PROSIDING SEMINAR NASIONAL

PEMAJUAN SENI RUPA DAN DESAIN
UNTUK MEMBANGUN KEBUDAYAAN DAN PERADABAN
YANG BERKEPRIBADIAN

Ruang Vicom, Gedung Citta Kelangen Lt.2
Institut Seni Indonesia Denpasar
Selasa, 4 September 2018

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
2018

PROSIDING SEMINAR NASIONAL

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

Pemajuan Seni Rupa dan Desainuntuk Membangun Kebudayaan dan Peradaban yang Berkepribadian

Ruang Vicom, Gedung Citta Kelangen Lt.2 Institut Seni Indonesia Denpasar Selasa, 4 September 2018

Reviewer :

Dr. Drs. I Gede Mugi Raharja, M.Sn

Dr. Drs. I Wayan Mudana, M.Par

Ida Bagus Ketut Trinawindu, S.Sn., M.Erg

Dr. I Nyoman Larry Julianto, S.Sn., M.Ds

Tata letak dan desain :

I Made Saryana, S.Sn., M.Sn

Amoga Lelo Octaviano

PENERBIT

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar Jalan Nusa Indah, Denpasar 80235, Bali Telp. 0361-227316 Fax. 0361-236100 web. www.isi-dps.ac.id

8+342 halaman, 29.7 x 21 cm cetakan pertama: september 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang Copyright @2018

ISBN: 978-602-51033-8-4

KATA PENGANTAR

Perkembangan bidang seni rupa dan desain Indonesia, dapat ditelusuri dari peninggalan purbakala berupa benda-benda yang tebuat dari batu, logam, tanah liat (gerabah dan terakota), manik-manik (asesoris) dan lukisan di gua-gua prasejarah. Setelah berkembangnya sistem pemerintahan kerajaan di Indonesia, kemudian dikenal aturan-aturan tentang penciptaan karya seni rupa dan desain, serta telah mempercepat lajunya perkembangan seni rupa dan desain pada masa Indonesia klasik.

Masuknya pengaruh budaya kolonial, menyebabkan terjadinya perkembangan seni rupa dan desain modern di Indonesia. Pada perkembangan selanjutnya, kebudayaan Barat yang berlandaskan ilmu pengetahuan dan teknologi, telah menyebabkan tergiringnya semua kebudayaan di dunia menuju peradaban global. Perkembangan peradaban global dengan budaya kontemporernya, telah menyebabkan sering terjadinya apropriasi dalam penciptaan karya seni, berupa "peminjaman" elemen-elemen karya yang telah ada sebelumnya untuk menciptakan karya baru. Peminjaman elemen tersebut termasuk citraan atau gambar, bentukan atau gaya dari sejarah seni atau budaya populer, maupun material, serta teknik-teknik dari lingkup bukan seni. Pada era 1980-an, istilah ini juga dimaksudkan sebagai aktivitas mengutip karya dari seniman lain untuk menciptakan sebuah karya baru.

Oleh karena itu, agar kearifan lokal budaya Nusantara masih tetap eksis menghadapi tantangan zaman, maka Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar, mengadakan **Seminar Nasional dengan tema "Pemajuan Seni Rupa dan Desain untuk Membangun Kebudayaan dan Peradaban yang Berkepribadian"**. Di bawah tema besar ini kami menawarkan Sub Tema: 1) Strategi Penciptaan Seni Rupa dan Desain Berkarakter Nasional Berbasis Kebudayaan Lokal; 2) Apropriasi Budaya dan Ekspresi Seni Rupa dan Desain Hari Ini; 3) Hubungan Ekspresi Seni Rupa dan Desain dengan Perilaku Budaya dalam Telaah Wacana Kritis; 4) Melintas Batas Pemajuan Seni Rupa dan Desain Berbasis Teknologi Digital.

Pada kesempatan ini, izinkan kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Rektor Institut Seni Indonesia Denpasar, yang telah berkenan memberi Sambutan pada Prosiding, sekaligus membuka Seminar dan mengizinkan penggunaan Gedung Citta Kelangen untuk pelaksanaan kegiatan seminar. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, yang telah memfasilitasi kegiatan Panitia Pelaksana Seminar Nasional ini.

Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Bapak Prof. Dr. Drs. Yasraf A. Piliang, M.A dan Bapak Dr. Drs. Djuli Djatiprambudi, M.Sn, yang telah berkenan sebagai Pembicara Utama Seminar. Kepada semua pemakalah dan peserta seminar, kami juga mengucapkan banyak terimakasih karena telah berperanserta dalam seminar ini. Tak terkecuali, kepada seluruh panitia pelaksana seminar dan semua pihak yang telah membantu terselengaranya seminar ini, kami ucapkan banyak terimakasih. Apabila ada hal-hal yang kurang berkenan, kami memohon maaf.
Selamat berseminar.

Denpasar, 4 September 2018
Ketua Panitia

Dr. Drs. I Gede Mugi Raharja, M.Sn
NIP. 196307051990101001

SAMBUTAN DEKAN
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

Seni Dan Desain Dalam Membangun Kebudayaan Dan Peradaban

Om Swastiastu,

Puji syukur kami haturkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widi, karena perlindungan dan berkah-Nya acara seminar nasional Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar dapat terlaksana sesuai rencana.

Bertajuk 'Pemajuan Seni Rupa dan Desain untuk membangun kebudayaan dan peradaban yang berkepribadian', harapannya dapat menjadi ruang presentasi pemikiran, gagasan dan juga inspirasi dalam menjaga kebudayaan dan peradaban Bangsa yang kemudian mengilhami semangat kreatif mahasiswa, dosen, dan juga alumni kami di ISI Denpasar untuk senantiasa berkarya dengan semangat dan bersikap humanis, juga menghargai keberagaman budaya Bangsa ini. Seminar yang menghadirkan pembicara pembuka: Prof. Dr. I Gede Arya Sugiartha (Guru Besar bidang Seni dan Budaya, Rektor ISI Denpasar), serta menghadirkan pembicara utama; Prof. Dr. Yasraf Amir Pilliang, MA (budayawan, pengamat budaya visual Institut Teknologi Bandung), Prof. Dr. Drs. I Made Gede Arimbawa, M.Sn (budayawan, Institut Seni Indonesia Denpasar) dan Dr. Drs. Djuli Djatiprambudi, M.Sn. (pengamat seni rupa, Universitas Negeri Surabaya), kami berkeyakinan akan menyulut diskusi ilmiah yang menarik, sekaligus relevan untuk menjawab tantangan dalam membangun kebudayaan dan peradaban bangsa. Selain itu seminar ini juga berhasil menerima makalah (artikel ilmiah) dalam call paper dari 26 orang dosen yang datang dari ISBI Bandung, ISI Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Undiksa Singaraja, Universitas Mahasaraswati Denpasar, STD Bali, STIMIK/STIKOM Indonesia, STP Nusa Dua Bali, Universitas Ma Chung Malang, Universitas Negeri Surabaya, Universitas Negeri Malang,Universitas Ciputra Surabaya dan ISI Denpasar.

Sebelum menutup sambutan ini, ijinkan saya atas nama seluruh jajaran Dekanat FSRD ISI Denpasar menghaturkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu kelancaran kegiatan ini, terimakasih Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Rektor ISI Denpasar dan jajaran, beserta seluruh panitia seminar dan semua

pihak yang telah bekerja keras menyiapkan acara ini dengan baik. Akhirnya, kami sampaikan selamat berseminar kepada pembicara dan seluruh peserta, semoga pikiran jernih datang dari segala penjuru.

Om Santih Santih Santih Om

Denpasar, 4 September 2018
Dekan FSRD ISI Denpasar

Dr. Anak Agung Gde Bagus Udayana, S.Sn., M.Si
NIP. 197310041999031002

SAMBUTAN REKTOR
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

Peran Perguruan Tinggi Seni Dalam Membangun Kebudayaan

Om Swastiastu,

Puji syukur atas segala rahmat Tuhan Yang Maha Esa, karena-Nya seminar nasional FSRD ISI Denpasar dapat berjalan sesuai rencana. Saya selaku Rektor ISI Denpasar, tentu merasa bangga dan berterimakasih kepada semua pihak yang ikut serta dalam membantu kesuksesan mimbar akademik ini.

Seminar nasional tahun ini, kami sangat apresiasi karena terkait beberapa hal, diantaranya: tema yang diangkat "Pemajuan Seni Untuk Membangun Kebudayaan dan Peradaban yang Berkepribadian" sangat relevan dalam membaca secara jernih upaya penguatan budaya dan peradaban bangsa saat ini. Upaya mengingatkan kembali betapa di masa lalu telah mewariskan kebudayaan seperti karya-karya seni rupa termasuk pula karya desain, juga musik dan tari, menjadi entitas yang tidak terpisahkan dari peradaban yang kita miliki. Hal menarik lainnya, seminar kali ini berhasil menghadirkan pembicara yang nama-namanya tidak asing lagi di ranah pemikir seni dan kebudayaan nasional, seperti Prof. Dr. Yasraf Amir Pilliang, MA (budayawan, pengamat budaya visual Institut Teknologi Bandung), Prof. Dr. Drs. I Made Gede Arimbawa, M.Sn (budayawan, Institut Seni Indonesia Denpasar) dan Dr. Drs. Djuli Djatiprambudi, M.Sn. (pengamat seni rupa, Universitas Negeri Surabaya), dan lain-lain yang berpartisipasi dalam sesi presentasi call paper. Saya sendiri yang turut diundang sebagai salah satu pembicara merasa terhormat bisa mendampingi nama-nama popular yang saya sebutkan tadi tersebut.

Harapannya, dengan seminar nasional ini, kami di ISI Denpasar mendapat masukan dan juga dorongan positif untuk selalu memastikan langkah kami dalam memayungi seluruh proses akademik dan juga non akademik terkait penumbuhan kreativitas mahasiswa dan alumni dapat berjalan baik. Gagasan dan pemikiran tentang spirit membangun kebudayaan sudah selayaknya selalu digemakan sebagai fondasi penting dalam menjaga kreativitas yang tidak saja bermutu, tetapi lebih penting mampu berkontribusi positif terhadap kemajuan Indonesia ini.

Sebagai penutup, ijinkan saya mewakili segenap sivitas akademika ISI Denpasar menghaturkan terimakasih kepada semua pihak, terutama jajaran panitia yang

telah bekerja sungguh-sungguh dalam menyukseskan acara seminar nasional ini. Semoga semua diberi kesehatan dan pikiran jernih untuk melanjutkan pembangunan bidang pendidikan di Indonesia yang kita cintai bersama ini.

Om Santih Santih Santih Om

Denpasar, 4 September 2018
Rektor ISI Denpasar

Prof. Dr. I Gede Arya Sugiartha, M.Hum
NIP. 196612011991031003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i
TIM PENYUSUN..... ii
KATA PENGANTAR iii

SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN iv
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
Dr. Anak Agung Gde Bagus Udayana, S.Sn., M.Si

SAMBUTAN REKTOR INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR v
Prof. Dr. I Gede Arya Sugiartha, M.Hum

MAKALAH SESI UTAMA

SENI DAN ISYU BUDAYA KONTEMPORER : 1
SEBUAH PENDEKATAN KRITIS
Prof. Dr. Drs. Yasraf A. Piliang, M.A
Institut Teknologi Bandung

IDEALITAS DAN REALITAS DESAIN DALAM KONTEKS ARTEFAK
BUDAYA TRASIONAL.....17
Prof. Dr. Drs. I Made Gede Arimbawa, M.Sn
Institut Seni Indonesia Denpasar

"GLOKALISASI" DAN POSISI TAWAR SENI RUPA INDONESIA 27
Dr. Drs. Djuli Djatiprambudi, M.Sn
Universitas Negeri Surabaya

MAKALAH CALL PAPER

KARTUN SEBAGAI ELEMEN VISUAL PADA DESAIN KEMASAN 37
OLEH-OLEH MAKANAN KHAS BALI
Eldiana Tri Narulita
Institut Seni Indonesia Denpasar

KARAKTER FEMININ PADA DESAIN KEMASAN KULINER.....54
OLEH-OLEH KHAS BALI
Ni Ketut Pande Sarjani
Institut Seni Indonesia Denpasar

STYLE WAYANG BALI SEBAGAI IDE PENCIPTAAN SENI KERAMIK.....79
KARAKTER INDONESIA
I Wayan Mudra
Institut Seni Indonesia Denpasar

SENI RUPA PITAMAHA: MENIRU DAN MELAWAN IDEOLOGI 96
SENI RUPA MODERN
I Ketut Supir
Universitas Pendidikan Ganesha-Singaraja

TUBUH DOMESTIK DALAM REPRESENTASI IDEOLOGI SEKSUAL.....114
PEREMPUAN PERUPA KONTEMPORER BALI
Hardiman
Universitas Pendidikan Ganesha-Singaraja

PENGARUH BUDAYA GENERASI MILENIAL.....132
PADA GAYA DESAIN BRANDING ASIAN GAMES 2018
Made Arini Hanindharputri
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali

SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA KREASI DAN EKSPRESI.....144
KARYA SENI RUPA DAN DESAIN
I Gst Agung Ayu Widiari Widyaswari
Sekolah Tinggi Desain Bali

TREND MURAL PADA INTERIOR RESTORAN DAN CAFE 157
DI KOTA DENPASAR
Ni Made Sri Wahyuni Trisna
Sekolah Tinggi Desain Bali

I KETUT GEDE SINGARAJA, DARI BALI UTARA
UNTUK SENI RUPA BALI 168
Dewa Gede Purwita
Sekolah Tinggi Desain Bali

EKSPRESI VISUAL BAND GORGOTH PADA TIPOGRAFI DEKORATIF 176
DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA STRUKTURAL
Ni Wayan Setiasih
Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer
(STIKOM) Bali

ANALISIS WACANA KRITIS PADA BALIHO TOLAK REKLAMASI 188
TELUK BENOA
I Nyoman Jayanegara
STMIK STIKOM Indonesia

SEMIOTIKA DESAIN IKLAN POLITIK PILKADA 2018 197
Dr. Sumbo Tinarbuko, M.Sn
Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,
Fakultas Seni Rupa Dan Program Pascasarjana ISI Yogyakarta

IDENTITAS DAN EKSPRESI ARTISTIK LUKISAN ANAK AUTIS.....215
SEBAGAI PROSES TERAPI
Muchammad Bayu Tejo Sampurno
Program Doktoral Pengkajian Seni Pertunjukan Dan Seni Rupa,
Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

DESAIN KARAKTER JAKA KEMBANG KUNING : 233
SEBUAH RE-INTERPRETASI TOKOH WAYANG BEBER PACITAN
KE DALAM BENTUK POPULER
Aditya Nirwana
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains Dan Teknologi
Universitas Ma Chung

TRANSFORMASI PRODUK TRADISIONAL LISUNG SEBAGAI.....258
ELEMEN DEKORATIF INTERIOR
Savitri
Fakultas Seni Rupa Dan Desain,
Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung

DESAIN BENTUK CALONGCONG SEBAGAI TRANSMISI NILAI 266
KEGOTONGROYONGAN DI MASYARAKAT
Zaini Alif
Fakultas Seni Rupa Dan Desain
Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung

ANTARA KEKINIAN DAN TRADISI: TEKNOLOGI DIGITAL.....273
DALAM PEMBELAJARAN SENI BUDAYA DI SMA
Condro Wiratmoko
Pascasarjana Pendidikan Seni Budaya, Universitas Negeri Surabaya

PEMANFAATAN IMAJI FIGUR-FIGUR BUDAYA SEBAGAI 292
METODE BERKARYA SENI BERTEMAKAN IDENTITAS
Nabila Warda Safitri
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni,
Universitas Negeri Surabaya

SPANDUK WARUNG MAKAN PINGGIR JALAN SEBAGAI 297
PERTUNJUKAN KONTEMPORER
Moch. Enrich Noval H
Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Bahasa Dan Seni,
Universitas Negeri Surabaya

FILM ANIMASI TEKNIK MACHINIMA SEBAGAI 307
MEDIA PEMBELAJARAN DIGITAL PADA MATERI PEWARNAAN
BATIK ALAMI
Denik Ristya Rini
Jurusan Seni Dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang

EMPOWERING DYSLEXIA TOWARD PATTERN CREATION.....318
IN FASHION DESIGN
Geraldus Sugeng Suprayitno
Fashion Design Bisnis, Universitas Ciputra

PENGEMBANGAN DESAIN TEKSTIL MENGGUNAKAN 327
TEKNIK SUMINAGASHI PADA PEMBUATAN SCARF MODEREN
Fabio R Toreh
Universitas Ciputra

UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA.....338
PENGRAJIN PATUNG BERBASIS LIMBAH
DI DESA SINGAPADU KALER, GIANYAR, BALI
Ni Putu Ayu Sintya Saraswati
Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mahasaraswati Denpasar

SENI DAN ISYU BUDAYA KONTEMPORER: SEBUAH PENDEKATAN KRITIS*

Yasraf Amir Piliang†

Perkembangan seni sebagai sebuah praktik tak dapat dipisahkan dari sistem sosial dan budaya di mana ia diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi. Seni tidak berada di dalam sebuah ruang hampa, tetapi ada, dipahami, dibaca dan dinilai di dalam sebuah realitas sosial dan budaya. Sub-sub sistem kebudayaan—seperti sistem sosial, sistem ekonomi, sistem sains dan teknologi, sistem politik dan sistem religi—mempengaruhi praktik dan eksistensi seni rupa dan desain. Kajian budaya tentang seni berarti memandang, membaca dan menilai seni dari sudut pandang sistem-sistem budaya itu sendiri, yaitu sebagai sebuah ekspresi budaya.

Akan tetapi, dari sudut pandang para pelaku seni sendiri, menempatkan keduanya dalam 'bingkai' budaya, yaitu seni sebagai sebuah efek 'konstruksi kultural' (*the cultural construction*)—dalam pengertian keduanya tunduk pada nilai-nilai sosial-budaya—tidak seluruhnya diterima. Ada pandangan tentang 'otonomi seni', di mana seni dipandang sebagai terlepas dari berbagai determinasi (sosial, politik, ekonomi, agama). Asumsinya adalah bahwa seni mengembangkan sendiri bentuk, nilai, norma dan makna yang 'otonom' di dalam sistem seni itu sendiri. Perbenturan antara dua pandangan tentang 'eksistensi seni' ini sering menjadi sumber berbagai gesekan dan konflik.

Meskipun demikian, ada perbedaan untuk bidang desain dan kriya atau cabang-cabang seni lainnya yang memiliki nilai guna atau utilitas. Pertimbangan faktor-faktor sosial dan budaya untuk bidang-bidang ini menjadi sangat sentral, karena ia sangat berkaitan dengan dimensi-dimensi sosial-budaya tentang kegunaan, kepraktisan, keterbacaan, kenyamanan, keamanan, identitas dan keekonomian. Sehingga, pertimbangan-pertimbangan tentang gaya hidup, pandangan hidup, perilaku, kebiasaan, *habitus*, persepsi dan sikap menjadi sangat penting. Dengan demikian, perubahan pada bentuk, pola dan perilaku sosial akan berpengaruh pada desain, kriya dan seni-seni terapan lainnya.

---

*Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional "Pemajuan Seni Rupa dan Desain untuk Membangun Kebudayaan dan Peradaban yang Berkepribadian", diselenggarakan oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, 18 September 2018

†Dosen pada Program Pacasarjana Ilmu Seni dan Desain, Fakultas Seni Rupa & Desain, Institut Teknologi Bandung (ITB).

Seni Sebagai Sistem

Sebagai sebuah aktivitas, praktik dan proses, ada dinamika dalam pengaruh, tegangan dan pertarungan antara kekuatan internal dalam seni itu sendiri dan kekuatan eksternal, yang berasal dari berbagai sumber kekuatan luar. Inilah tegangan antara "otonomi" (*autonomous*) atau kekuatan mengatur diri-sendiri dan "ektonomi" (*ectonomous*) atau kekuatan luar yang mengatur seni itu sendiri: kekuatan agama, ekonomi, politik, sosial dan budaya. Kekuatan otonomi seni memberikan seni sebuah cara mengkonstruksi dirinya sendiri melalui sebuah model "produksi diri-sendiri" (*self-production*), dalam pengertian seni tidak ditentukan atau dikendalikan oleh sistem-sistem yang ada di luar dirinya, karena seni itu sendiri adalah sistem otonom.

Di abad pertengahan Eropah, seni dikendalikan oleh kekuatan agama. Akan tetapi, perkembangan industrialisasi pasca-Renesans, menjadikan seni di bawah kendali kekuatan pasar. Perkembangan "Modernisme", dalam seni menawarkan konsep "otonomi seni", yaitu konsep ". . .keterbebasan seni dari masyarakat", dalam pengertian nilai seni tidak dikendalikan oleh nilai-nilai sosial, politik, agama dan kultural. Seni dipandang sebagai aktivitas "otonom", yang tidak perlu merepresentasikan, membawa pesan, memanifestasikan dan menyampaikan nilai-nilai di luar nilai seni itu sendiri.

> "Setiap seni harus menentukan, melalui cara kerja yang khas pada dirinya, efek-efek yang khas dan eksklusif…karenanya, setiap seni harus dibuat "murni", dan "kemurniannya" menemukan jaminannya dari standar kualitas serta ketakbergantungannya. "Kemurnian" berarti definisi diri-sendiri, dan kegiatan kritik-diri (*self-criticism*) dalam seni menjadi salah satu definisi diri-sendiri secara sungguh-sungguh"[1]

Seni dianggap otonom karena ia membangun cara kerja, tujuan dan kriteria dari dan untuk dirinya sendiri, tanpa ada kekuatan luar yang dapat mengaturnya. Meskipun demikian, untuk bidang-bidang desain, kriya dan seni-seni terapan lainnya, kekuatan-kekuatan eksternal itu dalam hal tertentu tidak bisa dihindarkan. Ini karena desain, kriya dan seni-seni terapan lainnya, tidak dapat dilepaskan dari persyaratan dan kriteria-kriteria sosial-budaya yang harus dipenuhi agar objek desain atau kriya tersebut dapat diterima dan digunakan oleh para penggunanya.

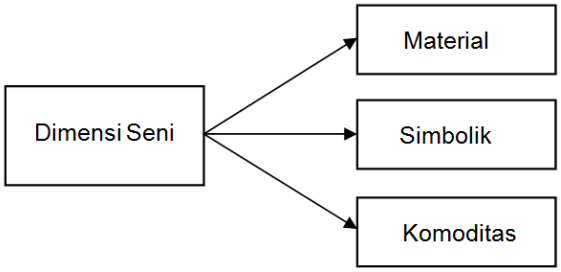
Seni adalah aktivitas dalam menghasilkan "objek seni" (*art object*). Sebagai objek, seni memiliki karakter 'ke-objek-an' (*thingness*) pada umumnya—seperti benda, barang, produk, alat, atau sarana. Akan tetapi, berbeda dengan objek pada umumnya, objek seni memiliki karakteristik unik, karena ia dirancang, dibuat, dan diproduksi dengan gagasan yang belum ada sebelumnya. Ia hadir sebagai entitas fisik, yang dapat dilihat, diraba, didengar, disentuh, dinilai dan dimaknai. Keberadaan objek seni dapat

dikaji dalam tiga ranah berbeda tapi saling berkaitan, yaitu *ranah poduksi*, *objek seni* dan *konsumsi*.[2] Objek-objek seni diproduksi, untuk didistribusikan dan pada akhirnya dikonsumsi oleh pengguna atau konsumer tertentu.

Meskipun demikian, pengertian 'produksi' dalam seni tidak bermakna tunggal, akan tetapi ditentukan oleh konteks di mana "produksi" itu berlangsung: produksi ekonomi, produksi sosial, produksi politik, atau produksi kultural. Selain itu, kreativitas seni bukan fenomena individual, akan tetapi ". . .interaksi antara pikiran individu dan konteks sosial-budaya. Ia fenomena sistemik ketimbang individual." [3]Sebagaimana dikatakan Wolf, ".

> ..setiap tindakan, termasuk tindakan kreatif atau inovatif, timbul dalam persilangan kompleks dari berbagai penentu (sosial) dan kondisi struktural yang kompleks".[4] Akan tetapi, di dalam konteks manapun seni "diproduksi", ia mesti mengandung dimensi-dimensi budaya benda (*material culture*): fisik, bentuk, ukuran, tekstur, dan budaya non-benda (*non-material culture*): nilai, konsep, makna, keyakinan, ideologi.

Dalam kaitannya dengan dimensi pembangunnya, objek seni dibangun oleh tiga dimensi utama, yaitu "dimensi *material*, dimensi *simbolik* dan dimensi *ekonomi*" [5] Sebagai objek material, seni dinilai keberadaannya sebagai sebuah benda dengan sifat kebendaan atau materialitasnya. Akan tetapi, ketika seni menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sosio-kultural: ritual, upacara, keagamaan, festival—nilai-nilai yang berkembang di dalamnya lebih didominasi oleh nilai-nilai simbolik, bersifat sosial, kultural, politik, dan spiritual-keagamaan. Di Eropah Abad Pertengahan, misalnya, nilai-nilai keagamaan (Kristen) sangat kuat memberikan fondasi pada ekspresi seni rupa. Di Bali, seni tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial-keagamaan yang melekat pada masyarakat Bali.



Ketika seni menjadi bagian skema industri, ia dikendalikan oleh logika industri itu sendiri. Di sini, seni diberikan batas, tapal batas, atau koridor tertentu agar sesuai dengan "logika pasar". Ukuran seni tidak lagi dilihat dalam hal nilai material atau nilai-nilai simbolik yang ditawarkannya, akan tetapi "nilai tukar" (*exchange value*) mengikuti mekanisme pasar. Seni kini tak memiliki otonomi, di mana ukuran-ukuran eksistensi, nilai, signifikasi, atau makna ditentukan oleh individu atau institusi-insitusi atas dasar kalkulasi ekonomi. Seni kini menjadi bagian dari merkantilisme pengeta-

huan, yaitu bertautnya kreativitas dan pengetahuan tentang seni dengan motif keuntungan dan komersialisasi.[67]

'Valorisasi' (*valorisation*) adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan mekanisme di mana seni menjadi objek kepentingan dan transformasi kepentingan tersebut menjadi nilai ekonomi. Valorisasi seni adalah proses berkelanjutan yang terjadi pada titik-titik dalam siklus produksi, distribusi dan konsumsi seni. Masuk ke dalam ruang pasar, seperti galeri, balai lelang seni atau museum, objek-objek seni menjadi objek kepentingan dari berbagai pihak, seperti kurator, kritikus seni, kolektor dan para *art dealer*, yang bila masuk terlalu jauh ke dalam mekanisme pasar itu, seni akan mendapatkan status penuh sebagai komoditas. [8]

Sebagai bagian komoditas, seni mengikuti "logika komoditas" yang berkembang dalam bentuk yang mutakhir. Komoditas, menurut Marx dibangun oleh dua "nilai" (*value*) utama, yaitu "nilai guna" (*use value*), yaitu aneka kegunaan dari sebuah komoditas, misalnya nilai guna rumah sebagai tempat untuk bermukim; dan "nilai tukar" (*exchange value*), yaitu nilai sebuah komoditas berupa 'ekivalensi" (*equivalence*) dengan alat tukar tertentu, misalnya sebuah rumah mewah eksklusif yang nilai tukarnya sesuai dengan tingkat kemewahannya. Logika komoditas dalam bentuk mutakhirnya adalah ". . .permainan nilai tukar dan penanda (*signifier*)" :[9]

$$\frac{EV}{UV} = \frac{Sr}{Sd}$$

Nilai tukar biasanya ditentukan oleh nilai bahan, tenaga kerja yang memproduksinya, serta nilai guna yang ditawarkannya. Akan tetapi, nilai tukar itu sendiri kini tak lagi ditentukan oleh factor-faktor produksi sebuah komoditas, tetapi oleh nilai-nilai abstrak yang disebut Baudrillard "nilai tanda" (*sign value*), yaitu segala wujud, tanda, citra, konotasi, makna, ideologi dan mitos-mitos yang dimuat pada komoditas. Komoditas kini dibangun melalui ". . .substitusi manipulasi kekuatan dengan manipulasi tanda-tanda dan sebuah ekonomi sihir penggubahan petanda (*signifieds*) untuk sebuah permainan penanda-penanda (*signifiers*)" [10]

Seni, Ilusi dan Seduksi

Perkembangan seni tak dapat dipisahkan dari perkembangan sosial-kebudayaan di mana ia diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi. Kebudayaan di sini dipandang sebagai 'struktur total', dengan sub-sub sistemnya: *ideologi, struktur sosial, tekno-ekonomi* dan *struktur psikis*. 'Ideologi' adalah sisi abstrak kebudayaan—kepercayaan, filsafat, nilai, norma, pengetahuan, sentimen, etika, pandangan dunia (*world view*), etos, *mind-set*, dan mentalitas,[11] yang merupakan 'relasi imajiner' di antara individu-individu.[12]

‘Setiap sub-sistem kebudayaan tersebut dapat menjadi dominan, yang mempengaruhi ekspresi seni. Misalnya, kebudayaan yang didominasi kekuatan ekonomi akan membentuk ekspresi seni yang sangat kuat dipengaruhi pasar.

Masyarakat yang sangat kuat dipengaruhi oleh kekuatan pasar akan menghasilkan sebuah tipe kebudayaan yang dibangun melalui cara kerja industri dan ekonomi. Kebudayaan yang dikendalikan secara kuat oleh cara kerja industri and ekonomi, akan menghasilkan tipe dan bentuk-bentuk ekspresi budaya yang keberadaannya dilandasi oleh motif keuntungan. Dalam kaitan dengan seni sebagai sebuah wujud ekspresi budaya, kekuatan industri dan ekonomi menjadi seperangkat kekuatan eksternal, yang menentukan orientasi, bentuk dan tujuan seni itu sendiri. Seni yang sangat kuat dikendalikan oleh kekuatan industri dan ekonomi akan menghasilkan semacam “industrialisasi” atau “komersialisasi” seni.

Seni sesungguhnya dapat berperan besar mengubah kebudayaan—setidak-tidaknya pada tingkat budaya visual—melalui ide-ide baru yang orisinil, berguna dan mencerahkan, yang mampu menawarkan perubahan radikal. [13] Akan tetapi, kebudayaan yang sangat kuat dikendalikan oleh kekuatan ekonomi cenderung merayakan bentuk-bentuk yang ringan, mudah dicerna dan menghibur, yang menghasilkan semacam “industri kebudayaan” *(culture industry)*.[14] Inilah kebudayaan yang distandardisasi, budaya orang kebanyakan, atau budaya mekanistik, yang cenderung mengendalikan identitas itu sendiri.[15] Dalam industri kebudayaan, para elite produser mengendalikan kesadaran, kebutuhan, selera dan hasrat konsumer; mengatur waktu dan gaya hidup mereka. [16]

Pada tingkat estetik, seni yang menjadi bagian komoditas—menghasilkan sebuah kategori estetik, yang disebut “estetika komoditas” (*commodity aesthetics*). Inilah jenis estetik, yang membangun daya tarik melalui cara kerja ‘pengenaan efek’, yaitu efek-efek yang muncul dari provokasi, permainan ilusi, kekuatan seduksi dan daya sensualitas. ‘Pengenaan efek’ menghasilkan ‘efek segera’ (*immediate effect*) dan yang memancing reaksi yang segera: kelucuan, keterpesonaan atau erotisme.[17] Seni yang dibangun di atas landasan estetika komoditas lebih menekankan reaksi segera, yang dihasilkan dari provokasi dan ilusi-ilusi.[18] Ilusi memberikan pengertian pada setiap orang, bahwa ‘keinginan’ *(want)* seakan-akan ditampakkan sebagai sebuah ‘kebutuhan’. Sebagaimana dikatakan W.F. Haug,

> “Ilusi yang memerangkap seseorang seperti sebuah cermin yang di dalamnya orang melihat hasrat dan keyakinannya seakan-akan benar. . .[I]lusi-ilusi itu seperti orang yang mengambil muka, menjanjikan kepuasan: ia membaca hasrat di mata seseorang, dan memanifestasikannya pada komoditi. Ketika ilusi—yang bersamanya komoditi hadir di hadapan pandangan—memberi seseorang rasa kebermaknaan, ia menyediakan bahasa untuk menafsirkan eksistensinya di dunia”[19]

Selain ilusi, cara kerja lain dari estetika komoditas adalah mitos, khususnya "mitos modern". Mitos adalah setiap narasi, yang fungsinya adalah mendistorsi realitas. Melalui efek distorsi itu, kita dibuat percaya terhadap kebenaran narasi sebagai kebenaran universal, padahal ada kebenaran-kebenaran lainnya, yang justru didistorsi, dilencengkan atau dikaburkan oleh mitos. Di antara mitos modern itu adalah mitos kecantikan, kejantanan, *whiteness,* atau sukses. Industri budaya membangun aneka mitos di dalam aneka ruang (media, hiburan, tontonan, komoditi, politik), yang fungsinya adalah mendistorsi, mengaburkan, mendeformasi, atau menopengi realitas, sehingga lukisan kehidupan yang ditampilkannya membuat kita percaya, bahwa itulah kenyataan hidup, padahal ia adalah ilusi. [20]

Seni yang merayakan efek segera, mengeksplorasi segala cara melalui permainan citra, tanda, dan ilusi sebagai mekanisme seduksi, rayuan, bujukan, atau godaan.[21] Mekanisme seduksi adalah melalui permainan, tantangan *(challenge)*, dan strategi penampakan *(appearance)*,[22] yaitu strategi dalam merayakan permainan budaya permukaan (*surface*) yang menimbulkan efek segera, untuk menarik perhatian. Seduksi merayakan daya pesona dengan meminggirkan perenungan makna. Untuk itu, seni menampilkan bentuk provokatif, yang mudah dicerna, dipahami dan dimaknai, yang merayakan cara kerja 'hiburan' *(entertainment)*, dengan menghindari segala yang kompleks, rumit, dan sulit.

Ilusi adalah trik psikologis dalam merangsang rasa keingintahuan, keterpesonaan, atau penasaran, untuk menghasilkan efek keterpesonaan, yang mekanismenya dikendalikan dari atas oleh para elit kebudayaan. [23] Padahal, kebudayaan adalah pembebasan manusia dari kelemahan kebergantungan, dan subordinasi. Akan tetapi, perkembangan budaya komoditas menciptakan kondisi kebergantungan, rasa kurang, ketidakpuasan dan keterpenjaraan dalam lingkaran produksi komoditas, tontonan dan hiburan.[24] Alih-alih menciptakan pencerahan, seni yang sebagai komoditas menjadi sarana 'pengendalian' massa melalui siklus barang-barang konsumer, tontonan dan hiburan, dengan menciptakan kepasifan dan kebergantung.

Pada tingkat sensibilitas estetis, seni yang bekerja dalam skema komoditas akan menghasilkan secara umum semacam "selera massa" (*mass taste*), yaitu kategori selera umum, orang kebanyakan, atau standard rata-rata *(mean),* untuk membedakannya dengan kelompok elit, intelektual, atau kaum profesional,[25] Inilah standard selera atau apresiasi estetik yang bawah, rata-rata, vulgar, standard, atau industrial.[26]untuk membandingkannya dengan standard selera tinggi, bermutu dan halus. Karya yang dihasilkan melalui selera tinggi dipertentangkan dengan karya yang dihasilkan melalui selera rendah, sebagai bentuk oposisi biner. Yang pertama dikategorikan sebagai "karya seni", yang kedua "seni rendahan".

Seni, Desain dan Gaya Hidup

Kekuatan eksternal lain yang mempengaruhi ekspresi seni adalah kekuatan gaya hidup (*life style*). Perkembangan seni tidak dapat dipisahkan dari pola atau gaya hidup masyarakat di mana ia diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi. Gaya hidup adalah mekanisme dalam mengkonstruksi 'identitas' dan 'perbedaan' *(difference)*, sebagai dua fondasi utamanya. Gaya hidup adalah mekanisme "pembedaan sosial" (*social differentiation*), untuk menunjukkan 'identitas' dan keinginan untuk berbeda. Gaya hidup adalah kekuatan sosial-budaya eksternal yang mempengaruhi ekspresi seni. Artinya, perbedaan kelompok gaya hidup menghasilkan perbedaan gaya seni.

Gaya hidup adalah gaya, tata cara, atau pola menggunakan barang, tempat dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu,[27] yang menghasilkan perbedaan pola di antara kelompok masyarakat yang berbeda. Dalam hal ini, ada relasi yang tidak dapat dipisahkan antara 'gaya' dan 'gaya hidup', dalam pengertian bahwa pola penggunaan ruang (tempat belanja, makan, hiburan), barang (pakaian, mobil, rumah) dan waktu (liburan, waktu senggang) mempunyai 'gaya'nya sendiri.[28] Misalnya, gaya lukisan tertentu menjadi identitas kelompok gaya hidup kelas atas. Gaya hidup dibangun di dalam semacam 'ruang gaya hidup' *(life style space)*, yang di dalamnya kelompok berbeda menunjukkan identitas dan perbedaannya.[29]

Ruang gaya hidup adalah ruang, yang di dalamnya anggota kelompok sosial membangun kebiasaan sosial, di dalam sebuah rentang proses sosial yang relatif panjang atau luas, yang melibatkan: modal, kondisi obyektif, habitus, disposisi, praktik, gaya hidup, sistem tanda, dan struktur selera. Di dalam ruang gaya hidup itu, berbagai "modal" (*capital*) dikerahkan atau diinvestasikan dalam pertarungan posisi. Modal dapat berupa *modal ekonomi* (uang, simpanan, aset), *modal budaya* (pendidikan, gelar, bahasa, penghargaan), *modal simbol* (prestise, status, otoritas) dan modal sosial (relasi, jejaring). Seni yang memiliki reputasi sebagai master piece dapat menjadi modal simbolik, yang dapat diinvestasikan untuk mendapatkan posisi sosial tertentu.

Identitas dari kelompok gaya hidup tertentu—misalnya gaya hidup kelas atas—berakar pada seperangkat kecenderungan (*disposition*), yang dibangun dalam rentang sejarah praktik sosial, yang disebut "habitus". Habitus adalah prinsip generatif penilaian dan klasifikasi praktik (sosial) secara obyektif, yang menghasilkan *the sense of place*.[30] Gaya hidup adalah produk dari habitus yang diproduksi secara sistematis melalui praktik di dalam medan sosial. Misalnya, kelompok gaya hidup menengah memiliki kecenderungan umum dalam memilih makanan, tempar liburan, bacaan, hiburan, pakaian, mobil, hunian, termauk pilihan karya seni sebagai *habitus* mereka. Seperangkat kecenderungan ini secara historis membangun sensibilitas kelas, yaitu "selera kelas". [31]

Akan tetapi, pembicaraan mengenai gaya hidup, dan elemen-elemen pembentuknya tidak berada di dalam sebuah ruang hampa. Ini karena, sebuah kelompok gaya hidup tidak hadir untuk dirinya sendiri, akan tetapi dalam relasi dengan kelompok-kelompok gaya hidup lainnya, dalam sebuah relasi pertarungan atau kompetisi. Kelompok-kelompok gaya hidup itu bersaing di dalam sebuah medan pertarungan, yang disebut medan sosial (social field), yang untuk memenangkan pertarungan setiap modal (ekonomi, kultural, simbolik, sosial) dikerahkan untuk memenangkan pertarungan posisi. Setiap kelompok gaya hidup ingin memenangkan pertarungan, dengan menawarkan perbedaan dan identitas.

