNA TANDA PADA FESYEN PENGANTIN JAWA BERGAYA MODERN

Hendro Aryanto

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Seni Rupa

Universitas Negeri Surabaya

e-mail: hdraw_realism@yahoo.com

dan

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra Surabaya

ABSTRAK

Seiring dengan perjalanan waktu, fesyen pengantin tradisional mengalami perkembangan dan modifikasi. Perubahan bisa terlihat dari tata rias wajah, bahan gaun yang dipergunakan, dan sanggul. Fokus tulisan ini mengangkat tentang masalah pergeseran makna pada *fesyen* pengantin Jawa bergaya modern dikarenakan perkembangan dan modifikasi. Metode analisis menggunakan analisis tanda dari Roland Barthes. Hasil analisis menunjukkan bahwa *fesyen* pada pengantin tradisional bergaya Jawa modern, adalah representasi pergeseran budaya dan perpaduan dari nilai-nilai yang sudah pakem dengan efek modernisasi. Tujuannya adalah membangun citra diri yang lebih tinggi dengan mereproduksi kondisi dan situasi yang ada.

Kata kunci: makna, tanda, fesyen, pengantin, jawa, modern.

ABSTRACT

With the advancement of time, traditional wedding fesyen has gone through development and modification. The changes can be observed through the make-up techniques, materials of the gowns, and the hair-dos, such as sanggul. This article is focused on the shift of the meaning in modern style Javanese wedding fesyen because of its development and modification. The analysis method uses Roland Barthes' sign analysis. The conclusion shows that modern traditional Javanese wedding fesyen is a representation of cultural shifts and an accumulation of established values and modernization effects. The goal is to develop a higher self-image by reproducing the current situation and condition.

Keywords: meaning, sign, fesyen, wedding, Javanese, modern.

PENDAHULUAN

Pernikahan merupakan bagian dari rangkaian peristiwa dalam kehidupan. Seperti halnya perayaan ulang tahun atau pertunangan, pernikahan menjadi peristiwa yang akan bergulir dan berputar. Walau dunia semakin moderen, namun bukan berarti budaya bangsa ditinggalkan. Misalnya saja kebaya yang dulu hanya dipandang sebagai busana tradisional kini semakin mendapat tempat di hati kaum perempuan. Bukan saja para istri pejabat tetapi juga selebritis. Banyak perempuan sekarang yang bukan hanya mengenakan kebaya pada acara formal tetapi juga sebagai busana mereka sehari-hari. Apa pun bentuk modelnya, kebaya tradisional atau kebaya modern, satu hal yang tidak boleh ditinggalkan yakni soal pakem atau siluet yang membentuk bagian tubuh. Aksesori rias pengantin pun makin variatif yang dapat digunakan untuk keperluan busana adat seperti

berkebaya hingga Payas Agung. Kelengkapan aksesoris rias pengantin tidak bertambah tapi kreasi desainnya terus berkembang. Menggunakan perak, emas, perak dengan sepuhan emas atau perak bakar merupakan kreasi bahan baku aksesoris rias pengantin kini yang saling menyesuaikan dengan model, warna busana, konde, maupun make up hingga aksesoris dipadukan untuk mendapat tampilan yang paling serasi.

Dalam dunia modern, gaya hidup atau *lifestyle* membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial. Abad gaya hidup, penampilan merupakan segalanya. Erving Goffman, misalnya dalam *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), mengemukakan bahwa kehidupan sosial terdiri dari penampilan teatrikal yang diritualkan, yang kemudian lebih dikenal dengan pendekatan dramaturgi (*dramaturgical approach*). Yang artinya adalah kita bertindak seolah-olah di atas panggung. Jika gaya hidup itu sendiri sudah melekat

unsur permainan, maka unsur-unsur yang membentuk gaya hidup atau *lifestyle* akan menjadi komoditi dan ajang permainan konsumsi. Salah seorang psikolog Amerika terkemuka, Nancy Etcoff, dalam *Survival of the prettiest: The Science of Beauty* (1999) menyebut gejala perburuan kecantikan dan untuk selalu tampil yang tercantik atau tertampam adalah dengan *lookism*, teori yang menganggap bahwa lebih baik tampilan Anda, maka akan lebih sukseslah Anda dalam kehidupan. Ini adalah persoalan di abad citra, yang mendominasi persepsi dan pikiran kita, serta juga penilaian wajah, kulit, atau tampang seseorang, yang mungkin lebih relevan adalah perburuan gaya hidup atau *lifestyle* yang *glamour*, misalnya, para produsen dan industri hiburan mencoba melakukan bujuk rayu terhadap para pelanggan melalui ilusi-ilusi tentang diri atau *illusion of self* (Chaney, 1996: 18).

