

ANALISIS TEKSTUAL MENGENAI PEREMPUAN “CABE-CABEAN” DALAM GAMBAR SATIRE ICAK

Oleh: Dinda Nur Ardilla (071211531063) – BC

Email: ardilladienda@gmail.com

ABSTRAK

Cabe-cabean merupakan istilah yang mulai dikenal sejak akhir tahun 2013 dan masih eksis hingga sekarang. Istilah ini digunakan untuk melabeli perempuan yang memiliki perilaku tertentu. *Cabe-cabean* awalnya hanya sebagai sebuah bahasa yang berkembang di daerah Jakarta dan sekitarnya yang kemudian diangkat dan disebarluaskan oleh berbagai media di Indonesia. Masalah penelitian yang diajukan yakni bagaimanakah penggambaran mengenai perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* dalam gambar satire yang terdapat di website ICAK. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggambaran mengenai perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* melalui gambar satire yang terdapat di *website* ICAK. Untuk mendapatkan analisis secara deskriptif, peneliti menggunakan metode semiotik Ferdinand De Saussure yang akan menganalisis tanda melalui *signifier* dan *signified*. Sebagai hasil, penggambaran yang muncul tentang *cabe-cabean* sebagian besar seperti pada umumnya. *Cabe-cabean* diidentikkan dengan celana pendek (*hotpants*), baju yang menampilkan lekuk tubuh, berbonceng tiga, menggunakan riasan wajah tebal, dan merupakan kelompok yang berada dalam kelas sosial bawah. Namun, sebagian gambar juga menggambarkan *cabe-cabean* mengenakan sebuah atribut agama sebagai simbol ketaatan dan berada dalam kelas sosial atas.

Kata kunci: *cabe-cabean*, pelabelan, perempuan, penggambaran, ICAK, semiotik.

PENDAHULUAN

Penelitian ini mengenai analisis tekstual terhadap *cabe-cabean* yang digambarkan dalam website ICAK. Tujuannya untuk mendeskripsikan penggambaran mengenai perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* melalui gambar satire yang terdapat di *website* ICAK. Istilah *cabe-cabean* muncul pada akhir tahun 2013 dan terus menjadi pembicaraan hingga saat ini. *Cabe-cabean* awalnya hanya berkembang di daerah Jakarta dan sekitarnya yang kemudian diangkat dan

disebarluaskan oleh berbagai media di Indonesia. Mulai dari media online, film, lagu, talkshow, hingga buku fiksi dan non fiksi menjadikan *cabe-cabean* sebagai tema utamanya.

Cabe itu sendiri merupakan kependekan dari, *cewek alay bahan entotan/ewean*. Istilah *cabe-cabean* sendiri masih bersifat eksklusif ketika pertama kali dipergunakan sekitar tahun 2011. Istilah ini hanya beredar di kalangan terbatas para pembalap (Karim dan Meulen 2014). Istilah *cabe-cabean* kemudian menyebar dari mulut ke mulut. Mereka yang datang untuk menonton balapan liar mulai familiar dengan istilah *cabe-cabean* yang dilontarkan di sekitar arena balapan liar. Istilah ini perlahan-lahan mulai menyebar ke luar arena balapan liar, seperti bengkel-bengkel tempat para joki *nongkrong* hingga sampai pada masyarakat umum. Dari sanalah istilah *cabe-cabean* menjadi istilah yang meluas hingga keluar daerah Jakarta dan sekitarnya.

Kata *cabe-cabean* merupakan sebuah bentuk pelabelan terhadap perempuan yang berperilaku tertentu. Menurut Herlina (2007) *labeling* adalah menetapkan atau menggambarkan seseorang dalam hal-hal yang berhubungan dengan perilakunya. Menurut *A Handbook for The Study of Mental Health*, label adalah sebuah definisi yang ketika diberikan pada seseorang akan menjadi identitas diri orang tersebut dan menjelaskan tentang tipe bagaimanakah seseorang itu (Herlina 2007). Howard S. Becker dalam Puspitasari (2008) menjelaskan bahwa pelabelan terhadap seseorang seringkali diikuti oleh perubahan pada perilaku orang lain terhadap orang yang diberi label tersebut. Dengan kata lain, apabila label tersebut negatif, maka perilaku orang lain pada orang yang diberi label akan negatif juga. Begitupun sebaliknya, apabila label tersebut positif, tentu perilaku orang lain pada orang yang diberi label akan positif pula.