Dalam bidang desain dan kriya, pertimbangan tentang gaya hidup menjadi sangat sentral, karena desain sebuah produk atau kriya sangat ditentukan oleh gaya hidup dari kelompok yang menjadi sasaran. Sebelum sebuah produk didesain, harus dipelajari habitus, kecenderungan, pola penggunaan barang, ruang dan waktu, dan selera dari kelompok gaya hidup yang menjadis sasaran. Studi gaya hidup merupakan bagian dalam proses desain, yang akan menentukan nanti jenis produk, gaya dan idiom estetik yang dikembangkan. Bagian integral dalam kajian gaya hidup adalah kajian tentang citra (image), yaitu karakter visual yang khas sebuah kelompok gaya hidup.

Sebagai elemen gaya hidup, seni memiliki kekuatan simbol (*symbolic power*) yang bersumber dari makna-makna simbolik tertentu (prestise, status, kelas), yang dapat diinvestasikan untuk memenangkan pertarungan posisi dalam relasi gaya hidup. Misalnya, sebuah lukisan Picasso, yang nilai simbolik yang dimilikinya dapat menjadi sebuah kekuatan simbolik bagi orang yang memilikinya. Begitu juga dengan karya desain atau kriya yang sudah memiliki nilai simbolik dalam masyarakat, akan menjadi sebuah kekuatan simbolik bagi kelompok gaya hidup tertentu. Misalnya, desain mobil atau jam tangan tertentu yang menjadi kekuatan simbolik kelas atas.

Dalam hal ini, obyek seni merupakan medium untuk menyatakan identitas diri, status, prestise dan nilai-nilai simbolik dari sebuah kelompok gaya hidup, melalui yang disebut sebagai 'logika tanda' *(logic of sign)*. Dalam hal ini, medan produksi, distribusi dan konsumsi objek atau komoditas dapat dilukiskan . . . sebagai sebuah panggung yang di atasnya komoditas dengan seketika diproduksi sebagai tanda, nilai tanda, dan yang di atasnya tanda-tanda (budaya) diproduksi sebagai komoditas".[32] Dalam ajang pertarungan posisi di antara kelompok-kelompok gaya hidup, 'nilai tanda' inilah yang dirayakan oleh para konsumer, ketimbang nilai guna sebuah objek.

Kelompok-kelompok gaya hidup memerlukan objek-objek seni untuk menyatakan identitas dan makna simbolik mereka. Makna simbolik itu dihasilkan dari tema, topik, gaya, idiom dan makna simbolik dari objek-objek seni. Tema-tema tersebut dikonstruksi secara sistemik melalui cara kerja dan logika pasar, sebagai sebuah tra-

jektori berkelanjutan. Di dalam lingkungan yang dibentuk menjadi tema-tema macam ini, "…realitas direduksi menjadi serangkaian tema-tema, yang di dalamnya setiap orang (diharapkan) memahami maknanya. . .di toko-toko, restoran, kafe, mall, tempat hiburan. Kita tamasya di dalam sebuah sirkuit dari satu lingkungan tema ke lingkungan tema lainnya. . .di dalam sebuah ekologi fantasi. . ."[33]

Membongkar Struktur Seni

Pada tingkat paradigma, perkembangan seni tidak dapat dipisahkan dari perkembangan pada tingkat pemikiran, teori atau cara berpikir. *Cultural studies* adalah sebuah kecenderungan pemikiran yang sangat kuat mempengaruhi perkembangan seni. Akan tetapi, *cultural studies* itu sendiri mengalami perkembangan dalam arah dan orientasinya. Ada dua periode dalam perkembangan *cultural studies*, yang mempengaruhi ekspresi seni. Pertama, "strukturalisme," yaitu model kajian yang menakankan pada pemahaman dan konstruksi struktur. Kedua, "pos-strukturalisme", yang lebih menekankan pada peran aktor dalam melakukan pembongkaran dan perubahan struktur.

Ketimbang mengkaji hakikat dari sebuah entitas, strukturalisme lebih menaruh perhatian pada pembentangan 'struktur', 'sistem' dan 'relasi' yang membangun sebuah entitas (sosial, tingkah laku, psikis, obyek, ideologi, bahasa). Dalam bidang seni rupa dan desain, pendekatan strukturalisme digunakan dalam menanamkan pada objek seni rupa atau desain secara terstruktur gagasan dan makna kultural, politik, gender, etnis atau keagamaan. Cara kerja strukturalisme adalah menempatkan sebuah gagasan seni rupa dan desain dalam sebuah posisi yang bersifat relatif dengan gagasan atau makna-makna lain di dalam sebuah medan pertarungan simbol atau tanda.[34]

Strukturalisme juga dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memahami karya seni. Strukturalisme digunakan sebagai pendekatan dan metoda dalam pembacaan *(reading)* berbagai ekspresi seni rupa dan desain. Strukturalisme, misalnya dapat digunakan dalam membaca fenomena sub-kultur (Hippies, Punk, Skinhead, Sex Pistol, Underground) untuk melihat signifikasinya secara sosial dan kultural.[35] Strukturalisme juga digunakan untuk memahami berbagai kecenderungan media kontemporer seperti televisi *(reading television)* dan filem *(reading film)*, serta budaya populer *(reading popular culture)*, sehingga dapat dipahami makan dan signifikasinya. [36]

Berbagai ekspresi seni dapat dibaca strukturnya, yaitu elemen-elemen yang membangunnya, posisi dan relasi di antara elemen-elemen, serta aturan main *(rules)* atau kode *(codes)* yang mengaturnya. Apa yang disebut sebagai "gramar seni" adalah aturan-aturan pengkombinasian tanda atau kata-kata (gramar, sintaks) yang disepakati, sehingga mampu memproduksi makna tertentu yang terkodekan (*coded meaning*). Ada perbendaharaan dan pilihan tanda-tanda *(paradigmatic)* dan ada aturan main

pengkombinasiannya *(syntagm),* yang harus dikombinasikan, sehingga dapat diproduksi makna berdasarkan konvensi sosial.

Salah satu prinsip sentral dalam strukturalisme adalah prinsip 'pembedaan' *(difference)*, yaitu perbedaan satu gagasan dengan gagasan lainnya di dalam sebuah rantai perbedaan. Prinsip perbedaan ini sangat sentral dalam seni. Misalnya, sebuah desain mendapatkan tempat di hati konsumer karena perbedaan bentuk, gaya atau tema yang ditawarkannya, yang membangun semacam "ruang perbedaan" dengan desain-desain lainnya. Sebuah karya seni berada di dalam sebuah 'skema perbedaan' *(scheme of difference)* di dalam totalitas karya-karya lain yang ada di dalam medan seni. Sebuah karya mempunyai makna disebabkan di antara karya itu dan karya-karya lain ada 'perbedaan' di dalam skema perbedaan.

Akan tetapi, seni yang dikendalikan oleh kekuatan struktur akan membatasi keluasan ekspresinya. Ini karena struktur itu mengatur, mengarahkan, menata dan sekaligus membatasi ekspresi seni, agar tidak keluar dari kode-kode yang mengatur struktur. Strukturalisme memang memberi ruang pada seni untuk mengekspresikan keyakinan dan ideologi, akan tetapi ia dianggap terlalu steril, statis dan dogmatik sebagai sebuah cara ekspresi. Seni seakan bersifat 'mekanistik', karena sangat bergantungnya ekspresi seni pada struktur budaya (keyakinan, ideologi, nilai) yang cenderung tidak berubah, sehingga tidak membuka peluang bagi kreativitas dan produktivitas bahasa, terutama menutup pintu bagi 'perubahan struktur' serta produksi makna-makna yang belum ada sebelumnya.[37]

Keterikatan pada stuktur dan sistem akan membatasi ruang gerak ekspresi seni, yang tidak menyediakan ruang bagi proses-proses resistensi, subversi, perlawanan atau perjuangan. Seni hanya bisa membuat terobosan bila ia dilepaskan dari keterikatannya pada aturan main atau kode-kode sosial yang telah mapan. Bahkan, seni hanya dapat menjadi senjata subversif bila ia pertama-tama dapat mensubversi strukturnya sendiri. Cara berpikir yang melihat perlunya 'kekuatan subversif' *(subversive power)* untuk mampu menghasilkan perubahan dan terobosan baru inilah yang merupakan kekuatan pos-strukturalisme.

Seni yang bekerja berdasarkan cara kerja strukturalisme sangat bergantung pada apa yang disebut Derrida sebagai kekuasaan 'pusat-pusat' *(centres*). Misalnya, kapitalisme global sebagai sebuah "pusat" membatasi ekspresi seni, sehingga seni yang l*egilimated* hanya yang sesuai dengan cara kerja pasar. Misalnya, seni yang ditujukan untuk pemberdayaan sosial, penguatan budaya, atau pencerahan spiritual, tetapi tidak memiliki, nilai pasar tidak akan mendapatkan tempat di dalam kapitalisme. 'Pusat' itu dianggap sebagai fondasi atau jaminan bagi keberadaan sebuah karya seni.[38]

Menjadikan seni sebagai sebuah kekuatan pengubah, adalah dengan 'kekuatan

revolusioner'. Untuk itu, seniman dan desainer harus menjadi 'subyek', yaitu sebagai agen perubahan dan transformasi.[39] Seniman dan desainer harus mentransformasikan cara kerjanya dari model penciptaan yang bertumpu pada struktur dan konvensi-konvensi sosial yang mengatur ekspresi seni ke arah model penciptaan yang membuka ruang bagi perlawanan dan pembongkaran struktur dan konvensi, [40] Ketimbang mengikatkan diri pada kode yang mapan, seniman atau desainer melakukan semacam proses penciptaan kode-kode baru (*overcoding*), yang disebut *ideolect*. [41] Proses seni yang bersifat 'disruptif', adalah menemukan kode-kode baru ini secara tanpa henti.

Seni dan Disensus

Kebudayaan—dan manifestasinya dalam ekspresi seni—dibangun oleh unsur yang bersifat 'abstrak-ideasional' (ideologi, keyakinan, personalitas, nilai-nilai dan makna); dan yang bersifat 'konkrit-material' (benda, karya, teknologi).[42] Pandangan 'idealisme' kebudayaan, melihat bahwa ekspresi material kebudayaan dilandasi oleh unsur transenden yang menentukan bentuk-bentuk kebudayaan: kesadaran, ideologi, hasrat, nilai, makna atau spirit. Sebaliknya, pandangan 'materialisme' meyakini bahwa kebudayaan adalah 'permainan murni material' yang tidak memerlukan landasan transenden. [43] 'Objektifikasi' adalah proses mengeksternalisasikan gagasan-gagasn abstrak melalui "tindakan kreatif diferensiasi" [44]

Menurut pandangan materialisme, seni adalah yang bersifat material dan 'yang mengindera' *(sensible)*, yaitu dapat ditangkap oleh kapasitas indera kita. Akan tetapi, setiap 'yang mengindera' ini—setiap yang tampak, yang dikatakan, yang ditampilkan dan yang dibuat—merupakan 'efek' dari sebuah sistem "partisi" atau "pembingkaian" (*framing*), yang diikat oleh 'konsensus' (*consensus*). Misalnya, dalam penilaian seni, ada konsensus tentang garis pemisah antara seni/kitsch, seni tinggi/seni rendah, atau budaya tinggi/budaya massa. Cara kerja pembingkaian membuat batas-batas tentang apa yang dapat dimasukkan ke dalam sebuah kategori dan apa yang tidak.

'Membingkai' berarti ". . .'memberi bentuk pada sesuatu, dan juga 'mengurungnya' di dalam batas-batas." [45] Pembingkaian seni dilandasi oleh 'konsensus' tentang batas-batas antara apa yang dapat dikatakan, digambarkan, dipertunjukkan atau ditampilkan.[46] Konsensus dihasilkan dari dan bersandar pada bekerjanya sistem pengaturan, yang ". . .membuat batas-batas dari yang dapat dipersepsi, dipikirkan dan dimungkinkan".[47] Konsensus adalah aturan implisit, yang mengatur tentang apa yang dianggap patut/tak-patut, boleh/tak-boleh atau sah/tak-sah, misalnya misalnya batas-batas antara: seni/non-seni, estetik/kitsch, selera tinggi/selera rendah.[48]

Seni adalah aktivitas 'disensus' *(dissensus)*, yaitu aktivitas menggerakkan potensi-potensi 'inovatif' untuk "mengganggu" bentuk-bentuk konsensus, relasi domina-

si, hirarki, ketidaksetaraan dan ketidakadilan di dalamnya. [49] Disensus adalah aktivitas perjuangan untuk menjadikan yang tak boleh berbicara boleh berbicara, menjadikan yang tak boleh diungkapkan menjadi boleh diungkapkan. Disensus adalah 'pembingkaian-ulang' *(reframing)* dunia sosial, untuk memperjuangkan ". . .bentuk-bentuk baru 'pernyataan kolektif' *(collective enunciation)*; ia membingkai ulang yang telah ditentukan dengan menemukan cara baru memaknai yang tercerap indera, konfigurasi baru antara yang tampak dan tak-tampak, dan antara yang terdengar dan tak-terdengar, distribusi baru ruang dan waktu—singkatnya, kapasitas baru tubuh".[50]

Seni kontemporer ditandai oleh berbagai kecenderungan disensus macam ini, yaitu kecenderungan meruntuhkan berbagai konsensus terkait berbagai batas: estetik/non-estetik, seni/kitsch, seni/kehidupan. Sehingga, segala sesuatu yang selama ini terpinggirkan, termarjinalisasi, direndahkan atau disubordinasi, kini dirayakan melalui permainan-permainan bahasa (*language game*) yang bersifat heterogen, plural, kontekstual, partikular dan lokal; yang dibangun oleh bentuk, ekspresi dan nilai-nilai yang unik; dan yang mengacu pada aturan-aturan main yang bersifat partikular dan *indigenous*. [51] Kini, segala yang sumbang, asing, janggal, aneh atau alien, dapat menjadi bagian dari ekpresi seni rupa dan desain.

Salah satu bingkai yang cenderung diruntuhkan dalam seni kontemporer adalah bingkai "oposisi biner" (*binary opposition*): seni/kitsch, seni tinggi/seni massa, atau selera tinggi/selera rendah. Dekonstruksi' adalah gerakan atau kecenderungan dalam pembongkaran struktur oposisi biner ini. Mendekonstruksi oposisi biner adalah dengan ". . .membalik hirarki pada masa yang ada. Memandang fase pembalikan ini adalah dengan melupakan struktur bermuatan konflik dan bersifat merendahkan dari oposisi (biner)".[52] Dalam bidang seni, dekonstruksi dapat diartikan sebagai pembongkaran atau pencairan batas pemisah antara 'selera tinggi' dan 'selera rendah', sehingga tidak ada lagi hirarki ukuran: tinggi/rendah, seni/kitsch, elit/massa.

Pembongkaran struktur oposisi biner membuka ruang bagi penghargaan akan keanekaragaman, pluralisme dan heterogenitas, baik pada tingkat sosial, politik, kebudayaan, dan seni. Dekonstruksi dalam bidang seni menghasilkan perubahan fundamental dalam cara penilaian seni ke arah pluralitas penilaian. Tak ada lagi penilaian tunggal, prinsip universal dan organisasi bersifat hirarkis dalam praktik dan wacana seni. Dalam keadaan demikian, ". . .tidak ada gaya atau bahkan cara kerja seni yang dominan dan tak ada kedudukan kritik seni yang ortodoks. . .sebagai kondisi umum, pluralisme cenderung menyerap argument—bukan untuk mengatakan bahwa ia tidak mendorong segala bentuk antagonisme." [53]

Seni kontemporer ditandai kecenderungan pembongkaran bingkai-bingkai, yaitu pencairan segala partisi-partisi yang memisahkan antara yang patut dan tak-pa-

tut, yang estetis dan *kitsch,* yang tinggi dan rendah. Pembongkaran bingkai atau partisi ini yang menjadi landasan dari semacam 'politik estetik', yang cara kerjanya adalah melalui mekanisme disensus, yaitu ". . .rekonfigurasi pengalaman bersama dunia inderawi bersifat disensual".[54] Rekonfigurasi estetis artinya membongkar bingkai atau partisi yang membatasi atau 'menutup' ruang-ruang estetis, sehingga memungkinkan segala yang tidak dapat diucapkan, dikatakan, dituliskan, ditampilkan atau dipertunjukkan di dalam konensus estetis, kini dapat dilakukan.

Disensus pada seni adalah pembongkaran bingkai atau partisi yang menutup dunia seni, terutama partisi antara 'seni tinggi' dan 'seni massa', sehingga seni massa juga kini dapat 'bersuara' sebagai sebuah bentuk ekspresi. Pada tingkat gaya seni (*style*), pembongkaran batas-batas antara 'seni tinggi' dan 'seni massa' ini telah digerakkan oleh para pendukung Postmodernisme, sehingga apa yang dianggap sebagai seni massa atau *kitsch* kini mendapatkan posisi yang setara dengan seni tinggi sebelumnya, di dalam sebuah 'demokratisasi estetis'. Oleh karena 'gaya seni' tidak dapat dipisahkan dari 'selera seni', maka demokratisasi pada tingkat gaya ini juga mendorong pada 'demokratisasi selera.'

Disensus meruntuhkan batas-batas kaku antara 'seni tinggi' dan 'seni massa', sehingga membuka ruang bagi kategori-kategori seni yang melampaui partisi tersebut. Dilihat dari prinsip dasar yang membangun praktik seni, Modernisme dibangun oleh prinsip dasar 'rigiditas' (*rigidity*), yaitu pemisahan dan partisi tegas antara 'selera tinggi' dan 'selera rendah'. Postmodernisme dibangun oleh prinsip dasar 'fluiditas' (*fluidity*), yaitu peng-(dis)organisasian elemen-elemen, yang menghasilkan dunia sensibilitas yang tanpa partisi sama sekali, karena 'apapun boleh' dan apapun 'seni'. Seni kontemporer dibangun oleh prinsip dasar 'plastisitas' (*plasticity*), yaitu pengorganisasian dalam kelenturan elemen-elemen seni, yang semuanya diuji dalam mekanisme sosial-ekonomi.

'Plastisitas' adalah sifat dari segala sesuatu yang di satu pihak, menjadi "subjek dari perubahan bentuk" atau "dapat dibentuk" (tanah liat adalah material 'plastis'); dan di pihak lain, "memiliki kekuatan memberi bentuk, kekuatan untuk mencetak", seperti dalam 'bedah plastik' atau 'seni plastik' (*plastic arts*). [55] Plastisitas adalah kualitas, keadaan atau kapastitas yang ada pada sebuah entitas yang menunjukkan sifat-sifat plastis, *mobile*, fleksibel, dapat dicetak, dapat dibentuk dan eksplosif. Semua kapasitas ini ditunjukkan melalui sifat *versalitas* (*versality*), yaitu segala sesuatu yang dapat atau dimaksudkan untuk digunakan dalam cara-cara berbeda, baik karena impuls internal (*passion*) maupun pengaruh eksternal.[56]

Runtuhnya berbagai bentuk konsensus yang mengatur, membingkai dan memberi partisi-partisi berbagai ekspresi seni, misalnya partisi antara seni tinggi/seni mas-

sa dan selera tinggi/selera rendah, telah membuka ruang hidup bagi berbagai manifestasi seni, yang selama ini tidak dapat 'bagian' atau 'termarginalkan'. Hadirnya yang 'buruk', 'janggal', 'hambar', 'sumbang' (*false*), 'kacau' (*chaos*) atau 'jelek' dalam berbagai ekspresi seni merupakan manifestasi dari kekuatan disensus pada tingkat ungkapan seni. Pada tingkat selera, kita dapat berbicara tentang 'disensus selera', yaitu rekonfigurasi dunia pengalaman bersama dalam sensibilitas estetis, yaitu 'ambil bagiannya' kategori selera yang selama ini di luar bingkai 'normalitas selera' sebagai bagian dari selera umum [ ]

Catatan Akhir

1 Clement Greenberg, 'Modernist Painting', dalam Richard Kostelanetz (ed) Esthetic Contemporary, Revised Edition, Prometheus Books, New York, 1989, hlm, 196)

2 John A. Walker, Design History and the History of Design, Pluto Press, 1989, hlm. 70

3 Mihaly Csikszentmihalyi, Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention, Harper Perennial, New York, 1996, hlm. 23

4 Janet Wolff, The Social Production of Art, The MacMillan Press Ltd., London, 1981, hlm. 9.

5 Michael Carter, Framing Art: Introducing Theory and the Visual Image, Hale and Iremonger, 1990, hlm.56

6 Jean F. Lyotard, The Postmodern Condition: A Report on Knowledge, Manchester University Press, 1989, hlm. 5.

7 Ibid., hlm. 5.

8 Michael Carter, Framing Art, hlm. 106

9 Jean Baudrillard, For a Critique of the Political Economy of the Sign, Telos Press, 1981, hlm.137

10 Ibid., hlm. 91

11 David Kaplan dan Robert A. Manners, Cultural Theory, Prentice Hall, 1972, hlm.112

12 Louis Althusser, Essays on Ideology, Verso, London, 1971, hlm. 36

13 Mihaly Csikszentmihalyi, Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention, Harper Perennial, New York, 1997, hlm. 26

14 Theodor Adorno, The Culture Industry, Routledge,1991, hlm. 85-92.

15 Daniel Bell, The End of Ideology, Harvard University Press, 1988, hlm. 22-25

16 Theodor Adorno, Dialectic of Enlightenment, Verso, London, 1989, hlm. 120-167

17 W.F. Haug, Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality and Advertising in Capitalist Society, Polity Press, Cambridge, 1986, hlm.54.

18 Umberto Eco, The Open Work, hlm. 185-186

19 W.F. Haug, Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality and Advertising in Capitalist Society, Polity Press, 1986, hlm. 52

20 Roland Barthes, Mythologies, Paladin, 1983, hlm. 109-159

21 Thomas Docherty, After Theory, Edinburg University Press, 1996, hlm. 27.

22 Jean Baudrillard, Seduction, St. Martins Press, 1990, hlm. 7.

23 Lihat Jean Baudrillard, The Illusion of the End, Polity Press, 1994

24 Theodor Adorno dan Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment, Verso, London, 1979, hlm. 3

25 Raymond Williams, Keywords: A Vocabulary of Culture and Society, Fontana Press, 1990, hlm. 192-197.

26 Daniel Bell, The End of Ideology, Harvard University Press, Cambridge, 1988, hlm. 22-25

27 David Chaney, Lifestyle, Routledge, 1996, hlm. 5.

28 John A. Walker, Design History and the History of Design, Pluto Press, 1989, hlm. 151-173.

29 Pierre Bourdieu, Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Harvard University Press, 1984, hlm.170-173.

30 Richard Harker, An Introduction to the Works of Pierre Bourdieu, MacMillan, 1990

31 Pierre Bourdieu, Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Harvard University Press, 1984, hlm.170-173.

32 Jean Baudrillard, For a Critique of the Political Economy of the Sign, Telos Press, 1981, hlm. 147.

33 Carl Gardner & Julie Sheppard, Consuming Passion: The Rise of Retail Culture, Unwin & Hyman,1989, hlm. 199.

34 Lihat T. Hawkes, Structuralism and Semiotics, Methuen, London, 1983.

35 Lihat Dick Hebdige, Subculture: The Meaning of Style, Rouledge, 1987.

36 Lihat John Fiske, Reading Television, Routledge, London, 1978. Lihat juga, Reading the Popular, Routledge, London, 1989.

37 Rosalind Coward & John Ellis, Language and Materialism: Development in Semiology and the Theory of Subjects, Routledge, London, 1977, hlm. 4.

38 Jacques Derrida, 'Structure, Sign, and Play', dalam Richard Macksey (ed), The

Structuralist Controversy: The Language of Criticism and the Sciences of Man, The John Hopkins Press, 1972, hlm. 249.

39 Julia Kristeva, Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art, Basil Blackwell, Cambridge, 1980, hlm. 127.

40 Julia Kristeva, Revolution in Poetic Language, Columbia University Press, 1974, hlm. 17.

41 Umberto Eco, A Theory of Semiotics, Indiana University Press, Bloomington, 1979, hlm. 270

42 David Kaplan dan Robert A. Manners, Cultural Theory, Prentice Hall, Inc. 1972, hlm. 89

43 Rosalind Coward dan John Ellis, Language and Materialism: Development in Semiology and the Theory of the Subject, Routledge & Kegan Paul, 1977, hlm. 2

44 Daniel Miller, Material Culture and Mass Consumption, Basil Blackwell, Oxford, 1987, hlm. 28

45 Kim Dovey, Framing Places: Mediating Power in Built Form, Routledge, London, 1999, hlm. 1

46 Steve Corcoran, Pengantar buku Jacques Rancière, Dissensus: On Politics and Aesthetics, Continuum, London, 2010, hlm. 3

47 Joseph J. Tanke, Jacques Ranciere: An Introduction, Continuum, London, 2011, hlm. 45

48 Jacques Rancière, Dissensus: On Politics and Aesthetics, hlm. 152

49 Jacques Rancière, Dissensus: On Politics and Aesthetics, hlm. 38

50 Ibid., hlm. 139

51 J.F. Lyotard, The Postmodern Condition, hlm. 10

52 Jacques Derrida, Positions, The Athlone Press, London, 1981, hlm. 41

53 Hal Foster, Recoding: Art, Spectacle, Cultural Politics, Bay Press, Seattle, 1985, hlm. 13

54 Ibid., hlm. 140

55 Catherine Malabou, The Future of Hegel: Plasticity, Temporality and Dialectic, Routledge, London, 2005, hlm. 8

56 Jean Paul Martinon, On Futurity: Malabou, Nancy and Derrida, Palgrave, 2007, hlm. 37

IDEALITAS DAN REALITAS DESAIN DALAM KONTEKS ARTEFAK BUDAYA TRASIONAL

I Made Gede Arimbawa

1. Pendahuluan

Desain secara kontinyu mengalami perkembangan seiring dengan laju perkembangan industri. Kini masyarakat telah memasuki suatu generasi baru yang dikenal dengan revolusi industri 4.0 yang muncul sekitar tahun 90-an. Merupakan perjalanan sejarah revolusi industri yang menekankan pada pola *digital economic, robotic, big data, artificial intelligence* dan sebagainya serta terjadi fenomena *disruptive innovation*. Dalam lintas peristiwa tersebut tampak peran desain semakin intensif turut membangun peradaban. Produk-produk yang dipasarkan didesain dengan sebaik mungkin agar menghasilkan produk inovatif dan tidak terduga pasar, sebagai realisasi kreasi gagasan atau perwujudan dari sebuah rencana yang memiliki nilai fungsi atau kemanfaatan (*benefit value*) dan nilai estetika (*Aesthetics value*). Kondisi tersebut juga berdampak bagi para desainer, yakni tidak terelakkannya terjadi pergulatan kompetisi semakin ketat, sehingga menuntut kreativitas dan produktivitas tinggi dan cepat untuk menghadapi tantangan tersebut. Berbagai upaya dilakukan, diawali dengan mencari sumber inspirasi, baik merambah produk-produk masa lalu sebagai ekspresi budaya tradisional maupun bersumber pada produk-produk masa kini, mencari alternatif bahan, melakukan inovasi bentuk atau gaya dan sebagainya. Tujuannya agar produk yang dihasilkan dapat dipasarkan (*marketable*), memiliki keunggulan tinggi dalam bersaing (*competitive advantage*), sehingga mendapat apresiasi atau mampu menarik minat masyarakat untuk membeli dan memakainya. Kendatipun demikian, namun kenyataannya, desain yang dibuat di atas kertas kadang tidak sesuai dengan eksekusi di lapangan. Produk yang diwujudkan mengalami masalah dan kegagalan yang disebabkan oleh berbagai faktor.

Desain merupakan suatu kegiatan yang sangat kompleks dan semestinya dalam proses melibatkan berbagai pertimbangan, sehingga dapat mengantisipasi risiko yang akan terjadi. Namun kenyataannya kadang kala ditemukan kasus dalam memecahkan masalah desain karena hanya dilandasi dengan suatu pendekatan, seperti terfokus pada pendekatan prilaku (*behavioris approach*) yang bersandar pada perilaku atau keinginan konsumen (*customers wants*) dan tidak pada kebutuhan konsumen (*costumer needs*) yang lebih luas. Analisis terhadap kebutuhan - kebutuhan manusia dan pencarian solusi desain dengan menggunakan standar baku dan memanfaatkan teknologi

canggih dengan aplikasi komputer, sehingga dapat menghasilkan produk-produk fungsional yang presisi, lebih cepat dan ekonomis. Namun solusi tersebut sebenarnya ada kelemahannya, yakni tidak mempertimbangkan emosi, perasaan, dan aspek irasional manusia.

Pemecahan masalah desain sebenarnya dibutuhkan suatu solusi yang holistik, sehingga dapat meminimalkan risiko dan menjadi desain berkesinambungan. Dalam konteks tersebut, maka diperlukan juga pendekatan fenomenologis yang menekankan pentingnya faktor manusia menjadi acuan utama dalam pengembangan desain produk (*human centered approach to design development*) (Andar, 2009). Pendekatan behavior dianggap terlalu mekanistik, rutin, dan tidak memberi ruang tentang hal irasional yang sesungguhnya juga merupakan bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Menurut pendekatan fenomenologis, bahwa agar dapat menghasilkan sebuah produk yang baik, maka setiap proses desain harus merupakan pemecahan yang melibatkan berbagai pertimbangan dan menyinergikan antara rasionalitas dan irrasionalitas atau intuisi. Dialektika antara rasio dan rasa ini akan menghasilkan logika kehidupan dan logika ketahanan hidup (*survival*) serta karya desain yang diciptakan diharapkan memiliki nilai abadi, tidak mudah dilupakan (Broadbent dalam Sumartono, 2002)

Mendesain suatu produk fungsional, semestinya tidak hanya berorientasi pada salah satu aspek. Tindakan ini sebenarnya malah dapat menimbulkan permasalahan terhadap penggunanya (*user*). Prinsip mendesain semestinya mampu memecahkan realitas masalah-masalah yang muncul dalam interaksi manusia dengan produk. Desain diciptakan semestinya untuk memberi solusi terhadap suatu masalah (*problem solving*), namun tak jarang desain yang terlanjur dipasarkan menimbulkan masalah baru, seperti kurang efisien, tidak nyaman digunakan bahkan dapat mengancam keselamatan penggunanya, berbenturan dengan norma-norma agama atau sosial budaya yang masih eksis diusung oleh suatu komunitas tertentu. Hal tersebut dapat terjadi kemungkinan disebabkan oleh riset yang dilakukan kurang mendalam, tidak fokus atau tidak mempertimbangkan aspek-aspek yang terkait, seperti aspek: agama/kepercayaan, sosial budaya, lingkungan, ekonomi, ergonomi, teknologi, regulasi, estetika, dan lain-lain. Aspek-aspek tersebut tidak disinergikan dan cenderung beorientasi pada salah satu aspek dengan mengabaikan yang lainya. Hal tersebut dilakukan, karena diperkirakan lebih memberi keuntungan. Padahal tindakan yang dilakukan sangat riskan.

Konteks desain dengan budaya, khususnya dalam mengeksplorasi artefak budaya tradisional untuk diangkat sebagai ekspresi budaya pada produk desain kekinian. Dengan berbagai argumen, untuk kesinambungan tradisi, pencitraan dan sebainya, sebenarnya tindakan tersebut membutuhkan pertanggungjawaban moral dan sikap idealis, sehingga realitas desain yang diciptakan tidak berdampak buruk terhadap nilai-nilai

konvensional yang berlaku. Para desainer semestinya tidak "arogan" dengan otoritas yang dimiliki dalam melakukan inovasi untuk menghadapi konsumen cerdas dewasa ini. Dibutuhkan suatu strategi dalam upaya menjadikannya sebagai ekspresi budaya tradisional pada produk desain kekinian. Hendaknya memahami *local genius* dan *local wisdom* sebagai pedoman dalam eksplorasi artefak budaya tradisional.

2. Pembahasan

2.1 Desain dan Budaya Tradisional

Desain pada dasarnya lebih menekankan pada pencarian atau eksplorasi komponen yang tepat, sehingga desain adalah sebagai suatu proses dan bukan semata-mata keterampilan tangan atau skil (*virtousity*) atau bakat seni, melainkan lebih berorientasi pada suatu proses berfikir yang sistematik, metodik dan inovatif untuk mencapai hasil yang optimal (Evans,1982). Menurut Jones (1970) bahwa desain merupakan suatu tindakan yang kompleks dari kepercayaan atau keyakinan terhadap adanya fungsi, mekanisme, tampak visual dari benda imajiner tersebut. Desainer memiliki suatu keyakinan akan hal tertentu yang berkaitan dengan benda dalam imajinasinya yang kemudian direalisasikan dalam bentuk desain. Selain itu, menurut Farr menyatakan bahwa desain merupakan faktor yang memberi kondisi pada bagian-bagian dari suatu produk yang akan berhubungan dengan manusia. Oleh sebab itu, bagian-bagian tersebut hendaknya memenuhi kreteria atau persyaratan yang terkait dengan manusia (Farr dalam Jones, 1970).

Desain secara kontinyu mengadakan perubahan atau inovasi disebabkan oleh semakin meningkatnya kebutuhan manusia dan didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka menimbulkan kesadaran tentang pentingnya desain yang eksklusif dan representatif. Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan tanpa disadari telah memposisikan desain menjadi penentu dalam seluruh sektor kehidupan. Sebuah teknologi termutakhir tidak akan dilirik oleh masyarakat jika tidak didukung oleh desain yang menarik. Desain tidak lagi merupakan sebuah cassing yang kemudian menjadi sesuatu yang tidak penting.

Seiring dengan hal tersebut, maka makin bertambahnya usaha-usaha di bidang desain dan berdampak juga pada persaingan mutu desain, peningkatan faktor pemasaran −daya tarik dan daya jual di pasaran−, serta tuntutan kapasitas produksi yang semakin meningkat. Selain itu, pemikiran desain untuk menghasilkan gagasan kreatif, perlu didukung dengan berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi. Demikian juga untuk menstimulasi ide dilakukan dengan mengeksplorasi atau mengamati desain terdahulu termasuk artefak budaya tradisional.

Dari paparan tersebut dapat diketahui bahwa mendesain suatu produk mer-

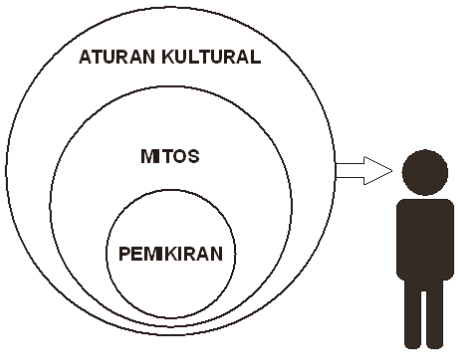
upakan kegiatan yang tidak mudah, karena banyak persoalan yang menyelimuti. Dalam proses desain perlu kriteria pemilihannya yang terkait fungsional, estetika, dan ekonomi, yakni *function and purpose, form and style, image and meaning, utility and economic*. Unsur fungsi dan bentuk dalam desain sering diupayakan berdasarkan asas "*form function*" (Sullivan dalam Papanek, 1985), Unsur fungsi dan estetika sering disebut "*fit-form-function*", Unsur makna mengikuti prinsip *form follow meaning*. Sedangkan unsur ekonomi lebih dipengaruhi oleh pertimbangan harga dan kemampuan daya beli masyarakat (Bagas, 2000).

Desain merupakan sebuah proses penyempurnaan dari bentuk yang telah ada sebelumnya. Pengembangan bentuk menjadi suatu yang biasa dalam desain modern. Seperti di Bali, arsitektur modern memanfaatkan atau mengkolaborasikan dengan bentuk-bentuk arsitektur tradisional, barong dipakai sebagai elemen estetis pada ruangan bangunan modern dan sebagainya. Upaya tersebut dilakukan dengan tujuan menghadirkan ekspresi budaya tradisional. Namun kadang kala upaya tersebut dapat menimbulkan masalah. Tampak janggal karena tidak ada konteks dengan bentuk atau elemen yang lainnya. Bertentangan dengan norma-norma yang terkandung dalam artefak budaya tradisional. Pada hal desain semestinya dapat memberi nilai tambah dan nilai dimaksud adalah bukan hanya nilai materi dari sebuah produk desain, namun lebih kepada kebudayaan, tradisi, cita rasa dan kebutuhan batiniah (Pasaribu 2012).

Ekspresi Budaya Tradisional berakar dari tiga kata, tradisi, budaya dan ekspresi. Ekspresi, berarti untuk mengungkapkan, ide atau perasaan. (Koentjoroningrat, 2009) Budaya berakar pada bahasa Sansekerta *budhayah* yang berarti pikiran atau intelektual (Mulyana, 2006). Secara umum, budaya dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dihasilkan oleh pikiran manusia dan intelek untuk mengembangkan dan mempertahankan hidup mereka di lingkungannya. Ekspresi budaya tradisional adalah bagian dari kehidupan budaya masyarakat sebagai pemilik. Semua nilai-nilai ini dihormati oleh masyarakat tradisional pengusungnya. Oleh karena itu, ekspresi budaya tradisional dapat mewakili identitas masyarakat adat di daerah tertentu (Hadikusuma, 2010)

Menurut Holt dan Cameron (2010) bahwa untuk menghadirkan ekspresi budaya sebagai strategi desain, maka ada tiga hal yang harus diketahui dan diimplementasikan secara cerdas, yakni: (1) Pemikiran adalah suatu sudut pandang mengenai salah satu struktur penting tentang budaya yang dianggap oleh orang atau kelompok masyarakat sebagai 'kebenaran"; (2) Mitos adalah pesan instruktif yang ditanamkan pada produk dan dapat memengaruhi pemikiran pembeli. Revitalisasi potenasi budaya yang diolah untuk inovasi dan sebagai kekuatan yang signifikan dapat mempengaruhi pembeli. Agar dapat mempengaruhi konsumen secara efektif, mitos yang dibangun

pada produk tersebut harus tersusun menggunakan konten budaya yang menarik dan relevan; (3) Aturan adalah pemahaman tentang segala sesuatu berkaitan dengan budaya yang dijadikan acuan. Ekspresi budaya tersebut dapat digambarkan seperti Gambar bagan 1 berikut



Gambar 1 Unsur Ekspresi Budaya

Berdasarkan paparan tersebut, maka dalam mengeksplorasi artefak budaya tradisional untuk dipakai sebagai ekspresi budaya pada desain, para desainer sebaiknya memahami terlebih dahulu mengenai aturannya. Sehingga tidak menimbulkan masalah baik pada desain yang dihasilkan maupun terhadap nilai yang dikandung pada artefak budaya tradisional.