McKendrick menyebutkan, metode-metode baru dalam budaya konsumen misalnya, pameran (*display*), manipulasi *fesyen* melalui keusangan artifisial (*artificial obsolescence*), pembangunan tempat-tempat dan agen-agen baru penjualan dan bagaimana manipulasi persaingan sosial membuat manusia memburu 'kemewahan' (*luxuries*), padahal mereka sebelumnya telah membeli 'kepantasan' (*dancecies*), dan 'kepantasan' mereka sebelumnya telah membeli 'kebutuhan' (*necessities*)" (1983 : 98).

Konsumerisme telah menjadi pusat dari perkembangan sosial modernitas. Kekuatan gagasan mengenai budaya konsumen tergantung pada kemungkinan pemasaran massa seiring dengan periklanan massa. Potensi abstrak dari kegemaran konsumen terbentuk melalui pembangunan pusat-pusat kota sebagai tempat-tempat hiburan yang berlebihan – fantasi taman-taman kenikmatan abad ke 18 diubah kembali menjadi dunia ilusi yang lebih "wah" (Barth 1980) dan kerumunan pelanggan yang tertarik dihibur oleh beraneka ragam rumah makan yang baru, bar-bar, serta salon-salon yang mewah dan mengagumkan, dengan teater-teater yang besar dan bioskop-bioskop terkini dengan serta-merta dikenal dengan istana-istana impian dan melalui bentuk-bentuk baru pameran dengan menggunakan fasilitas layar kaca, pencahayaan listrik, konstruksi baja dan beton, serta segenap sumber daya tontonan arsitektural untuk menransformasikan ruang publik (Bronner 1989 dan Williams 1982 dalam Chaney, 1996: 53-58).

Marshall McLuhan orang yang pertama-tama membuka pembicaraan mengenai proses "hiperealitas" kehidupan. Dalam bukunya *Understanding Media, the Extensions of Man* yang diterbitkan sekitar empat dekade lalu. Ia meramalkan bahwa peralihan dari era teknologi mekanik ke era teknologi listrik di

Barat akan membawa peralihan pula pada fungsi teknologi sebagai "perpanjangan" manusia menuju tahap akhirnya: dari perpanjangan badan di dalam ruang, menuju perpanjangan sistem saraf. Bagi Baudrillard dalam Ibrahim (1997: 171-173), penciptaan dunia kebudayaan dewasa ini mengikuti satu model produksi yang disebut 'simulasi'

...penciptaan model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas"- hiperealitas. Melalui model simulasi, manusia dijebak dalam satu ruang, yang disadarinya sebagai "nyata," meski sesungguhnya "semu" atau khayalan belaka. Dalam wacana simulasi, manusia mendiami suatu ruang realitas, dimana perbedaan antara yang "nyata" dan "fantasi" atau yang "benar" dan "palsu" sangat tipis—manusia hidup di dalam suatu ruang "khayali yang nyata." Televisi atau Dunia Fantasi, pada kenyataannya sama nyatanya dengan pelajaran Sejarah atau Etika di sekolah, sebab ia sama menawarkan informasi dan membentuk sikap dan gaya hidup.

FESYEN

Menurut Barnard (1996:10), *fesyen* secara etimologi bisa menunjukkan latar belakang kata dan melahirkan perasaan pada penutur bahasa bahwa mereka sedikit lebih baik lantaran tahu latar belakang kata. Makna kata "fesyen" pada *Oxford English Dictionary* (OED) bisa jadi titik pijak yang paling baik dibandingkan yang lainnya. Lewat bahasa Latin, *factio*, yang artinya membuat atau melakukan (disinilah kita memperoleh kata faksi, yang memiliki arti politis), *fecere* yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti *fesyen* mengacu pada kegiatan; *fesyen* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang. Sangat salah jika memaknai *fesyen* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Arti asli *fesyen* pun mengacu pada ide tentang *fetish* atau obyek *fetish*, *facere* pun menjadi akar kata "fetish".