Dalam pemberian label, terdapat penggunaan bahasa didalamnya. Sama seperti perspektif *labeling*, bahwa penggunaan bahasa sangat berpengaruh pada persepsi dan cara pandang kita terhadap suatu hal. Menurut Kuncoro (1998), bahasa yang kita gunakan sehari-hari sering dipandang sebagai alat untuk berkomunikasi saja, padahal ia juga sarana sosialisasi dan pelestarian terhadap

suatu sikap atau nilai. Bahasa berpengaruh terhadap gerak fisik manusia yang menggunakannya, lewat sugesti-sugesti yang diberikan oleh kata tertentu. Bahasa dengan “kekuatan tersembunyi”-nya melestarikan nilai dalam masyarakat dan mendorong masyarakat melakukan aksi-aksi sosial berdasarkan keyakinan yang dikristalkan dengan bahasa. Kuncoro (1998) menambahkan, ketika bahasa digunakan oleh media massa maka ia memiliki tanggung jawab lebih besar karena ketersebaran yang luas dan kesangatannya yang rutin dalam menanamkan *stereotype* atau prasangka tertentu.

Selanjutnya, pemilihan gambar dalam situs 1CAK didasari karena 1CAK merupakan situs hiburan lokal yang pertama kali muncul di Indonesia. Kontennya pun menggunakan Bahasa Indonesia dan sering menampilkan gambar yang berkaitan dengan topik yang sedang marak dibicarakan, salah satunya mengenai *cabe-cabean*. 1CAK merupakan situs hiburan lokal pertama yang menyediakan gambar dan video yang diunggah pengguna. Tak hanya mengunggah, pengguna 1CAK pun dapat memilih dan mengomentari gambar-gambar yang berada dalam situs tersebut. Menurut Noviandari (2015), pada bulan februari 2014 1CAK memiliki sekitar sembilan juta *pageview* bulanan dengan lima ratus enam puluh ribu pengunjung. Jumlah tersebut merupakan angka tertinggi yang diraih oleh *website* lokal sejenisnya. Dengan kata lain, 1CAK merupakan situs hiburan lokal yang paling populer digunakan oleh pengguna media online.

Gambar-gambar yang diunggah dalam *website* 1CAK biasanya berbau satire. Steven Heller (1981) dalam Kartika (2014) pernah memperkenalkan istilah untuk menandai gambar yang berbau satire, yaitu yang dikenal dengan istilah *graphic satire*. Karya *graphic satire* tidak selalu lucu, bisa sangat serius. *Graphic satire* memiliki pengertian sebagai karya satire yang dikemas dalam bentuk visual dan tidak memperlakukan berbagai ekspresi visual yang mungkin berbeda-beda. Dari pengertian tersebut, gambar satire dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan bahkan mengkritisi hal-hal yang sedang terjadi dalam masyarakat dengan kemasan yang ringan dan lucu. Begitu pula dengan fenomena *cabe-cabean* yang juga digambarkan dengan berbagai versi dalam *website* 1CAK.

Peneliti menggunakan metode semiotik Ferdinand De Saussure. Dalam (Moerdijati, Ida dan Kurnia 2010) dijelaskan bahwa:

He was more concerned with the way signs (or, in his case, words) related to other signs than he was with the way the related to pierce's "object". He focuses his attention much more directly on the sign itself. The sign, was a physical object with a meaning; or, to use his terms, a sign consisted of a signifier and a signified. The signifier is the sign's image as we perceive it. The signified is the mental concept to which it refers. This mental concept is broadly common to all members of the same culture who share the same language.

