



Pendekatan Autoetnografi dalam Mengkaji Perhiasan sebagai Identitas Perempuan Urban Jakarta

Dhyani Widiyanti

Program Doktor Kajian Budaya, Sanata Dharma University, Indonesia

Pos-el: dhyaniarts@gmail.com

DOI: 10.32884/ideas.v8i2.807

Abstrak

Perempuan urban adalah perempuan yang dipenuhi kompleksitas, yang selain adanya sejumlah hal yang mengandung unsur konstruksi budaya patriarki, juga memiliki tegangan terkait identitas kulturalnya. Salah satu cara untuk merepresentasikan identitas tersebut adalah dengan melalui fashion yang dikenakannya, yang dalam penelitian ini, secara spesifik, adalah perhiasan. Pertanyaan tentang identitas perempuan urban Jakarta yang direpresentasikan melalui perhiasan ini didekati dengan metode autoetnografi dengan teknik pengumpulan data yang melibatkan observasi, wawancara mendalam, serta studi literatur yang terkait dengan konsep-konsep seperti representasi, identitas, dan dekonstruksi. Berdasarkan observasi dan wawancara mendalam terhadap lima orang perempuan urban dan pembacaan diri penulis dengan metode autoetnografi, ditambah dengan penerapan konsepsi representasi, identitas, dan dekonstruksi, ditemukan bahwa identitas perempuan urban Jakarta dibentuk salah satunya oleh perhiasan yang digunakan, namun sifat identitas tersebut cenderung kontradiktif, tidak tegas, menyebar, dan manasuka (*arbitrary*). Selain itu, identitas perempuan urban Jakarta secara dekonstruktif direpresentasikan melalui perhiasan sebagai manipulasi citra untuk mendapat pengakuan maupun dukungan dalam bentuk nyata maupun simbolis. Upaya konkret dari manipulasi citra ini bisa dilihat dari berbagai tindakan yang terhubung dengan konsepsi menyuntik diri.

Kata Kunci

Perempuan urban Jakarta, autoetnografi, representasi, identitas, perhiasan.

Abstract

Urban women are full of complexities, which retain elements of patriarchal cultural construction and tensions related to their cultural identity. One way to represent this identity is through the fashion they wear, including, specifically in this study, jewellery. The question about the representation of the identity of urban women in Jakarta, Indonesia, through jewellery is approached using the autoethnographic method with data collection techniques that involve observation, in-depth interviews, and literature studies related to concepts such as representation, identity, and deconstruction. Based on in-depth observations and interviews with five urban women and analysis using the autoethnographic method, coupled with the application of the conceptions of representation, identity, and deconstruction, it was found that the identity of urban women in Jakarta was shaped by the jewellery they used. However, the nature of the identity tends to be contradictory, indeterminate, diffuse, and arbitrary. In addition, the identity of urban women in Jakarta is deconstructively represented through jewellery as an image manipulation to gain recognition and support in tangible and symbolic forms. The concrete efforts of this image manipulation can be seen from the various actions related to the concept of self-injecting.

Keywords

Autoethnography, identity, jewellery, representation, urban woman in Jakarta.

Pendahuluan

Dalam masyarakat urban di seluruh dunia, salah satu karakter yang patut dicermati adalah soal gender dan jenis kelamin. Dalam hal ini, gender dan jenis kelamin perempuan merupakan bagian tidak terpisahkan dalam pembentukan kultur masyarakat urban sekaligus di sisi lain, sebagai produk bentukan budaya urban. Perempuan urban secara sederhana dapat diartikan sebagai kaum perempuan yang wilayah aktivitasnya ada di perkotaan. Namun definisinya bisa menjadi lebih kompleks daripada itu. Misalnya, perempuan urban merupakan perempuan yang wacana kecantikannya tidak dapat dilepaskan dari konstruksi budaya patriarki. Diakui atau tidak, apa yang ditampilkan oleh perempuan melalui tubuhnya, adalah apa yang sesungguhnya

ingin dilihat oleh laki-laki. Karena dipengaruhi oleh tatapan laki-laki (*male gaze*) itulah, perempuan menjadi sasaran untuk berbagai iklan kecantikan yang menampilkan sosok ideal tubuh perempuan (Prabasmoro, 2003: 54).