Fesyen adalah sebuah kebutuhan bagi orang yang ingin menjadi bagian dari kelompok sosial yang lebih besar namun belum terikat kukuh dalam kelompok tersebut karena memiliki sisi individualistis. Orang perlu menjadi sosial dan individual pada saat yang sama, dan *fesyen* serta pakaian merupakan cara bagi sejumlah hasrat atau tuntutan yang kompleks itu sebagai media negosiasi.

Di Inggris, pada akhir abad kedua puluh, *fesyen* dan pakaian menunjukkan profil yang ambigu dan memancing rasa penasaran. Pada satu sisi, profilnya kelihatan atraktif dan menggoda. Rak-rak penjual majalah mengeluhkan karena beban berat majalah-majalah *fesyen*, yang menawarkan saran memikat

bagi pria dan wanita, tua dan muda, tentang bagaimana sebaiknya dilihat dan cara melihatnya. Televisi menayangkan gambar yang penuh tipu daya bagaimana cara memperoleh pakaian di *shopping mall* disaat yang sama mereka mewawancarai para perancang busana yang kelihatan *glamour*.

Di sisi lain profil itu kelihatan kurang atraktif meski masih tetap menggoda. Barnard mengutip Hamilton dan Cairns (1996: 1-2).mencontohkan dalam karya awal yang sezaman dengan dialog yang dikenal sebagai "Greater Hippias", misalnya, yang beberapa diantaranya terkait dengan Plato, yang ditulis sekitar 400 SM, pakaian dikaitkan dengan kecantikan dalam konteks penipuan, yaitu melakukan tindak kecurangan pada orang yang mencari kecantikan.

Fairuz Bte Shariff mengungkapkan *fesyen* di Indonesia, di era enam puluhan diwarnai dengan *fesyen* 'Pop Yeh-Yeh'. Dimana gadis-gadis pada waktu itu gemar memakai kebaya ketat lengkap dengan koset berwarna hitam yang menampakkan lagi bentuk tubuh badan mereka dan pinggang mereka yang kecil dan ramping. Pakaian mereka sering dipadani dengan kaca mata hitam dan tas tangan yang agak kecil. Yang perjakanya juga tidak ketinggalan dalam mengikuti arus perkembangan *fesyen*. Mereka gemar memakai baju tuksedo yang dipadani dengan tali leher serta mengenakan rambut ala 'The Beatles'. Setelah itu, pada era tujuh puluhan, sangat dipengaruhi oleh *fesyen* Hippi dari barat, yaitu lelaki dan wanita berambut panjang dan memakai pakaian berwarna-warni yang berbunga-bunga. Selain dari *fesyen* Hippi, remaja zaman itu juga cenderung memakai pakaian yang berkonsep 'Retro'. Konsep ini timbul dari pengaruh remaja barat yang berpakaian demikian apabila ke disko. Bagi pihak perempuan, mereka gemar memakai baju yang ketat dan tidak berlempang ketat dan dipadankan dengan Skirt Mini (www.geocities.com/2008/01/22, Sejarah Perkembangan Fesyen Remaja, 22 Januari 2008). Seterusnya *fesyen* akan selalu berkembang sesuai dengan zamannya.



Sumber gambar diambil dari www.historyofesyen.com/22 Januari 2008/15:20:15

Gambar 1. Skirt Styles pada tahun 1972

Fesyen dan pakaian digunakan untuk mengkonstruksi dan membangun identitas kelas dan gender. Sangat jelas, bahwa perbedaan kelas dan gender memiliki perbedaan posisi dalam masyarakat, semua itu membedakan jumlah kekuasaan dan statusnya, apakah lebih tinggi atau sebaliknya. *Fesyen* dan pakaian terus berkembang secara politis, sehingga *fesyen* dan pakaian berada di antara sarana-sarana yang memelihara atau mereproduksi ketimpangan-ketimpangan dari satu generasi ke generasi berikutnya (Barnard, 1996: 8).