2.2 *Local Wisdom* dan *Local Genius*

Istilah lokal jenius atau *local genius* merupakan identitas atau kepribadian budaya atau *cultural identity* dari suatu bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri. Lokal jenius jika lebih didekatkan kepada pelaku kebudayaan, maka dapat diartikan kecerdasan orang-orang setempat untuk mengadaptasi dan mengalkulturasi pengaruh budaya luar, sehingga budaya yang telah ada menjadi wujud baru yang lebih indah dan sekaligus merupakan karateristik yang khas atau spesifik dan merupakan jati diri atau identitas daerah tersebut. Identitas adalah ciri-ciri yang dimiliki oleh: seseorang, kelompok, lembaga, etnis atau bangsa. Adanya ciri-ciri berbeda dengan yang lain, maka akan muncul kekhasan dan keunikan tersendiri serta merupakan kebanggaan bagi pemiliknya. Sedangkan pengertian kearifan lokal, terdiri dari 2 kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*). Local berarti setempat dan wisdom sama dengan kebijaksanaan dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan, kesepakatan, nilai-nilai, atau pandangan masyarakat setempat yang bersifat bijak, penuh kearifan, dan bernilai baik serta diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Unsur budaya daerah dengan kearifan lokal berpotensi sebagai lokal jenius karena telah teruji kemampuannya untuk bertahan sampai sekarang. Hal tersebut mengingat ciri-ciri lokal jenius adalah: (1) mampu bertahan terhadap pengaruh budaya luar; (2) memiliki kemampuan mengakomodasi unsur-unsur budaya luar; (3) mempunyai kemampuan mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli; (4) mempunyai kemampuan mengendalikan; dan (5) mampu memberi arah pada perkembangan budaya (Ayatrohaedi, 1986)

Berdasarkan pada pengertian tersebut dan sesuai dengan pandangan Bastomi (2003) bahwa identitas seni atau kerajinan adalah;

a) gaya atau corak suatu kesenian atau kerajinan dan memiliki ciri-ciri khusus yang timbul dari penciptanya. Jika suatu kesenian atau kerajinan mempunyai ciri-ciri yang menunjuk suatu daerah tertentu, maka gaya atau coraknya bersifat kolektif, seperti: kerajinan anyaman bambu dari Kabupaten Bangli, kerajinan tenun songket Klungkung, kerajinan ukir kayu Jepara, dan sebagainya
b) sesuatu yang tetap berada di daerah asalnya dan merupakan seni atau kerajinan tradisional, seperti: ukiran tradisional Bali, wayang kulit tradisional Buleleng, keramik pejaten dan sebagainya.
c) dapat memberi petunjuk tentang sifat asli atau originalitas suatu seni atau kerajinan yang tetap eksis walaupun mendapat tantangan atau intervensi dari kesenian atau kerajinan luar.

Lokal jenius bersifat adhiluhung, sehingga dalam upaya pengembangan seni dan desain, hal tersebut dapat dijadikan sumber inspirasi yang sangat kaya dan sebagai pengendali, karena memiliki nilai atau norma-norma yang terkait dengan kepercayaan masyarakat setempat. Pengembangan seni dan desain berlandaskan lokal jenius meliputi tiga dimensi pokok:

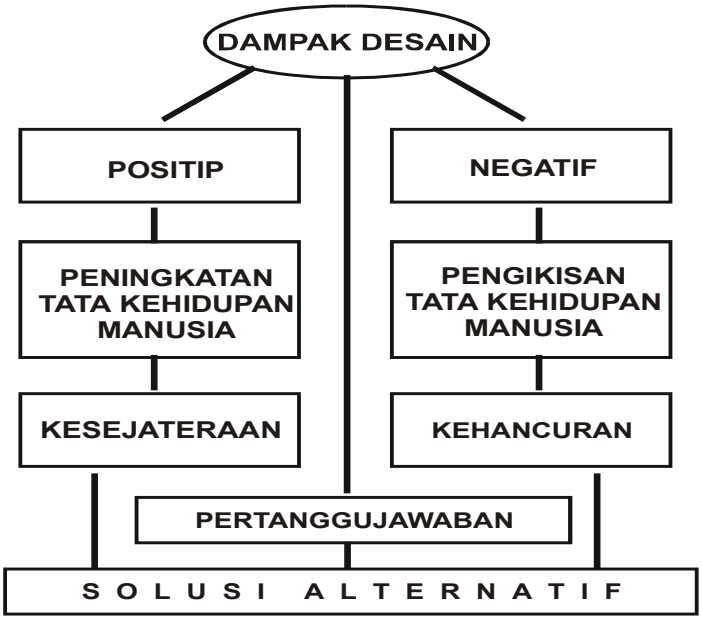
a) Penguatan gaya dan kekhasan berbasis budaya setempat agar punya identitas;
b) Perluasan diversifikasi dan variasi produk, agar tidak monoton, sehingga perlu pengenalan dan penggalian artefak budaya yang terpendam.
c) Peningkatan mutu, agar memiliki nilai jual yang tinggi dan memberi keunggulan tinggi dalam bersaing.

2.3 Idealitas dan Realitas Desain dalam Ekplorasi Artefak Budaya Tradisional

Idealitas adalah gambar ideal tentang sesuatu yang berada di dalam pikiran, dalam bayang-bayang. Idealisme berarti paham tentang hidup atau berusaha hidup menurut cita-cita, menurut patokan yang dianggap sempurna (KBBI, 1994). Idealitas akan membentuk sikap optimisme dalam menghadapi masalah. Semakin idealis atau

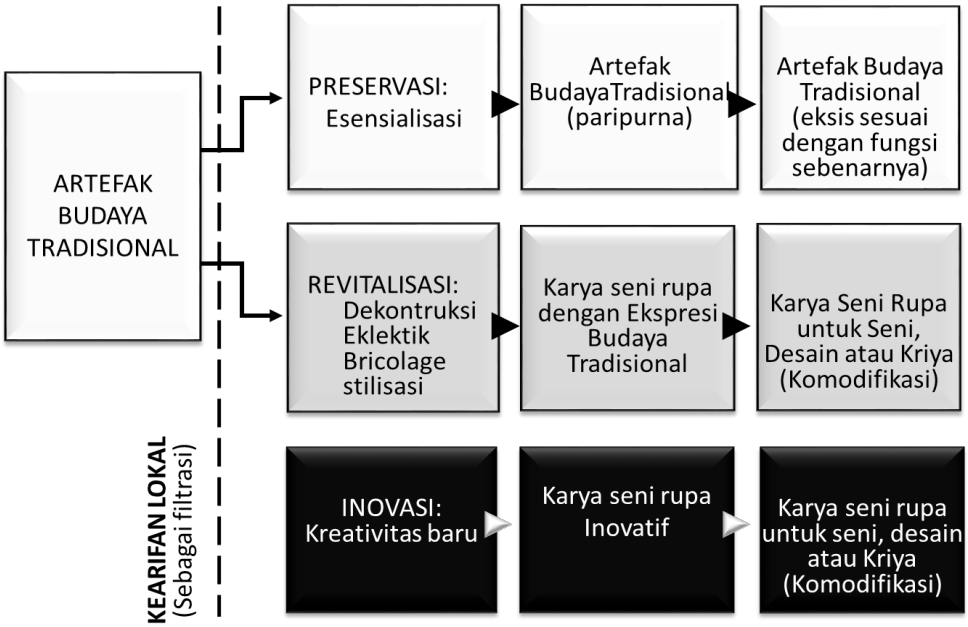
semakin menginginkan idealitas dalam karya serta melakukan hal yang ideal, maka akan semakin baik sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan realitas akan membentuk persepsi tentang sesuatu yang seharusnya terjadi. Realisme adalah suatu paham yang selalu bertolak dari kenyataan (KBBI, 1994).

Dalam mendesain suatu produk akan menimbulkan dampak, baik positif atau nengatif. Dampak positif dari desain akan menyebabkan peningkatan tata kehidupan manusia dan mensejahterakan. Sebaliknya dampak negatif akan mengikis tata kehidupan manusia serta membawa kepada kehancuran. Disinilah desainer dituntut pertanggungjawaban terhadap desain yang diwujudkan.



Gambar 2 Dampak Desain

Menyadari hal tersebut maka dalam memecahkan suatu masalah, desainer tidak terlalu berpegang pada suatu paham. Sebaiknya mampu mengambil jalan tengah, yakni dengan sikap fleksibelitas atau lentur. Idealitas dijadikan sebagai kendali sedangkan realitas dipakai untuk progresif. Demikian juga halnya dalam eksplorasi artefak budaya tradisional yang akan dipakai sebagai ekspresi budaya pada produk masa kini, semestinya menghindari terjadinya benturan dengan norma-norma yang masih eksis diusung oleh komunitasnya. Strategi pengembangan sebaiknya berpenggang pada *local genius* dan difiltrasi dengan *local wisdom*. Terkait dengan upaya tersebut, maka diperlukan usaha dalam bentuk transformasi nilai-nilai budaya kepada masyarakat agar masyarakat dapat mempertahankan dan melaksanakan nilai-nilai budaya tersebut (Hakam 2007)



Gambar 3 Bagan Strategi Dalam Kreativitas Seni Rupa dan Desain

DAFTAR PUSTAKA

Andar. 2009. Ergonomi dan Desain. Humanomika Desain [cited 2018 Agustus 14]. Available from: URL: http://andarbugs.multiply.com/journal/item/1

Ayatrohaedi. 1985. Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius). Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya.

Bagas, 2000. Evaluasi Ergonomi dalam Desain . Surabaya: Proceeding Seminar Nasional Ergonomi, Jurusan TI – ITS.

Bastomi, S. 2003, Seni Kriya Seni, UPT Unnes Press, Semarang

Evans, B.1982. Changing Design. New York: John Wiley and Sons.

Hakam, A.K. (2007). Bunga Rampai Pendidikan Nilai. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

Hadikusuma, Hilman 2010 Pengantar Hukum Adat, Mandar Maju: Jakarta,

Holt, Douglas dan Cameron Douglas 2010 *Cultural Strategy* (Alih Bahasa Soryo Waskito) Oxford Univerty Press Dicetak Percetakan Gramedia Jakarta.

Jones, C. 1970. *Design Methods Seeds of Human Futures*. Macclesfield: John Willey & Sons.

Koentjoroningrat, 2009.Pengantar Ilmu Antropologi, Rineka Cipta: Jakarta,

Mulyana. Deddy, 2006 Komunikasi Antar Budaya : Paduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya¸ Remaja Rosdakarya: Bandung,

Papanek, V 1985. *Design for The Real World* (Human Ecology and Social Change) Second edition, London: Thames and Hudson Ltd.

Sumartono, 2002. Sikap Moral dalam Pemilihan Metode Desain, Pidato Ilmiah pada Dies Natalis XVIII Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta

"GLOKALISASI" DAN POSISI TAWAR SENI RUPA INDONESIA

Djuli Djatiprambudi
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Unesa
E-mail: djulip@yahoo.com

ABSTRAK

Seni rupa kontemporer telah memasuki tahapan yang sangat menarik dalam dekade terakhir ini dalam *platform*seni rupa global *(global art)*. Tahapan ini secara revolutif mendorong makin masif beroperasinya pasar seni rupa global *(global art market)*. Pengaruh *global art* pada satu sisi melahirkan gejala homogenitas dalam berbagai bentuk ungkapan hibriditas-estetik, tanpa mengenal batas-batas primordial. Di sisi lain mendorong menguatnya infrastruktur *art market*dengan jejaring global dan kekuatan kapital besar. Dalam konteks lebih luas dan mendasar, globalisasi sebagai keniscayaan abad ke-21, secara linier telah melahirkan seni rupa global dan mendorong pergeseran bahkan perubahan paradigma seni dan kebudayaan secara luas. Akibatnya, segala kategori dasar, otoritas, mitos, dominasi, dan spesialisasi dalam perspektif seni rupa modern yangtelah digunakan secara hegemonik untuk memahami seni, kini mulai diragukan relevansi dan kebermanfaatannya. Gejala ini secara diametral berhadapan dengan posisi tawar dalam konteks daya cipta dan daya jual seni rupa kontemporer Indonesia dalam *global art market*: Bagaimana posisi tawarseni rupa kontemporer Indonesia?

Kata-kata Kunci: Globalisasi,*Global Art, Global Art Market,* Glokalisasi, Seni Rupa Kontemporer.

A. Pendahuluan: Provokasi Globalisasi

Dunia memasuki abad ke-21 diwarnai banyak kejutan. Hal ini didorong oleh makin masifnya pengaruh inovasi teknologi komunikasi dan informasi, yang kian hari kian menawarkan berbagai provokasi daya tarik. Hal ini seperti diungkapkan Naisbitt (2001: 21), "Teknologi berikrar akan membuat kehidupan kita menjadi lebih baik, membuat kita lebih pintar, meningkatkan kinerja kita, dan membuat kita bahagia. Teknologi berjanji akan lebih cepat, lebih murah, dan lebih mudah dari pada segala sesuatu yang sudah pernah ada sebelumnya. Teknologi bersumpah akan menyediakan keamanan, stabilitas, privasi, serta kontrol bagi kita dan sekaligus melimpahkan kedamaian pikiran serta menjaga kita agar terbebas dari rasa cemas. Teknologi berjanji akan menghubungkan kita dengan dunia luar, namun tetap menjaga kita agar tetap dekat dengan para sahabat dan keluarga yang kita cintai. Teknologi merekam dan mengingatkan kita tentang saat-saat kehidupan kita yang berharga. Teknologi berjanji menjadi landasan ekonomi dunia yang baru dan penyeimbang yang kuat. Teknologi berjanji menjadikan kita kaya".

Namun, segala "bujuk-rayu" teknologi itu, ternyata tidak semuanya seperti yang dijanjikan tersebut. Teknologi yang semula dipercaya sebagai "jalan keluar" untuk berlangsungnya kehidupan kontemporer yang lebih variatif dan atraktif. Ternya-

ta, teknologi pada sisi lain, mengubah habitus dan cara pandang manusia terhadap realitas, termasuk cara pandang terhadap segala konsep dan kategori dalam seni dan kebudayaan.

Teknologi yang berkembang secara eksponensial itu, secara diametral ditopang oleh progresivitas sains modern, yang berkembang di Barat sejak pra revolusi industri, pada sisi lain mendorong manusia modern terjebak kepada perilaku nekrofili (individualitas minus personalitas yang *meaningful*). Dengan teknologi yang digunakan secara "membabi-buta", yaitu semata-mata hanya untuk memenuhi hasrat gaya hidup yang hiperkonsumsi, pada sisi tertentu membentuk manusia dan kebudayaan modern makin tidak memiliki kesadaran sebagai manusia biofili (yang memaknai ulang realitas secara reflektif-filosofis), yang akhirnya mampu menghidupkan rasa kemanusiaan, kebersamaan, dan bersikap terbuka terhadap perubahan.

Manusia modern yang hanya percaya pada sains dan teknologi sebagai satu-satunya *platform* untuk memahami realitas, akhirnya, kata Herbert Marcuse, manusia modern telah tercabut dari akar sosio-kulturalnya menjadi manusia satu dimensi. Yaitu, manusia yang semata-mata berlaku sebagai kepanjangan dari budaya mesin, yang mekanis, otomatis, presisi, rasional, dan universal. Pada kondisi inilah kebudayaan yang diusungnya menjadi serba terstandarisasi secara universal, karena itu segala keunikan dan kesubyektifan kultural lenyap karenanya.

Kini orang memandang segala hal sebagai sementara, fana, tak memadai dan tanpa dimensi transendental. Identitas dan subyektivitas manusia pun tak lagi dilihat sebagai suatu keseluruhan yang utuh, melainkan polimorf, terfragmentasi, dan tanpa pusat. Dunia simbol-simbol kini maknanya plural, dasarnya digugat, vokabulari dan ikonografinya bercampur, bergeseran. Kebudayaan dan pengetahuan dilihat sebagai konstruksi-konstruksi produk permainan kekuasaan (Sugiharto, 2008).

Sejalan dengan gejala tersebut, dalam konteks seni rupa, globalisasi, sekali lagi, secara nyata tidak hanya mendorong terjadinya pergeseran paradigma, tetapi dalam banyak hal justru mengubahnya. Segala kategori dasar yang selama ini digunakan untuk memahi diri, seni, kebudayaan, agama, ilmu, dan kemanusiaan, di era ini diragukan relevansi dan kegunaannya. Berbagai otoritas, mitos, dominasi, dan hegemoni dalam berbagai dimensi kehidupan, termasuk seni, kini semua itu dipertanyakan ulang. Segala ketegori estetis, aliran, gaya, bahasa ungkapan (tanda), wacana, hingga nilai-nilai di balik karya seni rupa, yang dulu menjadi konsep pokok modernisme juga diragukan relevansinya. Dikotomi seni rupa Barat dan seni rupa Timur, seni rupa murni (*fine art*) dan seni rupa terapan (*applied art*), seni rupa tinggi (*high art*) dan seni rupa rendah (*low art*), dalam konteks hari ini dianggap tidak memiliki dominasi atas segala tafsir dalam berbagai entitas seni (Djatiprambudi, 2014).

B. Terperdaya dalam *Globar Art*

Seni rupa kontemporer pada konteks globalisasi tidak bisa dilepaskan dari jejaring komodifikasi seni, baik dalam konteks *local art market* maupun *global art market* (Stallabrass, 2004). Pertumbuhan seni rupa kontemporer di berbagai belahan dunia, termasuk di Asia juga mengalami interaksi dengan pasar seni rupa global. Bahkan, interaksi di pasar seni rupa global, para seniman di Asia semakin mendapatkan pengakuan yang signifikan di Eropa dan Amerika. Seni rupa kontemporer Asia dengan tegas dinyatakan telah tumbuh bersama dan menjadi bagian penting dari infrastruktur seni rupa global. Gejala ini seperti diungkapkan Chiu (2011: 2) sebagai berikut, *"Globalization – cultural as well as economic – may have extended the international art world's reach in emerging markets in Asia, Africa, and Latin America, but it is not the only factor at work here. The fact that contemporary Asian artists are now accorded art world recognition on a par with their contemporaries in Europe and the United States should seem natural to anyone with a deeper sense of history: Asia is home to some of the world's longest, richest cultural traditions, not to mention more than half the world's population. The remarkable spread of prosperity across Asia in the past few decades has also created a regional market and audience for art, coupled with investment in art infrastructure – most countries in the region, in particular in East and South Asia, have gallary systems, auction houses, art biennials and triennials, even an abundance of alternative spaces and private and public museums. Infrastructure purity provided opportunities for local artistic advancement, promotion, and exchange, and, over time, integration of the Asian art scene into the international art world".*

Berkaitan dengan apa yang diungkapkan Chiu tersebut, gejala merebaknya pasar seni rupa di Indonesia, yang tumbuh fenomenal sejak dekade 1990-an, sesungguhnya akibat efek domino yang terjadi di pasar seni rupa global, baik di Eropa, Amerika, dan Asia. Efek domino itu memicu munculnya persepsi tentang seni lukis dalam konteks komoditas dan investasi. Gejala ini secara sosial historis dapat ditelusuri pada gejala global yang terjadi pada pertengahan dekade 1980-an, yang memperlihatkan sejumlah konglomerat Jepang memborong karya-karya *masterpiece* seni lukis dunia, seperti karya Monet, van Gogh, Cezanne, Degas dari rumah lelang Christie's dan Sotheby's. Gejala ini tidak lain akibat *booming* ekonomi Jepang dan juga ada semacam desain besar agar terjadi pergeseran pusat seni rupa kontemporer dunia berada di Jepang.

Tindakan sejumlah konglomerat Jepang memborong sejumlah karya *masterpiece* seni lukis Eropa secara cepat berdampak pada dinamika seni rupa di kawasan Asia Pasifik. Hal ini terjadi begitu masif, karena secara diametral ditopang boom ekonomi di kawasan Asia Pasifik. Sejumlah negera di lingkar Asia Pasifik; Jepang,

Korea Selatan, China, dan Taiwan, secara meyakinkan melesat menjadi negara industri manufaktur*(high tech*). Juga negara super kecil, seperti Singapura memposisikan sebagai negara industri jasa; pendidikan, kesehatan, wisata, perdagangan, pusat gaya hidup, pusat selera masyarakat urban kontemporer, dan pusat perdagangan seni rupa modern/kontemporer di kawasan Asia Pasifik yang paling intensif dan provokatif .

Gejala ini, akhirnya merembet sampai ke Indonesia bertepatan dengan sejumlah elite ekonomi yang kebingungan menginvestasikan uangnya ketika terjadi puncak pertumbuhan ekonomi Indonesia, pertengahan 1980an, hingga munculnya krisis ekonomi akhir 1990an. Mereka tiba-tiba beralih sebagai pemburu lukisan yang dianggap kelas *master*, dan menjualnya kembali di arena pasar yang saat itu tumbuh luar biasa. Pertumbuhan ini juga dipicu dibukanya dua rumah lelang di Singapura dan Hongkong. Gejala ini memperlihatkan bahwa kawasan Asia Pasifik telah menjadi medan pasar seni rupa seiring dengan tumbuhnya kelas menengah dan elite serta konglomerat yang sedang dalam status perang tanda (*sign war*). Kelas-kelas sosial ini muncul melalui hasrat mengoleksi yang kemudian berubah menjadi hasrat berinvestasi, dan akhirnya hasrat kuasa tanda dalam konteks gaya hidup borjuasi.

Akibatnya, komodifikasi seni rupa (modern/kontemporer) akhirnya secara simultan menyembunyikan sejumlah paradoks. Pada sisi tertentu karya seni rupa kontemporer diburu dan dikoleksi karena adanya kepercayaan nilai intrinsik di dalam karya seni. Kepercayaan ini dibangun melalui tradisi penelaahan karya seni secara obyektif dengan menganalisis unsur-unsur formalnya yang bertumpu pada bentuk estetik. Analisis macam ini lantas memunculkan berbagai wacana yang teruji melalui perdebatan di medan wacana. Dengan ini, maka karya seni menemukan teks yang terus-menerus dibicarakan, dan akhirnya berhenti pada kesimpulan di sisi mana karya seni tersebut memiliki kontribusi historis, dan karena itu menjadi ikon sejarah seni rupa (dunia).

Sementara, pada sisi lainnya karya seni rupa kontemporer diburu dan dikoleksi semata-mata mengandalkan pada isu-isu yang terjadi di infrstruktur pasar yang tidak bertumpu pada keunggulan intrinsik. Karya seni diburu melalui mekanisme pasar yang mengandalkan nilai ekonomi yang terkandung dalam karya tersebut. Permainan rugi-laba lebih banyak menjadi pertimbangan. Karya seni rupa dalam kondisi semacam ini tidak bertumpu pada nilai-nilai kanonik, tetapi lebih bertumpu pada mekanisme dan politik pasar (ekstrinsik). Dalam politik pasar selalu terjadi mekanisme yang didesain oleh pihak-pihak tertentu (persekutuan *art dealer*, galeri, dan kolektor) untuk membuat isu-isu baru terkait dengan karya seni yang sedang dijadikan komoditas.

Ironisnya, pasar seni rupa yang terjadi di Indonesia lebih kuat memperlihatkan gejala yang kedua tersebut. Maka, sejak adanya *boom* seni rupa pertama pada akh-

ir 1980an, Sanento Yuliman secara kritis menengarahi dampak pengiring *boom* seni rupa, yaitu dengan mengatakan; pemiskinan, pendusunan, pemingitan, pemusatan, dan tuna acuan (Hasan, 2001: 115-122). Pasar seni rupa di Indonesia yang demikian itu terbukti hingga saat ini infrastruktur wacana tidak tumbuh dengan baik. Dunia wacana dan kritik seni tidak mendapatkan ruang yang baik sebagai institusi yang mengkaji secara obyektif-kritis karya seni rupa dan praktik seni rupa. Gejala ini amat berbeda dengan Jepang, China, dan Korea Selatan, dinamika pasar seni rupa terjadi melalui mekanisme yang simetris antara infrastruktur pasar dan infrastruktur wacana.

Mekanisme pasar yang secara jelas memperlihatkan motif komodifikasi bertumpu pada pandangan bahwa karya seni adalah sebuah benda investasi. Pandangan ini kemudian memicu anggapan bahwa karya seni mampu melipatgandakan kapital (Galenson, 2006). Dari sini, maka muncul seperti yang dikatakan Guattari (1995; 1996) sebagai mesin hasrat (*desiring machine*). Pasar seni rupa yang terlepas dari kajian intrinsik itu pada akhirnya mendorong munculnya mesin ekonomi postmodern, yang memproduksi barang-barang dan sekaligus memproduksi hasrat. Dengan ini, konsumsi (karya seni rupa yang tidak terkendali) di dalam medan pasar merupakan ekspresi dari dorongan-dorongan hasrat pada diri manusia yang tanpa batas. Ruang konsumsi, lantas menjadi tempat setiap orang menampilkan tingkah laku sosial yang tampak artificial, mengonsumsi simbol sosial, dan berakhir dengan kuasa simbolik yang diinginkannya (Bourdieu, 1984; 1993, dan Grenfell and Hardy, 2007).

C. Infrastruktur yang Jomplang

Kembali ke soal globalisasi dan rentetannya pada praktik dan dominasi seni rupa global, serta pasar seni rupa global, hal penting yang harus disadari adalah ketersediaan infrastruktur wacana dan pasar, bila seni rupa modern/kontemporer Indonesia didesain memiliki posisi tawar yang kuat. Lemahnya infrastruktur yang ada di Indonesia, akhirnya membuka peluang orang seperti Lorenzo Rudolf yang secara implisit menganggap seni rupa Indonesia tidak siap memasuki garis orbit infrastruktur seni rupa internasional, sekalipun dia juga menyadari bahwa seni rupa Indonesia memiliki potensi kuat berbicara di fora internasional.

Menurut pandangan Lorenzo Rudolf, seniman Indonesia memiliki potensi kuat dapat berbicara di forum internasional dan perlu diperkenalkan dengan lingkaran jejaring kolektor-kolektor internasional. Untuk masuk ke sana, masih menurut pandangan Lorenzo, infrastruktur seni (galeri) di Indonesia belum memiliki kekuatan. Karena itu, dia lantas langsung mengajak sejumlah seniman Indonesia tanpa melalui jejaring galeri di Indonesia untuk tampil di *Art Stage Singapore* dalam Paviliun khusus.

Memang, dalam pernyataan Lorenzo yang dilansir oleh ARTINFO dalam tajuk *Art Fair Turns Dealer at Art Stage Singapore to Promote Indonesian Art*, agak bernada

jumawa. Potongan kalimatnya berbunyi, *"We interfere here in a structure of galleries and artists. But I would never do this in New York or in Europe, because you have there a gallery infrastructure that is working. Here, we have to do it; if not, we will have an entire art scene that doesn't have a chance to move to the next stage. We are only doing this with Indonesia, not Japan, China, where you have a very strong art scene".*

Pernyataan Lorenzo tersebut tersembunyi makna lain. Bisa jadi, dia sedang menguji sejumlah soal: Benarkah hanya Eropa dan Amerika yang selama ini memiliki kuasa modal, jejaring, dan kuasa wacana dalam konteks infrastruktur seni di fora internasional? Benarkah Asia Pasifik telah menjadi ikon baru seni rupa kontemporer dalam konteks infrastruktur seni?

Pandangan Lorenzo itu memantik reaksi keras sejumlah pemilik galeri di Indonesia. Reaksi keras itu menurut pandangan saya justru mengindikasikan bahwa infrastruktur seni rupa Indonesia dengan berbagai kekurangannya benar-benar ada. Dan mungkin saja dia juga sadar, bahwa infrastruktur seni rupa modern/kontemporer Indonesia belum memiliki sejarah yang panjang. Kehadirannya secara fenomenal bersamaan dengan *boom* seni rupa (lukisan) yang mulai berlangsung pada akhir dekade 1980an.

Namun, gejala pertumbuhan infrastruktur seni rupa, khususnya infrastruktur pasar yang fenomenal itu, pada kondisi sekarang mengalami titik kelesuan yang sangat signifikan. Hal ini terjadi justru ketika pasar seni rupa global makin meluas pengaruhnya. Hal ini, menurut pengamatan saya merupakan rentetan kemunculan infrastruktur seni rupa Indonesia yang pada awal pertumbuhannya lebih berdimensi *by accident*, bukan *by design* seperti yang terjadi di Eropa dan Amerika. Maka, kehadiran Lorenzo dalam konteks ini seperti menggaungkan sinyal bahwa sudah saatnya seni rupa Indonesia dibangun dengan manajemen yang didasarkan atas paradigma baru dalam infrastruktur seni rupa global. Di sinilah diperlukan strategi dan cara berkomunikasi baru yang cerdas dalam rangka *repositioning* seni rupa Indonesia.

Sementara itu, dalam arti luas, sebagaimana dikatakan Terry Smith, bahwa dekade 2000an adalah dekade *art fair*, sedangkan dekade 1990an adalah dekade biennale. Tentu saja, dia bukan sekadar bicara tanpa bukti. Cobalah kita lihat secara seksama, maka kita akan mendapatkan sejumlah fakta, bahwa ternyata dekade 1990an, dunia seni rupa dibombardir dengan sejumlah peristiwa biennale dalam berbagai sekala. Hitung saja apa yang terjadi di Indonesia maupun di luar Indonesia (setidaknya di Asia). Di dekade ini kita membaca gelagat perubahan yang amat nyata, yaitu perubahan pola pikir (epistimologi seni rupa) akibat mulai merebaknya wacana *post-modernism*. Pada dekade inilah perdebatan wacana *post-modernism*, yang kemudian mengerucut pada wacana *contemporary art*, menjadi makin artikulatif. Di Indonesia tanda-tanda

itu tampak jelas, ketika berlangsung Biennale IX, yang kita ketahui menyulut perdebatan panjang soal *post-modernism* dan *contemporary art*.

Sejalan dengan itu, ketika gelombang boom seni rupa kontemporer Cina mulai menjadi bahan omongan di mana-mana, sejak awal dekade 2000an. Efek domino yang ada, sungguh terasa. Gejalanya tampak nyata, ketika misalnya domain pasar seni rupa tidak lagi *localy oriented*, tapi *globaly oriented*. Pasar seni rupa memperlihatkan segmentasi yang makin luas. Hal ini juga secara nyata diikuti makin dinamisnya bisnis seni rupa dengan ditandai pertumbuhan galeri dan lelang yang cukup signifikan. Harga lukisan kontemporer secara mencengangkan memperlihatkan harga yang fantastis.

Atas gejala itu, seperti yang berkali-kali saya sampaikan di sejumlah forum, gejala-gejala tersebut menyulut analisis yang memperkarakan hukum pasar, di mana ada permintaan tinggi sementara barang langka, maka harga dengan sendirinya akan naik tak terkira. Kita juga bisa menyalahkan infrastruktur seni yang belum balans. Kita pun bisa mencari kambing hitam bahwa semua itu terjadi karena mandulnya kritik seni, tiadanya museum yang baik, pendidikan seni yang acakadut, dan sebagainya. Intinya, akrobat harga yang tampak tidak memiliki "alat ukur" itu, karena akibat dari akumulasi berbagai masalah di tingkat supra hingga infrastruktur seni rupa.

Pasar seni rupa yang *by design*, tentulah pasar yang sehat, karena ada balans infrastrukturnya, yaitu tersedia infrastruktur wacana dan infrastruktur pasar. Sementara, pasar yang *by accident*, sudah pasti pasar yang tidak sehat, karena di dalamnya hanya diselimuti motif-motif cari untung besar tanpa peduli pada tatanan, etika, sejarah seni, intensitas kesenimanan, nilai-nilai seni dan sebagainya. Dalam pasar yang *by accident* semua bisa dijungkirbalikan, karena dia tuna acuan.

Akibatnya, sebuah karya yang baru dibuat oleh seniman yang baru lahir di akhir dekade 1990an, bisa dengan serta merta menggasak karya yang telah memiliki posisi historis yang sudah teruji dan mapan. Sebaliknya, pasar yang *by design* akan berjalan dengan acuan yang bisa dibingkai melalui berbagai pendekatan teoritis dengan alasan-alasan rasional. Pasar yang *by design* akan selalu berkorelasi dengan perkembangan dunia teori dan wacana yang terjadi, dan fakta ontologisnya bisa dilacak melalui data yang akurat. Maka, dalam pasar yang demikian ini, tidak akan terjadi akrobat harga, goreng-menggoreng, dan berbagai tipu-daya yang menyertainya. Harga karya seorang maestro tidak akan pernah terdistorsi secara frontal oleh harga karya para seniman yang biografi kreatifnya masih jalan di tempat.

Namun, bukan berarti di tengah pasar seni rupa yang *by design* steril dari isu-isu kotor, rekayasa, intrik dan taktik dalam rangka "menggoreng" suatu karya yang tengah di-komodifikasi-kan. Dalam konteks *global art market*, seperti yang terjadi sekarang, justru bersliweran strategi baru yang makin masif dalam rangka mendorong

terjadinya pemusatan selera yang bersekutu dengan budaya massa atau *pop culture*, yang ternyata penuh tektik, strategi, bahkan intrik-intrik sosial untuk menciptakan satu tujuan, yaitu konvergensi budaya (lihat: Chaubet, 2013).

D. Penutup: Minta Tolong "Ibu Nusantara"

Terasa romantis memang, ketika dunia seni rupa Indonesia terombang-ambing di tengah *global art market*, lantas kita baru menyadari bahwa seni rupa Indonesia senyatanya memiliki "akar tunjang" kultural yang sangat kuat. Artefaknya terbentang luas dan sangat kaya, baik gaya, ungkapan simbolik, media, teknik, dan bentuk. Semuanya memperlihatkan varian ekspresi seni rupa yang sulit dicari tandingannya di dunia. Daya beda dan keunikannya tiada duanya. Itulah yang disebut "warisan budaya Nusantara" (*Nusantara cultural heritage*).

Untuk apa warisan sebanyak dan sehebat itu? Fakta historis ini secara akademik telah dibuktikan melalui berbagai publikasi yang ditulis orang asing, seperti misalnya, Claire Hold dan Denys Lombard, yang bukunya telah diketahui secara luas. Dalam analisis Hold dan Lombard terbukti bahwa watak seni (rupa) atau lebih luas disebut budaya visual (*visual culture*) memperlihatkan bentuk-bentuk transformasi dari kebudayaan primitif hingga pertemuannya dengan kebudayaan Timur bersama penyebaran agama-agama besar dan kebudayaan Barat bersama kolonialisme.

Kedatangan agama Hindu, Budha, Islam, Kristen, dan Konghucu, ke wilayah Nusantara (khususnya ke pulau Jawa), telah melahirkan persilangan atau hibriditas budaya yang kreatif-inovatif, yang kemudian tetap memiliki watak lokalitas, tetapi juga globalitas. Tahap inilah yang disebut "glokalitas", yang telah berlangsung lama sejak terjadi gelombang "globalisasi" budaya; yaitu bertemunya dan bersinerginya sejumlah anasir budaya yang akhirnya membentuk identitas budaya baru.

Dalam konteks globalisasi yang terjadi sekarang, tampaknya, strategi yang ditawarkan dalam "glokalisasi" yang berbasis hibridasi (dialog antar peradaban) untuk menemukan inovasi-inovasi baru dalam bingkai ekonomi kreatif misalnya, membuka peluang yang luas dan menjanjikan posisi tawar yang kuat, karena kita "minta tolong" kepada ibu yang bernama Nusantara sebagai modal kultural, bahkan modal intektual yang luar biasa bagi pengembangan seni rupa kontemporer Indonesia di tengah hiruk-pikuk seni rupa global. Dengan demikian, posisi tawar seni rupa kontemporer Indonesia akan sangat diperhitungkan, karena tidak lain dan tidak bukan menyumbangkan deferensiasi seni yang kuat, dan akhirnya terhindar dari jebakan globalisasi yang ingin menciptakan segala sesuatu seragam dan terstandarisasi menurut ukuran-ukuran mereka (Barat).***

Daftar Pustaka

Adorno, Theodor. 1973. *Negative Dialectics*. Translater E. B. Ashton. New York: Continuum.

Barthes, Roland. 1977. *Image-Music-Text*. London: Fontana Press.

Bell, Daniel. 1988. *The End of Ideology*. Cambridge: Harvard University Press.

Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Massachusetts: Harvard University Press.

Bourdieu, Pierre. 1993. *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.

Burgin, Victor. 1986. *The End of Art Theory*. MacMillan Education.

Chaubet, Francois. 2013. *Globalisasi Budaya.* Terjemahan: Feybe I. Mokoginta.Yogyakarta: Jalasutra.

Chiu, Melissa, and Genocchio, Benjamin. (Ed.). 2011. *Contemporary Art in Asia: A Critical Reader*. Cambridge, London: The MIT Press.

Danto, Arthur. 1997. *After the End of Art*. Princeton: Princeton University Press.

Debord, Guy. 1987. *Society of the Spectacle*. London: Rabel Press.

Dempsey, Amy. 2002. *Styles, Schools and Movements*. London: Thames & Hudson Ltd.

Djatiprambudi, Djuli. 2007. "Representasi Identitas di Medan Pasar Seni Lukis Indonesia", dalam *Menggugat Seni Murni*. Surabaya: Lembaga Penerbitan Fakultas Bahasa dan Seni, Unesa.

Djatiprambudi, Djuli. 2009. *Musnahnya Otonomi Seni*. Surabaya: Dewan Kesenian Jawa Timur.

Djatiprambudi, Djuli. 2014. *Apa itu Seni Rupa Hari Ini?Jawa Pos*, Minggu 16 Maret 2014.

Foster, Hal. 1983. *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. New York: New Press.

Foster, Hal. 1985. *Postmodern Culture*. London: Pluto Press.

Foucault, Michel. 1989. *The Order of Things: An Archeology of the Human Sciences*. Tavistock & Routledge.

Galenson, David W. 2006. *Artistic Capital*. New York: Routledge.

Grefell, Michael, and Hardy, Cheryl. 2007. *Art Rules: Pierre Bourdieu and the Visual Arts*. Oxford-New York: Berg.

Guattari, Felix. 1995. *Chaosophy*. New York: Semiotext (e).

Guattari, Felix. 1996. *Soft Subvertions*. New York: Semiotext (e).

Hasan, Asikin. (Ed.). 2001. *Dua Seni Rupa*. Jakarta: Yayasan Kalam.

Horowitz, Noah. 2011. *Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market*. New Jersey: Princeton University Press.