Namun di sisi lain, meski senantiasa ada di bawah *male gaze*, perempuan urban adalah juga perempuan mandiri yang tidak lagi merasa harus melekatkan diri pada kodrat yang telah dikonstruksi sejak lama terutama oleh budaya patriarki. Perempuan yang dalam budaya patriarki seolah kodratnya dikonstruksi sebagai orang yang mengerjakan pekerjaan rumah dan mendidik anak, tidak lagi ketat dalam definisi perempuan urban (Wibowo, 2011: 358). Meski tugas-tugas tersebut tidak serta merta ditinggalkan, namun perempuan urban menunjukkan kemandiriannya lewat dinamika aktivitas, mobilitas yang tinggi, sikap konsumtif untuk memenuhi hasrat, serta keinginan untuk terus mengaktualisasikan diri.

Hal yang kemudian menjadi ciri kuat bagi perempuan urban adalah terkait gaya hidup. Gaya hidup sendiri didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi terkait bagaimana orang meluangkan waktunya melalui aktivitas, apa yang dianggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang dipikirkan tentangnya beserta dunia di sekitarnya. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis, gaya hidup perempuan urban cenderung menghindari kerumitan dan sebisa mungkin hal demikian diambil alih oleh teknologi. Untuk mencapai kepraktisan tersebut, mereka rela mengkompensasi dengan uang. Selain itu, gaya hidup perempuan urban juga cenderung konsumtif untuk kepentingan tersier seperti fashion yang modis, glamor, dan aktual (*up to date*). Terlihat pula dalam memilih tempat untuk rekreasi ataupun sosialisasi, perempuan urban lebih memilih tempat nyaman dengan suasana yang modern seperti kafe, supermarket, mall, dan salon.

Dengan demikian, maka dapat terlihat bahwa perempuan urban, berdasarkan gaya hidupnya, sudah tidak lagi memikirkan kebutuhan dasar atau fisiologis seperti makan, minum, tempat tinggal, dan sebagainya, karena sudah bergerak pada level pemenuhan hal tersier. Atas dasar itu, maka perempuan urban terus bergerak pada level-level kebutuhan berikutnya, yang salah satu tahapnya disebut Abraham Maslow, dalam artikelnya yang berjudul *The Theory of Human Motivation* (1943), sebagai kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*). Maslow menggolongkan kebutuhan ini pada dua bagian. Pertama, hasrat untuk kekuatan, untuk pencapaian, untuk kecukupan, untuk percaya diri di hadapan dunia, dan untuk independensi serta kebebasan. Kedua, adalah keinginan untuk memperoleh reputasi, prestise, pengakuan, perhatian, dianggap penting dan apresiasi. Hal tentang kebutuhan akan penghargaan ini adalah tentang bagaimana perempuan urban, dalam sikap dan tindakannya, hampir selalu ditujukan untuk mendapatkan pengakuan sosial.

Berbagai gaya hidup yang mengarah pada pengakuan sosial tersebut, secara langsung maupun tidak langsung, membentuk identitas tersendiri bagi perempuan urban. Dalam konteks identitas perempuan urban, dapat terlihat bahwa nilai dan gaya hidup yang dipilih ini umumnya merupakan nilai dan gaya hidup Barat modern. Pilihan terhadap nilai dan gaya hidup tersebut merupakan hasil dari pembentukan identitas kultural yang diartikan sebagai upaya memilih budaya yang cocok untuk mendefinisikan diri.

Dalam terminologi modern, Stuart Hall dalam *The Questions of Cultural Identity* (1992) menyebut teori interaksionisme simbolik sebagai teori yang representatif untuk menjelaskan tentang identitas. Dalam titik pandang interaksionisme simbolis, identitas individual terbentuk hanya dalam interaksi dengan orang lain. Orang masih tetap memiliki individualitas mereka sendiri, namun bukannya suatu individualitas yang sepenuhnya berbeda atau terlepas dari masyarakat. Identitas berlaku sebagai jembatan antara yang sosial dan yang murni individual. Dengan memiliki suatu identitas khusus, individu-individu menginternalisasi norma-norma dan nilai-nilai tertentu yang mengiringi identitas tersebut (Hall, 1996).