Seperti yang dituliskan diatas bahwa semiotik menurut Saussure berfokus pada tanda seperti konsep yang dimiliki oleh Pierce. Namun, dalam Saussure lebih merujuk pada tanda yang merupakan gabungan dari *signifier* dan *signified*. *Signifier* merupakan tanda yang merujuk pada gambar/benda tersebut. *Signified* merupakan konsep yang ada dalam pikiran kita. Dalam (Ida 2014), *signifier* adalah persepsi terhadap bentuk fisik tanda, yang bisa terdiri dari material, akustik, visual atau selera (*taste*). Sedangkan *signified* adalah konsep mental yang kita pelajari dengan mengasosiasikannya dengan objek. Hubungan antara tanda dan *referent*-nya (obyek aktual yang direpresentasikan tanda) adalah signifikasi (*signification*). Signifikansi yang dihasilkan akan digunakan untuk melihat penggambaran mengenai perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* dalam gambar satire yang terdapat di *website* 1CAK. Gambar yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 4 gambar yang memiliki kriteria antara lain: jumlah *vote* lebih dari 1000 *funs* dan terdapat kata '*cabe*' atau '*cabe-cabean*'.

PEMBAHASAN

Analisis Gambar Berjudul "Cewek Cabe-Cabean yang Alim tapi Kerdus"



Gambar 1 *Cewek Cabe-Cabean Yang Alim Tapi Kerdus*

Gambar diatas merupakan karya dari *member* bernama sariin43 yang diunggah pada tahun lalu (2015) pada website 1CAK. Gambar ini mendapatkan *vote* sebanyak 1321 *funs*. Dalam gambar 1 tersebut terdapat tiga konsep, yakni *cabe-cabean*, *alim*, dan *kerdus*. Konsep *alim* sebenarnya memiliki makna yang sangat luas. Seperti yang dituliskan Risno (2015) bahwa orang itu dikatakan sebagai orang alim manakala di dalam dirinya memiliki khasy-ah atau rasa takut kepada Allah Swt. Rasa takut yang menjadikan seseorang itu berhati-hati dalam setiap tindakan dan perbuatannya. Rasa takut yang membuat orang merasa Senantiasa diawasi Allah. Rasa takut yang membuat orang tersebut waspada jangan sampai terjerumus kedalam perbuatan yang dilarang Allah.

Dalam gambar diatas, makna tentang *alim* dibuat lebih sederhana, yakni hanya dinilai dari penampilannya saja. Perempuan yang dinilai *alim* (atau *sok alim*) adalah mereka yang mengenakan kerudung dengan benar, tanpa melihat tindakan dan perbuatannya. Maka ketika perempuan tersebut mengenakan kerudung yang tidak sesuai dengan ajaran islam—yakni sebagian rambutnya yang merupakan bagian dari aurat perempuan masih terlihat—kemudian perempuan tersebut langsung mendapatkan label *kerdus* (kerudung dusta). Yusuf (2010) menjelaskan, istilah *kerdus* atau kerudung dusta sebenarnya dapat diartikan dengan makna yang lebih luas dibandingkan dengan nilai candaan semata. Bisa lebih tepat "*kerdus*" itu adalah perempuan yang menggunakan kerudung secara fisik tapi sifatnya tidak mencerminkan muslimah sejati.

Kerudung dalam konteks ini bukan hanya menjadi sebuah atribut agama, namun lebih jauh lagi, ia menjadi simbol agama. Ketika seorang mengenakan

kerudung, maka tindakan dan perilakunya harus sesuai dengan syariat islam. Dan ketika perempuan berkerudung tersebut belum dapat sepenuhnya berperilaku sesuai syariat islam, maka ia dianggap lebih hina daripada perempuan islam yang tidak menutup auratnya—dalam hal ini memakai kerudung. Sehingga, sifat dan perilaku dalam konteks ini lebih diprioritaskan daripada pemenuhan kewajiban yang telah ditetapkan agama islam kepada perempuan islam untuk menutup auratnya.

Mengenai konsep *cabe-cabean* yang diusung dalam gambar 1 ini juga lebih disederhanakan, yakni perempuan yang memakai kaos pendek dan mengenakan topi secara terbalik. Padahal menurut Karim dan Meleun (2014) kata *cabe* itu sendiri merupakan kependekan dari, *cewek alay bahan entotan/ewean*. Atau dengan kata lain, *cabe-cabean* merupakan perempuan *alay* yang digunakan untuk berhubungan seksual. Sedangkan dalam gambar 1 diatas, atribut *cabe-cabean* terlihat didalam foto kedelapan yang diwakilkan dengan penggunaan topi secara terbalik. Tidak ada dasar yang menyatakan bahwa mengenakan topi secara terbalik merupakan salah satu atribut yang melekat pada *cabe-cabean*. Sehingga gambar ini akhirnya memberikan konstruksi tersendiri mengenai *cabe-cabean* melalui atribut topi terbalik tersebut.