Naisbitt, John, dkk. 2001. *High Tech. High Touch*. Terjemahan: Dian R. Basuki. Bandung: Mizan.

Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Edisi ketiga, cetakan 1. Bandung: Matahari.

Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya & Matinya Makna*. Edisi keempat, cetakan 1. Bandung: Matahari.

Robertson, Iain. (Ed.). 2005. *Understanding International Art Markets and Management*. London and New York: Routledge.

Siregar, Aminudin, TH. 2009. *Spacing Contemporary*. Katalogus: Jogja Art Fair.

Smiers, Joost. 2009. *Arts Under Pressure: Memperjuangkan Keaneragaman Budaya di Era Globalisasi*. Penerjemah: Umi Haryati. Yogyakarta: INSISTPress.

Stallabrass, Julian. 2004. *Contemporary Art: A Very Short Introduction*. Oxford: University Press.

Sugiharto, Bambang. 2008. *Dematerialisasi Seni dan Dampaknya*. Makalah lepas diskusi seni.

BIODATA

DJULI DJATIPRAMBUDI - Lahir di Tuban, 12 Juli 1963. Pendidikan S1 di Jurusan Pendidikan Seni Rupa IKIP Surabaya (Universitas Negeri Surabaya), S2 dan S3 (Program Studi Ilmu Seni Rupa dan Desain) Sekolah Pascasarjana, Institut Teknologi Bandung. Sejak 1986 hingga kini, ia aktif menulis seni rupa di sejumlah media massa dan jurnal seni rupa. Pengajar mata kuliah Kritik Seni, Estetika, Teori Seni, Metode Penelitian Seni, dan Statistika di Jurusan Pendidikan Seni Rupa dan Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. Sejak 1991 menulis kritik seni di sejumlah koran; Kompas, Jawa Pos, Suara Merdeka, Media Indonesia, Surya, Surabaya Post, dan sejumlah majalah seni dan kebudayaan; Visual Art, Arti, Gong, Basis, dsb. Juga mengerjakan kuratorial pameran seni rupa. Menulis sejumlah buku; BUNG KARNO, SENI RUPA DAN KARYA LUKISNYA (2001); TINJAUAN SENI (2003); DINAMIKA DWIJO SUKATMO (ditulis bersama Eddy Soetriyono, 2005); MOEL SOENARKO: PELUKIS REALIS-HUMANIS (2005); SPIRITUALITY OF ASRI NUGROHO'S ART (ditulis bersama Setiawan Sabana, 2006); MENGGUGAT SENI MURNI (2007), MUSNAHNYA OTONOMI SENI (2010); APA ITU SENI RUPA HARI INI? (2014), SENI RUPA INDONESIA DALAM TITIK SIMPANG (2016); ERA KRITISISME TELAH BERAKHIR (2017); kontributor buku MODERN INDONESIAN ART FROM RADEN SALEH TO THE PRESENT DAY (2006); kontributor buku JARINGAN MAKNA TRADISI HINGGA KONTEMPORER (2006); kontributor buku SELECTED WORKS OF NINETY-NINE ARTISTS WHO DEPICTED INDONESIA (2013), dan kontributor sejumlah penulisan katalog pameran seni rupa berskala lokal, regional, nasional, dan internasional. Membantu Kemristekdikti sebagai Asesor BAN PT. E-mail: djulip@yahoo.com. Hp: 081333185564. Rumah: Jl. Mustari Gg. Vihara No.33/3 Kota Wisata Batu, Jawa Timur.

KARTUN SEBAGAI ELEMEN VISUAL PADA DESAIN KEMASAN OLEH-OLEH MAKANAN KHAS BALI

Eldiana Tri Narulita, Ni Ketut Pande Sarjani
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa & Desain Institut Seni Indonesia Denpasar
e-mail : eldianatrinarulita84@gmail.com

ABSTRAK

Desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali umumnya diwujudkan menggunakan ilustrasi fotografi agar wujud makanan yang dikemas dapat lebih tampak menggugah selera calon konsumen. Fenomena yang terjadi di lapangan, mulai muncul banyak desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang ilustrasinya menggunakan gambar kartun. Hal inilah yang menarik diteliti, mengapa kartun dipakai sebagai daya tarik pada kemasan oleh-oleh makanan khas Bali.

Masalah yang menarik untuk dikaji adalah mengapa kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali dan bagaimana aplikasi kartun sebagai elemen visual pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali?.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi & wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Hasil yang dicapai yakni kartun digunakan sebagai ilustrasi dalam desain kemasan makanan khas Bali sebab perusahaan ingin sesuatu yang berbeda dalam membentuk branding, selain itu dengan desain kemasan bergaya kartun akan lebih menarik dan membantu penjualan sebab terlihat unik dan menonjol. Aplikasi kartun sebagai elemen visual kemasan terlihat jelas pada ilustrasi pada kacang disko original. Sedangkan pada kemasan pie susu cening ayu, kacang bomboe rempah tjap jago ngemil, kopi nini premium wild luwak coffee peaberry lebih mengarah pada ilustrasi yang bergaya kartun.

Kata kunci : kartun, elemen visual, desain kemasan, oleh-oleh khas Bali

CARTOON AS VISUAL ELEMENTS IN PACKAGING DESIGN FOOD SOUVENIR FROM BALI

Eldiana Tri Narulita, Ni Ketut Pande Sarjani
Visual Communication Design Studies Program
Faculty of Art & Design Institut Seni Indonesia Denpasar,
e-mail : eldianatrinarulita84@gmail.com

ABSTRACT

The typical Balinese food souvenir packaging design is generally realized using photographic illustrations so that the form of packaged food can seem more intriguing to prospective consumers. Phenomena that occur in the field, began to emerge many designs of Balinese food souvenirs that illustrated using cartoon images. This is interesting to examine, why cartoons are used as an attraction in souvenirs of Balinese food.

An interesting problem to study is why cartoons are used as an attraction for Balinese food souvenir packaging designs and how to use cartoon as a visual element in Balinese food

souvenir packaging designs.
The method used in this research is qualitative descriptive. Data collection techniques are obtained by observation & interview, documentation and literature. The results achieved are that cartoons are used as illustrations in typical Balinese food packaging designs because companies want something different in forming branding, in addition to the cartoon-style packaging design will be more attractive and help sales because it looks unique and prominent. The cartoon application as a visual packaging element is clearly visible on the illustrations on original disco beans. Whereas in the packaging of the cening ayu milk pie, the bean bomboe spice is good at snacking, the premium wild luwak coffee peaberry coffee is more like a cartoon-style illustration.

Keywords: cartoon, visual elements, packaging design, Balinese souvenirs

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali yang telah dikenal sebagai daerah pariwisata membuka peluang yang cukup menjanjikan bagi usaha yang bergerak disektor kuliner, khususnya oleh-oleh khas Bali. Salah satu jenis oleh-oleh khas Bali yang cukup diminati yakni dari jenis makanan, baik berupa kue tradisional maupun modern, kacang-kacangan, kopi serta banyak jenis lainnya. Oleh-oleh khas Bali tersebut biasanya dikemas dengan aneka desain yang umumnya bercirikan budaya lokal Bali yang familiar ditampilkan terdiri dari tarian, kesenian, bangunan pura, dan panorama alam, obyek wisata dll.

Bila ditinjau dari elemen-elemen desain, dalam desain kemasan kaitannya dengan bidang desain komunikasi visual bahwasanya desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan dan pada akhirnya desain kemasan befungsi sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik (Klimchuck,2007 : 33).Gaya desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali umumnya diwujudkan dengan berbagai jenis ilustrasi baik dari ilustrasi fotografi, ilustrasi gambar tangan maupun ilustrasi gabungan. Fenomena yang terjadi di lapangan, mulai muncul banyak desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang ilustrasinya menggunakan gambar kartun. Padahal biasanya desain kemasan makanan menggunakan ilustrasi fotografi agar wujud makanan yang dikemas dapat lebih tampak menggugah selera calon konsumen, karena lebih realis. Hal inilah yang menarik diteliti, mengapa kartun dipakai sebagai daya tarik dalam kemasan oleh-oleh makanan khas Bali.

Gambar 1 : Beberapa contoh kemasan oleh-oleh makanan khas Bali dengan elemen visual kartun
Sumber: Eldiana,2018

Sebagai langkah awal untuk mengetahui berbagai kemasan oleh-oleh khas Bali yang memakai ilustrasi kartun bertema budaya lokal yang telah ada, maka fokus penelitian ini dilakukan di toko oleh – oleh daerah Denpasar dan kabupaten Gianyar yang menjual oleh – oleh khas Bali. Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi desainer komunikasi visual, sektor IKM dan mahasiswa dalam merancang desain kemasan dengan kartun yang bertema budaya lokal Bali sebagai elemen visual yang memiliki ciri khas dan karakter yang berbeda serta mampu bersaing dengan produk lain.

Dari latar belakang yang telah diuraiakan di atas, dapat ditarik masalah yang menarik untuk dikaji sebagai berikut :

1. Mengapa kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali?
2. Bagaimana aplikasi kartun pada elemen visual pada desain kemasan oleh-oleh maknanan khas Bali?

METODE PENELITIAN

2.1. Tahap – Tahap Penelitian

Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, adapun tahapan – tahapan yang dilakukan adalah pertama, menentukan masalah penelitian dengan merumuskan masalah. Ke dua, teknik sampling. Teknik Penentuan sampel untuk penelitian diambil dengan menggunakan teknik *purposive* atau berarti sengaja. Jadi sampel tidak diambil secara acak tetapi ditentukan oleh peneliti sendiri. Penentuan sampel dilakukan untuk memfokuskan objek penelitian dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah jenis kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang menggunakan ilustrasi kartun yaitu kemasan pie susu cening, kemasan kacang bomboe rempah tjap jago ngemil.com, kemasan kopi nini premium wild coffe (luwak coffe peaberry) dan kacang disko krisna original. Ke tiga menentukan jenis data sebagai tahapan penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan

melalui observasi dan wawancara , diantaranya dengan desainer yang merancang desain kemasan masing-masing produk oleh-oleh makanan khas Bali . Sedangkan data sekunder didapat memalui kepustakaan dengan mencari literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Tahap ke empat menentukan alat pengambilan data yang dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi serta kepustakaan. Alat pengambilan data diantaranya berupa kamera foto untuk dokumentasi, alat perekam, alat tulis, daftar wawancara dll. Tahapan kelima menentukan teknik analisis data.

2.2. Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data, penelitian akan dilakukan di toko oleh-oleh Khas Bali yaitu Cening Ayu di Jl. Raya Celuk No. 6X, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, dan kantor desainer kemasan pai susu cening , Ida Bagus Ratu Antoni Putra di jl.Singasari Gg Belibis no.5, Peguyangan, Denpasar. Kantor Jago Ngemil.com Jl. Tukad Yeh Aya No.87, Dauh Puri Klod, Denpasar dan Putu Pageh (dados desain Jl. Raya Padang Luwih No.124, Dalung, Kuta Utara,Badung) dan toko oleh-oleh Krisna jl. Nusa Indah No. 77 Denpasar. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2018 sampai dengan Desember 2018

2.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat menjadi obyek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter,tanda atau gambaran tentang kondisi situasi maupun fenomena tertentu (Bungin,2007:68). Deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan alasan kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan serta bagaimana aplikasi elemen-elemen visual kartun pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali untuk mendiskripsikan, serta menggambarkan bagaimana bentuknya.

HASIL YANG DICAPAI

3.1 Data Perusahaan Pai susu cening Ayu

Gambar 2:
Papan nama Cening Ayu toko oleh-oleh Bali dan display kemasan pie susu cening ayu
Sumber : Eldiana, 2018

Nama Perusahaan : Toko Oleh-oleh Bali Cening Ayu
Alamat : Jl. Raya Celuk No. 6X, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar www.ceningayu.com Facebook: pie susu cening, Instagram : @piesususcening

Cening ayu awalnya didirikan pada tahun 2008 oleh I Wayan Bendi dan Ni nyoman tilem, pada awalnya cening ayu merupakan salah satu tempat belanja oleh-oleh yang menawarkan berbagai produk retail yang selama ini menjadi ciri khas Bali mulai dari cemilan, baju barong, kain pantai, batik, handycraft, perak dan lain sebagainya. Pada Tahun 2011 Ditengah pesatnya perkembangan dari usaha pusat oleh-oleh di Bali, Cening ayu mempunyai inovasi agar lebih berkesan dan mempunyai ciri khas tersendiri, oleh salah satu putra mereka yang bernama I Komang Manik Sumardika , SE beserta istri yang bernama I Gusti Ayu Pradnyadari, SE pada saat itu menciptakan terobosan baru dengan cara membuat tempat produksi kaos lukis Bali Cening Ayu. Dan kemudian memasuki tahun 2012 cening ayu kembali berinovasi dengan membuat tempat produksi kue pie susu cening dan sampai saat ini cening ayu hadir dengan nama Pusat Produksi Pie Susu dan Kaos Lukis Cening Ayu. Dengan tanpa menghilangkan produk produk lainnya yang sudah ada http://www.ceningayu.com/?page_id=291/ diakses pada 1/5/2018). Menurut informasi dari staff oleh-oleh cening ayu di bagian makanan, produk yang paling diminati oleh konsumen adalah oleh-oleh berupa baju, kaos lalu makanan terutama pai susu. Dalam 1 hari terutama pada musim liburan, pai susu bisa terjual hingga 1000/pcs.

Desainer kemasan pai susu cening adalah seorang Ilustrator yang cukup ternama di Bali yakni Ida Bagus ratu Antoni Putra atau yang lebih dikenal dengan Monez. Awalnya sekitar tahun 2012 owner toko oleh-oleh cening ayu (Bpk. I Wayan Bendi) melihat karya-karya monez di website, lalu beliau menghubungi monez untuk membuat desain kemasan produk barunya yang berupa pie susu. Toko oleh-oleh cening ayu yang sebelumnya lebih dikenal dalam kaos Bali ini membuat lini usaha baru berupa produk pai susu. Sebelumnya sudah ada beberapa merk pai susu produksi luar yang menitipkan produknya di toko ini tapi owner cening ayu ingin memproduksi pai susu sendiri dan menargetkan penjualan pai susu cening ayu akan lebih unggul dibanding pai-pusu merk lainnya yang dititip disini. Caranya adalah membuat produk pai susu dengan rasa yang enak dan kemasan yang enak dilihat dan nyaman dibawa. Ide yang tercetus adalah membuat sebuah kemasan yang berbeda dengan produk lain yang lebih dulu ada disini. Rata-rata kemasan produk pai susu yang sudah ada di toko ini memakai ilustrasi foto,dan secara desain dilihat kurang bagus. Oleh sebab itu dibuatlah konsep desain dengan pendekatan target market yang kebanyakan wisatawan lokal dan anak-anak sekolah serta disukai semua kalangan. Konsepnya yaitu fun/menyenangkan dan gaya desain yang tidak terlalu serius. Dipilih

kemasan dengan gaya ilustrasi berbentuk kartun, awalnya dibuat 3 alternatif sketsa dulu lalu setelah owner menyetujui salah 1 sketsa baru dilakukan tahap pewarnaan.

3.2 Data Perusahaan Krisna Oleh-Oleh Bali Jl.Nusa Indah Denpasar

Alamat	: Jl. Nusa Indah No. 77 Denpasar Bali
Telp.	: 0361-262365, 264780
Public Relation	: Dian Wardani ,SE.
No.Telp/Hp	: 08113884406/08199998406
Website	:www.krisnabali.co.id

Gambar 3: Foto Lokasi Krisna Nusa Indah & display oleh-oleh kacang disko
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2018

Sebelum Krisna oleh-oleh berdiri, awalnya pemilik yakni Gusti Ngurah Anom (Ajik Cok) dan istrinya mengawali dengan membuka usaha konfeksi sendiri yang diberi nama Cok Konveksi pada 1990. Lalu beliau mengembangkan usahanya dengan membuka toko oleh-oleh Bali. Krisna oleh-oleh Bali adalah toko pusat oleh-oleh Bali yang sudah memiliki 5 cabang, salah satunya adalah Krisna Bali Nusa Indah. Krisna Nusa Indah berdiri untuk pertama kali dibuka sebagai pusat oleh-oleh terintegrasi pada 16 Mei 2007 di Jl. Nusa Indah No. 77 Denpasar. Dengan lokasi di tengah kota yang mudah dijangkau dekat dari Taman Budaya (Art Centre), Krisna menawarkan konsep *one stop shoping* untuk berbagai kebutuhan akan oleh-oleh khas Bali, mulai dari souvenir kerajinan tangan, kaos-kaos khas Krisna, lukisan dan barang seni lainnya, hingga berbagai makanan ringan khas dari Bali.

Salah satu oleh-oleh makanan khas Bali yang dijual di Krisna adalah kacang disko dengan berbagai rasa seperti original, keju, udang, barbeque. Kacang ini dilabeli dengan logo krisna oleh-oleh khas Bali, namun sebenarnya di produksi dan dikemas oleh Najwa Food sebagai supplier yang menitipkan oleh-oleh disana. Yang menjadi ketertarikan penulis pada kemasan kacang disko ini karena desainnya berbeda dengan kemasan kacang disko pada umumnya yang ada di display. Umumnya kemasan kacang disko rata-rata menggunakan ilustrasi fotografi berupa foto kacang disko dipadukan dengan foto panorama keindahan alam dan wisata Bali, Pura, tarian Bali. Namun pada kemasan kacang disko ini ilustrasi yang ditampilkan berbentuk kartun dan dipadukan dengan foto kacang disko.

3.3 Mengapa kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali

Berdasarkan wawancara dengan narasumber yakni desainer kopi nini (Putu Pageh) awal ide penggunaan ilustrasi gambar tangan/kartun pada desain kemasan kopi nini adalah perusahaan kopi nini ingin sesuatu yang berbeda dalam membentuk branding perusahaan, ketika perusahaan kopi pesaingnya banyak menggunakan ilustrasi foto dalam desain kemasan maka desainer dan pihak pemilik perusaan memutuskan memakai ilustrasi hand drawing dalam desain kemasan dan media promosinya. Salah satu inspirasi desainer dalam ide kemasan kopi (*premium wild luwak coffe peaberry*) berasal dari gaya lukisan mooi indie. Istilah Mooi Indie berasal dari bahasa Belanda. Ciri khas lukisan mooi indie dapat diketahui dari obyek lukisan. Obyek lukisan itu umumnya berupa landscape pemandangan alam seperti sungai, gunung, hutan, suasana pedesaan, sawah yang indah di Hindia Belanda.Disini penerapan gaya moii indie pada kemasan kopi terlihat ilustrasi daun-daunan, biji kopi yang masih dipohon, luwak dan pemandangan pegunungan Kintamani. Dengan warna dominan hijau tua dan kecoklatan. Meskipun ada pandangan bahwa gaya desain ilustrasi kartun identik dengan kemasan snack untuk anak-anak tapi gaya ilustrasi yang ditampilkan dikemasan ini lebih dewasa sehingga tampak elegan.

Sedangkan berdasarkan wawancara dengan pemilik toko oleh-oleh jago ngemil.com (Lixiang tan/Ayu), awalnya Beliau menyukai karakter gambar kartun dan suaminya (Franky Temaja Putra) yang berprofesi sebagai web desainer mewujudkannya dengan membuatkan desain label kemasan jago ngemil.com dengan tampilan ilustrasi kartun yang bertema penari Bali yang berkesan fenimin serta didukung oleh pemilihan warna dominan yang mencerminkan warna yang banyak digemari wanita. Dan ternyata banyak pula konsumen jago ngemil yang juga menyukai label kemasan bergaya kartun ini.

Hasil wawancara dengan desainer kemasan pai susu cening ayu (Ida Bagus Ratu Antoni Putra/Monez) ide awal owner toko oleh-oleh Cening Ayu ingin membuat produk pai susu selain menonjolkan dengan rasa yang enak namun dengan kemasan yang bagus, enak dilihat dan nyaman dibawa sebagai oleh-oleh.Selain itu kemasan yang dibuat berbeda dengan kemasan pai susu pada umumnya. Dan karena target pasarnya sebagian besar adalah wisatawan domestik dan anak-anak sekolah maka dibuat desain kemasan yang ilustrasinya menampilkan kesan ceria & menyenangkan, tidak terlalu serius. Namun tetap menonjolkan ciri khas yang mewakili kebudayaan Bali berupa ilustrasi anak perempuan dan laki-laki berpakaian adat Bali yang ringan (Bali payas madya) dan ilustrasi alam yang mewakili Bali (berupa candi bentar, meru dan payung). Umumnya produk makanan oleh-oleh Bali (dan juga pai susu) yang

dijual di toko oleh-oleh dikemas rapat sehingga tidak bisa dicicip, sehingga dalam hal desain kemasan memegang peran penting ketika produk ada dipajang. Karena itulah dalam segi desain dibuat berbeda dengan kemasan pie pada umumnya agar tampil unik serta dalam segi warna, kemasan pie susu cening ayu juga dibuat mencolok agar ketika produk ada di display dengan produk lain akan terlihat menonjol.

Dalam toko oleh-oleh krisna, terdapat berbagai jenis kacang disko aneka merk yang rata-rata kemasannya menggunakan ilustrasi fotografi berupa foto produk disertai foto ciri khas Bali (tarian, obyek wisata, pemadangan alam, Pura,dll) , namun kemasan kacang disko original krisna di buat dengan desain kemasan yang berbeda denga menggunakan ilustrasi kartun. Alasannya adalah agar kemasan produk ini terlihat berbeda dengan kemasan produk kacang disko lainnya. Selain itu dengan ilustrasi kartun yang digunakan ada unsur humornya, serta warna yang cukup mencolok diharapkan akan bisa menarik calon konsumen untuk membeli produk kacang disko merk ini.

Dari hasil observasi dan wawancara, didapati pula fakta bahwa dalam industri oleh-oleh makanan khas Bali saat ini secara umum pengusaha toko oleh-oleh khas Bali dan pemilik produk tidak terlalu memikirkan desain kemasan produk. Kebanyakan masih tidak mau membayar mahal untuk membuat desain kemasan yang menarik. Sebab saat ini strategi bisnis terutama toko oleh-oleh salah satunya memanfaatkan jasa pemadu wisata dengan memberi fee/uang jasa untuk menggiring wisatawan (terutama wisatawan rombongan) agar membeli di tokonya. Sehingga mau tidak mau wisatawan akan membeli produknya. Jika produk makanan, meskipun kemasannya tidak menarik dan rasanya belum tentu enak, akan tetap dibeli sebagai oleh-oleh karena tidak ada pilihan lain bagi mereka. Lain halnya dengan persaingan industri makanan yang skalanya sudah beredar secara nasional, mereka sangat memikirkan kemasan, sebab kemasan memegang peranan penting untuk bersaing dengan lebih banyak produk dan akhirnya dibeli konsumen.

3.4 Bagaimana aplikasi kartun pada elemen visual pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali ?

3.4.1 Pie Susu Cening Ayu

Jika ditinjau berdasar tujuan dibuatnya, ilustrasi kartun yang ada pada kemasan pie susu cening ini adalah kartun yang bertujuan menyampaikan pesan kepada para penikmatnya, dalam hal ini pesan sosial dan budaya. Yakni tampak karakter anak laki-laki dan wanita Bali yang tampak bahagia dan ekspresi menikmati saat makan pie. Serta penggambaran ciri khas budaya Bali yang tampah dalam pakaian, udeng

(aksesoris pada kepala), meru, payung khas Bali, serta candi bentar/gapura. Sebenarnya jika merujuk pengertian kartun, yakni sebuah gambar yang bersifat reprensentasi atau simbolik, mengandung unsur sindiran, lelucon, atau humor. Namun dalam ilustrasi kemasan yang bergaya ini belum bisa sepenuhnya disebut kartun, sebab dalam kartun harus terdapat unsur humor/lelucon, sedangkan pada ilustrasi kemasan ini hanya terlihat sebuah ekspresi keceriaan pada wajah anak perempuan dan laki-lakinya, bukan sebuah humor. Jadi dalam kemasan pie susu cening ayu ini bisa dikatakan gambarnya lebih kearah ilustrasi yang bergaya kartun. Hal ini bisa dipengaruhi pula oleh latar belakang desainernya (Monez) yang dulunya pernah bekerja di majalah bog-bog (majalah kartun dari Bali), sehingga tampilan goresan pada ilustrasi kemasan ini mengarah pada kartun.

Berdasarkan frekwensi pemakaian, kemasan pie susu ini tergolong kemasan sekali pakai (*disposable*) , yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai. Sedangkan jika ditinjau dari struktur sistem kemas, kemasan kotak kertas pie susu cening termasuk kemasan sekunder (yang tidak bersentuhan langsung dengan produknya akan tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan kemasan primer). Kemasan primernya berupa plastik yang membungkus pie bijian. Kemasan kotak kertas pie dan platik ini juga tergolong ke dalam kemasan fleksibel.

Pada panel display utama (PDU) merupakan area yang terdapat dibagian depan desain kemasan dikhususkan untuk menempatkan identitas merek dan elemen – elemen komunikasi utama. Sedangkan elemen yang diatur dengan desain meliputi warna, citra, huruf, ilustrasi, sarana grafis, foto (non informasi), simbol (non informasi), ikon, hirarki visual (Klimchuck dan Krasovec,2007:84,85). Adapun dalam panel display utama kemasan pie susu cening dijelaskan sebagai berikut :

Gambar 4: Kemasan Atas dan Bawah
Sumber: Eldiana, 2018

Pada panel display utama bagian atas terdapat merk dan nama produk yaitu “pie susu cening”. Ada logo berupa ilustrasi pai yang didepannya ada teks pie susu cening. Dan berat bersih, dalam hal ini di jelaskan berupa isi 10 biji pie. Sedangkan panel display utama bagian belakang terdapat keterangan komposisi bahan-bahannya. Dan PDU bagian samping kiri dan kanan berupa tanggal kadaluarsa dan barcode.

Gambar 5 : Kemasan Atas dan Bawah
Sumber: Eldiana, 2018

Elemen visual pada kemasan kotak pie susu cening ayu akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Ukuran **:** Panjang 23 cm x lebar 8 cm

b. Bahan **:** kertas ivory

c. Ilustrasi **:** Berupa jenis ilustrasi gambar tangan yang dibuat digital dengan pen tablet (wacom) dalam program adobe photoshop. Berupa sosok kartun 2 anak laki-laki dan perempuan berpakaian Bali ringan (adat madya) yang sedang memegang pie yang telah digigit (tanda telah dimakan) dengan ekspresi tersenyum yang bisa diartikan rasanya enak. Dipakai sosok anak laki-laki dan perempuan ini sebab target pasar utama pengunjung toko oleh-oleh cening ayu adalah rombongan wisatawan anak sekolah, dan sosok anak - anak beranjak remaja ini bisa mewakili konsep fun/ menyenangkan, ceria dengan kesan santai. Secara umum keseluruhan ilustrasi dibuat menekankan pada ciri khas yang mewakili Bali sebab produk pie susu ini adalah oleh-oleh khas Bali. Ciri khas Bali bisa dilihat dari pemakaian udeng dn bunga di kepala pada sosok anak laki-laki yang memakai kaos bertuliskan love Bali dan seorang perempuan memakai kebaya dengan hiasan bunga di telinga. Ditampilkan pula ciri khas Bali pada ilustrasi pemandangan alam yang diwakili oleh gambar daun, daun pisang, rumput, pohon kelapa serta gumpalan mendung dan juga gapura Bali (candi bentar/ sebutan bagi bangunan gapura berbentuk dua bangunan serupa dan sebangun tetapi merupakan simetri cermin yang membatasi sisi kiri dan kanan pintu masuk). Selain itu ilustasi kartun berupa gambar bulat menyerupai pie pada logo. Ada pula jenis ilustrasi fotografi yang digunakan berupa bulatan di bagian kanan berisi foto pai susu yang kemasannya telah dibuka dan pai susu dalam kemasan plastik. Fokus utama kemasan ini ada pada 2 anak ini baru kemudian pada logo&ilustrasi pie .

d. Teks: Teks yang ditampilkan berupa teks “oleh-oleh khas Bali”, Pai susu cening, hanya tersedia di cening Ayu, tidak buka cabang, isi 10 pcs, produksi: cening ayu P-IRT No.306510402059, majelis ulama Indonesia, halal, dan teks majelis ulama indonesia dan halal dalam huruf arab,no.08100005550113, Bali

e. Tipografi ; Jenis tipografi yang dipakai ada beberapa jenis, berupa jenis huruf klasik, huruf berkait, tidak berkait dan script.

- Huruf klasik : Huruf yang memiliki kait (serif) lengkung yaitu " oleh-oleh khas Bali, Pie Susu"
- Huruf berkait : Majelis Ulama Indonesia (times new roman)
Huruf tidak berkait : Halal, No.08100005550113, hanya tersedia di cening Ayu, tidak buka cabang, isi 10 pcs, produksi: cening ayu P-IRT No.306510402059 (Arial)
Script: Oleh-oleh khas Bali, Cening (huruf hasil kreasi desainer sendiri), majelis ulama Indonesia , halal dan majelis ulama Indonesia dalam bentuk huruf arab.
Untuk teks dan tipografi jika ditinjau secara *Legibility* dan *readability,* pemilihan jenis huruf dan tingkat keterbacaan sudah cukup baik.
Warna : Didominasi oleh warna kuning dan oranye, namun juga ada warna hijau kekuningan, hijau, coklat,merah, biru serta putih dan hitam. Warna dominan yang digunakan dalam kemasan ini merupakan golongan warna panas (merah, oranye,kuning) , warna hangat (hijau kekuningan) dan ada pula warna dingin (biru, hijau). Menurut desainernya, konsep dalam warna kemasan adalah *colourfull* disesuaikan dengan tarket pasar utama yakni anak-anak, yang menyukai warna-warna cerah. Namun yang tampak mendominasi adalah warna panas (oranye, kuning) , warna ini didasari oleh warna dasar pai susu yaitu kuning mengarah ke oranye dan warna – warna panas memberi kesan menggugah selera, semangat.

Gambar 6 : Kemasan Bagian Depan
Sumber : Eldiana, 2018

a. ukuran **:** Panjang 23 cm x lebar 5,5 cm
b. bahan **:** kertas ivory
c. Ilustrasi **:** Jenis ilustrasi yang digunakan sama dengan ilustrasi lainnya yaitu jenis ilustrasi gambar tangan yang dibuat digital dengan pen tablet (wacom) dalam program adobe photoshop. Ilustrasinya berupa gambar bulat menyerupai bentuk pie, ilustrasi mendung, ilustrasi yang mewakili Bali seperti gapura Bali (candi bentar), meru (Meru adalah salah satu jenis tempat pemujaan untuk Istadewata, bhatara-bhatari yang melambangkan gunung Mahameru. Landasan filosofis dan meru adalah berlatar belakang pada anggapan adanya gunung suci sebagai istana para dewa dan roh suci leluhur. Untuk kepentingan pemujaan akhirnya gunung suci itu dibuatkan berbentuk replika (tiruan) berbentuk bangunan yang dinamai candi, prasada dan meru http://www.babadbali.com/canangsari/hkt-meru-fungsi.htm 20/8/2018), serta payung tradisional Bali yang sering digunakan sebagai dekorasi. Selain itu juga ada ilustrasi

rumput dan pohon kelapa, logo facebook dan logo instagram, serta logo halal MUI (majelis ulama Indonesia)

d. teks : oleh-oleh khas Bali, Pie susu cening, Majelis ulama Indonesia, halal & majelis ulama Indonesia, dalam dalam huruf arab, f (logo facebook), pie susu cening

e. Tipografi : ada dua jenis tipografi yang digunakan yaitu jenis huruf klasik, tidak berkait dan script. Jenis huruf klasik (oleh-oleh khas Bali, Pie Susu) , huruf script (Cening) huruf hasil kreasi desainer kemasannyanya sendiri), huruf tidak berkait (pie susu cening) disebelah logo facebook & instagram (arial)

f. Warna : Dominan warna sama dengan keseluruhan bagian kemasan lain yaitu oranye dan kuning, ada pula warna hijau , coklat dan putih.

Gambar 7 : Kemasan bagian Punggung
Sumber : Eldiana, 2018

a. ukuran **:** Panjang 23 cm x lebar 5,5 cm

b. bahan **:** kertas ivory

c. Ilustrasi **:** Jenis ilustrasi yang digunakan sama dengan ilustrasi bagian kemasan sisi depan yaitu jenis ilustrasi gambar tangan yang dibuat digital dengan pen tablet (wacom) dalam program adobe photoshop. Ilustrasinya berupa gambar bulat menyerupai bentuk pie, ilustrasi mendung, gapura Bali (candi bentar) dan meru pada pura yang bersusun tiga,selain itu ada ilustrasi payung yang kerap digunakan dalam upacra adat ataupun dekorasi di Bali, ilustrasi rumput dan pohon kelapa, logo halal MUI (majelis ulama Indonesia).

d. teks **:** oleh-oleh khas Bali, Pie susu cening, Majelis ulama Indonesia, halal& majelis ulama Indonesia, dalam dalam huruf arab, komposisi bahan,tepung, mentega, susu, telor, “tanpa bahan pengawet & pewarna”

e. Tipografi **:** ada empat jenis tipografi yang digunakan yaitu jenis tidak berkait dan script. Jenis huruf klasik (oleh-oleh khas Bali, Pie Susu), huruf script (Cening) huruf tidak berkait (halal, komposisi bahan,tepung, mentega, susu, telor, “tanpa bahan pengawet & pewarna (arial), huruf berkait (majelis ulama Indonesia)

f. Warna **:** Dominan warna sama dengan bagian kemasan lain yaitu oranye dan kuning, ada pula warna hijau , coklat dan putih.

Gambar 8 : Kemasan plastik pie susu cening ayu
Sumber : Eldiana, 2018

a. ukuran **:** panjang 10,5 cm lebar 7,5 cm

b.bahan **:** plastik

c.Ilustrasi **:** Bergambar daun daunan dan bunga yang masih berbentuk kuntum dan bunga yang mekar/berkelopak, serta bentuk lingkaran kecil di sudut kanan bawah dengan sisi luar bergelombang menyerupai matahari.

d. Teks : oleh-oleh khas Bali, pie susu cening,mutu terjamin, 100 % halal, huruf arab yang dibaca halal, P-IRT No.306510402059, produksi: cening ayu, netto : 15 gr, komposisi ; tepung, mentega, susu, telur, tanpa bahan pengawet

e. Tipografi : huruf klasik (oleh-oleh khas Bali, pie susu), Huruf tidak berkait (mutu terjamin, 100 % halal, P-IRT No.306510402059, produksi: cening ayu, netto : 15 gr, komposisi ; tepung, mentega, susu, telur, tanpa bahan pengawet) dan huruf script (cening,halal)

f. Warna : kuning dan putih

3.4.2 Kemasan kacang disco original

Gambar 9 : kemasan kacang disko original dan Salah satu ilustrasi dalam majalah bog bog
Sumber : Eldiana, 2018 dam www.bogbogcartoon.com

Jika ditinjau berdasar tujuan dibuatnya, kartun yang ada pada label kemasan kacang disco original ini adalah kartun yang bertujuan menyampaikan pesan kepada para penikmatnya, dalam hal ini pesan sosial budaya. Berupa beberapa aktifitas yang menggambarkan kehidupan masyarakat Bali, namun dibuat dengan mimik wajah ceria dan perilaku yang lucu. Secara teori ilustrasi ini sudah dapat dikategorikan sebagai kartun, sebab dari gambar yang ditampilkan bersifat reprensentasi atau simbolik, mengandung unsur sindiran, lelucon atau humor. Namun yang menarik disini, kartun

yang dibuat sebenarnya tidak ada kaitannya dengan isi produknya berupa kacang. Dalam aktifitas yang digambarkan tersebut tidak ada unsur yang melibatkan kacang. Dilihat lebih jauh gaya kartun dalam kemasan kacang disko ini memiliki kemiripan dengan gaya kartun yang ada pada majalah bog-bog (majalah kartun Bali). Baik dari karakter penggambaran pakaian, mimik wajah, tema-tema yang sering ditampilkan dalam kartun tentang kehidupan masyarakat Bali. Yang sedikit membedakan terletak pada bentuk mulut karakter orangnya, gaya karakter mulut dalam kartun yang tampak agak maju kedepan tersebut mirip pada kartun the Simpsons (serial kartun komedi Amerika Serikat yang tokoh-tokohnya mempunyai ciri khas badannya berwarna kuning, bentu rambut&mulut yang khas).

Kemasan kacang disko original ini berdasarkan frekwensi pemakaian tergolong kemasan sekali pakai (*disposible*) , yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai. Sedangkan jika ditinjau dari struktur sistem kemas, kemasan ini termasuk kemasan sekunder, yaitu tidak bersentuhan langsung dengan produknya akan tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan kemasan primer. Kemasan primernya berupa plastik bening yang membungkus kacang disko.. Kemasan ini (baik yang kotak kertas maupun plastik) juga termasuk kemasan fleksibel (bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah).

Gambar 11 : kemasan atas dan depan kacang disko original
Sumber : Eldiana, 2018

Dalam panel display utama label kemasan bagian atas ini terdapat nama merk yakni "Krisna" oleh-oleh khas Bali. Merk tersebut sekaligus menjadi logo perusahaan yakni teks Krisna dan ilustrasi dewa krisna sedang meniup seruling. Selain itu pada PDU terdapat nama produk yaitu kacang disco original. Logo halal dan nomor PIRT dari dinas kesehatan. Dibagian kemasan sisi depan terdapat pula nama produk kacang disco original, keterangan komposisi bahan, serta tanggal kadaluarsa.