Hall melanjutkan analisisnya pada situasi modernitas mutakhir atau sering disebut pasca-modern, yang memiliki ciri-ciri berbeda. Identitas masyarakat kontemporer ini cenderung terfragmentasi. Orang tidak lagi memiliki konsepsi yang tunggal dan utuh mengenai siapa diri mereka. Sebaliknya, malah memiliki banyak identitas yang seringkali berkontradiksi dan tidak tegas (*unresolved*). Fragmentasi identitas ini salah satunya dipengaruhi globalisasi. Kemudahan dan kekerapan pergerakan manusia berkeliling dunia serta kemajuan dalam komunikasi, membuat orang-orang tidak lagi terpaku pada pengembangan identitas berdasarkan tempat tinggal mereka, melainkan dapat memilih dari berbagai identitas yang luas terentang. Mereka dapat meniru



tata busana, langgam bicara, nilai dan gaya hidup dari kelompok manapun yang mereka sukai. Kesimpulannya, bagi Hall, bahwa dalam konteks teori pasca-modern, identitas telah menyebar (*decentred*). Individu tidak dapat lagi menemukan inti atau pusat identitas mereka, hanya didasari oleh kelas atau negara-bangsa yang ada (Hall, 1996).

Globalisasi, secara khusus, memiliki suatu efek penjamakan (*pluralizing effect*) terhadap identitas, yang menghasilkan berbagai kemungkinan dan posisi baru identifikasi. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dilihat kecenderungan bahwa identitas perempuan urban lebih mengarah pada masyarakat pasca-modern karena sifatnya yang terfragmentasi, sukar mengenali diri, dan punya banyak pilihan untuk meniru nilai dan gaya hidup dari kelompok manapun yang disukai.

Perempuan urban Jakarta yang penulis amati, menunjukkan kecenderungan untuk secara spesifik menjadikan fashion, khususnya perhiasan, sebagai upaya mendefinisikan identitas kultural dirinya. Perhiasan, khususnya seni perhiasan, merupakan bagian dari gaya hidup, yang oleh Paul Willis (1990) disebut sebagai salah satu karya seni yang digolongkan sebagai *high art*, selain musik klasik, balet, opera, drama, keramik, dan sastra. Pada mulanya, seni perhiasan dianggap tinggi jika diukur secara material melalui pengukuran bahan dan kandungannya. Namun pada perkembangannya, seni perhiasan tidak hanya soal bahan dan kandungan secara material saja, melainkan aspek estetika dan kesesuaiannya dengan konsep fashion tertentu.

Konsep perhiasan telah berkembang atau bisa dikatakan mengalami evolusi. Sebelumnya, perhiasan disebut *precious material* yang identik dengan emas atau perak sebagai logam mulia yang tergolong langka dengan nilai cenderung stabil dan tidak fluktuatif. Begitu berharganya perhiasan ini, sehingga sudah sejak zaman dahulu digunakan sebagai objek penghias tubuh manusia. Ratu Mesir legendaris seperti Nefertiti dan Cleopatra, menggunakan berbagai macam perhiasan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Perhiasan tersebut digunakan terutama pada hari-hari khusus, agar mempesona dan memancarkan keagungan seorang ratu (Tait, 1986).

Demikian halnya dengan di Indonesia. Perhiasan digunakan khususnya untuk para raja, ratu, keluarga, dan keturunan bangsawan lainnya, yang berfungsi tidak hanya sekadar penghias dan pelengkap penampilan tubuh, melainkan juga memiliki makna simbolik tertentu. Misalnya, perhiasan yang digunakan keluarga kerajaan atau bangsawan biasanya dibuat dengan bahan-bahan terbaik, motif yang khas, ornamen yang kompleks, dan bahkan para pengrajinnya sampai harus melakukan ritual khusus seperti berpuasa dan bersemadi sebelum mulai merancang perhiasan (Husni & Siregar, 2000). Perhiasan tersebut juga menjadi semacam penegasan atas status aristokrasi mereka, yang membedakan dirinya dengan orang-orang di luarnya atau rakyat biasa.