Cabe-cabean dalam gambar 1 ini diperlihatkan sebagai perempuan yang tidak berpenampilan sesuai dengan anjuran sebuah agama. Hal ini terlihat dari judul gambar yang bernada satire, yakni “cewek cabe-cabean yang alim tapi kerdus”. Sebenarnya, apa yang dilakukan oleh perempuan dalam gambar tersebut merupakan ekspresi dari sebuah kebingungan dalam menentukan penampilannya. Usahanya dalam berpenampilan selalu mendapatkan tanggapan yang buruk. Sehingga penggabungan penampilan antara *cabe-cabean*, *alim* dan *kerdus* merupakan sebuah bentuk protes dari si perempuan yang merasa bahwa penampilannya dipandang serba salah. Hal tersebut terlihat dari ekspresi bingung pada foto ketujuh dengan tulisan “terus gue, mesti kek gimana?!” yang merupakan sebuah pertanyaan diajukan kepada orang yang memberikan penilaian buruk terhadap berbagai penampilannya. Kemudian yang dilanjutkan oleh foto kedelapan yang merupakan gambaran mengenai *cewek cabe-cabean yang alim*

tapi *kerdus*. Dan terdapat tulisan “kek gini?!!!!” yang merupakan kalimat pertanyaan namun sekaligus pernyataan dari bentuk kebingungannya.

Analisis Gambar Berjudul “Hmm Cabe-Cabean”



Gambar 2 *Hmm Cabe-Cabean*

Gambar diatas merupakan karya dari *member* bernama *adindaars_* yang diunggah bulan Januari 2016 pada website 1CAK. Gambar ini mendapatkan *vote* sebanyak 1595 *fun*s. Gambar 2 diatas menggambarkan *cabe-cabean* ke dalam dua level. Level pertama yakni *classy*. *Classy* merupakan kata yang diambil dari bahasa Inggris yang memiliki arti mentereng atau mewah. Tak heran jika kriteria *cabe-cabean* yang berada pada level *classy* ini diidentikkan dengan perempuan yang memiliki tubuh yang terawat. Pakaian, tas dan aksesorisnya pun diperlihatkan merupakan barang mahal. Tas yang dikenakan oleh perempuan yang disebut *cabe-cabean* level *classy* tersebut digambarkan semirip mungkin dengan sebuah tas bermerk yang sudah terkenal, yakni produk Gucci.



Gambar 3 Sebuah produk tas merk Gucci (Sumber: <http://butik-308.com>)

Warna, model serta detailnya terlihat sama dengan yang dikenakan perempuan pada kolom kiri tersebut. Selain itu, *shopping bag* yang dibawanya juga terlihat sebagai replika *shopping bag* dari sebuah *department stores* eksklusif terbesar kedua di Inggris, yakni Selfridges. Desain *shopping bag* yang dibawa oleh perempuan pada kolom sebelah kiri berwarna kuning dan bertali hitam, sama

seperti desain *shopping bags* milik Selfridges (i3.manchestereveningnews.co.uk). Hal ini menjadi petunjuk bahwa *cabe-cabe* yang berada dalam level *classy* pun senang berbelanja produk-produk bermerk dari luar Negeri.

Cabe-cabe level kedua yakni akut. Dalam konteks ini, perempuan digambarkan memakai pakaian yang memperlihatkan bagian-bagian tubuhnya seperti perut, paha dan dada. Pakaian yang digunakan juga sangat ketat sehingga memperlihatkan lekuk tubuh dari perempuan tersebut. Perempuan yang dikategorikan sebagai *cabe-cabe* level akut ini juga digambarkan selalu memakai lipstik tebal dan menggambar alisnya serta mengenakan kosmetik yang dianggap mengerikan karena menimbulkan warna kulit wajah yang berbeda dengan tubuh. Selain itu, warna kulit yang berbeda juga merujuk pada kurang terawatnya tubuh perempuan tersebut. Ditambah lagi rambut yang tidak sehat karena bekas di *smoothing*. Pada level ini juga digambarkan bahwa *cabe-cabe* hanya bisa menggunakan replika *handphone* bermerk.