Adapun elemen visual pada kemasan kacang disko original akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Ukuran : Panjang 18 cm, Lebar 13 cm, tinggi 4 cm

b. Bahan : kertas ivory

c. ilustrasi : Berjenis ilustrasi gabungan yaitu ilustrasi gambar tangan berupa ilustrasi kartun pada karakter masyarakat Bali dan Dewa krisna serta ilustrasi fotografi

pada foto kacang disko yang nampak pada bagian bawah kemasan serta di sisi samping kiri dan kanan kotak kemasan. Ilustrasi foto kacang ini ditampilkan untuk menggambarkan isi produk kemasaanya. Ilustrasi pada kemasan ini terdiri dari logo pada kemasan paling atas yang berupa logo gabungan (gambar sketsa dewa krisna yang sedang meniup seruling dan gambar mahkota diatas huruf I) . Selain itu ilustrasi yang menjadi titik fokus dalam kemasan ini berupa aktifitas yang menggambarkan kehidupan masyarakat Bali. Ada Wanita Bali yang memakai kain yang diikat selendang dan yang membawa keranjang buah sambil membawa tape/radio dipundak menunjukkan unsur modern yang digambarkan pada wanita Bali namun tetap ada unsur tradisonal dilihat dari pakaian dan membawa keranjang buah di tangan kanannya . Ada karakter pria bertelanjang dada dengan rambut berjambul berwarna kuning, menunjukkan pengaruh budaya modern dari model rambut (Mohawk/berjambul) dan warna rambutnya. Dan ada kambing disampingnya yang sedang tersenyum. Lalu karakter wanita Bali yang tersenyum lebar berpakaian adat ringan (memakai kamen/ kain& diikat selendang) membawa bokor berisi bunga dan dupa. Ada pula dua karakter pria yang tidak memakai baju atasan dengan perut buncit memakai udeng dikepala serta kain kotak-kotak (poleng) pria pertama sedang membawa cangkul, ekspresi kedua pria itu sendang tersenyum lebar dan ada ayam disampingnya, dan kerbau yang tersenyum lebar di sebelah kanan. Karakter utama dalam kemasan ini berupa gambar kartun pria memakain udeng yang duduk bersila yang sedang meniup seruling dengan hiasan dibadan berupa ornamen pepatran Bali . Pria ini digambarkan sebagai Dewa Krisna dengan ciri khas seruling yang ditiup.

d. Teks : Krisna oleh-oleh khas Bali, Kacang disko original,100 % halal, DIN.KES RI P-IRT 315517101004021, komposisi, kacang pilihan, tepung, gula, garam,minyak nabati, bawang putih dan cabe, packaging by Najwa Food,Denpasar, 25.12.18. Tingkat readybility teks sangat baik pada teks utama (judul) yaitu kacang disko. Namun yang disayangkan ada penempatan teks yang kurang tepat yaitu "DIN.KES RI P-IRT 315517101004021" yang diletakkan diatas latar belakang ilustrasi foto kacang sehingga tidak mudah terbaca, padahal masih ada bidang kosong tanpa ilustrasi yang bisa memaksimalkan tingkat keterbacaan teks. Begitu pula penempatan teks 'komposisi, kacang pilihan, tepung, gula, garam,minyak nabati, bawang putih dan cabe, packaging by Najwa Food,Denpasar" yang teksnya berwarna putih dan ditempatkan dibawah ilustrasi gambar kartun, sehingga kurang nyaman untuk dibaca sebab kalah dengan kontras ilustrasi latar belakang.

e. Tipografi : Huruf yang dipakai hanya satu jenis yaitu huruf tidak berkait. Untuk *legibility,* pemilihan jenis huruf sudah cukup baik , huruf yang digunakan sederhana , mempunyai ketebalan yang pas sehingga mudah dikenali, terutama huruf pada

“kacang disko” yang mempunyai ukuran huruf paling besar dengan ketebalan yang cukup tebal.. Namun untuk huruf pada teks “original” terlalu dekat jarak huruf r dan i serta jarak antar kata di atasnya (kacang disko) terlalu dekat sehingga huru I menempel dengan huruf “g”.

f. Warna : Merah, kuning, coklat muda, biru,hijau,hitam, putih, ungu muda. Warna yang paling dominan terlihat adalah merah dan kuning, serta coklat muda. Warna dominan yang digunakan adalah warna panas (merah,kuning) sebab warna ini memiliki kontras yang baik dan menonjol, selain itu kesan yang ditampilkan warna ini membuat semangat, menggugah selera dan jika kemasan ini diletakkan di display toko akan cukup menonjol bisa bersaing dengan produk-produk lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil yang dicapai pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Alasan kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali adalah perusahaan ingin sesuatu yang berbeda dalam membentuk branding perusahaan, ketika produk pesaingnya banyak menggunakan ilustrasi foto dalam desain kemasan maka desainer dan pihak pemilik perusaan memutuskan memakai ilustrasi hand drawing/ilustrasi kartun dalam desain kemasan dan media promosinya. Sebab kemasan dengan desain yang berbeda dengan kemasan umumnya dan unik akan terlihat menonjol diletakkkan di display. Adapula pemilik usaha yang memakai ilustrasi kartun pada kemasan produk karena alasan pribadi yang menyukai karakter gambar kartun
2. Aplikasi kartun sebagai elemen visual kemasan oleh-oleh makanan khas Bali terlihat jelas terutama pada ilustrasi pada kemasan kacang disko original, merujuk pengertian kartun sendiri harus memiliki pesan dan unsur humor. Sedangkan pada kemasan pie susu cening ayu, kacang bomboe rempah tjap jago ngemil, dan kopi nini *premium wild luwak coffee peaberry* belum bisa dikatakan sepenuhnya kartun secara murni, tapi lebih mengarah pada ilustrasi yang bergaya kartun.

4.2 Saran

Saran penulis terutama bagi desainer komunikasi visual yang menggarap kemasan, hendaknya harus ikut mengedukasi para pemilik produk oleh-oleh Bali, agar dalam membuat produk tidak hanya memikirkan kualitas rasa, namun juga harus ditunjang dengan kemasan yang menarik dan unik seperti menggunakan ilustrasi kartun, sehingga akan menambah nilai produk oleh-oleh Bali.

DAFTAR PUSTAKA

Ebdi Sanyoto,Sajiman.(2009*). Nirmana:Elemen-Elemen Seni dan Desain.* Jalasutra :Yogyakarta.

Klimchuk, Rosner & Krasovec. A. Sandra. (2006), *Packaging Design Successful Product Branding From Concept to Shelf* atau *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, terjemahan Bob Sabran. (2007), Erlangga, Jakarta.

Kusrianto, Andi.(2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*.Andi,Yogyakarta

Negara,I Nengah Sudika.(2009), *Buku Ajar Ilustrasi 1*. Denpasa r: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

Pujiriyanto.(2001).*Desain Grafis Komputer*. Andi,Yogyakarta

Rustan, Surianto. (2008) *Mendesain Logo*,, Jakarta: PT. Gramedia

----------(2008) *Hurufontipografi*,, Jakarta: PT. Gramedia

Sarwono Jonathan & Lubis Harry. (2007), *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*, Andi : Yogyakarta

Setiawan, Muhammad Nashir, (2002), *Menakar Panji Koming*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta.

Wirya, Iwan. (1999). *Kemasan yang Menjual*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Jurnal :

Cokorda Alit Artawan dan Ni Ketut Rini Astuti (2015) , *Kartun Sebagai Elemen Visual Media Pembelajaran Lalu Lintas Ditlantas Polda Bali*, Jurnal Hasil Penelitian Segara Widya, Vol,3 No.1 , LP2M ISI : Denpasar

Ni Luh Desi In Diana Sari dan Alit Kumala Dewi (2014),*Identitas Budaya Lokal pada Desain kemasan Oleh-Oleh Kopi Bali*, Jurnal Hasil Penelitian Segara Widya Vol.2 No.2, LP2M ISI : Denpasar

Nina Nurviana, Priyanto Sunarto, Achmad Syarie (2012) *Identitas Dan Karakter Budaya Lokal Pada Kemasan Makanan Oleh-Oleh*, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia Wimba, Vol.04 No.2.,ITB : Bandung

DAFTAR SUMBER

https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dari-warna-panas/23413/20/8/2018

http://www.ceningayu.com/1/5/2018

www.dadosdesain.blogspot.com

www.krisnabali.co.id

https://bogbogcartoon.com

KARAKTER FEMININ PADA DESAIN KEMASAN KULINER OLEH-OLEH KHAS BALI

Ni Ketut Pande Sarjani, I Wayan Agus Eka Cahyadi
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah Denpasar.
E-mail: pandesarjani@gmail.com

ABSTRAK

Bali sebagai destinasi wisata terbaik dunia, mengakibatkan munculnya berbagai industry penunjang pariwisata, salah satunya adalah produk kuliner. Berbagai produk kuliner berkembang dengan system pengemasan yang menarik dan menggunakan konsep berkarakter feminin. Produk kuliner sendiri bukan produk yang diperuntukkan khusus bagi perempuan, namun konsep yang diterapkan sebagian besar bersifat kewanitaan, untuk itu menarik sekali jika mengkaji "Karakter feminin Pada Desain Kemasan Kuliner Oleh-oleh Khas Bali". Rumusan masalah penelitian ini adalah 1). Bagaimana penerapan konsep feminin pada kemasan kuliner ? dan 2). Apa yang menyebabkan penggunaan konsep feminin pada desain kemasan kuliner ? Tujuannya adalah untuk mengetahui penerapan dan penyebab penggunaan karakter feminin pada kemasan kuliner.

Untuk memecahkan permasalahan ini, maka landasan teori yang digunakan adalah teori Feminimisme, teori Semiotika dan teori Desain Komunikasi Visual khususnya desain kemasan. Model penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kwalitatif dengan penentuan sampel penelitian melalui teknik purposive. Adapun lokasi yang dijadikan penelitian adalah di Kota Denpasar, observasi dilakukan di beberapa pasar oleh-oleh, dan melakukan wawancara dengan desainer kemasan kuliner Bali.

Hasil dari penelitian ini adalah diterapkannya karakter feminin pada unsur-unsur visual kemasan kuliner seperti pada ilustrasi, tipografi dan warna. Pada ilustrasi, sebagian besar dari kemasan menggunakan penari Bali perempuan, pada warna menggunakan warna yang mengkonotasikan sensualitas, keanggunan, kesucian, dan keindahan sehingga sangat dekat dengan citra feminin. Jenis tipografi selalu menggunakan jenis huruf script. Penggunaan karakter feminin ini dipercaya mampu menguatkan pesan, dan memberikan daya tarik kemasan. Perempuan merupakan elemen agar produk mempunyai unsur jual sehingga menghasilkan keuntungan, maka penggunaan perempuan dalam iklan maupun kemasan merupakan sesuatu yang sejalan dengan ideologi kapitalisme, dan selain itu penggunaan karakter feminin mampu memberikan daya tarik bagi pangsa pasar.

Kata Kunci : Karakter Feminin, Kemasan Kuliner Oleh-oleh Khas Bali.

ABSTRACT

As the world's best tourist destinations, Bali tourism has brought about a lot of tourism industry, one of them is culinary product of Bali's unique souvenir. Most of these products are packed interesting with the concept of feminine character. This culinary product is not a product devoted exclusively to women, but the concept is mostly feminine, it is very interesting to examine the "Feminine Character in Culinary Packaging Design of Bali's Typical Souvenier". The formulation of the problem is 1). How the application of feminine concepts and 2). Causes the use of feminine concepts in culinary packaging design? The goal is to know the application and causes of the use of feminine characters on culinary packaging.

To solve this problem, the theoretical basis used is the theory of Feminimism, Semiotics theory and Visual Communication Design theory, especially packaging design. The research model used is qualitative descriptive method with the determination of research sample through purposive technique. The research location is in Denpasar City, observation in some market souvenirs, and interview with Bali culinary packaging designer.

The result of this research is feminine character applied to visual elements of culinary packaging like in illustration, typography and color. In the illustrations, most of the packaging uses female

Balinese dancers, in colors using colors that connote sensuality, elegance, purity, and beauty so closely to the feminine image. Type typography always use script type letters. The use of this feminine character is believed to strengthen the message, and provide the appeal of packaging.
Women are an element in order that the product has the element of selling to produce profit, then the use of women in advertising and packaging is something that is in line with the ideology of capitalism, and in addition the use of feminine characters can provide attractiveness for market share.

Key Words : Feminine Character, Culinary Package by Typical Bali

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Bali sebagai daerah tujuan wisata dikenal memiliki keindahan alam dengan panorama yang khas, keragaman suku dan budayanya, dan yang paling mengagumkan adalah keramahan masyarakatnya yang senantiasa menyapa pengunjung dengan ramah. Kehidupan social masyarakat Bali yang religius dan dengan kegiatan keagamaan yang selalu dikaitkan dengan kegiatan berkesenian mengakibatkan Bali merupakan daerah yang memiliki kebudayaan unik. Tentu saja hal tersebut menjadikan Bali dinobatkan sebagai destinasi wisata terbaik dunia 2017 versi Trip Advisor Travelers' Choice Awards 2017 yang mengalahkan London, Paris, Roma, dan New York City.

Sebagai daerah tujuan wisata terbaik dunia mengakibatkan pesatnya perkembangan produk untuk menunjang kegiatan wisata, salah satunya dibidang kuniler seperti produk oleh-oleh khas Bali. Para pegusaha, baik itu usaha kecil maupun besar berlomba-lomba untuk membuat berbagai produk makanan olahan khas Bali, seperti : pie susu, ayam betutu, bak pia, kacang asin, kacang disko, aneka kripik, coklat, dan berbagai minuman. Dengan banyaknya industry produk oleh-oleh ini berakibat terjadi persaingan antara sesama produk kuliner oleh-oleh khas Bali, untuk menyiasati agar produknya terlihat menarik dan berkualitas maka mereka mengemas produknya semenarik mungkin sehingga bisa menjadi eye chatcer ketika ditempatkan di pasar oleh-oleh. Membuat desain kemasan yang menarik wajib dilakukan para produsen agar memiliki nilai jual yang tunggi. Menurut Julianti (2014: 15) kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Apabila dirinci lebih jauh, dan berdasarkan difinisi berikut beliau menyimpulkan beberapa fungsi kemasan yaitu: melindungi kualitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen, membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen, membuat produk dapat diproduksi secara masal, menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima pancaindra konsumen, yitu melihat, mendengar, membau, meraba samapi ada keputusan membeli dan menggunakan produk. (Julianti, 2014: 30).

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006: 82) dalam mendisain kemasan, prin-

sip dasar desain disesuaikan untuk memenuhi tujuan setiap tugas-tugas desain. Ada banyak variable yang mempengaruhi bagaimana dan mengapa desain kemasan dapat menarik konsumen. Dari suatu perspektif desain murni (memindahkan variable pemasaran lain seperti harga, lokasi, dan kesetiaan merek) terdapat elemen-elemen penting yang menangkap perhatian konsumen dengan sangat baik dan menerobos perhatian kerumunan visual dalam kompetisi ritel. Empat penarik perhatian utama adalah Warna, struktur Fisik atau Bentuk , simbol dan angka, tipografi. Desain kemasan yang bisa melayani target pasar yang dituju haruslah sesuai dengan budaya setempat, tatanan bahasa yang tepat dan akurat, logis secara visual, dirancang secara kompetitif.

Dalam membuat desain kemasan, ilustrasi yang tepat sangat berperan baik dalam menarik pangsa pasarnya, salah satunya adalah dengan menerapkan identitas budaya local seperti: tempat-tempat wisata yang favorit di Bali, berbagai kesenian local Bali, Pura, Penjor, dan sebagainya. Yang paling menarik adalah penggunaan karakter feminin pada ilustrasi desain kemasan. Sebagian besar oleh-oleh khas Bali di bidang kuliner ini menggunakan ilustrasi perempuan, seperti penari Bali maupun gadis Bali yang berpakaian adat Bali, hal ini tentu saja digunakan sebagai daya Tarik bagi pangsa pasarnya.

Kata "karakter" dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1999: 444) berarti sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain; tabiat; watak. Berkarakter artinya mempunyai tabiat; mempunyai kepribadian; berwatak. Karakterisasi berarti perwatakan yang bersifat khas. Karakteristik memiliki arti ciri-ciri khusus. Sementara itu Feminimitas menurut Toril Moi dalam Aquarini (2007: 22) adalah salah satu rangkaian karakteristik yang didefinisikan secara kultural, feminisme adalah posisi politis sementara femaleness (yang paling tepat diterjemahkan sebagai" kebetinaan") adalah hal yang biologis. Jenis kelamin dan juga kebetinaan adalah realitas biologis, dengan demikian segala fakta biologis; mendapat menstruasi, kemampuan untuk melahirkan, menyusui, dapat dianggap sebagai takdir yang kurang lebih tidak dapat diubah. Kamus Besar Bahasa Indonesia (1999: 275) menyebutkan bahwa feminin adalah mengenai (seperti, menyerupai) wanita; bersifat kewanitaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa karakter feminin sendiri memiliki pengertian sifat-sifat kejiwaan menyerupai wanita.

Dalam mengemas produk kuliner oleh-oleh khas Bali ini sebagian besar menggunakan figur perempuan sebagai ilutrasi utamanya padahal produknya sendiri tidak dikhususkan bagi perempuan, lain halnya dengan produk-produk seperti spa, body lotion, maupun lulur Bali yang memang pangsa pasarnya adalah perempuan. Untuk itu menarik sekali jika dibahas tentang "Karakter Feminin Pada Desain Kemasan Kuliner Oleh-Oleh Khas Bali".

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

a. Bagaimana penerapan karakter feminin pada unsur visual kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali ?
b. Mengapa karakter feminine digunakan dalam kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali ?

TUJUAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

a. Untuk mengetahui karakter feminine yang ditampilkan pada unsur visual kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali
b. Untuk mengetahui alasan penggunaan karakter feminin pada kemasan oleh-oleh khas Bali.

KONTRIBUSI PENELITIAN

a. Diharapkan dapat memberikan pengetahuan teoritis khsusnya bidang ilmu desain komunikasi visual, mengenai desain kemasan yang menggunakan konsep feminin.
b. Dengan penelitian ini pula diharapkan bisa memberikan kontribusi yang baik kepada perusahaan serupa akan pentingnya konsep desain yang baik dalam sebuah kemasan.

KAJIAN TEORI

A. Teori Desain KomunikasiVisual

a. Tinjauan Umum Kemasan

Menurut Julianti (2014: 15), kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Fungsi dari kemasan adalah: Melindungi kwalitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana komunikasiproduk dan branding kepada konsumen, membantu distribusi produk dari produsen sampai ketangan konsumen, membuat produk dapat diproduksi secara massal, menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima pancaindra konsumen, yaitu melihat, mendengar, membau, meraba, merasa sampai pada keputuasan membeli dan menggunakan produk.

Berdasarkan fungsinya, kemasan dibagi menjadi dua, primer dan sekunder. Disebut primer karena kemasan ini langsung bersinggungan dengan produknya contohnya botol, tube dan tutupnya disebut kemasan primer karena langsung kontak dengan produknya, sedangkan label dan kotaknya kadang- kadang juga disebut kemasan primer meskipun tidak kontak dengan produknya. Jadi kemasan primer adalah kes-

eluruhan kemasan yang di-display dan yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Kemasan primer sangat penting dari segi fungsinya untuk melindungi, mengawetkan, komunikasi ke pelanggan, dan termasukfungsi artistik supaya konsumen yang melihat langsung tertarik dan membeli.

Kemasan sekunder diperlukan untuk melindungi kemasan primer selama dalam penyimpanan di gudang serta saat didistribusikan ke pelanggan partai besar maupun pedagang eceran. Kemasan sekunder juga untuk mengantisipasi moda transportasi serta kondisi jalan pada sistem distribusinya. Seperti halnya kemasan primer, kemasan sekunder juga meliputi bahan kemasan, bentuk, serta operasi dilapangan. Perlu iingat, fungsi kemasan sekunder ini juga tidak kalah pentingnya dengan kemasan primer. Sesuai dengan fungsinya untuk melindungi kemasan primer, kemasan sekunder dapat berbentuk tatakan, pembungkus, pengikat, dan dapat terbuat dari bahan karton, plastik, tali, film pembungkus, cellotape, atau lainnya. Sementara karton tray untuk multipack dan pembungkus serta karton gelombang disebut sebagai secondary packaging atau supporting packaging. Baik kemasan sekunder maupun kemasan penunjang berfungsi menjamin supaya kemasan primer sampai ke tangan konsumen selalu dalam keadaan baik. Karena itu kemasan sekunder dan kemasan penunjang harus didesain sedemikian rupa agar kemasan primernya selalu aman, tidak berdebu, tidak terkelupas, tidak rusak, patah, penyok, tidak berubah warna dan lain-lain. Kemasan sekunder merupakan satu kesatuan dengan kemasan primer (Julianti, 2014: 30).

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006: 82) dalam mendisain kemasan, prinsip dasar desain disesuaikan untuk memenuhi tujuan setiap tugas-tugas desain. Ada banyak variable yang mempengaruhi bagaimana dan mengapa desain kemasan dapat menarik konsumen. Dari suatu perspektif desain murni (memindahkan variable pemasaran lain seperti harga, lokasi, dan kesetiaan merek) terdapat elemen- elemen penting yang menangkap perhatian konsumen dengan sangat baik dan menerobos perhatian kerumunan visual dalam kompetisi ritel. Empat penarik perhatian utama adalah Warna, struktur Fisik atau Bentuk , simbol dan angka, tipografi. Desain kemasan yang bisa melayani target pasar yang dituju haruslah sesuai dengan budaya setempat, tatanan bahasa yang tepat dan akurat, logis secara visual, dirancang secara kompetitif.

Apapun struktur desain kemasan atau apapun material yang dipakai (botol, toples, tabung, tube, tas, kantung, atau kotak), terdapat area yang khusus menempatkan identitas merek dan eleman-eleman komunikasi utama. Area ini disebut Panel Display Utama atau Primary Display Panel (PDP), terdapat di bagian depan desain kemasan. Ukuran dan bentuk PDP meliputi area display yang merupakan aspek visual paling penting dari suatu desain kemasan; komunikasi visual pemasaran dan strategi merek. PDP memegang peranan penting dalam tanggung jawab penjualan desain kemasan di

lingkungan retail yang ketat. Elemen-elemen yang diperlukan pada umumnya meliputi: tanda merek, nama merek, nama produk, keterangan komposisi (ingredient), berat bersih, informasi nilai gizi, tanggal kadaluarsa, dalam obat: peringatan bahaya arahan penggunaan, dosis dan intruksi, Ragam, Barcode. Kemudian elemen-elemen yang diatur dengan desain adalah warna, citra, huruf, ilustrasi, sarana gratis, foto, simbol, ikon, dan hirarki visual. Selain itu PDP juga harus didisain dengan baik untuk mengkomunikasikan strategi pemasaran/merek secara efektif, mengilustrasikan informasikan produk secara jelas, menekankan informasi dengan hirarki dan tidak berserakan serta mudah dibaca, menyarankan fungsi; penggunaan, dan tujuan produk secara visual, menjelaskan penggunaan dan cara pemakaian secara efektif, membedakan produk dari kompetisi produk sejenis, dan membedakan produk di rak dalam kaitannya dengan ragam lain.

B. Teori Feminimisme

Feminisme (tokohnya disebut Feminis) adalah sebuah gerakan perempuan yang menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria. Feminisme berasal dari bahasa Latin, femina atau perempuan. Istilah ini mulai digunakan pada tahun 1890-an, mengacu pada teori kesetaraan laki-laki dan perempuan serta pergerakan untuk memperoleh hak-hak perempuan. Sekarang ini kepustakaan internasional mendefinisikannya sebagai pembedaan terhadap hak hak perempuan yang didasarkan pada kesetaraan perempuan dengan laki laki. Feminimitas menurut Toril Moi dalam Aquarini (2007: 22) adalah salah satu rangkaian karakteristik yang didefinisikan secara kultural, feminisme adalah posisi politis, sementara femaleness (yang paling tepat diterjemahkan sebagai" kebetinaan") adalah hal yang biologis. Jenis kelamin dan juga kebetinaan adalah realitas biologis, dengan demikian segala fakta biologis; mendapat menstruasi, kemampuan untuk melahirkan, menyusui, dapat dianggap sebagai takdir yang kurang lebih tidak dapat diubah.

Buku Kamus Besar Bahasa Indonesia (1999: 275) menyebutkan bahwa feminin adalah mengenai (seperti, menyerupai) wanita; bersifat kewanitaan. Kata wanita sendiri jika dikutip berdasarkan old Javanese English Dictionary (Zoetmulder, 1982) dalam Hafidzoh (2012: 1) berarti yang diinginkan, arti yang diinginkan dari wanita ini sangat relevan dibentangkan disini. Maksudnya bahwa wanita adalah sesuatu yang diinginkan pria. Dengan demikian, kata wanita berarti hanya menjadi objek (bagi laki-laki) belaka. Di sisi lain kata wanita sendiri bukan merupakan kata induk, melainkan hasil akhir dari proses panjang perubahan bunyi metatesis dan proses perubahan kontoid dari kata betina. Kata betina mula-mula menjadi batina, kemudian kata batina berubah melalui proses metatesis menjadi banita, kemudian kata banita

sendiri mengalami proses perubahan bunyi konsonan (kontoid) dari ‘b’ menjadi ‘w’ sehingga menjadi wanita. Berdasarkan etimologi rakyat Jawa, kata wanita dipersepsi secara kultural sebagai wani ditato. Terjemahan leksikalnya berani diatur; tunduk pada suami; tidak melawan pria. Dalam hal ini wanita dianggap mulia bila tunduk dan patuh terhadap pria. Terdapat pula pepatah dalam masyarakat Jawa “Pejang gesang kula ndherek” yang artinya hidup atau mati, aku akan ikut suami. “ Swarga nunut, neraka katut” artinya, suami masuk surga aku numpang, suami masuk neraka aku terbawa. Rupa-rupanya, anggapan Jawa ini merasuk kuat dalam bahasa Indonesia. Kesetiaan seorang wanita dinilai tinggi.

Sementara itu kata wanita dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1999; 525) berarti perempuan dewasa. Jika ditinjau secara etimologisnya, kata perempuan sendiri bernilai cukup tinggi, kata perempuan sendiri berasal dari kata empu yang berarti tuan, orang yang mahir/berkuasa, ataupun kepala, hulu, atau yang paling besar. Karena itu kita kenal kata ‘empu jari’ adalah ibu jari, ‘empu gending’ adalah orang yang mahir mencipta tembang. Kata perempuan juga berhubungan dengan kata ampu yang berarti sokong, memerintah, penyangga, penjaga keselamatan, bahkan wali. Kata mengampu berarti menahan agar tidak jatuh atau menyokong agar tidak runtuh (Hafidzoh, 2012: 6).

Untuk menelaah karakter feminin dari unsur visual kemasan oleh-oleh khas Bali maka dibutuhkan teori Feminimisme untuk mengetahui hakekat dari kata perempuan beserta sifat-sifatnya, sehingga dapat menentukan karakter dan ciri-ciri dari feminin tersebut.

C. Teori Semiotika

Menurut Piliang (1998: 262) dalam Tinarbuko (2009: 11) semiotika berasal dari kata Yunani yaitu semeion, yang artinya tanda. Dalam pandangan Piliang, penjelajahan semiotika sebagai metode kajian dalam pelbagai cabang keilmuan ini dimungkonkan karena ada kecendrungan untuk memandang pelbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain bahasa dijadikan model dalam pelbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri.

Semiotika menurut Berger (2000: 10) dalam Tinarbuko (2009: 11) memiliki dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan diantara keduanya tidak saling mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peircedi Amerika Serikat. Semiologi menurut Saussure seperti dilkutip Hidayat dalam

Tinarbuko (2009: 12), didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna, atau selama berfungsi sebagai tanda, di belakangnya harus ada sistem pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Dimana ada tanda disana ada sistem. Peirce menyebutkan ilmu yang dibangunnya tersebut sebagai Semiotika (semiotics). Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda (Berger, 2000: 11). Dalam perkembangan selanjutnya istilah semiotika lebih populer daripada semiologi.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign), berfungsinya tanda dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda. Adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua itu dapat disebut dengan tanda. Sebuah bendera kecil, sebuah isyarat tangan, sebuah kata, suatu keheningan, suatu kebiasaan makan, sebuah gejala mode, suatu gerak syarat, peristiwa memerahnya wajah,suatu kesukaan tertentu, letak bintang tertentu, suatu sikap, setangkai bunga, rambut uban, sikap diam membisu, gagap, berbicara cepat, berjalan sempoyongan, menatap, api, putih, bentuk, bersudut tajam, kecepatan, kesabaran, kegilaan, kekhawatiran, kelengahan, semua itu dianggap sebagai tanda (Zoest, 1993: 18).

Menurut Saussure, seperti dikutip Pradopo (1991: 54) dalam Tinarbuko pula (2009: 12) tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Dimana ada tanda, disana ada sistem. Artinya sebuah tanda (berwujud kata atau gambar) mempunyai dua aspek yang ditangkapoleh indra kita yang disebut dengan signifier, bidang penanda atau bentuk. Aspek lainnya disebut signified, bidang petanda atau konsep atau makna. Aspek kedua terkandung terkandung di dalam aspek pertama. Jadi petanda merupakan konsep atau apa yang dipresentasikan oleh aspek pertama, selain itu di katakan pula bahwa penanda terletak tingkatan ungkapan (level of expression) dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti bunyi, huruf, kata, gambar, warnna, objek, dan sebagainya.

Petanda terletak pada level of content (tingkatan isi atau gagasan) dari apa yang diungkapkan melalui tingkatan ungkapan. Hubungan antara kedua unsur melahirkan makna. Tanda akan selalu mengacu pada (mewakili) sesuatu hal (benda) yang lain. Ini disebut referent. Lampu merah mengacu pada jalan berhenti. Apabila hubungan antara tanda dan yang diacu terjadi, maka dalam benak orang yang melihat atau mendengar akan timbul pengertian (Eco, 1979: 59).

Menurut Pierce, tanda (representament) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu (Eco, 1979: 15). Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh Pierce disebut objek (denotatum). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi bila diintepretasikan dalam benak penerima tanda melalui interpretantt. Jadi interpretantt ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya, tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman dapat terjadi berkat ground, yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik. Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol (Tinarbuko, 2009: 14).

a. Makna Denotasi dan Konotasi

Spradly (1997: 122) menyebutkan bahwa makna denotatif adalah hal-hal yang ditunjuk oleh kata- kata (makna refrensial). Piliang (1998: 14) mengartikan makna denotatif hubungan eksplisit antara tanda dengan refrensi atau realitas dalam pertandaan tahap denotatif. Misalnya, ada gambar manusia, binatang, pohon, rumah. Warnanya juga dicatat, seperti merah, kuning, biru, putih, dan sebagainya. Pada tahapan ini, hanya informasi data yang disampaikan.

Sedangkan makna konotasi menurut Spradley (1997: 123) adalah semua signifikansi sugesti dari simbol yang lebih daripada arti refrensialnya. Menurut Piliang (1998: 17), makna konotatif meliputi aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta nilai-nilai kebudaayaan dan ideologi. Contohnya gambar wajah tersenyum dapat diartikan sebagai suatu keramahan, kebahagiaan. Tetapi sebaliknya bisa saja tersenyum diartikan sebagai ekspresi penghinaan terhadap seseorang. Untuk memahami makna konotatif, maka unsur-unsur yang lain harus dipahami pula.

Sementara itu Roland Barthes dalam Noviani (2002: 78) menyebutkan bahwa sign itu memiliki makna denotatif, dan memiliki makna tambahan yang disebut makna konotatif. Denotatif dan konotatif ini sebetulnya adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan hubungan antara penanda dan petanda atau referensinya. Denotasi digunakan untuk mendeskripsikan makna definisional, literal, gamlang, atau common sense dari sebuah tanda. Sedangkan konotasi mengacu pada asosiasi-asosiasi sosial budaya dan personal (ideologi, emosional, dan sebagainya). Sementara itu Stuart Hall (78) dalam Noviani (2002: 78) pula, mengatakan bahwa makna denotasi adalah makna literal dari sebuah tanda, karena makna literal tersebut dikenal secara umum, apalagi ketika diskursus visual diikutsertakan. Oleh karena itu makna denotasi ini tidak melibatkan intervensi kode. Konotasi disisi lain mengacu pada sesuatu yang kurang pasti dan oleh karenanya maknanya bisa berubah, dikonvensionalisasikan dan bersifat aso-

siatif. Dengan demikian, makna konotasiini tergantung pada intervensi kode-kode.

Berdasarkan ulasan di atas, untuk mengetahui karakter feminin yang terdapat pada unsur-unsur visual kemasan oleh-oleh khas Bali, maka sangat tepat jika menggunakan teori semiotika khususnya melalui makna denotatif dan makna konotatif.

METODE PENELITIAN

TAHAP-TAHAP PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka akan dilakukan beberapa tahapan-tahapan penelitian, yaitu : pertama, menentukan masalah penelitian dengan merumuskan permasalahan. Kedua, menentukan sampel dengan menggunakan teknik purposive atau berarti sengaja. Jadi sampel tidak diambil secara acak tetapi ditentukan oleh peneliti sendiri. Adapun kriteria yang digunakan adalah dilihat dari penggunaan ilustrasi perempuan pada desain kemasan kuliner oleh0oleh khas Bali. Ketiga menentukan jenis data sebagai tahapan penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Tahap keempat menentukan alat pengambilan data yang dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Tahapan kelima adalah dengan melakukan analisis data, menggunakan pendekatan desain komunikasi visual dan feminimisme.

LOKASI PENELITIAN

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan observasi dibeberapa tempat yakni pada pabrik tempat pembuatan Abon Sudang Noniky, Nikki Arak Bali dan di pusat penjualan oleh-oleh khas Bali Erlangga II jalan Nusa Kambangan Denpasar, di pasar Sukawati Gianyar, dan di toko pusat oleh-oleh khas Bali Krisna yaitu di Kuta jalan Sanset Roud 88, Abian Base Badung.

MODEL YANG DIGUNAKAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang akan memaparkan bagaimana penerapan karakter feminin pada desain kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali yang digunakan sebagai daya tarik kemasan dan memaparkan penyebab penggunaan karakter feminin pada desain kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data-data dikumpulkan dengan beberapa cara untuk memenuhi jenis data yang dibutuhkan. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, antara lain:

Observasi, dilakukan pada perusahaan Abon Sudang Noniky dan Nikki Arak Bali.

Selain itu akan dilakukan obeservasi juga dibeberapa outlet penjualan oleh-oleh khas Bali seperti di Erlangga II yang beralamat Jalan Nusa Kambangan Denpasar, Di Krisna oleh-oleh Kuta Jalan Sunset Road Abian Base Kuta Badung, dan di pasar Sukawati Gianyar.

Wawancara dilakukan pada desaener yang merancang kemasan kemasan tersebut.

Kepustakaan, metode ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku, majalah dan media massa lainnya yang erat kaitannya dengan obyek permasalahan, yang dalam hal ini berkaitan dengan kemasan dan feminimisme. Buku-buku yang digunakan sebagai refrensi adalah buku mengenai desain kemasan, feminimisme, Desain Komunikasi Visual, estetika dan lain lain.

Dokumentasi, dilakukan dengan mengumpulkan data-data dari obyek permasalahan atau dokumen baik berupa gambar, foto, video dan sebagainya sebagai data fakta dan sebagai bukti untuk dipertanggung- jawabkan. Dalam hal ini yang menjadi obyek dalam pengambilan gambar adalah beberapa kemasan yang digunakan sebagai sampel penelitian.

Teknik Analisa Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriftif-kualitatif, bertujuan untuk menggambarkan berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat menjadi obyek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, tanda atau gambaran tentang kondisi situasi maupun fenomena tertentu (Bungin, 2010:68). Dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan desain komunikasi visual dimana pada tataranini akan mengupas penggunaan karakter feminin pada desain kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali. Kemudian dengan menggunakan pendekatan feminimisme akan mengupas penyebab penggunaan karakter feminin pada desain kemasan.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Kemasan merupakan hasil produk desain komunikasi visual yang keberadaannya sangat dibutuhkan dalam pemasaran suatu produk. Menurut Julianti (2014; 15) kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Kemasan memliki fungsi sebagai pelindung kulitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen, membantu mendistribusikan produk dari produsen sampai ke tangan konsumen, membuat produk dapat diproduksi secara massal, dan yang paling penting sebagai pemicu minat beli dengan merangsang lima panca indra konsumen, yaitu melihat, mendengar, membau, meraba, sampai ada keputusan membeli dan menggunakan produk.

Sebagai perangsang minat beli masyarakat, maka desain kemasan harus memenuhi kebutuhan estetis yaitu dengan mempertimbangakan kaidah-kaidah estetika

dan kriteria desain. Untuk dapat menarik pangsa pasar, dibutuhkan pula konsep desain yang menarik sehingga ketika produk dipajang dan disandingkan dengan produk-produk lainnya, maka produk yang kita pasarkan mampu bersaing dan menjadi focal point dibandingkan produk yang lain. Salah satu konsep yang dapat digunakan dalam mendesain kemasan adalah karakter feminin. Penerapan karakter feminin dapat dilakukan pada masing-masing unsur visual kemasan, seperti ilustrasi, teks, warna dan bahkan bidang-bidang yang menghiasi kemasan.

Ilustrasi merupakan sesuatu yang dapat menghias, menerangkan atau menunjukkan melalui media tertentu. Menurut Kusrianto (2007; 140), ilustrasi memiliki definisi seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam kemasan ilustrasi sangat berperan penting sebagai penarik perhatian, maka dari itu ilustrasi harus bisa bertindak sebagai eye chatching kemasan. Pada produk kuliner oleh-oleh khas Bali, sebagian besar kemasannya menggunakan ilustrasi perempuan Bali sebagai eye chatcher-nya, padahal segmentasi pasarnya tidak dikhususkan bagi perempuan saja. Selain ilustrasi, warna yang digunakan juga sebagian besar menggunakan warna-warna yang secara psikologis memiliki sifat kewanitaan. Karena masing-masing warna memiliki psikologisnya, maka kini para desainer selalu berusaha untuk merancang kemasan dengan mempertimbangkan warna yang sesuai dengan karakter masing-masing produk yang dijual. Selain ilustrasi dan warna dalam kemasan beberapa tipografi juga memiliki karakter, seperti jenis huruf script yang memberikan karakter kewanitaan karena bentuknya yang luwes dan lembut. Jenis huruf ini kerap dipakai pada kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali. Berikut akan dibahas mengenai karakter feminine pada unsur-unsur visual kemasan kuliner khas Bali:

Karakter Feminin Pada Kemasan Kuliner Oleh-oleh Khas Bali

Kemasan Pia Putri Bali

Gambar 2. Kemasan Pia Putri Bali
Sumber: Ni Ketut Pande Sarjani

Unsur Visual Pada Kemasan Pia Putri Bali

Kemasan Pia Putri Bali ini menggunakan ilustrasi penari Legong sebagai identitas budaya lokal. Penari legong yang ditampilkan dalam pose menari dengan membawa kipas pada tangan kanannya. Sebagai ilustrasi utama dalam kemasan, ilustrasi penari Legong ini berhasil menjadi focus utama dibandingkan unsur visual lainnya. Dengan menggunakan figur penari perempuan sebagai ilustrasi utama tentu memberikan karakter feminin pada kemasan. Selain menggunakan ilustrasi penari Legong, kemasan ini juga menggunakan ilustrasi produk kue pia yang dijejer secara rapi, ilustrasi ini pun keberadaannya untuk mewakili produk yang ada dalam kemasan tersebut.

Pada unsur visual teks, kemasan Pia Putri Bali ini menggunakan jenis tipografi Script. Menurut Anggraini dan Nathalia (2014 : 54) pada produk kecantikan wanita, desainer bisa menggunakan jenis huruf feminin yang bisa mengesankan cantik. Dalam bukunya ini penulis memberikan contoh huruf yang mengesankan feminin adalah jenis huruf Edwardian Script. Dengan menggunakan jenis huruf ini pada kemasan pia Putri Bali akan menambah karakter feminin pada desain kemasan sehingga dapat menarik pangsa pasar.