Dari segi kronologi sejarah, perhiasan awal mula tidak diciptakan oleh manusia berdiri tegak (*Homo sapiens*), melainkan oleh Neanderthal yang tinggal di Eropa. Catatan sejarah menunjukkan bahwa perhiasan mula-mula dalam bentuk kerang ditemukan pada sekitar 115.000 tahun yang lalu di Cueva de los Aviones, sebuah gua di pinggir pantai di Spanyol. Kemudian di Kenya, tepatnya di Enkapune Ya Muto, perhiasan yang terbuat dari cangkang burung unta ditemukan dengan perkiraan usia berasal dari 40.000 tahun yang lalu. Sekitar tujuh ribu tahun silam, tanda-tanda penggunaan perunggu pada perhiasan mulai terlihat. Perhiasan tertua yang menggunakan emas diperkirakan muncul di sekitar 4.600 SM hingga 4.200 SM dan ditemukan di Eropa, tepatnya di situs Varna Necropolis, dekat Laut Hitam di Bulgaria (Tait, 1986).

Sementara itu di peradaban Yunani, yang sering ditandai sebagai penanda zaman klasik atau antik, perhiasan mulai digunakan pada sekitar tahun 1.600 SM dalam bentuk emas dan batu mulia. Di Abad Pertengahan, perhiasan banyak dikembangkan oleh para pengrajin dari bangsa Celtic dan Merovingia. Memasuki era modern, terutama di Barat/ Eropa, perhiasan dapat muncul mulai dari *art nouveau*. Perhiasan *Art nouveau* dibuat di Prancis antara sekitar tahun 1895 dan 1910 yang bercirikan garis dan lekukan yang mengalir, dengan perempuan dan alam sebagai subjek utamanya. Ada juga perhiasan *art deco* yang dicirikan dengan sudut tajam dan bentuk geometris. Perhiasan *art deco* biasanya mengandung garis dan sudut lurus, seperti persegi panjang, segitiga dan segi delapan. Kemudian ada juga perhiasan modernis yang muncul pada awal abad ke-20 sebagai respons terhadap perubahan teknologi dan masyarakat. Garis-garis yang bersih dan disederhanakan, hadir menggantikan ornamen. Dari pertengahan 1940-an, desainer perhiasan dari Skandinavia memimpin dalam gerakan perhiasan modernis (Tait, 1986).

Pada tahun 1960-an, yang bisa dikatakan sebagai periode pasca perang, muncul perhiasan seni yang menekankan pada teknik pembuatannya, yang dipercaya dapat memperkuat otot tangan dan lengan serta membantu koordinasi mata-tangan, berperan dalam program terapi fisik bagi para veteran Perang Dunia II. Pada tahun 1960-an dan 1970-an, perhiasan arsitektural dikembangkan. Pemerintah Jerman menggabungkan desain kontemporer dengan pandai emas tradisional dan pembuatan perhiasan. Orfevre, galeri pertama untuk perhiasan seni, dibuka di Dusseldorf pada tahun 1965.

Melalui perhiasan tersebut, perempuan urban Jakarta tidak hanya sebatas menerapkannya dalam konteks estetika, melainkan lebih daripada itu, sebagai representasi dari identitasnya. Melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat.

Ide mengenai riset ini muncul dari pengalaman sekaligus ketertarikan penulis terhadap fenomena perempuan urban. Maka itu, riset ini juga selain mendasarkan pada fenomena, tapi juga berangkat dari observasi, pembelajaran, dan perenungan penulis sebagai bagian dari perempuan urban. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka muncul rumusan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana identitas perempuan urban Jakarta direpresentasikan melalui perhiasan yang dipakai?

Metode

Dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan metode autoetnografi. Autoetnografi adalah metode penelitian kualitatif yang memungkinkan penulis untuk menulis secara sangat personal, menggambarkan pengalamannya untuk memperluas pemahaman tentang suatu fenomena masyarakat. Autoetnografi didasarkan pada filosofi postmodern dan terkait perdebatan tentang reflektivitas dan suara dalam penelitian sosial. Maksud dari autoetnografi adalah untuk mengakui hubungan antara pribadi dan budaya serta memberi ruang bagi bentuk-bentuk penyelidikan dan ekspresi nontradisional.

Selain itu, penulis juga melakukan pengumpulan data, diantaranya dengan observasi partisipan dan wawancara. Dalam hal ini, penulis berupaya untuk terlibat langsung menjadi bagian dari komunitas perempuan urban dan terlibat kehidupan keseharian mereka dengan mengikuti gaya hidup dan melakukan kegiatan rutin. Segala keterlibatan tersebut didokumentasikan dalam bentuk foto dan video yang merekam berbagai tipe perempuan urban. Pengisian angket wawancara juga dipergunakan untuk mempertajam analisa.