METODE ANALISIS TANDA

Dalam tulisan ini, penulis memakai analisis tanda dari Roland Barthes. Ia dikenal sebagai seorang tokoh poststrukturalis dan semiotik. Ia menggunakan metode semiotika untuk memahami budaya populer, olah raga (gulat), pakaian, makanan dan tarian (*strep-tease*) untuk memahami nilai-nilai yang terkandung dalam berbagai unsur budaya tersebut (Lubis, 2006:162). Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dan, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

ANALISIS MAKNA TANDA PADA FESYEN PENGANTIN JAWA BERGAYA MODERN

Mode dan seni adalah salah satu pengejawantahan dari budaya, sedangkan budaya adalah bagian primer dari kehidupan manusia, dimana tanpa budaya manusia tidak akan dapat menuju kesempurnaan yang diidamkan oleh hati sanubari setiap manusia berakal sehat. Mode tidak lebih hanya sekedar sarana untuk mencapai kesempurnaan, bukan tujuan utama. Berbicara tentang mode, berarti berbicara tentang seni. Berbicara tentang seni berarti berbicara tentang budaya. Sedang pokok bahasan budaya berarti tidak lepas dari pembicaraan tentang manusia, sebagai pelaku sekaligus obyek budaya. Dari tata cara, bentuk dan mode berbusana, manusia dapat dinilai kepribadiannya. Dengan kata lain, cara berbusana merupakan cermin kepribadian seseorang. Ini disebut juga dengan nilai *fesyen*.

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang berlimpah, termasuk gaun pengantin. Bahkan, gaun pengantin antara satu kabupaten dan kabupaten lainnya di satu provinsi bisa berbeda. Gaun pengantin tradisional biasanya kaya ornamen dengan warna kebanyakan mencolok. Berikut beberapa contoh busana pengantin tradisional Jawa dan busana pengantin tradisional Jawa muslim:



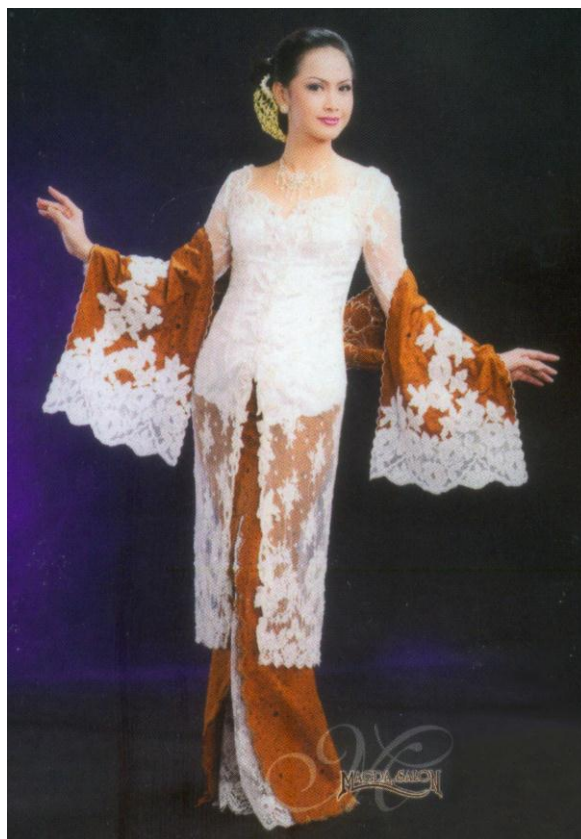
Sumber gambar diambil dari www.aristywedding.com/22 Januari 2008/14:40:30

Gambar 3. Busana Tradisional Pengantin Jawa dan Jawa Muslim

Seiring dengan perjalanan waktu, gaun pengantin tradisional itu pun mulai berubah sedikit demi sedikit. Gaun pengantin tradisional mulai mengalami modifikasi. Perubahan bisa terlihat dari tata rias wajah, bahan busana yang dipergunakan, dan sanggul. Hal ini menurut Ketua Asosiasi Ahli Rias Pengantin Modifikasi dan Modern Indonesia (Katelia) Kun Mulyo, bahwa perubahan tersebut disesuaikan dengan lingkungan. (Hendry, "Bisnis Indonesia", Minggu, 02 Desember 2007)