Pada unsur visual warna, kemasan Pia Putri Bali ini didominasi oleh warna merah sebagai background kemasan. Menurut Kusrianto (2007: 47) secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Menurut pakar tentang warna Molly E. Holzschiang menyebutkan bahwa warna merah memiliki makna kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas dan bahaya. Sementara itu menurut Sadjiman (2010: 47) warna merah memiliki konotasi asosiasi darah, api, juga panas. Merah merupakan symbol umum dari sifat nafsu, marah, berani perselisihan, bahaya, perang, seks, kekejaman, bahaya dan kesadisan. Warna merah merupakan warna yang paling popular pada wanita. Api melambangkan keberanian, kekuatan, kemarahan. Merah juga dipakai sebagai tanda stop, lampu merah, lampu rem, peralatan pemadam kebakaran, dan pintu keluar tanda bahaya. Merah dapat meningkatkan tekanan darah dan juga detak jantung. Dari beberapa pernyataan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa warna merah memiliki makna cinta kasih dan warna merah sendiri merupakan warna yang sangat digemari kaum wanita sehingga sangat dekat dengan citra feminin.

Selain menggunakan warna merah, kemasan Pia Putri Bali ini juga menggunakan warna kuning pada tipografinya. Warna kuning sendiri merupakan warna yang cukup kontras jika di sandingkan dengan warna merah pada latarnya. Menurut Molly E. Holzschiang dalam Kusrianto (2007: 47) warna kuning memberi kesan optimis, harapan, filosofi, ketidak jujuran, kecurangan, pengecut, dan penghianatan. Tidak jauh

dengan Sadjiman (2009: 46), menurutnya warna kuning sendiri memiliki asosiasi pada sinar matahari, bahkan pada matahari sendiri, yang menunjukkan keadaan tenang dan hangat. Kuning melambangkan kecerahan, kehidupan, kemenangan, kegembiraan, kemeriahan, kecemerlangan, peringatan, dan humor. Kuning cerah adalah warna emosiaonal yang menggerakkan energi dan keceriaan, kejayaan, dan keindahan. Dari ulasan diatas, salah satu makna dari dari warna kuning adalah keindahan. Keindahan sendiri selalu diidentikkan dengan tubuh perempuan, maka dengan menggunakan warna kuning pada deain kemasan juga dapat memberikan karakter feminin pada desain kemasan.

Kemasan Brem Suling Bali

Gambar 3. Kemasan Brem Suling Bali
Sumber: Ni Ketut Pande Sarjani

Unsur Visual Kemasan Brem Suling Bali

Kemasan Brem Suling Bali menggunakan beberapa ilustrasi yakni ilustrasi penari Bali, bunga Jepun, dan logo dari perusahaan. Pada ilustrasi utama kemasan, menggunakan ilustrasi penari Oleg. Tarian Oleg sendiri merupakan tarian yang menceritakan tentang serangga Tamulilingan yang sedang menghisap sari-sari bunga. Tarian ini biasa ditarikan oleh dua orang penari yaitu satu penari laki-laki dan satu penari perempuan. Namun dalam kemasan brem Suling Bali ini tidak menyertakan ilustrasi penari laki-laki untuk menguatkan karakter feminin pada kemasan. Pada unsur visual teks, kemasan ini menggunakan dua jenis huruf yakni huruf sans serif pada headline dan script pada sub-headline kemasan. Selain pada teks, logo perusahaan juga menggunakan jenis huruf script. Seperti yang telah di bahas diatas menurut Anggraini dan Nathalia (2014:54) huruf script sendiri memiliki karakter feminin, maka dari itu pada produk-produk kecantikan sering menggunakan huruf scrip untuk memberikan kesan feminin pada kemasan sehingga dapat memvisualisasikan citra produk yang dijual.

Pada unsur visual warna kemasan Brem Seruling Bali ini menggunakan warna ungu, warna kuning dan warna merah. Warna ungu terlihat sangat mendominasi karena lebih dari setengah bagian kemasan menggunakan warna tersebut, bahkan ilustrasi pada bunga jepun tersebut yang semestinya berwarna putih kekuningan diubah menjadi bunga warna ungu. Menurut Dameria (2007: 38) salah satu karakter warna ungu adalah lembut, jika dihubungkan dengan sifat manusia, lemah lembut merupakan sifat umum dari perempuan, jadi dengan menampilkan warna ungu dapat memberikan kesan feminin pada kemasan. Menurut Metha (2014;42), warna ungu di Amerika diasosiasikan dengan warna yang sangat disukai oleh perempuan tua. Warna ungu sendiri memiliki makna kangkuhan, kebesaran, kekayaan dan sebagainya. Menurut Nugroho (2008: 47) salah satu makna konotasi dari warna ungu adalah sensual, sedangkan arti dari sensual sendiri adalah berhubungan dengan kenikmatan yang bersifat naluri. Tubuh perempuan selalu dikaitkan dengan kenikmatan naluri seorang pria. Perempuan yang sensual sering dihubungkan dengan kepuasan seorang pria, sehingga dengan menampilkan warna ungu maka akan memberikan kesan feminine pada kemasan tersebut.

Selain warna ungu, kemasan ini juga menggunakan warna merah pada teks Sub Headline. Seperti yang telah dibahas diatas, warna merah melambangkan cinta kasih dan merupakan warna yang sangat digemari perempuan, maka dengan menampilkan warna merah pada kemasan tentu akan memberikan citra feminin pada kemasan. Pada latar bagian sisi kanan kemasan ini menggunakan warna kuning. Menurut Metha (2014; 36), warna kuning dapat memberikan kesan sesuatu yang baru. Penggunaan warna kuning pada kemasan makanan berfungsi untuk memberikan kesan bahwa produk yang dijual merupakan barang yang masih keluaran baru dan masih sangat layak untuk dikonsumsi.

Kemasan Pie Susu Aisyah

Gambar 4. Kemasan Pie Susu Aisyah
Sumber: Ni Ketut Pande Sarjani

Unsur Visual Kemasan Pie Susu Aisyah

Pie susu adalah salah satu produk kuliner jajanan Bali yang cukup diminati wisatawan baik itu domestik maupun mancanegara. Jajanan ini sering diburu wisatawan sebagai oleh-oleh khas Bali karena rasanya yang lezat, dan dengan harga yang mudah dijangkau sebagai buah tangan. Salah satu produk pie susu yang cukup diminati adalah pie susu Aisyah. Pie susu Aisyah sendiri sangat mudah didapat karena tersedia ditiap toko oleh-oleh khas Bali, dengan berbagai ukuran kemasan, dari yang kecil hingga berukuran besar. Berbeda dengan kemasan produk kuliner lainnya yang menggunakan ilustrasi fotografi pada layout kemasan, pie susu Aisyah memilih mengemas produknya dengan menggunakan teknik ilustrasi handdrawing yang menggambarkan seorang gadis berbusana adat Bali. Gadis ini digambarkan dengan rambut yang tergerai kedepan dan bunga jepun yang disumpangkan pada telinga bagian kanannya menguatkan pesan budaya lokal Bali pada kemasan ini. Sebagai ilustrasi utama, ilsutrasi ini mampu bertindak sebagai eye catcher karena Teknik yang digunakan berbeda dengan kemasan lainnya. Dengan menampilkan ilustrasi gadis Bali sebagai ilustrasi utama tentu akan menguatkan kesan feminin pada kemasan ini. Selain itu, untuk mewakili produk yang dijual, kemasan pie susu Aisyah juga mempilkan foto produknya sebagai ilustrasi di kemasan.

Seperti yang telah diulas diatas bahwa kemasan ini menggunakan ilustrasi perempuan yang sedang menggunakan kebaya dengan warna merah muda. Penggunaan kebaya merah muda ini sangat menguatkan kesan feminin pada kemasan tersebut karena menurut Metha (2014 : 34) warna merah muda sering dirasakan sebagai warna yang lembut, cantik, dan feminin. Seperti warna merah, warna pink juga dapat menjadi warna yang hangat dan penuh gairah jika dilihat dari sifat romantis dan sensual. Itulah sebabnya warna merah muda ini juga sangat favorit sebagai warna pakian dalam wanita. Tidak jauh dengan Nugroho (2008; 36), beliau berpendapat bahwa warna merah muda atau pink merupakan warna yang memiliki makna positif diantaranya musim semi, hadiah, apresiasi, kekaguman, simpati, kesehatan, cinta, Juni, pernikahan, kewanitaan (feminine) dan keremajaan (masa muda). Tidak jauh pula dengan Dameria (2007: 40) menurutnya bulan Februari sering dikatakan bulan romantis, karena setiap tanggal 14 februari seluruh dunia merayakan hari Valentine yakni simbol hari kasih sayang. Segala sesuatu yang berbau Valentine dilambangkan dengan gambar hati, dan warna pink (merah muda) diasosiasikan dengan keromantisan. Pink terlihat sebagai warna yang energik, terlihat muda dan menciptakan perasaan yang lembut dan bebas. Pink dengan mudah menggambarkan permukaan material yang halus lembut. Pink identik dengan wanita atau karakter feminin. Warna pink, terutama yang banyak mengandung banyak warna putih atau tint menggambarkan kelembutan, kehalusan, rasa sensitive,

dan rasa romantis. Tak heran jika perempuan sangat menyukai warna ini untuk diterapkan pada kamarnya. (Dameria, 2007: 40). Sehingga berdasarkan uraian diatas maka dengan menampilkan warna merah muda pada ilsutrasi, maka akan menguatkan kesan feminine pada kemasan.

Selain menggunakan warna merah muda, kemasan ini juga menggunakan warna putih sebagai background. Penggunaan warna putih pada latar membuat ilustrasi mampu terlihat kontras dan berhasil bertindak sebagai point of interest. Warna putih sendiri memiliki watak positif, merangsang, cerah, tegas, dan mengalah. Warna ini melambangkan cahaya, kesucian, kemurnian, kekanak-kanakan, kejujuran, ketulusan, kedamaian, ketentraman, kebenaran, kesopanan, keadaan tak bersalah, kehalusan, kelembutan, kewanitaan, kebersihan, simpel, kehormatan. Di Barat putih sebgai konsum pengantin wanita sebagai lambang kesucian, tetapi simbol peletakan senjata dan tanda menyerah. Bendera putih juga melambangkan perdamaian (Sadjiman, 2010: 49). Dari uraian diatas, salah satu makna warna putih adalah kewanitaan, jadi dengan menampilkan warna putih juga memberikan kesan feminin pada desain kemasan. Selain dapat memberikan kesan femnin, secara psikologis, warna putih melambangkan kejujuran, ketulisan dan keiklasan. Warna ini juga mengasosiasikan kita terhadap rasa bersih atau higienis dan klinis. Putih membuat suatu produk terlihat jenih dan bersih. Untuk produk bayi atau produk yang berhubungan dengan kebersihan pribadi dan kesehatan, putih merupakan pesan yang bagus untuk ditampilkan karena mengasosiasikan rasa higienis (Dameria, 2007:50). Berdasarkan hal tersebut, dengan menampilkan warna putih pada kemasan kuliner maka secara tidak langsung akan memberikan kesan bahwa produk tersebut merupakan produk yang higienis sehingga kebersihannya dapat dijamin.

Selain pada ilustrasi, kesan feminin juga dirasakan pada unsur visual teks, penggunaan huruf sans serif dengan jenis font comik sains yang dibuat dengan huruf miring pada bagian headline-nya membuat huruf tersebut terlihat menyerupai hururf script. Seperti yang telah diulas sebelumnya bahwa jenis huruf script sendiri merupakan jenis huruf yang luwes dan indah sehingga sangat cocok jika digunakan untuk produk- produk yang diperuntukkan bagi perempuan. Penggunaan jenis huruf ini pada karya desain akan memberikan citra feminin pada karya desain. Begitu pula jika digunakan pada desain kemasan sudah tentu akan memberikan kesan feminin pada desain kemasan.

Kemasan Arak Bali Nikki

Gambar 5. Kemasan Arak Bali Nikki
Sumber: Ni Ketut Pande Sarjani

Unsur Visual Kemasan Arak Bali Nikki

Selain pulau yang indah dan budaya yang beragam, Bali juga terkenal dengan minumannya yang khas dan salah satunya adalah arak Bali. Dahulu arak Bali merupkan minuman yang hanya dikonsumsi oleh masyarakat Bali dalam acara-acara yang berhubungan dengan kegiatan upacara. Namun minuman ini kini berkembang dan sangat diminati wisatawan mancanegara, bahkan sebagai produk minuman oleh-oleh khas Bali. Sebagai produk oleh-oleh tentu saja dibutuhkan kemasan yang baik untuk mengemasnya. Dibutuhkan pula konsep yang baik agar kemasan memiliki daya Tarik dan mampu bersaing dengan produk lainnya. Walaupun segmentasi pasar dari produk Arak Bali Nikki ini adalah laki-laki, namun konsep yang diterapkan menggunakan karakter feminin pada masing-masing unsur visualnya. Pada ilustrasi kemasan menggunakan penari legong sebagai ilustrasi utama, sementara itu tarian Legong sendiri merupakan jenis tari-tarian yang dimainkan perari perempuan. Tarian Legong ini memang sangat popular digunakan sebagai ilustrasi dalam kemasan pada berbagai produk kuliner khas Bali, selain karena mampu mewakili produk asli Bali, jenis tarian ini juga merupakan tarian dengan tatarias dan busana yang cantik sehingga diharapkan berhasil menjadi daya tarik wisatawan.

Selain pada ilustrasi, karakter feminin juga terlihat pada penggunaan jenis tipografi kemasan. Disini huruf yang digunakan adalah huruf script, yang mana jenis ini memiliki karakter luwes dan lembut. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, karena sifatnya yang lembut dan luwes maka jenis huruf ini sangat cocok digunakan pada produk-produk yang ditujukan untuk perempuan karena memberikan karakter feminin pada produk. Dengan menampilkan jenis huruf scrip pada kemasan pasti akan

memberikan kesan feminin pada kemasan sekalipun pangsa pasarnya adalah laki-laki. Pada unsur visual warna, warna yang digunakan kemasan ini adalah warna merah pada headline, warna emas pada subheadline, dan warna hitam pada background. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, bahwa warna merah merupakan salah satu warna yang paling digemari perempuan, apalagi warna ini memiliki karakter yang sensual, maka jika menggunakan warna merah pada kemasan tentu akan memberikan kesan feminin pada kemasan. Warna hitam sendiri memiliki banyak makna positif seperti kuat, kokoh, anggun, misteri, mewah, modern formalitas, kemakmuran, seks, dan keseriusan (Nugroho, 2008: 38). Dari uraian tadi salah satu makna warna hitam adalah memberikan karakter anggun, anggun sendiri merupakan sifat yang dimiliki perempuan. Perempuan yang anggun merupakan perempuan idaman para lelaki, maka anggun sendiri sangat identik dengan sifat perempuan. Dengan menampilkan warna hitam pada kemasan akan memberikan kesan feminin pada kemasan. Tidak jauh berbeda dengan Metha (2014;45) warna hitam diasosiasikan dengan elegan, kepintaran, dan seksi. Dalam berbusana, hitam merupakan warna dasar busana perempuan didaerah perkotaan. Sering kali setiap perempuan dalam pertemuan bisnis akan memakai pakaian hitam. Jas atau gaun hitam selalu digunakan dalam kesempatan resmi. Berdasarkan ulasan tersebut maka warna hitam juga sangat dekat dengan citra perempuan, dengan menggunakan warna hitam pada kemasan juga akan memberikan kesan feminin pada kemasan.

Kemasan Abon Sudang Noniky

Gambar 6. Kemasan Abon Sudang Noniky
Sumber: Ni Ketut Pande Sarjani

Unsur visual pada kemasan Abon Sudang Noniky

Sudang merupakan makanan olahan berbahan baku ikan yang telah diasinkan dan dikeringkan. Sudang sendiri banyak ditemukan di daerah Buleleng sebagai

makanan khas daerah setempat. Banyaknya minat masyarakat terhadap produk olahan ikan ini membuat Sudang cukup popular dikalangan wisatawan, maka kini dibuatkan Sudang yang dikemas sebagai kebutuhan produk kuliner khas Bali. Tidak kalah dengan produk kuliner lainnya, Sudang pun dikemas dengan menggunakan konsep berkarakter feminin, hal ini dapat dilihat dari ilustrasi, tipografi dan warnanya. Pada ilustrasi, citra feminin tidak harus diperlihatkan melalui ilustrasi perempuan saja, namun dapat mengungkapkannya melalui media-media yang dekat dengan citra feminin, salah satunya adalah bunga. Semua perempuan sangat menyukai bunga, maka bunga sendiri sangat dekat dengan citra feminin. Dalam kemasan Abon Sudang ini, dipilih bunga Jepun sebagai ilustrasinya karena Jepun merupakan bunga yang dapat mewakili budaya Bali sebagai tempat asal dari kuliner tersebut. Selain menggunakan ilustrasi bunga, kemasan ini juga menggunakan ilustrasi Abon Sudang untuk mewakili produk yang ada didalam kemasan, dan selain itu kemasan ini juga menggunakan ilustrasi ikan yang merupakan bahan baku dari kuliner tersebut.

Pada unsur visual warna, kemasan ini menggunakan warna merah, hitam dan putih. Seperti yang telah diulas diatas, bahwa penggunaan warna merah dan hitam akan dapat memberikan karakter feminin pada kemasan. Sementara itu menurut Mitha (2014; 43), warna putih memiliki makna kebersihan, dan kesucian. Maka sangat tepat jika warna putih digunakan pada sebuah kemasan makanan karena mengkonotasikan kebersihan dan kehigienisan dari produk tersebut. Kesucian sendiri sering diidentikkan dengan kemurnian dan kesucian hati perempuan, maka dengan menampilkan warna putih pada kemasan juga akan memberikan citra feminin pada kemasan.

Pada teks, kemasan Abon Sudang ini menggunakan jenis huruf Srcipt, seperti yang telah diulas sebelumnya bahwa jenis huruf script merupakan jenis huruhn yang memiliki karakter lembut dan luwes, sehingga dapat memberikan citra feminin pada kemasan.

Alasan Penggunaan Karakter Feminin Pada Kemasan Kuliner Oleh-oleh Khas Bali

Salah satu fungsi kemasan adalah sebagai fungsi estetis. Untuk memenuhi fungsi tersebut sebagian besar kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali lebih memilih menggunakan karakter feminin sebagai konsep dalam perancangannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata feminin adalah bersifat kewanitaan. Untuk mencapai konsep feminin sendiri desainer kemasan dapat menuangkannya dengan menggunakan figur-figur perempuan sebagai ilustrasinya, selain itu sifat-sifat perempuan yang lemah lembut, luwes, teduh dan sensual juga dapat dijadikan acuan untuk menghasilkan desain yang feminin, ini dapat dilihat dari penggunaan warna dan tipogrfi kemasan.

Dalam iklan, sujatinya penggunaan figure perempuan sebagai modelnya sudah sering dilakukan sejak dahulu, namun baru tahun 70-an baru dilakukan penelitiannya. Menurut Sita Van Bammelan dalam Widyatama (2007: 42), meyatakan khusus pada iklan-iklan di Barat telah membuktikan bahwa wanita digambarkan secara seragam; tempat wanita dirumah, tergantung pada pria, diperlihatkan dalam sedikit profesi, dan ditampilkan dalam objek seksual. Perempuan banyak digambarkan dalam steriotipe tradisional tradisional yang cenderung merendahkan posisi perempuan dihadapan laki-laki. Lima belas tahun kemudian ketika diteliti kembali atas hal yang sama, ternyata belum ada perubahan yang cuku berarti. Kemudian apa yang terjadi di Barat tidah jauh berbeda dengan dengan iklan yang ada di Indonesia. Tamrin Amal Tomagola dalam disertasi menyimpulkan perempuan dalam iklan Indonesia lebih banyak digambarkan dalam sosok tradisional. Iklan yang mengetengahkan kesetaraan gender masih terlalu sedikit. Bias gender masih mendominasi. Dalam penelitiannnya ini ia menyimpulkan bahwa perempuan dalam iklan cetak dikelompokkan dalam 5 kategori citra, yaitu citra pigura, citra pilar, citra peraduan, citra pinggan, dan citra pergaulan. Citra pigura adalah citra dimana perempuan dilekatkan pada fisik perempuan sebagai sososk yang cantic, berambut Panjang, keibuan, lembut, dan berbagai sifat feminine didalamnya. Citra Pilar adalah citra dimana perempuan menjadi sebagai penompang utama dalam urusan domestic, setelah pria diwilayah public. Citra peraduan adalah citra dimana perempuan ditonjokan dalam aspek seks dan sesualitasnya. Citra pinggan adalah gambaran perempuan yang memperlihatkan dalam wilayah domestic, khususnya dalam urusan masak- memasak. Sementara citra pergaulan adalah citra yang menampilkan perempuan sebagai sosok yang cantik dan anggun sehingga pantas sebagai sosok yang dihormati dalam pergaulan.

Begitu pula pada kemasan produk kuliner oleh-oleh khas Bali, ilustrasi perempuan yang kerap digambarkan sebagai daya tarik menggunakan perempuan dengan citra pigura, dimana perempuan yang ditampilkan hanya sebagai pemanis kemasan yang menggambarkan perempuan Bali cantik dan putih. Perempuan yang digambarkan pada kemasan merupakan penari Bali yang pastinya sangat indah untuk dipandang sehingga berfungsi sebagai point of interest kemasan. Selain itu, karena perempuan yang ditampilkan tersebut merupakan penari Bali maka ilutrasi ini juga bertugas untuk mewakili budaya lokal sebagai tempat asal dari kuliner tersebut. Salah satu desaener yang sering mendesain dengan unsur kewanitaan adalah Rizky Mariana A. Gobel. Beliau telah mendesain kemasan kurang lebih empat belas tahun untuk kebutuhan berbagai kemasan oleh-oleh khas Bali, menurutnya:

> "Kemasan yang baik adalah kemasan yang pastinya menarik bahkan bukan sekedar menarik perhatian saja, namun kemasan juga harus mampu menjadi pusat

perhatian dan focus tertuju pada kemasan tersebut. Sebuah kemasan juga wajib memperhatikan estetika melalui unsur-unsur visual yang ditampilkan, seperti pada ilustrasi, warna, tipografinya dan mungkin juga bidang-bidang yang ditampilkannya. Dalam mendisain . saya selalu mempertimbangkan tampilan unsur visual, disini saya sering memilih unsur visual yang ada hubungannya dengan sifat kewanitaan, bukan karena saya adalah seorang wanita maka unsur visual yang saya tampilkan itu menggunakan karakter wanita, tapi memang karena wanita adalah indah, dan menarik. Pengalaman saya mendesain, banyak karya yang saya lahirkan itu adalah karya yang mengandung unsur wanitanyya, apakah dari segi ilustrasi yang mengandung unsur kewanitaan, huruf maupun warna. Yang paling sering saya gunakan adalah ilustrasi bunga frangipani, selain bunga ini bisa mewakili Bali, namun bunga juga dapat mewakili wanita. Warna juga yang sering saya gunakan adalah warna-warna yang berhubungan dengan wanita seperti warna merah, magenta, dan ungu. Secara psikologis warna merah itu memang warna yang paling cocok untuk makanan karena sifatnya yang mampu merangsang nafsu makan, namun disisi lain saya menggunakan warna merah karena warna tersebut disukai banyak wanita, sehingga sangat dekat dengan wanita" (wawancara, tanggal 21 Juli 2018).

Beliau juga menambahkan bahwa :

"Dalam mendesain, konsep feminin sangat dibutuhkan karena pada perkembangan disain, konsep dengan menonjolkan karakter feminin atau kalau saya menyebutnya dengan karakter kewanitaan saat ini dapat melebur ke dalam berbagai gaya desian. Maka dari itu karakter feminin sangat cocok digunakan dalam pebuatan disain packaging. Dalam perkembangan desain saat ini karakter feminin sudah dapat di terima semua kalangan dan mampu untuk menarik perhatian baik pria maupun wanita. Memasukkan kesan feminin memberikan kesan luwes dan tampak lebih manis pada desain. Dari sekian banyak saya mendesain kemasan, sebagian besarnya saya menerapkan konsep yang mencirikan sifat perempuan, dan syukurnya produk-produk tersebut lebih mudah terjual baik itu yang memang segmentasi pasarnya kalangan perempuan maupun laki-laki " (wawancara, tanggal 21 Juli 2018).

Selain Rizky Mariana A. Gobel, penulis juga mewawancarai desaener kemasan lain yang bernama Ni Made Aryastuti. Beliau merupakan seorang desainer kemasan untuk UKM-UKM yang ada di Bali dan sudah kurang lebih 7 tahun berkecimpung pada kemasan dari produk-produk UKM di Bali. Salah satu kemasan yang dirancangnya adalah Arak Bali Nikki. Tidak jauh dengan pendapat Rizky, ia berpendapat bahwa :

" Menurut saya kemasan yang baik adalah kemasan yang menarik baik dari segi bentuk, ilustrasi, dan tipografi. Selain dari aspek-aspek visual yang ditampilkan kemasan, hal yang penting juga bagi saya adalah kemasan tersebut harus mudah dibuka sehingga tidak menyulitkan pembeli untuk menikmati kuliner, tapi tetap

> harus mempertimbangkan aspek fungsional dari kemasan tersebut karena esensi dari kemasan sendiri adalah sebagai pelindung dari produk yang dijual" (wawancara tanggal 23 Juli 2018).

Beliau juga menambahkan tentang pemilihan karakter feminin pada kemasan kuliner yaitu:

> "Kalau ditanya pendapat saya tentang kenapa selalu menggunakan konsep feminin pada karya desain saya, tentu saya bilang wanita itu adalah mahluk yang indah, karena keindahannya maka dimana-mana wanita selalu digunakan sebagai obyek karya seni, bukan hanya kemasan saja yang menggunakan obyek wanita ini, tapi pada iklan-iklan juga selalu menggunakan wanita sebagai ilustrasi utamanya sekalipun produk yang diiklankan itu bukan diperuntukkan bagi wanita. Ungkapan seksi sendiri milik perempuan, anggun juga milik perempuan dan lues juga milik perempuan, jadi semua yang indah-indah itu milik perempuan maka sangat pantas jika kita menggunakan konsep feminin pada karya desain karena bisa mewakili keindahan, terutama pada bukan saja kemasan ya. Kalau pada kemasan tentu akan lebih bisa menjual dibanding yang lain" (wawancara tanggal 23 Juli 2018).

Seperti yang telah diulas diatas bahwa penggunaan konsep feminin pada kemasan memang sangat penting dilakukan sebagai point of interest, karena perempuan sendiri melambangkan keindahan sehingga dapat mengundang konsumen untuk melihat produk yang dipajang. Perkembangan zaman yang pesat juga turut mengubah gaya hidup masyarakat untuk lebih memilih berbelanja pada pasar-pasar modern atau swalayan yang tentunya lebih bersih dan praktis. Dengan demikian mau tidak mau menuntut produsen harus membuat terobosan agar produknya mampu mengundang konsumen tanpa harus dibantu arahan dari pramuniaga. Untuk mengatasi hal tersebut para produsen berusaha membuat kemasan yang mampu bersaing dengan produk lain, yaitu dengan menampilkan ilustrasi perempuan yang berpakaian penari Bali untuk memperlihatkan sisi keindahan kemasan. Menurut Kuncara dalam Widyatama (2007:41) penggunaan figure perempuan dalam media komunikasi visual didasari dua faktor yaitu: (1) bahwa perempuan merupakan pasar yang sangat besar dalam industri. Disini jenis produk industri bagi perempuan jauh lebih banyak daripada laki-laki. Bagi laki-laki, produk yang diciptakan untuk perawatan pribadi tidaklah sebanyak produk yang dikhususkan bagi perempuan. (2) bahwa perempuan secara luas dipercaya mampu menguatkan pesan iklan. Perempuan merupakan elemen agar iklan mempunyai unsur menjual sehingga menghasilkan keuntungan, maka penggunaan perempuan dalam iklan tampaknya merupakan sesuatu yang sejalan dengan ideologi kapitalisme.

Menurut Widyatama (2007: 42) pula, bahwa penggunaan perempuan dalam iklan setidaknya akan menambah daya tarik khalayak untuk menikmati pesan iklan. Perempuan adalah bumbu sebuah iklan. Pelibatan perempuan dalam iklan, akan mem-

buat iklan lebih sedap untuk dinikmati. Begitu pula pada desain kemasan, penggunaan ilustrasi perempuan sangat membantu produsen dalam mengundang konsumen karena memiliki daya Tarik.

SIMPULAN

Seluruh kemasan kuliner oleh-oleh khas Bali yang dijadikan sampel menelitian menerapkan konsep berkarakter feminin, baik dari ilustrasi, warna maupun tipografinya. Pada ilustrasi, karakter feminin diterapkan dengan menggunakan ilustrasi penari Bali dengan jenis tarian perempuan, ilustrasi gadis Bali dengan kebaya berwarna merah muda, dan ilsutrasi bunga Jepun. pada warna menggunakan warna-warna yang memiliki konotasi sensual, suci, anggun, dan indah, seperti warna merah muda, ungu, merah, putih dan hitam. Sedangkan pada tipografi menggunakan jenis huruf Script yang memiliki karakter luwes, anggun, dan lembut. Alasan penggunaan karakter feminin pada kemasan karena perempuan mampu menguatkan pesan, dan perempuan sendiri merupakan suatu elemen agar kemasan lebih memiliki unsur jual. Penggunaan figur perempuan mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi sasarannya karena tubuh perempuan memiliki cita rasa estetis dan selalu dikaitkan dengan keindahan.

SARAN

Sesuai dengan simpulan yang telah uraikan diatas, adapaun saran yang dapat dikemukakan penulis sebagai berikut: dalam menerapkan sebuah konsep desain pada kemasan, sebaiknya konsep tersebut dapat menyatu dengan masing-masing unsur visualnya, seperti ilustrasi, warna, dan tipografinya. Dan untuk membuat desain kemasan agar memiliki daya tarik yang optimal, maka ada baiknya menggunakan karakter feminin sebagai konsep desain.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Hasan. (1999). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Arba Wirawan, I Komang.(2008). Tubuh Perempuan Pada Kover Majalah Playboy Dalam Masyarakat Konsumen Di Kota Denpasar. Denpasar: Kajian Budaya Universitas Udayana.

Dameria, Anne. 2007. (Color Basi)c. Jakarta: Link dan Math Graphic.

Sadjiman Ebdi Sanyoto. (2005). Dasar-dasar Tata Rupa dan Desain. Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran.

Burhan Bungin,2010. Metode Penelitian Kualitatif. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta: Mutiara.

Danesi, Marcel. (2012). Pesan, Makna, dan Tanda. Yogyakarta: Jalasutra.

Hafidzoh, Muyassaroh. (2012). Sifat-sifat Perempuan Yang Membuat Pasangannya Jadi Orang Sukses. Yogyakarta: Diva Press.

Hendratman, Hendi. (2009). Graphics Desain. Bandung: Informatika.

Jalaluddin Rakhmat. (1999). Psikologi Komunikasi. Adisi Revisi. Pesan Nonverbal. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Juliati, Sri. (2014) The Art Of Packaging. Jakarta: PT. Gramedia utama

Kathy Myers. (1986). Menbongkar Sensasi dan Godaan Iklan. Yogyakarta: Jalasutra.

Kaelan. (2005).Metode Penelitian Kualitatif Redy Filsafat. Yogyakarta: Paradigma.

Kustadi, Suhandang. (2005). Periklanan Manajemen, Kiat dan Strategi. Bandung: Nuansa.

Kusrianto, Adi. (2005). Huruf Display Dengan Komputer dan Manual.Yogyakarta: Andi.
_____ ,Adi.(2007). Pengantar Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi.
_____ ,Adi. (2008). Berkarir di Dunia Desain Grafis. Yogyakarta: Andi .

Metha, Aline. (2014). The True Power Of Color. Yogyakarta: Octopus Publishing House

Negara, I Nengah Sudika. (2009). Bahan Ajar Ilustrasi I. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.
_____ ,2011. Penggunaan Ukuran Huruf Ergonomis di Papan Tulis Dalam Proses Mengajar mengurangi Kelelahan Mata dan Konsentrasi Siswa Sekolah Dasar "X" di Denpasar. Denpasar: Universitas Udayana. (Tesis).

Nugroho, Eko. (2008). Pengenalan Teori Warna. Yogyakarta: ANDI.

Noviani, Ratna. (2002). Jalan Tengah Memahami Iklan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Piliang, Yasraf Amir.(1999). Hiper-Realitas Kebudayaan. Yogyakarta: Lkis
_____ ,(2011). Dunia Yang Dilipat. Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan. Bandung Matahari.
_____ ,(2012). Semiotika dan Hipersemiotika. Bandung: Matahari.

Priyatna, Aquarini P. (2003). Becoming White. Representasi Ras, Kelas, Feminimitas dan Globalitas Dalam Iklan Sabun. Yogyakarta: Jalasutra.
_____ ,(2006). Kajian Budaya Feminis. Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop. Yogyakarta: Jalasutra

STYLE WAYANG BALI SEBAGAI IDE PENCIPTAAN SENI KERAMIK KARAKTER INDONESIA

I Wayan Mudra[1], I Nyoman Wiwana[2], I Wayan Sukarya[3]
[1,2,3]Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar
wayanmudra@isi-dps.ac.id, sunialoka2013@yahoo.com, wayansukarya77@yahoo.co.id

ABSTRAK

Produk Seni keramik yang dibuat dan dijual di Indonesia dominan ditemukan berindentitas Cina. Produk keramik jenis ini ditandai dengan penggunaan ornamen motif naga dan biasanya ditemukan dalam berbagai jenis guci dan vas. Penulis belum menemukan seni keramik bakaran tinggi berkarakter Indonesia. Oleh karena itu, penulis mencoba merancang seni keramik yang berornamen salah satu tradisi budaya Indonesia yaitu wayang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan produk seni keramik berornamen wayang style Bali. Metode penciptaan seni keramik mengikuti teori Gustami, yaitu eksplorasi, improvisasi, dan perwujudan. Pada tahap eksplorasi, dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap improvisasi dilakukan proses desain dan pada tahap perwujudan dilakukan proses pembentukan, pembakaran dan finishing. Mitra yang dilibatkan dalam perwujudan seni keramik ini adalah UD Tri Surya Keramik di Desa Kapal, Badung Bali dan Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik (BTIKK) Bali. Hasil penciptaan menunjukkan beberapa karya seni keramik tercipta terinspirasi dari bentuk-bentuk gerabah Bali, Lombok, dan Jawa yang dipasarkan di Bali, seperti sangku dan guci. Karya seni keramik ini dibuat dengan teknik putar dan dibakar sampai mencapai suhu 1250^{o}C. Wayang style Bali menjadi ornamen karya seni keramik ini, dibuat dengan teknik lukis, dan beberapa karya menampilkan adegan cerita singkat. Karya seni keramik yang diciptakan berbentuk *sangku* dan guci dengan beberapa variasi ornamen dan ukuran. Tampilan style khas wayang Bali dengan cerita singkatnya menjadi keunikan karya-karya seni keramik ini dan diharapkan mampu menampilkan pesan toleransi dan karakter Indonesia.

Kata Kunci: wayang style Bali, seni keramik, penciptaan, karakter Indonesia.

Pendahuluan

Produk seni keramik yang dibuat dan dipasarkan di Indonesia lebih banyak didominasi oleh produk-produk berkarakter China. Hal ini dapat dilihat dari produk-produk guci berglasir yang menerapkan ornamen hiasan motif naga. Karya-karya seni keramik berkarakter Bali atau Indonesia yang mengangkat ikon budaya tradisi Indonesia seperti motif wayang, masih langka dikerjakan oleh para perajin dan kriyawan keramik. Keramik Indonesia cukup melimpah sebagai potensi pengembangan produk keramik ke depan dan Indonesia merupakan salah satu produsen terbaik dunia. Hal ini terungkap pada *website* resmi Kementerian Perindustrian http://www.kemenperin.go.id, diakses 25 Januari 2017. Namun sayangnya prestasi itu baru hanya tampak pada penggarapan keramik untuk bangunan *tile*/ubin dan saniter. Sedangkan keramik yang tergolong produk seni yang dapat mewakili karakter Indonesia penggarapannya tidak

pernah terdengar, berbeda dengan negara-negara China, Korea ataupun Jepang yang masing-masing memiliki kekhasan produk keramik bermutu tinggi. Bahkan produsen industri kreatif seni keramik Indonesia dalam berproduksi sering ikut-ikutan meniru gaya-gaya keramik asing, misalnya meniru gaya Cina maupun Korea. Fenomena ini terlihat pada pembuatan keramik di Singkawang Kalimantan Barat, di Kiara Condong Jawa Barat dan tempat-tempat lainnnya di Indonesia.

Bali sebagai daerah tujuan wisata dunia dibanjiri oleh berbagai produk keramik dari luar Bali untuk dipasarkan di Bali. Misalnya keramik dari Cina dan Vietnam, dapat ditemukan di berbagai tempat pemasaran di Bali. Abdul Basyir Gozali, pengusaha keramik di kawasan Jalan Gatot Subroto Timur Denpasar, pada media *on line* Bisnis Bali menjelaskan masuknya produk keramik impor dari Cina dan Vietnam, dinilai dapat mengancam nasib pasar keramik lokal. Hal tersebut disebabkan produk impor harganya relatif bersaing dengan produk lokal dan motifnya lebih bervariasi (Bisnis Bali, 2013, diakses 25 Februari 2017). Di samping itu, Bali saat ini telah menjadi pusat pemasaran berbagai jenis gerabah dari berbagai daerah di Indonesia, misalnya dari Yogyakarta, Jepara, dan Lombok (Mudra, 2016) dan pemasaran produk gerabah khas Serang Banten Jawa Barat yang telah diproduksi di Bali (Sunarini, 2016). Sentra-sentra usaha keramik di Bali tidak ada yang terlihat mengangkat motif wayang sebagai ornamen dalam produksinya. Suatu alasan yang sering terlontar dari perajin adalah mereka berproduksi sesuai kebutuhan pasar, pasar belum membutuhkan produk semacam itu sehingga mereka tidak memproduksinya.

Penjelasan di atas memberikan informasi bahwa masih perlu digalakkan penciptaan produk seni keramik motif wayang sebagai upaya menciptakan seni keramik berkarakter Indonesia yang mampu bersaing secara lokal maupun global. Hal ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak seperti usaha keramik, seniman keramik dan pencinta seni keramik. Maka dari itu penulis menciptakan seni keramik yang mengangkat salah satu budaya tradisi lokal Indonesia yaitu wayang ke dalam beberapa bentuk desain sebagai ornamen.