Untuk memperkuat analisis, kemudian dikumpulkan sejumlah data berupa wawancara. Wawancara dalam penelitian ini adalah sebagai bagian dari upaya pembuktian terhadap informasi yang ingin diketahui lebih lanjut dari penulis. Wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang berusaha menggali informasi mendalam-dalamnya dari informan. Wawancara mendalam dilakukan terhadap lima orang perempuan urban Jakarta yang dipilih dengan kriteria sampel purposif, yaitu Grace (37 tahun, notariat), Yanna (46 tahun, analis keuangan), Ratna Sari (27 tahun, manajer keuangan), Maya Barbie (32 tahun, artis sinetron, pemilik butik), dan Norma Risty (29 tahun, *senior creative director*).

Hasil dan Pembahasan

Di bagian ini, akan dipaparkan mengenai interpretasi atas data wawancara, hasil pembacaan autoetnografi terhadap diri peneliti sendiri, serta kaitannya dengan konsep-konsep perempuan urban, identitas, representasi, dan konstruksi budaya patriarki untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Hasil

Hasil wawancara terhadap lima orang informan yang dipilih berdasarkan kriteria perempuan urban menunjukkan bahwa pilihan perhiasan yang digunakan dapat dibaca secara simbolik, yang secara langsung maupun tidak langsung, punya kaitan dengan latar belakang dari penggunanya. Misalnya, dalam wawancara dengan Grace (37 tahun, notariat), disebutkan bahwa ia memiliki penghasilan yang cukup dan bahkan di atas suaminya sendiri. Dengan demikian, Grace merasa berhak untuk menikmati hasil keringatnya sendiri, yang dalam hal ini ditunjukkan lewat membeli perhiasan minimalis dengan bahan dasar emas putih. Berikut adalah bentuk perhiasan yang digunakan oleh Grace:



Gambar 1. Kalung dan cincin *fine jewelry* dengan bahan dasar emas putih dan batu berlian *cushion cut* persegi dengan sudut membulat. Bentuk perhiasan yang cenderung mengarah pada bentuk-bentuk feminim, mewah, tegas namun sederhana, mencerminkan bukti kemadirian dan keamanan diri secara finansial. (Sumber gambar: koleksi Georg Jensen)

Kemudian dalam hasil wawancara yang lain dengan Yanna (46 tahun, analis keuangan), diperlihatkan bahwa masalah rumah tangga, terutama terkait suaminya yang sering berselingkuh, menjadi alasan mengapa dirinya senantiasa perlu untuk menghibur diri, terutama lewat konsumsi perhiasan. Berangkat dari persoalannya tersebut, Yanna kemudian memilih perhiasan dengan bentuk sederhana namun mengandung bahan berkualitas mahal seperti emas putih atau emas murni dengan batu berlian atau permata asli. Bentuk perhiasan yang digunakan oleh Yanna adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Anting Panjang (*chandelier*) dan Subang *fine jewelry* berbahan dasar logam emas kuning 18 karat, campurannya terdiri dari 75% emas murni, 15% tembaga dan 10% *fine silver* dengan batu berlian *round* dan *oval cut*. Bentuk perhiasan yang cenderung mengarah pada bentuk-bentuk feminim, nuansa mewah dan penuh unsur muatan kenangan akan sebuah ikatan emosional tertentu. (Sumber gambar: koleksi pribadi)

Dalam wawancara berikutnya dengan Ratna Sari (27 tahun, manajer keuangan), ia menunjukkan sifat impulsif dalam berbelanja, sehingga condong untuk membeli hal-hal berdasarkan keinginan sesaat saja dan bukan atas pertimbangan kebutuhan. Terlebih lagi, ia sangat mudah terdorong berbelanja karena iklan-iklan tertentu. Berdasarkan kecenderungan tersebut, maka Ratna Sari cenderung memilih perhiasan dengan bentuk-bentuk feminim dengan nuansa ceria dari bahan berkualitas baik dan bisa terbuat dari bahan apapun asalkan desainnya menarik. Bentuk perhiasan yang digunakan oleh Ratna Sari adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Kalung berbahan dasar batu *quartz* (kuarsa), *gold plated* dan batu alam *turquoise*, *tribal glass beads* dan *sterling silver* (perak 925). Perhiasan yang dipilih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk feminim sekaligus kuat namun berkesan ramah, ceria dan mewakili *spirit* kebebasan. (Sumber gambar: koleksi pribadi)