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena *fesyen* dan pakaian untuk menunjukkan atau mengacu pada sosial dan kultural yang membentuk diri kita sebagai makhluk sosial dan kultural. Jika dianalisis menurut teori Roland Barthes, kehidupan masyarakat yang maju dan berprestasi dalam meraih harapan yang lebih baik, cukup pantas jika *fesyen* saat ini menjadi segala-galanya khususnya bagi kaum wanita. Tujuannya adalah bisa jadi untuk menarik perhatian orang lain dan ingin mendapat pengakuan dari status

sosial di lingkungannya. Jika kita lihat Gambar 4, seorang wanita cantik yang dijadikan sebuah model busana pengantin dengan bahan dari sutera berwarna putih bermotif bunga dengan selendang berwarna *oranye* ditempatkan terbentang diantara kedua tangannya sambil tersenyum dengan motif yang sama, dan dilengkapi potongan bawah berupa kain panjang berwarna *oranye* dan warna putih sebagai *aksentuasi* dengan motif yang sama.



Sumber gambar diambil dari Company Profil Magda Salon tahun 2005.

Gambar 4. Mewah, Praktis, dan Modern

Makna yang akan disampaikan dari Gambar 4 adalah:

Jenis Kelamin dan Gender

Wanita cantik sebagai model memberi makna daya tarik terhadap orang yang melihatnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Arah mata

Pandangan mata serong ke kanan, kalau ditinjau dari aspek kode kultur Jawa, misalnya dalam pertunjukan wayang kulit, arah kanan merupakan kode kebaikan, karena itu tokoh baik dan bijaksana selalu di tempatkan di sebelah kanan dan tokoh jahat di tempatkan pada bagian kiri. Ataupun dalam

kehidupan sehari-hari, sejak kecil kita diajarkan orang tua untuk melakukan suatu kebaikan dengan menggunakan tangan kanan, misalnya memberi, makan dan sebagainya.

Bahasa tubuh

Pose dengan senyuman dan kedua tangan yang agak terbentang, hal ini dalam pemaknaan simbolisme, menggambarkan keterbukaan, ucapan selamat datang, dan bisa juga mempersilahkan.

Model kebaya

Kebaya panjang sampai ke lutut, mempunyai fungsi untuk menjaga kehangatan dan kesehatan badan; disamping itu juga mempunyai fungsi estetis, yakni untuk menghias tubuh supaya kelihatan lebih cantik dan menarik; sedangkan fungsi sosialnya, menjaga kehormatan diri seorang wanita agar tidak mudah menyerahkan kewanitaannya dengan cara berpakaian serapat dan serapi mungkin.

Warna pada kebaya

Dalam pemaknaan simbolisme, warna putih itu berarti pada kebaya panjang, memberi kesan netral, bersih, dan cantik.

Motif

Motif bunga lebih mengarah dari kesukaan wanita kebanyakan yang merupakan simbol kebahagiaan, cinta dan kasih sayang. Menurut Barthes, tentang "Mythoday" yang mengungkapkan "mitos, menurutnya, berfungsi memberi maksud atau makna historis, justifikasi alamiah, dan menciptakan kemungkinan yang kelihatannya abadi" (Barnard, 1996: 131.).

Selendang

Selendang adalah salah satu busana pelengkap yang gunanya sebagai aksesoris. Pada busana di atas, selendang lebih menekankan bentuk santai, *feminin* namun masih kelihatan resmi, walau hanya sebagai aksesoris.

Warna pada selendang dan potongan bawah kebaya (jarik)

Warna oranye, bisa diartikan sebagai simbol semangat atau gairah yang tinggi. Wanita modern adalah wanita yang mempunyai kemauan dan cita-cita setinggi langit supaya bisa sejajar dengan kaum pria, tidak dipandang sebelah mata, serta dihargai.

Bahan pada kebaya

Bahan kain sutera memberi makna kesan mewah, kaya dan berkelas. Dasar dari argumen penulis disini

adalah kain sutera sampai saat ini harganya sangat mahal dan hanya orang-orang tertentu khususnya kelas atas yang mampu membelinya.

Potongan kebaya

Potongan bawah berupa kain panjang (jarik), memberikan kesan resmi atau formal tetapi tetap santai dan anggun.