Hal-hal tersebut membuat peneliti berasumsi bahwa *cabe-cabe* pada level akut ini merupakan perempuan kelas menengah ke bawah yang sebenarnya ingin tampil cantik. Namun, karena faktor ekonomi sehingga ia hanya mampu untuk membeli barang-barang KW dan jarang melakukan perawatan tubuh. Berbeda dengan *cabe-cabe* level *classy* yang dengan mudahnya mendapatkan kemewahan, mulai dari perawatan tubuh hingga barang-barang yang digunakannya. Namun, kedua perempuan yang dilabeli sebagai *cabe-cabe* tersebut memiliki suatu kesamaan, yakni sama-sama mendapatkan barang-barang pemberian dari orang yang disebutnya Om. Om dalam konteks ini merujuk pada orang laki-laki yang agak tua. Peneliti menghubungkannya dengan istilah "Om senang" yang memang memiliki kaitan dengan gambar 2 diatas. Menurut Maringka (2013), pada intinya "Om senang" itu adalah pria berumur yang senang berada diantara wanita muda, lebih khusus lagi wanita yang bisa diajak "senang-senang" sesuai dengan keinginan dan selera si Om. Untuk memenuhi hasratnya, maka para "Om senang" sangat boros dan siap menghambur hamburkan uang bersama sama dengan para wanita muda yang diajak bersenang senang. Dari definisi inilah, peneliti menarik kesimpulan bahwa om yang dimaksud dalam

gambar 2 ini merupakan “Om senang” yang rela untuk memberikan barang-barang mewah kepada perempuan yang dilabeli *cabe-cabean*, terutama yang berada pada level *classy*.

Para "Om Senang " akan sangat bangga jika dipuji puji oleh para wanita muda dengan kata kata klise, dan merasa tersanjung jika bisa memamerkan kepopulerannya kepada sesama "Om Senang" lainnya . Maka berburu wanita muda yang cantik, menjadi suatu petualangan yang menyenangkan sekaligus cara cepat mendatangkan kepuasan hati bagi para Om Senang (Maringka 2013). Oleh karena itu, perempuan yang dilabeli *cabe-cabean*, semakin ia terawat tubuhnya, maka semakin banyak “Om senang” yang menginginkannya. Sehingga, “Om senang” pun rela untuk mengeluarkan banyak uang demi mendapatkan perempuan cantik yang diburunya. Perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* baik pada level *classy* ataupun akut akhirnya bergantung kepada laki-laki yang disebutnya sebagai Om tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

Analisis Gambar Berjudul “Mungkin Ini Solusi Pemberantasan Cabe Cabean”



Gambar 4 Mungkin Ini Solusi Pemberantasan Cabe Cabean

Gambar diatas merupakan karya dari *member* bernama koentole11 yang diunggah tahun lalu pada website 1CAK. Gambar ini mendapatkan *vote* sebanyak 1773 *funs*. Pada gambar ketiga yang dianalisis ini, *cabe-cabean* digambarkan secara tidak langsung. Hanya disinggung melalui tulisan yang mencakup tiga kriteria diantaranya berbonceng tiga, mengenakan bedak tebal, dan mengenakan celana pendek (*hotpants*). Serta sebuah *hastag* bertuliskan “BerantasCabeBermotor”. *Cabe-cabean* dianggap sebagai orang yang merugikan sehingga perlu untuk diberantas. Cara pemberantasan yang dimaksud dalam

lebih banyak menampilkan Pak Polisi dan perempuan yang dilabeli sebagai *cabe-cabean* tersebut. Namun, karena meme mengenai Pak Polisi ini selalu dipasangkan dengan si Otong, maka peran si Otong dalam meme ini tidak bisa dihilangkan begitu saja. Akhirnya, pembuat pun tetap memposisikan si Otong sebagai pihak ketiga. Karakter si Otong diposisikan sebagai pengguna jalan umum, yang mana karakter tersebut memang sesuai dengan tujuan penciptaan karakter pada versi aslinya.