Wawancara lainnya, dengan Maya Barbie (32 tahun, artis sinetron, pemilik butik) menunjukkan bahwa statusnya sebagai istri kedua yang cenderung diabaikan oleh suaminya, membuat dirinya mengkompensasikan kondisi tersebut pada pemenuhan kebutuhan akan barang-barang mewah dengan bahan berkualitas tinggi dengan brand terkenal yang bisa meningkatkan status sosial. Bentuk perhiasan yang digunakan oleh Maya Barbie adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Kalung *choker custom jewelry* berbahan dasar berlian jenis *princess cut* dan *platinum rhodium plated*. Bentuk perhiasan yang cenderung mengarah pada bentuk-bentuk feminim dengan kesan mewah, ceria, percaya diri, menonjol dan menarik perhatian. (Sumber gambar: koleksi pribadi)

Kemudian, pada wawancara dengan informan terakhir yaitu Norma Risty (29 tahun, *senior creative director*), diperlihatkan bahwa faktor depresi dan ketakutan, yang muncul akibat perceraian orangtua, menjadi salah satu acuan dalam memilih perhiasan. Perhiasan yang dibeli oleh Norma Risty cenderung pada bentuk-bentuk sederhana, kuat, dan memiliki gaya *edgy*. Hal lain yang mendorong pemilihan perhiasan tersebut adalah karena informan juga bekerja di bidang kreatif yang memberi kebebasan untuk berekspresi dalam berpenampilan. Bentuk perhiasan yang digunakan oleh Norma Risty adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Jenis perhiasan anting dan kalung *custom jewelry*, berbahan dasar logam titanium hitam dan rantai perak (*sterling silver 925*) dan batu *zircon*. Bentuk perhiasan yang cenderung mengarah pada bentuk yang memiliki kesan lugas, kuat, *edgy*, namun sekaligus juga ekspresif. (Sumber gambar: koleksi Rebels Market)

Pembahasan

Setelah mengolah data hasil wawancara, penulis kemudian melakukan pembacaan autoetnografi terhadap penulis sendiri, dengan hasil yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

“Saya adalah wanita dinamis, bermobilitas tinggi, dan menghargai keterbukaan sekaligus tidak mudah menyerah pada suatu keadaan. Saya sangat melek terhadap hal yang berhubungan dengan masalah selera, identitas, dan gaya hidup. Latar belakang saya tinggal di beberapa negara berbeda sejak SD membuat saya punya keterbukaan pola pikir dan mampu beradaptasi dengan segala keadaan. Meski demikian, saya tidak menjadi meninggalkan identitas sebagai perempuan berdarah Indonesia dengan tata kramanya. Sehingga saya merasa bahwa diri saya adalah tegangan antara perempuan modern dengan perempuan tradisi yang lekat dengan budaya leluhur. Hal demikian tercermin dalam cara saya memilih perhiasan yang mengandung tegangan tersebut.”

Kini perhiasan sudah menjadi pelengkap dalam berbusana, begitu pesatnya perkembangan perhiasan sehingga ditemukan teknik dan teknologi dalam pembuatan perhiasan yang canggih. Perhiasan yang berkembang di Indonesia merupakan perhiasan fungsional praktis yang desainnya lebih banyak diilhami dari kreasi lokal yang menonjolkan pengembangan corak-corak ragam hias tradisional dan seni etnik yang masih menganut pada pakem-pakem atau tradisi. Seiring perkembangan zaman dan trend yang berkembang dalam masyarakat, perhiasan juga mengalami perkembangan, di antaranya adalah pada perkembangan bentuk. Perkembangan lain perhiasan yaitu mengembangkan gagasan secara bebas yang tidak terpaku aturan-aturan atau pakem-pakem tradisi.



Kekayaan alam, kepercayaan dan mitologi banyak diambil sebagai sumber ide, dan banyak divisualisasikan ke dalam motif batik, lukisan dan perhiasan. Gambaran bentuk dan mitos-mitos yang berkembang tentang alam dan kepercayaan nenek moyang yang sampai saat ini masih dipercaya oleh beberapa kalangan menjadikan banyak desainer tertarik untuk menjadikan ide menarik dan memvisualkan ke dalam sebuah karya seni perhiasan dalam bentuk modern.