Tema wayang diambil sebagai ide penciptaan, karena wayang merupakan budaya local khas Indonesia yang masih terpelihara dengan baik di beberapa daerah di Indonesia. Pada zaman Hindu wayang berkembang dalam rangka ritual agama dan pendidikan kepada masyarakat dengan cerita Ramayana dan Mahabrata. Setelah agama Islam masuk ke Indonesia, kesenian wayang mengalami masa pembaharuan dalam bentuk dan cara pergelarannya, fungsi utamanya digunakan sebagai sarana dakwah Islam (Samin, 2015). Saat ini dapat ditemukan beragam bentuk wayang sesuai identitas lokalnya seperti wayang Jawa dan wayang Bali. Dalam seni pertujukkan, wayang dipentaskan dalam berbagai versi sesuai lokalitas daerah di Indonesia di dalamnya

mengandung nilai-nilai estetika, etika dan pendidikan yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia dalam bermasyarakat saat ini. Dalam seni rupa wayang dikembangkan dalam berbagai bentuk industri kreatif seperti lukisan wayang dan berbagai jenis patung yang memvisualisasikan tokoh wayang.

Di Bali telah lama dikenal industri kerajinan pembuatan lukisan wayang yang disebut dengan lukisan tradisional wayang Kamasan yang ada di Kabupaten Gianyar. Industri pembuatan lukisan wayang Kamasan telah menjadi sumber kehidupan bagi sebagian besar masyarakat Desa Kamasan dan eksistensinya masih terus berlanjut sampai saat ini. Hal ini sebagai pembuktian tentang nilai budaya local adiluhung, mampu menghidupi masyarakat pendukungnya sesuai keahlian masing-masing. Modal utama yang diperlukan adalah kemauan untuk mengembangkan potensi budaya lokal dalam berbagai bentuk kegiatan seni sebagai sumber kehidupan. Maka dari itu penciptaan kriya seni keramik ini sangat penting dilakukan, karena merupakan pembelaan terhadap salah satu budaya local yang dimiliki bangsa ini. Kedepan beberapa karya dari ciptaan ini akan didaftarkan pada Kemenkumham untuk mendapatkan HKI bidang Hak cipta. Di samping itu hasil penciptaan ini diharapkan dapat menginspirasi usaha-usaha keramik lokal maupun masional dalam menciptakan produk berkarakter Indonesia, sehingga mampu memperkuat daya saing bangsa.

Penciptaan karya seni keramik ini melibatkan dua mitra sebagai tempat perwujudan desain yang dibuat oleh tim peneliti. Mitra tersebut adalah usaha keramik Tri Surya Keramik di Banjar Belulang Desa Kapal Kabupaten Badung Bali dan Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik (BTIKK) Bali di Jl. ByPass Ngurah Rai Suwung Kauh Tanah Kilap Denpasar. Perwujudan karya juga bekerjasama dengan PS Kriya FSRD ISI Denpasar dalam mendesain, diskusi dan pelaksanaan FGD. Publikasi Pameran hasil karya dalam bentuk pameran tahun 2018 dicanangkan di Bentara Budaya Bali, mengikuti seminar nasional dan internasional.

Literatur yang ditelusuri, ditemukan beberapa penciptaan karya seni keramik yang mengangkat berbagai objek alam sebagai ide penciptaannya. Karya-karya tersebut juga menjadi inspirasi penciptaan seni keramik yang dirancang ini, seperti pada urain selanjutnya. Penciptaan karya keramik berjudul "Bunga Mawar Sebagai Sumber Ide Penciptaan Karya Keramik" karya Riska Tafrihatul Qulub dari Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya yang dimuat pada Jurnal Pendidikan Seni Rupa, Volume 05 Nomor 01 Tahun 2017, 102–109. Ungkapan bunga mawar pada karya ini merupakan ungkapan perasaan pencipta karena pengalaman estetis masa lalunya. Penciptaannya karya menggunakan tehnik *slab* dan tehnik *pinch* serta menghasilkan 7 (tujuh) karya dengan *finishing* glasir.

Temuan berikutnya penciptaan yang berjudul "Kupu-Kupu Sebagai Sumber

Inspirasi Penciptaan Karya Keramik pada Peralatan Ruang Spa" karya Ni Putu Yuda Jayanthi. Pada karya ini dijelaskan penciptaan karya keramik ini bertujuan untuk menawarkan inovasi baru pada peralatan ruang SPA. Dalam proses perwujudan, bentuk kupu-kupu telah diolah sedemikian rupa dengan memanfaatkan medium tanah *stoneware* dan *finishing* glasir (Jayanthi, 2013).

Temuan ciptaan yang lain adalah karya berjudul "Lebah Madu Sebagai Ide Dasar Penciptaan Karya Keramik Jenis Vas" karya Dandi Hilmi Zuhdi. Karya vas ini memvisualisasikan bentuk serangga berdasarkan bagian dari anatomi tubuh, warna dan golongan. Teknik yang penciptaan karya adalah antara lain cetak tuang, pijit, pilin, slab dan putar dengan teknik pewarnaan celup dan pulas dengan kuas. Bahan utama vas keramik ini adalah tanah liat Sukabumi baik padat maupun cair. Hasil karya yang dihasilkan 12 vas keramik dengan 2 vas keramik yang kembar. Karya vas keramik ini memiliki fungsi sebagai wadah untuk meletakkan bunga maupun tumbuhan baik yang berjenis replika ataupun asli (Zuhdi, 2016). Dari beberapa penciptaan seni keramik di atas, kami berpendapat bahwa penciptaan seni keramik dengan tema wayang menjadi sangat penting, karena mengangkat budaya lokal dengan nilai-nilai estetika dan etika yang patut diteladani.

Peramasalahan yang menjadi sumber keinginan untuk mewujudkan kriya seni keramik ini adalah di Bali bahkan di Indonesia belum ada produk-produk seni keramik yang diproduksi menyajikan karakter Indonesia yang diambil dari budaya tradisi seperti wayang. Sebaliknya sangat mudah menjumpai produk-produk seni keramik yang menyajikan karakter budaya Cina dan diproduksi oleh perajin keramik di Indonesia. Indonesia memiliki ragam budaya tradisi yang sangat kaya dan potensial dikembangkan pada industri kreatif seperti usaha kerajinan seni keramik ini. Seharusnya para penggiat seni keramik mampu menggali budaya tradisi seperti wayang untuk mengembangkan produknya, sehingga karya-karya yang diciptakan memiliki karakter Indonesia. Masalah diterima atau tidak oleh konsumen akan ditentukan oleh tingkat kualitas garapan dari karya tersebut.

Pada survey pendahuluan kami menemukan pemasaran produk-produk keramik bergaya Cina yang dicirikan dengan hiasan motif naga terlihat dipasarkan di berbagai tempat di Bali seperti di beberapa toko di Jalan Gajah Mada Denpasar. Demikian juga keramik gaya Cina terlihat terjual di *art shop* "Sumber Rejeki" di jalan Raya Sukawati No.66, Banjar Tabuana Gianyar. Produk-produk keramik itu didatangkan dari luar Bali dan menurut penjualnya pemasarannya cukup baik sehingga mereka bisa bertahan berjualan sampai saat ini. Produk keramik itu seperti terlihat pada gambar berikut:

Gambar 1. Keramik bergaya Cina yang dijual di Bali.
Sumber: Dokumentasi Denaka P (Mahasiswa PS. Kriya Seni ISI Denpasar, 2016).

Seperti telah disinggung di atas, Bali sebagai daerah tujuan wisata dunia dibanjiri produk keramik dari Cina dan Vietnam dan dinilai dapat mengancam nasib pasar keramik lokal. Pada tingkat nasional, hal senada juga pernah disampaikan Asosiasi Industri Aneka Keramik Indonesia (Asaki) Achmad Widjaya tahun 2012 pada webs Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. Widjaya menyatakan bahwa produk asal Cina betul-betul menjadi momok bagi industri dalam negeri, termasuk industri keramik dan telah membanjiri pasar dalam negeri Indonesia.

Penciptaan seni keramik berkarakter wayang style Bali, merupakan salah satu jawaban dari sekian solusi yang bisa ditawarkan dalam memunculkan keramik karakter Indonesia. Disamping itu masing-masing daerah di Indonesia telah memiliki bentuk dasar keramik yang menjadi khas kedaerahannya, diantaranya memiliki kemiripan. Bentuk keramik daerah ini dapat dilihat dari bentuk dasar keramik tradisional yang dimiliki masing-masing daerah, misalnya gentong keramik Lombok memiliki bentuk bulat agak gemuk, gentong gerabah dari Jawa memiliki bentuk agak ramping dan meninggi dan Bali memiliki gentong dengan dinding lurus dan membesar ke atas. Hal ini dapat dipandang sebagai modal budaya dalam upaya pengembangan karakter keramik Indonesia.

Metode Penelitain

Penciptaan karya seni keramik ini dilakukan melalui beberapa tahapan, mengacu pada tahapan penciptaan seni oleh Gustami (2007:329) yang terdiri dari **eksplorasi, improvisasi** (eksperimen) dan **perwujudan.** Pada tahap eksplorasi dilakukan pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan sumber data (subyek penelitian) dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu penentuan sumber data dengan sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan dan juga *snowball sampling*. Misalnya menentukan mitra kerja dalam perwujudan, pakar teori keramik, ahli ceritera pewayangan dan ahli menggambar wayang style Bali. Pemilihan sumber data dilakukan dengan hati-hati sesuai prinsip penelitian

ilmiah, untuk memastikan keberhasilan dalam penciptaan ini.

Pada tahap improvisasi dilakukan pembuatan gambar desain mengacu pada hasil eksplorasi. Pembuatan gambar dilakukan oleh tim peneliti dibantu oleh mahasiswa dalam pemindahan gambar manual kedalam gambar menggunakan program computer seperti coreldraw. Pada proses penggambaran desain dilakukan diskusi-diskusi kecil diantara tim peneliti. Desain-desain gambar yang telah terwujud kemudian diseleksi melalui FGD (*focus group discution*). FGD dilakukan untuk mendapatkan masukan dari para peserta untuk penyempurnaan desain dan memilih desain yang kan diwujudkan.

Kemudian pada tahap perwujudan, desain terpilih diwujudkan dalam bentuk karya seni keramik sampai karya tersebut siap untuk dipamerkan. Perwujudan desain seni keramik dengan ornamen style wayang Bali untuk penerapan ornamen *under glass* (dibawah glasir) terdiri dari beberapa tahap yaitu pembentukan, pembakaran biskuit, penerapan ornamen wayang, pembakaran glasir. Sedangkan untuk penerapan dekorasi diatas glair (on glass), tahapan perwujudannya: pembentukan, pembakaran biscuit, pembakaran glasir, penerapan ornamen warna, dan pembakaran warna. Perwujudan karya seni keramik ini melibatkan dua mitra yaitu Usaha Keramik Tri Surya Keramik dan BTIKK Bali seperti yang disebutkan di atas. Pelibatan mitra ini dimaksudkan kelak karya-karya seni keramik hasil ciptaan ini, dapat diproduksi dan dikembangkan oleh mitra. Jika ada permintaan dari calon konsumen kedua mitra tersebut dapat melayani calon konsumen tanpa melalui tim peneliti ini. Karena tujuan dari penciptaan ini ikut mengembangkan mitra dalam inovasi desain yang memiliki karakter budaya sendiri, bukan karakter asing seperti karya-karya seni keramik yang diproduksi selama ini. Penciptaan karya seni keramik ini dapat dikatagorikan sebagai penelitian terapan yang didukung data kualitatif. Dengan demikian penciptaan ini menerapkan metode kualitatif.

Pembahasan

Penciptaan seni keramik dengan motif style wayang Bali sebagai ornamen, dilaksanakan mulai April-Juli 2018 dan mendapat pendanaan dari Kemenristekdikti 2018 untuk skim hibah Penelitian Penciptaan dan Penyajian Seni (P3S). Proses pembentukan badan keramik sebagai media penerapan ornamen, dilakukan dengan teknik putar dan didekorasi dengan teknik lukis. Objek wayang yang dipilih sebagai ornamen adalah tokoh-tokoh wayang yang berada dalam satu adegan cerita singkat, yang diharapkan mampu menyampaikan pesan-pesan toleransi. Pesan tolerasi yang disampaikan pada karya ini, diharapkan dapat dipakai sebagai pegangan dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari, sehingga tidak terjadi gangguan terhadap toleransi di Indo-

nesia. Penduduk Indonesia terdiri dari berbagai indentitas tersebar di berbagai daerah dan masing-masing memiliki keunikan budaya. Perbedaan identitas di satu sisi dapat dipandang sebagai kekayaan, di sisi yang lain dapat berubah menjadi ancaman kerukunan hidup bermasyarakat dalam bentuk intolerasi. Cuplikan adegan cerita wayang dalam bentuk dekorasi ini diharapkan mampu menyampaikan pesan penghargaan terhadap segala perbedaan, tidak menonjolkan identitas yang berlebihan, sehingga muncul rasa damai di dalam hidup bermasyarakat.

Produk seni keramik ini dilapisi glasir transparan dan glasir putih. Karya hasil penciptaan ini dilihat dari teknik dekorasinya ada dua yaitu produk dengan ornamen di bawah glasir dan produk dengan ornamen di atas glasir. Produk yang menerapkan dekorasi di bawah glasir menggunakan glasir transparan, sedangkan untuk produk yang menerapkan dekorasi di atas glasir menggunakan glasir putih. Ukuran karya yang dibuat bervariasi mulai dari ukuran kecil 20x28cm sampai yang paling besar 45x70cm. Sebagian besar karya yang diciptakan dapat difungsikan sebagai penghias ruang dan juga sebagai souvenir khas Bali atau khas Indonesia. Sebagai penghias ruangan penempatannya bisa fleksibel, tidak mengharuskan karya tersebut ada di ruangan tertentu, tetapi disesuaikan dengan ruangan yang ada. Sebagai souvenir karya-karya ini memiliki nilai kekhasan tersendiri yang berbeda dengan karya-karya keramik lainnya, karena wujudnya terinspirasi dari budaya tradisi Indonesia. Karakter wayang yang ditampilkan akan menjadi kekhasan karya keramik ini. Beberapa produk lainnya berfungsi pakai, misalnya sebagai tempat air suci. Di Bali tempat air suci ini disebut sangku dan digunakan saat upacara keagamaan.

Penciptaan karya seni keramik ini mengambil bentuk dasar dari bentuk-bentuk keramik tradisional yang disebut juga kerarajinan gerabah dari berbagai daerah di Indonesia, seperti dari gerabah Lombok, Bali dan Yogyakarta. Dari gerabah Lombok dan Yogyakarta diambil bentuk dasar gentong atau guci yang banyak dijual di Desa Kapal Kabupaten Badung Bali (Mudra, 2016), sedangkan dari Bali diambil bentuk dasar sangku (tempat air suci). Masing-masing desain yang diwujudkan dibuat dalam beberapa variasi ukuran. Karya yang berukuran lebih besar dibuat variasi ukuran 1-2 karya, sedangkan yang berukuran lebih kecil dibuat variasi 1-3 karya. Tujuan membuat vaiasi ukuran adalah untuk memberikan pilihan yang lebih banyak kepada masyarakat luas yang diposisikan sebagai calon *user*. Bentuk-bentuk dasar ini tidak banyak yang diinovasi, tujuannya untuk tetap menampilkan seni keramik kharakter Indonesia berbasis karya seni keramik lokal. Kualitas garapan dan ornamen wayang menjadi tumpuan dalam usaha mencapai karya ini dapat menjadi karya seni keramik khas Indonesia serta dapat diterima oleh masyarakat.

Mitra penciptaan usaha Keramik Tri Surya Keramik dan Balai Teknologi In-

dustri Kreatif Keamik (BTIKK) Bali menemukan sedikit kesulitan dalam proses pembentukan badan keramik yang desainnya berukuran katagori besar. Menurut pembentuknya, kendalanya ada pada jenis tanah yang kurang mendukung untuk bentuk badan gerabah yang tinggi. Selama ini pembentukan dilakukan untuk badan-badan keramik ukuran relative kecil sesuai permintaan pasar yang ada, sehingga tidak ditemukan kendala yang menghambat produksi. Kami peneliti memandang fenomena sesuatu yang wajar, karena selama ini kedua mitra belum biasa melakukan pembentukan badan keramik dengan ukuran yang menurutnya relative besar, seperti yang terlihat pada gambar berikut.

Gambar 2. Proses pembentukan (atas) dan beberapa karya dalam proses pengeringan (bawah) di Tri Surya Keramik.
Sumber: Dokumentasi I Wayan Mudra 2018

Gambar 3. Proses pembentukan (atas) dan beberapa karya dalam proses pengeringan (bawah) di Balai Teknologi Industri Kreatif Keamik (BTIKK) Bali.
Dokumentasi I Wayan Mudra 2018

Mitra baru pertama kali melakukan pembentukan ini, kemudian merasa tertantang untuk dapat melakukan pembentukan tersebut. Kami tim peneliti berusaha terus memberikan penjelasan bahwa pembentukan ini dapat dilakukan, yang menjadi masalah hanya belum pernah dilakukan. Perajin memahami di luar Bali banyak yang mampu melakukan pembentukan badan keramik dengan ukuran besar, dan tekniknya sedikit berbeda dengan teknik pembentukan yang dilakukannya sehari-hari. Dengan motivasi tim peneliti, akhirnya mitra meyakini dapat melakukan pembentukan tersebut. Mitra memiliki keyakinan dan semangat yang tinggi dalam proses pembentukan ini, sehingga kendala-kendala dapat dilewati dan karya-karya dapat diwujudkan dan

menjadi kebanggaan peneliti dan mitra, walaupun ada beberapa karya ada yang pecah pada proses pembakaran biscuit, terutama karya-karya berukuran relative besar. Berikut uraian masing-masing produk kriya seni keramik yang diciptakan.

1. *Sangku*

Karya ini terinspirasi dari produk keramik tradisional Bali tingkatan gerabah yang disebut *sangku*. *Sangku* difungsikan sebagai tempat air suci oleh umat Hindu di Bali saat melakukan upacara suci atau persembahyangan. Karya seni keramik ini dibuat dengan teknik putar, ukuran bervariasi, didekorasi motif wayang khas Bali di atas glasir (*on glass*), dibakar pada suhu tinggi dan diwujudkan oleh mitra usaha keramik Tri Surya Keramik di Br Belulang, Kapal, Mengwi, Badung milik I Made Rai Sandiana. Berikut beberapa produk *sangku* dengan variasinya.

Gambar 4. Beberapa varian sangku dengan ornamen style wayang Bali.
Sumber: Dokumentasi I Wayan Mudra 2018.

Gambar 4 menunjukkan beberapa hasil karya seni keramik yang terinspirasi dari bentuk *sangku* yang telah dilengkapi ornamen wayang style Bali. Produk ini terdiri dari beberapa varian ukuran mulai dari kanan kekiri masing-masing berukuran 60cm x 23cm, 48 cm x 33, dan 35cm x 23 cm. Karya seni keramik ini bisa difungsikan sebagai benda pakai dan juga untuk benda hias. Penerapan ornamen wayang dilakukan di atas glasir (*on glass*) menggunakan warna khusus keramik. Proses pembakaran karya seni keramik ini melalui tiga tahapan yaitu pembakaran biscuit, pembakaran glasir dan pembakaran warna.

Karya seni keramik pada gambar 4 di atas, masing-masing diberi ornamen 2 tokoh wayang yaitu Dewi Sita dan Hanuman, yang diambil dari cuplikan kisah perjumpaan Hanuman, Rama dan Laksamana. Objek Dewi Sita dan Anoman dilukis pada bagian depan dan belakang karya. Penetapan 2 tokoh yang dipakai sebagai ornamen pada karya ini dilandasi pertimbangan membuat tampilan tokoh wayang bisa digambar lebih lebih besar sehingga bisa terlihat lebih menarik, karena permukaan bidang keramik yang sempit dan permukaannya yang cembung.

Cuplikan kisah perjumpaan Hanuman, Rama dan Laksamana dapat diceritakan sebagai berikut: setelah Dewi Sita diculik oleh Rahwana di kerajaan Kiskinda terjadi perang perebutan kekuasaan antara adik kakak yaitu Sugriwa dan Subali. Hanuman yang merasa resah dengan peristiwa tersebut pergi mencari bantuan dan bertemu dengan Rama dan Laksamana. Disini Hanuman menceritrakan kejadian yang dialami kerajaan Kiskenda. Akhirnya dengan perasaan terharu Rama Laksamana bersedia membantu Hanuman. Dipihak lain Hanuman beserta kawan-kawan siap membantu Rama Laksamana yang diculik oleh Rahwana.

Makna tolerasi yang bisa disampaikan dari cuplikan ini adalah janganlah bertengkar antar sesama dalam memperoleh suatu kekuasaan. Pada negara demokrasi siapapun boleh berkuasa, namun harus diperoleh dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Setiap orang memiliki hak dan kewajiban yang sama di atas hukum dalam memperoleh kekuasaan. Jika hukum ditaati itu berarti mentaati toleransi, menghargai hak dan kewajiban orang lain, tidak memaksakan diri sehingga mampu diwujudkan kehidupan masyarakat yang damai.

2. Guci

Karya seni keramik ini berbentuk guci ini terinspirasi dari produk gerabah berbentuk guci dari Jawa yang dipasarkan di Bali, diantaranya ada yang datang dari Kasongan, Plered dan Malang. Bentuk guci dari Jawa yang dipasarkan di Bali ini umumnya berwujud vertikal (meninggi), karena ukuran tinggi lebih besar dari pada ukuran garis tengah badan. Disamping itu ukuran garis tengah bagian bahu guci gerabah Jawa, perbandingannya tidak jauh dengan ukuran garis tengah bagian pantatnya dibandingkan dengan guci gerabah Lombok. Berikut beberapa karya-karya guci hasil penciptaan ini.

a b c

Gambar 5. Guci varian ketiga, gambar a dan b satu karya, gambar c guci ukuran yang sama ornamen Jetayu. Sumber: Dokumentasi I Wayan Mudra 2018.

Gambar 5 karya pertama (permukaan a dan b berukuran tinggi) dan karya

2 (permukaan b) berukuran sama 45cm x 25, dibuat dengan teknik putar. Karya ini beronamen motif tokoh-tokoh wayang style Bali seperti Rahwana, Dewi Sita, dan Jatayu. Motif ornamen ini diambil dari cuplikan kisah Ramayana. Tokoh Rahwana dan Sita dipakai sebagai ornamen pada kedua permukaan, sedangkan karya lainnya Jatayu dan Sita pada kedua sisinya. Cuplikan kisah ini menceritakan Jatayu mendapat pesan dari leluhurnya yaitu apabila pada suatu saat mendengar suara tangisan minta tolong di awang-awang agar segera memberi pertolongan tanpa berfikir siapa yang ditolong dan dalam keadaan apa mereka yang ditolong. Kemudian Jatayu langsung terbang mencari sumber tangisan tersebut dan bertemu dengan Dewi Sita yang sedang dilarikan oleh Rahwana. Pertempuran sengit terjadi untuk memperebutkan Dewi Sita. Pertempuran ini dimenangkan oleh Rahwana dengan menebas sayap Jatayu dan Jatayu akhirnya jatuh menyentuh tanah.

Makna toleranasi yang dapat dijelaskan dari adegan kisah wayang ini adalah pertolongan dapat dilakukan kepada siapa saja tanpa melihat identitas dari orang yang ditolong. Pertolongan harus dilakukan dengan tulus ikhlas, karena merupakan kewajiban yang semestinya dapat dilakukan oleh setiap orang yang ditunjukkan oleh Jatayu yang diamanatkan oleh leluhurnya. Kisah ini memberikan pembelajaran bahwa dalam melakukan pertolongan harus dilakukan dengan tulus ikhlas, tidak perlu melihat identitas seseorang dari agama yang dianut, kepercayaan, asal-usul kelahiran, harta yang dimiliki dan yang lainnya. Namun yang utama adalah pertolongan dapat dilakukan pada saat orang sangat membutuhkan pertolongan tersebut.

Pesan toleransi yang terkandung pada kisah di atas sangat dalam dan baik dipakai sebagai pegangan dalam menjalani praktik kehidupan bermasyarakat di Indonesia sehari-hari, sehingga hadir suasana nyaman tentram di tengah masyarakat yang pluralisme. Masyarakat Indonesia di beberapa tempat masih sering terlihat berada pada kondisi kurang peduli terhadap sesama, masih mengedepankan individualitas dalam bermasyarakat. Hal ini tergambar dari tayangan media elektronik yang sering menampilkan berbagai kekerasan bahkan pengeboman yang menimbulkan banyak korban dan tanpa ada penyesalan dari pelakunya.

3. Guci Bulat

Karya guci bulat ini terinspirasi dari bentuk bentuk guci gerabah yang banyak dipasarkan di Bali terutama di kawasan sepanjang jalan Desa Kapal Mengwi Badung. Bentuk yang diciptakan mengambil bentuk bagian atas dengan menghilangkan bagian pantat seperti guci pada umumnya. Karya guci ini dibuat berukuran 26cm x 23cm dan sangat sesuai dimanfaatkan sebagai souvenir karena ukurannya yang relative kecil, seperti terlihat pada gambar berikut.

a b c

Gambar 6. Guci bulat dengan tiga varian ornamen.
Sumber: Dokumentasi I Wayan Mudra 2018.

Karya ini juga menerapkan ornamen tokoh wayang style Bali dengan teknik lukis. Karya guci bulat ini menampilkan variasi dari ornamen yang diterapkan. Masing-masing karya tampil dengan bentuk dan ukuran yang sama, menerapkan tokoh ornamen yang berbeda. Penerapan seperti ini juga dilakukan pada jenis produk yang lainnya. Karya 6a di atas menerapkan ornamen wayang tokoh Hanuman dibagian depan dan Rama pada sisi yang lain, karya 6b menerapkan tokoh Rama dan Laksman, dan karya 6c menerapkan tokoh Sugriwa-Subali. Tokoh wayang yang digambarkan pada karya ini adalah bagian atas dari tokoh tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh tampilan gambar wayang lebih besar sehingga lebih jelas dilihat oleh apresiator, Dengan tampilan seperti itu, diharapkan karya ini terlihat lebih menarik karena bidang permukaan badan karya ini cembung dan sempit.

Karya ini bentuknya simetris dan sederhana, keunikan juga diharapkan dapat muncul dari visualisasi ornamen karya tersebut. Sebagai produk souvenir beridentitas Bali atau Indonesia, guci bulat ini dapat difungsikan sebagai benda penghias ruang dan juga sebagai benda berfungsi pakai sebagai wadah sesuatu, misalnya sebagai tempat perhiasan. Karena ukuran yang relative kecil sangat mudah dibawa untuk perjalanan jarak dekat maupun jauh. Kami peneliti meyakini sangat jarang ditemukan karya-guci jenis ini bahkan mungkin belum ada yang membuatnya, maka dari itu karya ini dapat disebut sebagai karya terbatas dengan kekhasan tersendiri.

4. Vas Botol

Karya seni keramik ini diberi nama vas botol karena bentuknya menyerupai botol terinspirasi dari berbagai jenis vas bunga yang dipasarkan di Bali. Karya ini bentuknya sederhana, simetris, divarisikan melalui bentuk dan dan ornamen seperti terlihat pada gambar berikut.

a b c

Gambar 7. Vas Botol dengan varian bentuk dan ornamen.
Sumber: Dokumentasi I Wayan Mudra 2018.

Gambar 7 di atas vas botol a dan b bentuk dan ukurannya sama yaitu tinggi 27cm dan garis tengah badan 15cm. Karya ini hanya menampilkan variasi warna dasar keramik yaitu warna kuning dan putih. Bentuk badannya terdiri dari susunan dua bulatan mengecil ke atas dan disertai mulut yang melebar. Vas botol c berukuran tinggi 25 cm dan garis tengah badan 17cm, bentuknya sederhana mirip dengan pas botol a dan b, yang berbeda yaitu pada bagian samping kiri dan kanan diberi tambahan bentuk lingkaran yang dapat difungsikan sebagai pegangan. Karya seni keramik dapat difungsikan sebagai benda pakai misalnya sebagai vas bunga kering maupun basah. Disamping itu karya ini bisa juga difungsikan sebagai benda hias untuk menghias ruangan atau lemari. Karya vas bunga botol ini juga bisa dimanfaatkan sebagai benda souvenir yang berkarakter Indonesia untuk wisatawan lokal maupun asing.

Ketiga karya dibuat dengan teknik putar, memiliki ornamen dengan tema yang sama yaitu motif beberapa binatang kera yang digambarkan membawa batu. Motif ini terinspirasi dari ceritera Ramayana yaitu saat Raja Rama memerintahkan pasukan keranya yang dikomandani panglima kera Hanuman membangun jembatan Situbanda yang menghubungkan daratan Bharatawarsa dengan Lankapura dengan tujuan untuk memudahkan melakukan peperangan. Diceritakan pasukan kera membangun jembatan Situbanda dengan batu apung dan pasir.

Hasil penciptaan ini telah menghasilkan karya-karya seni keramik yang berornamen style wayang Bali. Penciptaan karya seni keramik ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang disampaikan pada pendahuluan yaitu menciptakan karya-karya seni keramik yang mampu menampilkan pesan karakter Indonesia, atau dengan perkataan lain menciptakan karya seni keramik khas Indonesia. Karya seni keramik khas Indonesia artinya adalah karya seni keramik yang mampu menampilkan identitas Indonesia, yang membedakan seni seni keramik Negara lain. Kami peneliti meyakini karya-karya yang dihasilkan dalam penciptaan ini mampu menampilkan khas Indonesia, karena karya-karya ini mengangkat budaya khas Indonesia yaitu wayang, khusus-

nya wayang style Bali. Wayang merupakan salah satu kesenian tradisi asli Indonesia yang telah dikenal luas oleh publik sejak lama. Hal tersebut diungkapkan oleh Brandes, G.A.J. Hazeu, Rentse, Kats dan Kruyt bahwa kesenian wayang asli berasal dari Indonesia, bahkan Hazeu menyatakan kesenian wayang berasal dari Jawa (Darmoko pada http://staff.ui.ac.id , diakses 29 Juli 2018). Masing-masing daerah di Indonesia memiliki karakter visual wayang berbeda-beda. Kesenian wayang merupakan salah satu modal kultural yang dimiliki Indonesia dan dapat dikembangkan dalam mengangkat identitas bangsa Indonesia. Modal kultural merurut Bourdieu pada dasarnya berupa keyakinan akan nilai-nilai (values) mengenai segala sesuatu yang dipandang benar dan senantiasa diikuti dengan upaya untuk diaktulisasikan dalam kehidupan bermasyarakat (Sumarno, 2013: 70). Modal budaya yang berupa wayang tersebut telah teraplikasi pada karya seni keramik pada media seni keramik sebagai upaya menampilkan identitas karya yang memiliki karakter Indonesia.

Pencapaian hasil akhir yang diharapkan sesuai tujuan yaitu karya seni keramik berkarakter Indonesia atau seni keramik yang mampu menampilkan kekhasan Indonesia dikancah dunia. Penilaian ini ditentukan oleh masyarakat sebagai apresiator setelah melakukan apresiasi terhadap publikasi karya melalui pameran, penulisan artikel pada jurnal dan media lainnya. Kami tim peneliti meyakini bahwa tujuan tersebut sangat bisa tercapai, walaupun akan memerlukan waktu untuk proses publikasi. Pengamatan peneliti melalui kegiatan FGD di PS Kriya Seni FSRD ISI Denpasar pada bulan Juni 2018 dan publikasi *on line* terbatas, karya-karya ini cukup digemari oleh masyarakat. Variabel yang menunjukkan hal tersebut adalah beberapa orang yang sempat mengapresi berminat memiliki karya tersebut dengan cara membeli. Apresiasi masyarakat terhadap karya seni keramik ini lebih lanjut, akan dilihat pada publikasi pameran kedepan. Dengan menyisipkan muatan budaya lokal pada suatu karya, seorang apresiator akan diarahkan pemahaman tentang budaya tersebut disamping pemahaman bentuk yang nampak dipermukaan saja. Karena suatu produk bukan saja dapat dipersepsi melalui bentuk visual yang nampak dipermukaan saja, tetapi juga dapat dipersepsi dari unsur-unsur kulturalnya, misalnya dapat diketahui tradisi tertentu, cara-cara berpikir tertentu dan sebagainya (Vihma,1990: 116).

Karya-karya seni keramik yang diciptakan ini lebih dominan berfungsi hias dibandingkan dengan fungsi praktisnya sebagai wadah atau tempat sesuatu. Hal ini diakibatkan oleh penerapan ornamen wayang khas Bali pada karya ini lebih dominan mengangkat produk tersebut sebagai barang hias yang memiliki nilai keindahan yang dapat mempercantik ruangan. Sehingga fungsi praktis dari karya-karya semacam ini sering diabaikan oleh apresiator atau penggunanya.

Penerapan bentuk wayang Bali sebagai ornamen pada penciptaan seni keramik

ini juga mengangkat nilai jual produk tersebut menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis ornamen lainnya. Biaya produksi seni keramik ini juga menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan biaya produksi seni keramik dengan ornamen dengan lainnya yang menggunakan bahan cat pewarna keramik yang tidak memerlukan pembakaran. Ornamen wayang pada seni keramik ini menggunakan warna khusus keramik dan harus dibakar pada suhu tertentu, untuk mendapatkan warna yang tahan terhadap waktu seperti glasir. Sehingga pembakaran seni keramik hasil penciptaan ini dilakukan melalui tiga tahapan yaitu pembakaran biscuit, pembakaran glasir dan pembakaran warna.

Simpulan

Penciptaan seni keramik ini menghasilkan karya-karya yang bentuknya sederhana, menampilkan budaya seni tradisi Indonesia yaitu style wayang Bali. Bentuk sederhana yang ditampilkan dimaksudkan supaya masyarakat umum dengan mudah mengenali keramik khas Indonesia. Penciptaan ini menerapkan motif style wayang Bali sebagai ornamen yang untuk mencapai karya keramik yang memiliki karakter Indonesia. Penilaian capaian keramik karakter Indonesia diserahkan kepada penilaian masyarakat sebagai apresiator karya seni. Perwujudan karya dilakukan dengan teknik putar dan ornamen dilterapkan dengan teknik lukis. Beberapa karya yang berhasil diwujudkan adalah *sangku,* guci dan vas. Masing-masing karya dibuat beberapa varian ukuran, motif ornamen dan pewarnaan. Perwujudan karya ini melibatkan dua mitra yaitu Usaha tri Surya Keramik dan Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik (BTIKK) Bali. Peneliti memandang karya-karya penciptaan seni keramik ini masih terus harus dimaksimalkan untuk memperoleh hasil yang optimal. Misalnya perbaikan dalam teknik pembentukan badan supaya kualitas ketebalan karya sesuai dengan besarnya karya, menyesuaikan desain

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Kemenristekdikti yang telah mendanai penciptaan karya ini dalam bentuk hibah penelitian. Demikian juga peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua mitra yaitu Tri Surya Keramik dan BTIKK Bali yang telah membantu dalam perwujudan desain tim peneliti. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada teman-teman dosen di Program Studi Kriya Seni Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar yang telah memberikan masukan-masukan untuk perbaikan desain saat dilakukan focus goup discussion (FGD). Ucapan terimakasih juga kami ucapkan kepada Ketua LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar Dr. I Wayan "Kun" Adnyana, Dekan FSRD ISI Denpasar Anak Agung Bagus

Udayana dan Ketua Program Studi Kriya Seni ISI Denpasar yang telah memberikan masukan-masukan sehingga penciptaan seni keramik ini dapat berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

Barker, Chris. (2004). *Cultural Studies: Teori & Praktik.* (Nurhadi, Pentj). Yogyakarta: Kreasi Wacana.

"Gallery Twenty Eight: Using Symbols and Metaphots to Express Meaning by Phil Douglis." PBase.Web.11 Dec.2015

Gustami, SP. (2007). *Butir-Butir Mutiara Estetika*. Yogyakarta: Prasida.

"Industri Keramik Indonesia Peringkat 6 Dunia". Kementerian Perindustrian. *http://www.kemenperin.go.id*. 25 Januari 2017.

Jayanthi, Ni Putu Yuda. (2013). Kupu-Kupu Sebagai Sumber Inspirasi Penciptaan Karya Keramik Pada Peralatan Ruang Spa. *Tugas Akhir (TA)* Jurusan Kriya Seni Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.

"Kapolri: Tantangan Era Ini Menjaga Kebhinekaan". Raw. *http://jabar.tribunnews.com*. 24 Januari 2016.

"Keramik Cina dan Vietnam Ancam Produk Lokal". *https://www.bisnisbali.com*. 25 February 2017.

Mudra, I Wayan. (2016). "Marginalisasi Gerabah Hias Bali di Desa Kapal Badung pada Era Globalisasi" (*disertasi*). Denpasar: Universitas Udayana.

Nugraha, Adhi. (1999). Kriya Indonesia, sebuah wilayah sumber inspirasi tak terbatas. Makalah Konprensi Kriya dan Rekayasa di ITB Bandung, 26 November 1999.

Qulub, Riska Tafrihatul. (2017). Bunga Mawar Sebagai Sumber Ide Penciptaan Karya Keramik. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa* 05 (01): 102-109.

Rhodes, D. (1971), *Clay and Glazes for the Potter***,** Philadelphia New York London. Chilton Book Company.

San. (2017). *Perajin Gerbah di Desa Pejaten Makin Langka.* Media Bali Post, Kamis 25 Januari 5 Januari 2017, halaman 20.

Sunarini, Ni Made dan I Wayan Mudra. (2016). "Fenomena Reproduksi Gerabah Serang Banten di Bali" (*Laporan Penelitian Fundamental*). Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.

"Symbolism Movement, Artists and Major Works." The Art Story. Web. 11 Dec. 2015.

"Sejarah Asal-usul Wayang." Samin, Cah. http://caritawayang.blogspot.co.id/2015/04. 12 May 2018.

"Serbuan Keramik China Resahkan Keramik Lokal" http://www.kemenperin.go.id

Tabrani, Primadi. (2006). Kreativitas & Humanitas. Yogyakarta. JALASUTRA.

Vihma, Susann. (1990). "Bentuk Produk Sebuah Pendekatan Semiotika" dalam Susann Vihma dan Seppo Vakeva (Eds.) "*Semiotika Visual dan Semantika Produk, Pengantar Teori dan Praktek Penerapn Semiotika dalam Desain"*. (Ikramullah Mahyuddin, Penerj.). Yogyakarta: Jalasutra (hal. 116)

Zuhdi, Dandi Hilmi. (2016). Lebah Madu Sebagai Ide Dasar Penciptaan Karya Keramik Jenis Vas. *Tugas Akhir (TA)* Program Studi Pendidikan Seni Kerajinan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta.