Sedangkan karakter Pak Polisi merupakan aparat kepolisian lalu lintas yang bertanggung jawab untuk menjaga keamanan dan kelancaran lalu lintas. Namun, dalam gambar ini, Pak Polisi yang memang awalnya merupakan petugas berwajib yang akan memberi tindakan tegas pada pelanggar, pada kolom ketiga ternyata Pak Polisi digambarkan sebagai polisi palsu. Dimana Pak Polisi tidak konsisten dalam memberi tindakan tegas, malahan ia menawarkan untuk “membonceng” satu per satu dari tiga perempuan tersebut. Pak Polisi digambarkan menggunakan kekuasaannya—yakni sebagai petugas kepolisian—untuk mendapatkan keuntungan pribadi. Ia memberikan opsional tindakan kepada pelanggar tidak sesuai dengan aturan.

Cabe-cabean dalam komik ini digambarkan sebagai sekumpulan remaja perempuan—lebih tepatnya tiga orang perempuan—yang berbonceng tiga. Busana yang dikenakannya memiliki kesamaan, yakni sama-sama menggunakan *hotpants*. *background* berwarna biru muda menggambarkan *setting* waktu pada waktu hingga siang hari yang cerah. Biasanya siang hari akan terasa panas, karena Indonesia merupakan negara bersuhu tropis. Kebanyakan masyarakat akan menggunakan pakaian panjang ketika keluar pada pagi hingga siang hari untuk menghindari sengatan matahari. Apalagi saat berkendara, untuk *safety riding* biasanya menganjurkan mengenakan pakaian dan celana panjang.



Gambar 6 Perlengkapan *safety riding* (Sumber: andhikafebrian9g028.wordpress.com)

Namun berbeda dengan ketiga perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* diatas, mereka terkesan kurang memahami *safety riding*. Bahwa hal-hal krusial seperti penggunaan helm dan mengangkut penumpang maksimal satu orang tidak dilaksanakan. Baik disengaja atau tidak, yang dilakukan oleh perempuan yang dilabeli *cabe-cabean* tersebut dapat membahayakan mereka dan pengguna jalan yang lain. Pada gambar ini, tidak ada perspektif yang berbeda dalam penggambaran perempuan yang dilabeli *cabe-cabean*. Mereka digambarkan seperti pada kebanyakan, hanya berkisar seputar penampilan dan perilaku di jalan raya.

KESIMPULAN

Keempat gambar satire pada website 1CAK yang dianalisis dalam penelitian ini memiliki penggambaran yang berbeda-beda mengenai perempuan yang dilabeli sebagai *cabe-cabean*. Meskipun ada sebagian gambar yang menampilkan *cabe-cabean* dengan ciri yang berbeda pada media umumnya, namun sebagian besar penggambaran mengenai *cabe-cabean* ini menampilkan ciri yang sama dengan yang digambarkan media lain. Ini berarti bahwa penggambaran *cabe-cabean* masih tidak bisa terlepas dari pengaruh media.

Pada gambar kedua misalnya, *cabe-cabean* diidentikkan dengan celana pendek (*hotpants*), baju yang menampilkan lekuk tubuh, menggunakan riasan wajah tebal dan merupakan perempuan yang memiliki kelas sosial bawah yang selanjutnya disebut dengan “*cabe cabean level akut*”. Penggambaran mengenai *cabe-cabean* seperti ini sudah seringkali diangkat dalam media lain. Sehingga, gambar ini semakin menguatkan bahwa perempuan yang dilabeli sebagai *cabe-cabean* adalah mereka yang memiliki ciri-ciri tersebut. Namun, pada gambar kedua ini juga *cabe-cabean* digambarkan sangat bertentangan dengan penggambaran *cabe-cabean* pada umumnya—dalam hal ini yang diwakilkan oleh *cabe-cabean level akut*, yang dalam gambar ini disebut sebagai “*cabe cabean level classy*”. *Cabe cabean level classy* ini tidak digambarkan selalu mengenakan

hotpants dan riasan wajah tebal. Selain itu, *cabe-cabean* ini selalu menggunakan barang-barang mewah dan mahal.