Berbagai inovasi banyak dilakukan perhiasan masa kini dengan menggunakan material utama logam perak dan sepuhan emas yang dikombinasikan dengan bahan-bahan pendukung selain logam, melalui eksplorasi, perancangan, dan perwujudan, sebagai langkah utama dalam penciptaan karya seni perhiasan untuk menjawab dan merespon kebutuhan para wanita urban modern sesuai perkembangan zaman. Saat ini berbagai bentuk perhiasan yang ditampilkan di bawah ini menampilkan desain yang cenderung memiliki estetika yang mengarah pada bentuk yang mencirikan tegangan antara tradisi, budaya leluhur, sekaligus kebanggaan dan harapan yang menjadi ciri berkehidupan masyarakat urban modern.

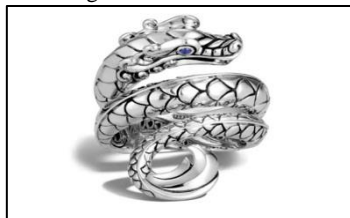
Bentuk perhiasan yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Bunga lotus (long pin gold dip with white pearl). Bahan: perak sterling silver sepuh emas 18 karat dan mutiara putih. Bunga lotus adalah tumbuhan tahunan yang hidup dan tumbuh di tanah berlumpur atau di atas air. Dalam kebudayaan Hindu, lotus melambangkan sifat-sifat tertentu, antara lain. Lotus putih yang memiliki arti kemurnian pikiran dan ketenangan sifat manusia dan kesempurnaan spiritual. (Sumber gambar: tulola design)



Gambar 7. Chandelier (anting gantung). Bahan: perak sterling silver bersepuh emas 18 karat dan mutiara putih. Mencerminkan keindahan dan kebanggaan sebagai bangsa Indonesia yang merupakan negara kepulauan Indonesia juga merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman hayati serta panorama alam yang indah, baik pegunungan maupun lautan. Keanekaragaman merupakan kekayaan bangsa. Terutama untuk Indonesia, Indonesia terdiri dari beragam suku, budaya, agama. Kita harus menjadikan keberagaman sebagai kekayaan bangsa. Sebab keragaman kita tidak dimiliki oleh negara lain.



Gambar 8. Naga legends (cincin). Bahan: sterling silver dan blue sapphire. Cincin ini diambil dari inspirasi Naga Jawa adalah sebuah makhluk mitologi Jawa yang berpotongan ular luhur sebagai perwujudan dari salah satu makhluk penguasa gaib. Dalam kisah pewayangan dikenal ular Naga yang menjadi dewa bernama Sanghyang Naga Antaboga atau Anantaboga yang konon sebagai dewa penjaga di dalam perut bumi. Dalam kisah Mahabarata maupun pandangan bangsa Indonesia sendiri sebelum Zaman Hindu, naga atau ular selalu berkomunikasi dengan cairan, sedangkan cairan mutlak diperlukan sebagai fasilitas pertanian rakyat. (Sumber gambar: John Hardy private collection)

Hasil wawancara terhadap para informan dan pembacaan autoetnografi terhadap diri penulis memperlihatkan adanya identitas masyarakat kontemporer yang cenderung terfragmentasi. Para perempuan urban, baik yang diwawancara maupun yang dibaca secara autoetnografis, tampak tidak lagi memiliki konsepsi yang tunggal dan utuh mengenai siapa diri mereka dan sebaliknya, malah memiliki berbagai identitas yang kontradiktif dan tidak tegas (*unresolved*). Dalam pandangan Stuart Hall, identitas perempuan urban ini telah menyebar (*decentred*). Hal ini dapat dilihat dari berbagai keragaman hasil wawancara yang tidak menunjukkan satu inti dari hubungan simbolik antara perempuan urban dengan perhiasan yang digunakannya. Dalam arti kata lain, pemilihan perhiasan bersifat manasuka (*arbitrary*) yang digambarkan oleh Hall sebagai peniruan berbagai gaya hidup dari kelompok manapun yang disukai.