Sanggul

Sanggul, berbeda dari sanggul-sanggul tradisional sebelumnya, foto pada Gambar 4 lebih kecil memberi makna tidak kaku, lebih santai, dan praktis. Tidak memberatkan bagi pemakainya. Contohnya seperti pada Gambar 5 di bawah ini.



Sumber gambar diambil dari [www. geoogle.com/27 Januari 2008/11:30:10](http://www.google.com/27%20Januari%202008/11:30:10).

Gambar 5: Bentuk Sanggul-Sanggul Modern

Sedangkan bentuk sanggul tradisional yang memberatkan pemakainya, seperti pada Gambar 6.



Sumber gambar diambil dari [www. geoogle.com/27 Januari 2008/11:30:10](http://www.google.com/27%20Januari%202008/11:30:10)

Gambar 6. Bentuk Sanggul Tradisional

Aksentuasi

Aksentuasi atau pendukung dari potongan bawah, memberi kesan tidak kaku, bisa menyesuaikan keadaan, serta menarik karena adanya bunga sebagai penghias.

Lighting

Pencahayaan, diambil dari depan hal ini di maksudkan agar semua atau keseluruhan yang di tampilkan pada obyek kelihatan jelas. Kesan *glamour*, egois dan selalu ingin diperhatikan.

Latar belakang

Latar belakang atau *background* menampilkan warna gelap, lebih menekankan penonjolan obyek secara keseluruhan yang bermakna kesempurnaan penampilan.

Make up

Tata rias atau *make up*, hal ini terlihat tampak depan rambut yang tidak menggunakan tambahan aksesoris menyerupai tarikan rambut berbentuk perisai yang berjumlah lima, tanda titik pada dahi serta tidak banyak taburan bunga pada rambut. Jika dibandingkan dengan tata rias atau *make up* yang penulis bahas (Gambar 4), lebih terlihat praktis dan modern, tidak banyak aksesoris namun kelihatan cantik, anggun dan tetap terlihat unsur budaya Jawa.

SIMPULAN

Fesyen, busana, dan pakaian merupakan bentuk komunikasi. Untuk menunjukkan hal tersebut, beberapa ide tentang jenis komunikasi seperti isu sudah diperlihatkan bahwa persoalannya tidak sesederhana yang mengatakan bahwa komunikasi itu adalah perkara untuk mengirim pesan. Anggapan umum yang menyatakan *fesyen*, pakaian, dan busana sebagai fenomena kultural, sehingga dikatakan bahwa pakaian bisa membuat pernyataan.

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan budaya yang sangat berlimpah. Salah satu kekayaan tersebut adalah gaun pengantin. Gaun pengantin tersebut antara satu kabupaten dan kabupaten lainnya di satu provinsi bisa berbeda. Gaun pengantin tradisional biasanya kaya ornamen dengan warna kebanyakan mencolok.

Fesyen pada pengantin tradisional bergaya Jawa modern, merupakan representasi pergeseran budaya yang di pandang sebagai akibat perpaduan harmonis dari nilai-nilai yang sudah pakem dan efek modernisasi. Tujuannya adalah membangun citra kepribadian yang lebih tinggi untuk mereproduksi kondisi dan situasi terhadap lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, Malcom. (1996). *Fesyen sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chaney, David. (1996). *Lifestyle*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy. (1997). *Lifestyle Ecstasy; Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lubis, Akhyar Yusuf. (2006). *Deskonstruksi Epistemologi Modern*. Jakarta: Pustaka Indonesia Satu.
- Sobur, Alex. (2006). *Semiotika Komunikas*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Reni Efitia Hendry (2007). *Bisnis Indonesi*, Diunduh 02 Desember 2007.
- Fairuz Bte Shariff. (2008). *Sejarah Perkembangan Fesyen Remaja*. Diunduh 22 Januari 2008 dari www.geocities.com
- www.aristywedding.com/2008/01/22/22 Januari 2008/14:40:30.
- www.historyofesyen.com/2008/01/22/22 Januari 2008/15:20:15.
- www.google.com/2008/01/27/27 Januari 2008/11:30:10.
- Magda Salon, *Company Profil*, Surabaya, 2005.