Meskipun penggambaran mengenai *cabe-cabean* dalam gambar kedua ini memiliki perbedaan, ada satu hal yang dapat dijadikan acuan mengapa pada akhirnya kedua perempuan yang memiliki ciri dan kelas sosial yang berbeda tersebut sama-sama dilabeli sebagai *cabe-cabean*. Kesamaan tersebut adalah *cabe-cabean* baik yang berada dalam level akut maupun *classy* adalah barang-barang yang mereka miliki adalah pemberian dari orang yang disebutnya sebagai “Om”. Seperti yang telah dibahas pada bab analisis, bahwa kata “Om” disini tidak lagi merujuk pada hubungan saudara, namun merujuk pada sebutan untuk laki-laki dewasa yang mau untuk mengeluarkan uangnya demi mendapatkan perempuan. Atau dengan kata lain, *cabe-cabean* digambarkan sebagai perempuan yang memiliki hubungan khusus dengan para “Om” tersebut.

Gambar pertama pun memperlihatkan *cabe-caeban* berbeda dengan penggambaran *cabe-cabean* pada umumnya. Dimana pada gambar ini, muncul suatu istilah baru yakni “*cabe-cabean* yang alim tapi kerdus” diperlihatkan sebagai seorang perempuan yang mengenakan kerudung dengan beberapa helai rambut yang keluar dan memakai topi yang dibalik. Kerudung dalam konteks ini merupakan atribut suatu agama sebagai simbol ketaatan. Sehingga, ketika penggunaan atribut tersebut tidak sesuai dengan yang semestinya—masih memperlihatkan bagian rambut—maka dengan gampangya si pemakai dilabeli sebagai “kerdus” atau kerudung dusta. Meskipun perempuan dalam gambar tersebut menggunakan kerudung, namun tetap saja ia dilabeli sebagai *cabe-cabean* karena topi yang digunakannya. Dalam hal ini, topi yang digunakan secara terbalik dijadikan acuan untuk melabeli bahwa penggunanya adalah *cabe-cabean*.

Sedangkan pada gambar ketiga, *cabe-cabean* digambarkan seperti yang telah ditampilkan pada umumnya. Dimana kebiasaan dari *cabe-cabean* yang senang berbonceng tiga, mengenakan bedak tebal dan mengenakan *hotpants*. Perilaku tersebut dianggap merugikan sehingga *cabe-cabean* perlu untuk diberantas yang terlihat dari “#BerantasCabeBermotor”. Begitu pula dengan

gambar keempat, *cabe-cabe* juga digambarkan berbonceng tiga dan mengenakan *hotpants*. Karena kebiasaan berbonceng tiga tersebut, akhirnya *cabe-cabe* digambarkan sebagai pelanggar aturan lalu lintas dan harus berurusan dengan pihak polisi lalu lintas untuk mendapat sanksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Herlina. *Labeling dan Perkembangan Anak*. 2007. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ida, Rachmah. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. 2014. Jakarta: Prenada Media Group.
- Karim, Ian, dan Stanley Meulen. *'Cabe-Cabe' The Untold Stories*. 2014. Jakarta Selatan: Loveable.
- Kartika, Dea. *Representasi Citra Polri Dalam Foto Satire di Situs 9GAG*. 2014. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Kuncoro, Jun. "Bahasa Media Massa Masih Mendiskriminasikan Wanita." Dalam *Wanita dan Media (Konstruksi Ideologi Gender Dalam Ruang Publik Orde Baru)*, oleh Idi Subandy Ibrahim dan Hanif Suranto. 1998. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Maringka, Ellen. *Kompasiana*. 16 Mei 2013. <http://kompasiana.com> (diakses Juli 1, 2016).
- Moerdijati, Sri, Rachmah Ida, dan Nisa Kurnia. *Communication Theory*. 2010. Surabaya: S Pustaka.
- Puspitasari, Ellis. *Solusi Masalah Sosial Hikikomori dalam Masyarakat Jepang (Sebuah Tinjauan Perspektif Labeling)*. Universitas Indonesia, 2008.
- Yusuf, Claudy. *Kompasiana*. 20 Agustus 2010. <http://www.kompasiana.com> (diakses Juli 1, 2016).