Perempuan urban ingin merepresentasikan identitas dirinya melalui simbol yang memproduksi makna tertentu. Simbol tersebut tidak lain merupakan imaji abstraksi hasil refleksi atas kode-kode, nilai-nilai, dan keyakinan atas kebudayaan yang mereka jalani sebagai masyarakat urban. Pergulatan tersebut diperoleh melalui usaha-usaha yang berkaitan dengan pengakuan dan dukungan, baik dalam bentuk nyata maupun simbolis. Itulah mengapa perempuan urban, dalam segala gerak-geriknya, senantiasa mengarah pada manipulasi citra demi memperoleh dua hal itu tadi. Upaya konkret dari manipulasi citra ini misalnya dengan suntik putih, suntik kurus, jarum akupuntur, jarum suntik infus *whitening*, terapi suntik tarik benang atau *thread lift*, suntik filler, suntik anti lemak, dan suntik botox. Identitas tersebut merepresentasikan keinginan untuk diakui, didukung, diyakinkan, tampil tanpa cela, ingin diperhatikan, ingin dilibatkan, serta ingin menjadi yang terbaik dan terdepan, yang ditunjukkan dalam ragam perhiasan yang digunakan.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diurai di atas, maka kesimpulan terkait rumusan pertanyaan penelitian adalah identitas perempuan urban Jakarta dibentuk salah satunya oleh perhiasan yang digunakan, namun sifat identitas tersebut cenderung kontradiktif, tidak tegas, menyebar, dan manasuka (*arbitrary*). Selain itu, identitas perempuan urban Jakarta direpresentasikan melalui perhiasan sebagai manipulasi citra untuk mendapat pengakuan maupun dukungan dalam bentuk nyata maupun simbolis. Upaya konkret dari manipulasi citra ini bisa dilihat dari berbagai tindakan yang terhubung dengan konsepsi menyuntik diri.

Dalam konteks ini, representasi menjadi suatu cara untuk memikirkan, membahasakan, dan mendefinisikan kembali esensi diri dan kebertubuhannya agar tidak masuk pada perangkap eksterior dan dengan demikian menjadi kembali pada kehidupan yang hakiki. Hal tersebut perlu dilakukan karena manipulasi citra yang muncul dari budaya kontemporer semakin masif memasuki relung kehidupan. Manipulasi citra tersebut begitu dogmatis dalam mempengaruhi persepsi termasuk realitas diri, sehingga memerlukan upaya-upaya representasional untuk menyelamatkan harmoni dan spiritualitas yang murni.

Simpulan dari penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih berupa proses pematangan intelektual dan kepekaan emosi terhadap fenomena sosial terutama di wilayah urban. Selain itu, manfaat lainnya adalah demi menumbuhkan kesadaran kritis kolektif terkait penyembuhan jiwa manusia, terutama kaum perempuan. Penyembuhan tersebut, lebih jauh lagi, menggiring perempuan untuk menemukan ruang spiritual sekaligus renungan-renungan baru bagi dirinya maupun lingkungannya.

Dengan demikian, wacana seni perhiasan dalam konteks perempuan urban mampu menjadi media kontemplasi yang menjernihkan polusi mental serta budaya yang timbul akibat berbagai problematika dalam masyarakat kontemporer. Dalam hal ini, seni menjadi potensi untuk memberikan pencerahan bagi perempuan urban Jakarta terutama dalam ruang lingkup dimensi yang lebih non-material.

Daftar Rujukan

- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.). South-Western Publishing Co.
- Hall, S. (1996). *Questions of Cultural Identity*. SAGE Publications.
- Hall, S. (2003). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. SAGE Publications.
- Hayler, M. (2011). *Autoethnography: Self Narrative and Teacher Education*. Sense Publishers.
- Jensen, L. A., Arnett, J. J., & McKenzie, J. (2011). Globalization and Cultural Identity. In *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 285–301). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_13
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

Volume: 8
Nomor: 2
Bulan: Mei
Tahun: 2022

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id



- Prabasmoro, A. P. (2003). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Femininitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Jalasutra.
- Saukko, P. (2003a). Genealogical Analysis. In *Doing Research in Cultural Studies* (pp. 115–134). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849209021.n7>
- Saukko, P. (2003b). On Deconstruction and Beyond. In *Doing Research in Cultural Studies* (pp. 135–152). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849209021.n8>
- Wibowo, D. E. (2012). Peran Ganda Perempuan dan Kesetaraan Gender. *Muwazah: Jurnal Kajian Gender*, 3(1).
- Willis, P. E., Jones, S., Canaan, J., & Hurd, G. (1990). *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*. Open University Press.