SENI RUPA PITAMAHA:
MENIRU DAN MELAWAN IDEOLOGI SENI RUPA MODERN

I Ketut Supir
Prodi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Bahasa dan Seni, Undiksha, Singaraja, Bali, Kode Pos 111618
Email: ketut_supir@yahoo.co.id
Hp. 085237190946

ABSTRAK

Seni rupa Bali pra-kolonial didominasi oleh tema wayang yang mengandung makna simbolis agama Hindu. Sejak Belanda menguasai Bali, seni rupa Bali mengalami perubahan yang ditandai oleh berdirinya Pitamaha, sebuah perkumpulan perupa Bali. Di Pitamaha, Spies dan Bonnet mengajarkan seni rupa modern kepada perupa Bali. Seni rupa modern memiliki kaidah berbeda dengan seni rupa Bali, tetapi perupa Bali mau menerima dan meniru seni rupa modern. Penelitian ini untuk menemukan kuasa atau ideologi di balik penerimaan seni rupa modern oleh perupa Bali dan sikap perupa Bali dalam meniru seni rupa modern. Penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan interpretatif ini dan dipadukan dengan teori-teori kritis. Perupa Bali mau menerima seni rupa modern tidak lepas dari kuasa puri, kuasa kolonial, kuasa guru, dan kuasa pasar. Kuasa tersebut memiliki kekuatan untuk mendominasi, sehingga perupa Bali merasa harus mengikutinya. Perupa Bali meniru seni rupa modern dalam kondisi ambivalen. Mereka meniru seni rupa modern, tetapi juga tetap memertahankan seni rupa Bali. Kedua seni rupa itu dicampur dengan memanfaatkan ruang ketiga sebagai tempat yang bebas tanpa terikat oleh pakem yang ketat. Cara meniru seperti itu merupakan bentuk pelawan atau ejekan terhadap seni rupa modern (*mimicry and mockery*). Peniruan dengan cara demikian menghasilkan seni hibrid, glokalisasi, dan seni populer. Karakter seni ini berbeda dengan seni rupa modern maupun seni rupa Bali.

Kata Kunci: Seni Rupa Pitamaha, *Mimicry*, Hibriditas, dan Glokalisasi.

ART OF PITAMAHA: Mimic and Resist the Ideology of Modern Art

ABSTRACT

Pre-colonial Balinese art is dominated by themes of wayang that contain the symbolic meaning of Hinduism. Since the Dutch took over Bali, Balinese art has undergone a change marked by the founding of the Pitamaha, an association of Balinese artists. In Pitamaha, Spies and Bonnet teach modern art to Balinese artists. Modern art has different rules from Balinese art, but Balinese artists are willing to accept and imitate modern art. This research to find the power or ideology behind the acceptance of modern art by Balinese artists and the attitude of Balinese artists in imitating modern art. Descriptive qualitative research with this interpretive approach and combined with critical theories. Balinese artists want to accept modern art can not be separated from the power of the castle, the colonial power, the power of teachers, and the power of the market. The power has the power to dominate, so the Balinese artist feels compelled to follow it. Balinese artists imitate modern art in ambivalent conditions. They imitate modern art, but also maintain Balinese art. Both art is mixed by utilizing the third space as a free place without being bound by a strict grip. How to imitate like that is a form of opponent or ridicule against modern art (mimicry and mockery). Impersonation thus generates hybrid art, glocalization, and popular art. This art character is different from modern art as well as Balinese art.

Keywords: *Fine Art of Pitamaha, Mimicry, Hybridity, and Glocalization.*

PENDAHULUAN

Seni rupa Bali, masa prakolonial, merupakan bagian dari agama Hindu. Posisi seni rupa sebagai media untuk menyampaikan ajaran agama Hindu. Wayang, merupakan tema utama dalam seni rupa Bali, bertugas untuk menyampaikan nilai-nilai dan makna dari ajaran agama Hindu. Cerita wayang dipetik dari epos-epos Hindu—Mahabarata, Ramayana, Tantri, dan dongeng suci Hindu lainnya. Bentuk dan tampilan wayang juga mengacu kepada Hindu. Dengan demikian, gagasan penciptaan seni rupa Bali bersumber pada agama Hindu (Bandem, 1995: 99).

Bagi perupa Bali, berkarya seni dilandasi oleh tujuan *ngayah. Ngayah* merupakan pengabdian yang tulus ikhlas kepada Tuhan. Sikap pengabdian senantiasa dipupuk dalam diri, karena mereka percaya bahwa Tuhan dalam wujud dewa Siwa adalah sumber seni. Siwa *Nataraja* sebagai penari kosmis digunakan sebagai landasan filsafat kesenian Bali. Oleh karena itu, perupa mempersembahkan karyanya sebagai bentuk *yadnya. Yadnya* merupakan korban suci yang dilandasi rasa bhakti dan sebagai wujud atas kerinduan ingin bertemu dengan sumber seni. Dengan demikian, berkarya seni berhubungan erat dengan agama. Hubungan seni dan agama tidak saja terjalin dengan erat, tetapi juga tidak terpisahkan, ibarat dua sisi kertas. Berkaitan dengan itu, maka mengacu pada gagasan Granoka dalam Suamba (2003: 3), bahwa agama dan seni adalah satu, agama adalah seni dan seni adalah agama.

Agama Hindu menjadi sumber gagasan dalam penciptaan seni, baik berkaitan dengan makna simbolik maupun estetika. Hindu memiliki estetika yang terdiri atas tiga aspek, yaitu aspek *satyam* (kebenaran), *shiwam* (kesucian), dan *sundharam* (keindahan) (Yasa, 2007; Dibia, 2003; Kartadinata, 2008). Aspek *satyam* (kebenaran) dan *shiwam* (kesucian) berkaitan dengan sikap dan perilaku dalam berkarya seni. Salah satu sikap dan perilaku dalam berkarya, misalnya, memilih kayu untuk bangunan suci dan *pratima* selalu berpedoman pada lontar Janantaka (Ngoerah, 1981: 32). Demikian pula ketika memulai berkarya, senantiasa mempertimbangkan *desawa ayu* (hari baik) yang berpedoman pada kalender pawukon Bali (Soedarsono, 1999: 132). Aspek sikap dan perilaku dalam berkarya diposisikan lebih utama daripada aspek *sundharam*.

Aspek *satyam* dan *shiwam* menyangkut isi, sedangkan aspek *sundaram* berkaitan dengan visual. Aspek isi diupayakan terlebih dahulu, karena jika isi terpenuhi maka dengan sendirinya aspek *sundharam* (keindahan visual) akan terwujud. Hal ini menunjukkan bahwa seni rupa Bali menganut konsep *form follows meaning*. *Form follows meaning* merupakan diskursus dimana bentuk harus mengikuti isi. Isi memuat makna, ajaran moral, pendidikan, dan lainnya. Konsep *form follows meaning* banyak diterapkan pada masa klasik, karena seni pada masa itu bertugas menyampaikan pesan-pesan ideologis atau spiritual. Bentuk-bentuk dihadirkan secara konvensional melalui kombinasi tanda-tanda dan kode-kode tertentu (Piliang, 2012: 182).

Penekanan pada isi dapat dilihat pada tema wayang. Tema wayang sarat memuat nilai-nilai moral dan kebaikan. Penyampaian nilai-nilai moral dan pendidikan menjadi tujuan utama dalam tema wayang tidak bisa dilepaskan dari keberadaannya yang berasal dari kesenian Hindu Jawa. Kesenian Hindu Jawa menyebar ke Bali pada abad ke-11, ketika Bali menjalin hubungan dengan kerajaan Erlangga di Jawa Timur. Pengaruh kesenian Jawa semakin kuat seiring dengan datangnya migrasi dari Majapahit yang terdesak oleh kekuatan Islam (Rahardjo, 1987: 32). Seni, dalam bahasa Jawa, diartikan dengan *kagunan* yang mempersoalkan pada kepekaan merasakan kebaikan dan keburukan yang berkaitan dengan nilai-nilai moral. Moralitas, dalam filsafat Jawa, tidak hanya bertumpu pada norma-norma absolut, tetapi juga berkaitan dengan diskursus tentang kebaikan, kearifan, dan nilai-nilai kebersamaan (Supangkat, 2001: xv). Oleh karena itu, peran sebuah karya seni tidak hanya menyampaikan keindahan visualnya semata, tetapi yang lebih utama adalah menyampaikan nilai-nilai moral dan kebaikan.

Penyampaian isi menjadi tujuan suatu karya seni rupa dihadirkan. Oleh karena itu, maka apresiator dalam mengapresiasi karya seni rupa tidak semata-mata menikmati bentuk visualnya, tetapi menghayati pesan yang disampaikan. Berkaitan dengan hal tersebut, maka perupa berperan sebagai penyampai pesan dan karya seni rupa ditampilkan secara naratif. Karya ditampilkan berdasarkan alur cerita yang dibagi dalam beberapa adegan. Sifat naratif ini tampak pada tema wayang yang dibagi dalam beberapa adegan. Kadang adegan-adegan tersebut ditampilkan dalam bidang terpisah atau dalam satu bidang. Adegan diurut sesuai dengan alur narasi cerita. Sosok wayang, baik bentuk dan warnanya, digambar dengan mengacu pada pakem yang telah mentradisi. Pakem dijadikan pedoman oleh perupa dalam berkarya maupun oleh penikmat dalam mengapresiasi seni. Pola apresiasi dalam masyarakat tradisional, termasuk masyarakat Bali, dilakukan dengan cara mencocokkan (Kayam, 1981; 34). Masyarakat mencocokkan bentuk dan warna sosok wayang yang dilukis perupa dengan pakem yang berlaku. Perupa memosisikan pakem sebagai pedoman berkarya. Dengan demikian, seni rupa Bali merupakan karya kolektif.

Seni rupa Bali mengalami perubahan sejak Bali dikuasai Belanda. Salah satu kebijakan pemerintah kolonial Belanda berkaitan dengan kehidupan budaya, yaitu *Baliseering* atau Balinisasi. Balinisasi merupakan politik kebudayaan kolonial Belanda untuk menjaga budaya dan cara hidup orang Bali agar tetap asli. Belanda mengajarkan orang Bali bagaimana bertingkah-laku seperti yang dibayangkan. Bali dijauhkan dari pengaruh-pengaruh luar. Menurut Picard (2006: 25), pemerintah kolonial Belanda menjadikan Bali sebagai ”museum hidup”. Akan tetapi, dalam menjaga keaslian budaya Bali, kolonial Belanda memerlihatkan sikap ambigu. Di satu sisi, kolonial Belanda menjauhkan Bali dari pengaruh-pengaruh luar yang merusak, tetapi di sisi lain, mengundang orang-orang Eropa untuk datang dan menikmati Bali. Bali dijadikan sebagai destinasi pariwisata yang siap dikunjungi. Kebijakan kolonial Belanda tersebut menimbulkan dampak sangat luas terhadap kehidupan budaya Bali.

Politik kebudayaan Belanda mengakibatkan robohnya pilar-pilar kesenian Bali. Sebelum Belanda menjajah Bali, kuasa atas kesenian Bali sepenuhnya dipegang oleh raja. Raja berperan sebagai patron dan sekaligus sebagai pembeli utama karya seni. Sebagai penyokong kehidupan seni, raja membangun kompleks pemukiman bagi para seniman beserta keluarganya di sekitar puri (Astika, dkk., 1975: 46). Hal ini dapat dilihat di sekitar bekas kerajaan Gelgel, Klungkung, terdapat komunitas pelukis, pengerajin tenun, dan pengerajin logam. Hal itu sama seperti di sekitar keraton Yogyakarta bermukim berbagai komunitas seni untuk mendukung keraton. Namun, sejak terbitnya kebijakan Balinisasi, kekuasaan raja atas kesenian diambil-alih oleh pemerintah kolonial Belanda. Kolonial Belanda kemudian menggiring kesenian ke arah politik kapitalis ekonomi (Couteau, 2003: 102). Seni dijadikan komoditas yang siap diperdagangkan.

Pemerintah kolonial Belanda gencar mempublikasikan Bali di media massa Eropa, sebagai daerah eksotis. Akibatnya, orang Eropa berduyun-duyun datang ke Bali, baik sebagai pelancong maupun seniman. Beberapa seniman Barat memburu alam dan budaya Bali untuk dilukis. Beberapa di antara mereka tinggal di Bali dan mengajarkan seni rupa modern kepada perupa Bali. Pengajaran seni rupa modern secara melembaga dilakukan di Pitamaha. Pitamaha merupakan perkumpulan perupa Bali yang berpusat di Ubud, didirikan oleh Spies dan Bonnet yang mandapat dukungan dari Cokorda Gede Agung Sukawati (penguasa puri Ubud) dan I Gusti Nyoman Lempad (perupa Ubud) (Vickers, 2012; Kam, 1993).

Puri Ubud yang juga menunjuk Spies dan Bonnet sebagai guru. Spies dan Bonnet mengajarkan kaidah-kaidah seni rupa modern, seperti tema kehidupan sehari-hari, teknik pencahayaan, pewarnaan, perspektif, dan anatomi. Seni rupa modern yang berakar pada budaya Barat lebih mengutamakan prinsip kemajuan dan kebaruan, budaya tinggi, otonomi seni, kode tunggal, formalisme estetis, dan *form follows function* (Piliang, 2006: 130-135). Estetika seni rupa modern dilandasi oleh perhitungan-perhitungan kalkulatif matematis. Dengan demikian, seni

rupa modern sangat bertentangan dengan seni rupa Bali. Seni rupa Bali didominasi oleh tema wayang yang lebih menonjolkan garis kontur, warna yang stabil dan mengikuti konsep warna *pengider-ider*, ruang diisi penuh, ikon, dan subikon terpatron dan berulang-ulang (Yasa, 2007: 35; Couteau, 2003: 106). Seni rupa modern menganut prinsip sekuler atau seni untuk seni, sedangkan seni rupa Bali sebagai penyampai pesan agama Hindu.

Spies dan Bonnet berhasil menularkan seni rupa modern di Bali yang dapat dilihat dari munculnya lukisan dan patung dengan tema kehidupan sehari-hari. Akibatnya tema kehidupan sehari-hari semakin banyak diproduksi, sementara tema wayang semakin berkurang. Objek digambar dengan menonjolkan anatomis, perspektif, pencahayaan, dan warna yang sesuai dengan warna alam. Hal itu menunjukkan bahwa perupa Bali mau menerima seni rupa modern, meskipun bertentangan dengan seni rupa Bali. Mereka meniru karya-karya Spies, Bonnet, dan perupa Barat lainnya. Tetapi cara mereka meniru tidak sesuai dengan kaidah seni rupa modern. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini dengan teori kritis ingin menemukan ideologi atau kuasa di balik kesediaan perupa Bali menerima seni rupa modern dan menemukan cara mereka meniru seni rupa modern. Hasil penelitian ini penting untuk melihat bahwa seni berdiri sendiri, tetapi sangat berkaitan dengan aspek-aspek di luarnya. Dengan menggunakan metode kultural studies, seni dikaji dalam kaitannya dengan politik, ekonomi, sosial, dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012: 6). Lokasi penelitian difokuskan di daerah Ubud dan sekitarnya. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling.* Penjaringan data dimulai dari informan kunci dan berlanjut ke informan berikutnya seperti bola salju (*snow ball*) yang terus menggelinding hingga membesar. Data dikumpulkan dengan teknik observasi partisipatoris dan wawancara mendalam serta studi dokumen. Analisis data secara deskriptif-kritis dengan menggunakan pendekatan interpretatif dan dipadukan dengan teori-teori kritis (Basrowi dan Suwandi, 2008: 206).

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

I. Kuasa yang Memengaruhi Perupa Bali.

1.1 Kuasa Puri.

Masyarakat Bali prakolonial merupakan masyarakat agraris yang memiliki susunan hierarkis sangat kuat. Dalam masyarakat agraris, segala bentuk interaksi sosial dibangun berdasarkan struktur hierarkis. Hubungan sosial dibangun dengan pola hubungan raja-kawula, pejabat tinggi-warga, yang dipertuan-vasal, patron-klien, senior-yunior (Lombard, 2005: 58). Struktur birokrasi tertinggi dipegang oleh raja, penguasa atau apapun namanya, adalah orang yang yang memiliki kekuasaan mutlak yang tidak terbatas. Selain itu, raja juga bertindak sebagai kepala agama dan hakim tertinggi. Hal itu menunjukkan bahwa raja (puri) memiliki kekuasaan yang besar atas kehidupan rakyat. Dalam kondisi seperti itu, puri menempati posisi sebagai kelas dominan.

Raja atau puri sebagai kelas yang mendominasi kelas petani *parekan* dengan memanfaatkan mental hamba atau *parekan.* Mental *parekan* dilembagakan berlandaskan ideologi dewa raja atau tautan tuan-hamba atau dana-bhakti. Ideologi dewa raja sangat melekat dalam kehidupan masyarakat Bali, bahkan sampai saat ini masih dirasakan dalam kehidupan masyarakat. Rakyat sangat mematuhi *titah* raja, karena raja tidak saja dipandang memiliki kekuatan

fisik untuk memaksa rakyat, tetapi juga dianggap sebagai dewa yang mewujud atau orang Bali menyebutnya dengan istilah *Dewa Nyalantara* (Atmadja, 2010a: 9). Ideologi dewa raja mengukuhkan posisi raja sebagai pemegang otoritas tunggal atas kehidupan rakyat. Raja diposisikan sebagai pelaku utama dalam memertahankan keserasian antara mikrokosmos dan makrokosmos (jagat raya) (Lombard, 2005: 60). Dengan demikian, raja dipandang memiliki kekuasaan tidak terbatas pada kehidupan sosial saja, tetapi juga kehidupan spiritual.

Dominasi puri atas kelas *parekan* dibangun dalam berbagai ikatan, antara lain ikatan politis militer, sosial, ekonomi, perdagangan, maupun dalam bidang kesenian. Dalam ikatan militer, raja memobilisasi penduduk agar menjadi milisi yang menyediakan senjata sendiri ketika diperlukan. Dalam bidang hukum, puri memiliki otoritas mengadili untuk menentukan seseorang bersalah atau tidak. Raja juga memiliki hak mengeluarkan peraturan-peraturan yang mempunyai kekuatan undang-undang (Dwipayana, 2001: 114). Dalam bidang ekonomi, puri memiliki tanah sangat luas yang digarap oleh petani dan petani diwajibkan membayar pajak tanah kepada puri. Dalam bidang perdagangan, puri memonopoli perdagangan, terutama di pelabuhan dengan mewajibkan pedagang membayar upeti atau cukai pada setiap barang yang masuk maupun keluar. Cukai itu dipungut oleh syahbandar yang kemudian menyerahkan kepada puri. Pemasukan keuangan puri juga diperoleh dari penjualan budak (Dwipayana, 2001: 112).

Dalam aktivitas budaya, agama, dan kesenian, puri menunjukkan perbedaan dengan kaum *jaba* (rakyat biasa). Perbedaan yang cukup menonjol antara puri dan kaum *jaba,* yaitu penggunaan propoerti dalam upacara ngaben. Puri bebas menggunakan properti dengan bebas, sedangkan rakyat biasa menggunakan secara terbatas. Puri berhak menggunakan *naga banda, petulangan* berwujud lembu, karang boma, bedawang, maupun *bade*. Sedangkan kaum *jaba* hanya menggunakan keranda jenazah atau *pepaga* (Dwipayana, 2001: 127).

Puri dihias dengan motif hias yang beragam, sedangkan rumah tinggal kaum *jaba* dihias dengan sederhana. Bangunan puri dihias menggunakan motif kala—karang boma, maupun karang sae dan hiasan lainnya. Sementara rumah tinggal kaum *jaba* tidak boleh menggunakan motif kala. Fenomena seperti itu, saat ini, masih dijumpai di daerah Gianyar. Sebagian besar masyarakat Gianyar, khusunya kaum *jaba,* takut menghiasi rumah tinggalnya dengan motif kala. Mereka percaya, bahwa jika rumahnya dihiasi dengan motif kala, keluarganya akan menemui kesusahan atau sakit-sakitan. Hiasan kala dipercaya memiliki aura negatif yang berpengaruh terhadap kehidupan dalam keluarga. Kepercayaan itu dibangun melalui mitos-mitos yang terus dilestarikan di masyarakat. Kadang sosialisasi mitos-mitos tersebut disertai dengan ancaman. Mitos, dengan demikian, dijadikan sebagai alat oleh kelompok tertentu untuk melanggengkan posisinya*,* mengingat mitos berfungsi mendistorsi makna (Barthes, 2011: 314).

Puri mengukuhkan diri sebagai pusat kebudayaan, maka berbagai kegiatan budaya—satra, seni tari, seni rupa (lukis, tenun, dan kerajinan logam)—dipusatkan di puri. Puri sebagai tempat membahas karya-karya sastra, seperti *makakawin* atau *mapapawosan,* karena itu puri juga disebut sebagai pusat sastra. Puri juga menjadi pusat seni kerawitan, seni tari, dan seni rupa. Seniman-seniman tari didatangkan ke puri untuk mengajarkan seni tari kepada putra-putri raja. Demikian pula, para *undagi* dan *sangging* direkrut untuk membangun dan menghias puri. Sebagai imbalannya, raja memberikan imbalan *pecatu* berupa tanah sawah atau tanah perkebunan (Agung, 2001: 160).

Puri sebagai pembeli karya seni. Raja membeli karya seni tidak semata-mata untuk menghiasi purinya, tetapi juga untuk menunjukan bahwa dirinya memiliki budi yang halus. Kehalusan budi seseorang berkaitan dengan seni, sebagaimana dikatakan Sumardjo (2000: 178), bahwa tingkat selera seseorang terhadap seni mencerminkan karakter orang tersebut. Seseorang yang memiliki tingkat apresiasi terhadap seni berkorelasi dengan kehalusan budinya. Raja

membeli karya seni untuk menunjukkan tingkat kehalusan budinya, karena kehalusan budi merupakan salah satu syarat bagi seorang penguasa. Dengan demikian, seni digunakan untuk menguhkan staus quo raja.

Seni puri dibedakan dengan seni rakyat. Seni puri diklaim sebagai puncak kesenian pada zamannya. Seni puri diposisikan sebagai seni tinggi, karena sarat mengandung nilai-nilai moral dan pendidikan. Seni puri diciptakan melalui perenungan yang mendalam, karenanya seni puri disebut dengan seni "adhiluhung" (Soedarsono, 1999b: 123). Berbeda dengan seni rakyat yang dianggap sebagai seni rendah dan hanya berperan sebagai hiburan semata serta hampa dari makna simbolis. Seni rakyat lahir dari bawah yang merupakan ekspresi spontan dari rakyat, yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Strinati, 2010: 35).

Puri sebagai pelindung seni, karena itu puri memiliki tanggungjawab atas kehidupan seni. Tanggungjawab puri itu ditunjukkan oleh Cokorda Gede Raka Sukawati dan Cokorda Gede Agung Sukawati—penguasa puri Ubud—dengan memajukan seni rupa di Ubud. Penguasa puri Ubud itu mendukung Spies dan Bonnet ketika mendirikan Pitamaha. Puri Ubud menyediakan fasilitas dan tempat tinggal untuk Spies dan Bonnet. Tempat tinggal Bonnet sekaligus digunakan sebagai tempat belajar melukis. Puri Ubud juga memberikan kepercayaan kepada Spies dan Bonnet untuk mengajarkan seni rupa modern kepada perupa Bali. Hal itu dilakukan karena Cokorda Gede Raka Sukawati melihat seni rupa di Ubud dalam kondisi statis dan perlu dikembangkan (Couteau, 2003: 133).

Puri Ubud menggunakan otoritasnya dalam menunjuk Spies dan Bonnet agar mengajarkan perupa Bali tentang seni rupa modern. Penunjukan tersebut, oleh perupa dipandang sebagai keputusan yang sah dan harus diterima. Mereka menerima keputusan puri Ubud tersebut bisa jadi karena mereka memandang penguasa puri Ubud sebagai Dewa *Nyalantara* atau, bisa pula, cara perupa, sebagai *parekan* menunjukkan sikap *bhakti*nya kepada puri. Mereka berbhakti kepada puri, bisa jadi, karena puri dipandang sebagai pemerintah yang adalah *guru wisesa. Guru wisesa* merupakan salah satu dari *catur guru* yang memiliki posisi terhormat dalam masyarakat Bali. Sebagai *guru wisesa*, maka segala keputusan atau perintahnya dipandang sebagai suatu kebenaran. Foucault dalam Lubis (2006: 231) mengatakan bahwa kebenaran adalah sistem prosedur untuk memproduksi, mengatur, menyebarkan, dan mengoperasikan pernyataan-pernyataan.

1.2 Kuasa Kolonial.

Kolonial Belanda bisa menguasai Bali karena memiliki pengetahuan dan teknologi perang, alat transportasi, dan persenjataan yang unggul. Keunggulan penegtahuan dan teknologi yang dimiliki kolonial Belanda tidak lepas dari akibat dari kemajuan budaya Barat. Budaya Barat dilandasi oleh cara berfikir rasional dan mencapai puncaknya pada zaman Renaisans. Renaisans atau zaman pencerahan dimana manusia mampu membebaskan dari dogma agama yang beku. Manusia memecahkan persoalan hidupnya dengan mengutamakan fakta-fakta rasional. Manusia yakin mampu menemukan kebenaran berdasarkan kemampuannya sendiri (Hidayat, 2012: 2). Mereka mengembangkan pengetahuan dan teknologi untuk menghadapi kekuatan alam. Dengan pengetahuan dan teknologi, manusia tidak lagi tunduk pada alam, sebaliknya manusia menguasai dan mengolah alam untuk memenuhi pelbagai kebutuhannya (Fernandez, 1990: 197). Kemajuan pengetahuan dan teknologi mendorong kebudayaan Barat berkembang menjadi kebudayaan modern. Modernitas, menurut Lyotard dalam Rusbiantoro (2001: 2), merupakan projek intelektual yang mencari kesatuan di bawah bimbingan ide pokok yang terarah kepada kemajuan.

Kemajuan dan kebaruan merupakan dogma modernisme dengan diperoleh berdasarkan fakta. Semangat modernisme kemudian berkembang menjadi semangat positivism yang menyangkal metafisika sebagai ilmu lantaran tidak didasarkan pada fakta. Fakta menjadi

panglima dan semua kehidupan yang tidak berdasarkan pada fakta dipandang sebagai komunitas primitif, bangsa biadab, tak berbudaya, dan terasing (Rusbiantoro, 2001: 3). Hal ini melahirkan cara pandang oposisi biner. Oposisi biner merupakan sistem yang membagi dunia dalam dua kategori yang berlawanan. Barat dilawankan dengan Timur, superior dilawankan dengan inferior, baik dilawankan dengan buruk, dan lainnya. Barat diposisikan sebagai diri (*self*) dan Timur sebagai yang lain (*another*). Barat mengklaim diri sebagai bangsa unggul atau superior, sedangkan Timur sebagai bangsa terbelakang atau inferior.

Edward Said dalam buku *Orientalisme*, mengkritik cara pandang oposisi biner ala Barat itu, karena merendahkan bangsa Timur. Said (2001) mengatakan bahwa orientalisme merupakan cara pandang barat atas Timur). Belanda menggunakan wacana orientalisme dalam praktik penjajahan. Lebih lanjut Said mengatakan bahwa wacana orientalisme digunakan kolonial untuk melegitimasi agresinya serta supremasi politik dunia Barat (Lubis, 2015: 136). Bonnet, sebagai bagian dari kolonial Belanda, mengklaim diri sebagai pembawa kebaruan dengan menyeragamkan seni rupa Bali di bawah kaidah seni rupa modern. Hal ini dapat dilihat dari cara Bonnet menyarankan perupa Bali agar mengurangi tema wayang dan menggantinya dengan tema kehidupuan sehari-hari. Bonnet mengatakan tema wayang menggambarkan dunia khayal, berbeda dengan tema kehidupan sehari-hari yang menggambarkan dunia nyata (Djelantik, 1981: 28). Prinsip seni rupa modern yang hanya percaya pada fakta, maka dengan demikian, Bonnet menempatkan tema wayang lebih rendah daripada tema kehidupan sehari-hari. Tema kehidupan sehari-hari merupakan hasil kerja rasionalitas. Horkheimer dan Adorno dalam Barker, 2004: 146) mengatakan bahwa rasionalitas adalah logika dominasi dan penindasan. Bonnet mengajarkan perupa Bali menggambar alam dengan mempertimbangkan kaidah anatomi, perspektif, dan pencahayaan, yang dilihat secara kasat mata. Cara menggambar seperti itu tidak dikenal dalam seni rupa Bali.

Pada awalnya cara nmenggambar berdasarkan kaidah barat aneh dan asing, tetapi perupa Bali mau menerima seni rupa modern, bisa jadi karena mereka memosisikan seni rupa modern sebagai seni maju, rasional, berkembang, dan baik. Sebaliknya, seni rupa Bali diposisikan sebagai seni tradisional, terbelakang, irasional, dan tidak berkembang. Hal ini tidak lepas dari praktik kolonialisasi dengan melakukan konstruksi terhadap identitas bangsa jajahan, sehingga kemudian menjadi pendefinisian identitas bangsa terjajah (Fanon dalam Lubis, 2016: 145). Seni rupa modern tidak saja diletakkan sebagai pusat orientasi atau teladan, tetapi juga diharapkan dapat menularkan kebaruan, rasionalitas, dan kebaikan, terhadap seni rupa Bali, agar bisa sejajar dengan seni rupa modern. Dengan demikian, modernisasi tidak hanya berbentuk transformasi ke arah kemajuan, tetapi terkait dengan dominasi seni rupa modern terhadap seni rupa Bali. Berkaitan dengan hal itu, meminjam gagasan Foucault dalam Atmadja (2010b: 10), bahwa hubungan seni rupa Barat dan seni rupa Bali dalam modernisasi ini adalah sarat kekuasaan.

1.3 Kuasa Guru

Seni rupa Bali diposisikan sebagai seni rendah, dan terbelakang, berbeda dengan seni rupa modern sebagai seni unggul, maju, baik, berkembang, dan rasional. Agar seni rupa Bali berkembang dan sejajar dengan seni rupa modern, maka Cokorda Gede Raka Sukawati dan Cokorda Agung Sukawati, memberi kepercayaan kepada Spies dan Bonnet untuk menularkan keahliannya kepada perupa Bali. Spies dan Bonnet mengajarkan seni rupa modern yang diterima oleh perupa Bali. Perupa tidak saja menerima seni rupa modern, tetapi juga meniru karya-karya Spies dan Bonnet. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari posisi Bonnet yang dipandang sebagai *guru pengajian*. *Guru pengajian* merupakan salah satu aspek dari *catur kang sinanggah guru* atau empat yang dianggap guru, yaitu *guru pengajian* (guru yang mengajar di sekolah)*, guru rupaka* (ibu bapa)*,* dan *guru wisesa* (pemerintah), dan *guru swadhyaya* (Sang Hyang Widhi) (Sudharta dan Ida Bagus Oka Punia Atmaja, 2001: 56).

Guru *pengajian* sangat dihormati, karena selain memberikan pengetahuan, juga menanamkan keyakinan (Cudamani, 1993: 50).

Perupa Bali menuruti saran Spies dan Bonnet, karena kedua seniman Barat itu selain dipandang sebagai guru, juga sebagai pelaku seni yang mumpuni. Sebagai guru, Spies dan Bonnet berhasil mentransfer pengetahuan dan keahliannya kepada perupa Bali. Sebagai pelaku seni, Spies dan Bonnet mampu menghasilkan karya-karya yang berkualitas tinggi. Karena kemampuan yang dimiliki Spies dan bonnet, maka perupa Bali mengagumi dan meniru karya-karyanya. Kekaguman perupa Bali terhadap Spie dan Bonnet kemudian berkembang menjadi rasa hormat. Rasa hormat itu ditunjukkan melalui cara mereka memanggil kedua seniman Barat itu. Spies dipanggil dengan "tuan tepis" dan Bonnet dipanggil dengan tuan Bonnet (Couteau, 1999; 2003). Kata tuan biasanya dipakai untuk memanggil orang yang memiliki kelas lebih tinggi yang posisinya sejajar dengan bendoro, majikan, junjungan, juragan, empunya, dan orang kaya. Panggilan tuan kepada Spies dan Bonnet, dengan demikian, sama artinya memosisikan seniman Barat itu sebagai kelas berkuasa setara dengan raja atau elite puri. Sebagai kelas berkuasa, maka Spies dan Bonnet dengan mudah memproduksi kebenaran (Kali, 2013: 89).

1.4 Kuasa Pasar

Berkarya seni, bagi perupa Bali prakolonial, merupakan bentuk *ngayah* atau mengabdi kepada kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa (agama Hindu). Perupa merasa bangga jika dapat mempersembahkan karyanya untuk keperluan pura dan puri. Pada waktu itu, karya-karya seni rupa hanya dijumpai di pura dan puri. Karya seni rupa itu memuat pesan agama dan penciptaanya berpedoman pada *pakem.* Ketika memulai berkarya, perupa mempertimbangkan *dewasa ayu*. Pakem menjadi pedoman ketika mereka berkarya. Akan tetapi, ketika mendapat pengaruh modern, perupa mengabaikan bahkan meninggalkan pakem. Perupa berkarya dikendalikan oleh ideologi kapitalisme. Di bawah kendali kapitalisme, penciptaan seni tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan agama Hindu, tetapi menjadi bagian dari industri dengan motif mencari keuntungan.

Seni menjadi komoditas yang dipertukarkan untuk mendapatkan uang. Uang menjadi tujuan utama dalam kehidupan masyarakat era global. Kita tidak menafikan bahwa uang sangat penting dalam memenuhi keinginan yang menyebabkan manusia terjerat pada ideologi pasar. Manusia telah tergantung pada pasar atau daulat pasar. Atmadja (2010: 53) mengatakan bahwa ciri manusia pada era globalisasi adalah terikat pada daulat uang dan daulat pasar. Tuntutan untuk memiliki uang bagi masyarakat, termasuk perupa, merupakan suatu keniscayaan. Agar dapat memenuhi keinginannya memiliki uang, maka perupa menjual karya seninya. Seni yang semula merupakan modal budaya diubah menjadi modal ekonomi (Bourdieu, 2012: xx).

Berubahnya seni menjadi komoditas diikuti oleh perubahan sikap perupa dalam berkarya. Pada masa prakolonial, perupa menciptakan karya seni dilandasi oleh sikap *ngayah* sebagai wujud rasa bhakti kepada Tuhan Yang Maha Kuasa. Namun pada era globalisasi yang digerakkan oleh ideologi kapitalisme, perupa menciptakan seni untuk memenuhi kebutuhan pasar. Mereka menciptakan karya seni yang laku di pasaran. Seni dilepaskan dari ikatan agama Hindu dan tidak lagi mengacu pakem dan pertimbangan hari baik. Tema yang diusung adalah tema kehidupan sehari-hari dengan tampilan objek yang realis agar mudah dipahami oleh konsumen.

Warna lukisan tidak lagi mengacu pada konsep *pengider-ider,* tetapi dengan warna-warna meriah yang menarik dilihat. Bentuk tidak lagi menyampaikan isi atau makna, tetapi menonjolkan keindahan visual semata. Karena itu, dalam berkarya, perupa tidak lagi memerlukan pengetahuan tentang warna *pengider-ider* dan perhitungan hari baik ketika

memulai pekerjaan. Perupa berkarya untuk memenuhi pesanan. Ketika menerima pesanan banyak dengan waktu yang terbatas, mereka bekerja siang dan malam untuk menyelesaikan pesanan tersebut. Ketika berkarya, perupa tidak lagi mendasarkan pada pengalaman transenden, tetapi menciptakan karya berdasarkan mekanisme pasar (Budiarto, 2001: 51). Pasar menjadi tujuan utama sebuah karya diciptakan. Pasar, dengan demikian, memiliki kekuatan dominasi, jika tidak dipertimbangkan dengan baik, bisa jadi dapat menghancurkan dunia seni secara massif dan pada gilirannya secara signifikan menghancurkan kehidupan masyarakat pendukungnya (Malna, 1992: 17).

Seni rupa menjadi bagian yang tidak terelakkan dari kendali pasar. Dalam kondisi seperti itu, seni rupa tidak hanya merupakan aktivitas budaya, tetapi juga sebagai aktivitas ekonomi (Malna, 1992: 16). Berkarya seni tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan batin, tetapi dikendalikan oleh keinginan memiliki uang. Habermas dalam Adian (2010: 113) mengatakan bahwa seni yang dikendalikan oleh uang dan kekuasaan secara bertahap akan terlepas dari dunia kehidupan itu sendiri.

Perupa memproduksi karya seni yang diminati pasar. Akibatnya, beberapa perupa membat karya agar laku dijual dengan cara meniru bahkan memalsu karya orang lain. Di Bali, memang perilaku meniru telah berlangsung lama berkaitan dengan praktik penurunan keterampilan seni dari generasi ke genarsi berikutnya. Ada dua jenis sistem penurunan keterampilan seni, yaitu sistem penurunan keterampilan dari orang tua kepada anaknya dan sistem cantrik. Dalam kedua sistem itu, seorang cantrik diwajibkan meniru karya gurunya dan dinyatakan lulus jika mampu meniru karya gurunya dengan baik. Ketika mengajar seni di Pitamaha, Bonnet juga membiarkan perupa Bali meniru karyanya. Semua perilaku meniru itu dilakukan dalam rangka proses belajar. Akan tetapi, saat ini, perilaku meniru itu telah mentradisi, meskipun untuk tujuan pasar. Belakangan ini, perilaku meniru maupun memalsukan karya seni jamak terjadi. Salah satunya adalah kasus pemalsuan karya Nyoman Gunarsa, pada tahun 2011, yang mengebohkan dunia seni rupa Bali.

Demi dapat menghasilkan karya yang banyak dalam waktu singkat, maka perupa mengkopi karya yang diminati pasar. Karya seni master ditempatkan di atas kaca yang disinari lampu dari baliknya. Bayangan garis dari karya master akan memantul pada kertas yang telah ditaruh di atasnya, garis itu kemudian diperjelas menggunakan pensil. Cara ini mampu menghasilkan lukisan yang sama dan banyak dalam waktu singkat. Sistem kopi ini menagkibatkan munculnya karya seni *kitch* (kemasan) yang diproduksi secara massal untuk tujuan komersial. Seni *kitch* didorong oleh semangat reproduksi, konsumsi, dengan cara mengimitasi bentuk, gaya, atau objek untuk tujuan dan fungsi palsu atau merupakan reproduksi ikonik (Hidayat, 2012: 131).

2. Perupa Bali Meniru Seni Rupa Modern

2.1 *Mimicry* : Meniru Sekaligus Melawan Ideologi Modern.

Mimikri atau peniruan merupakan istilah dalam teori poskolonial yang merupakan akibat dari hubungan antara penjajah dan terjajah. Hubungan ini memunculkan sikap mabivalensi pada diri kaum terjajah. Kondisi perasan ambigu dipengaruhi oleh cara kolonial yang selalu mendorong kelas terjajah untuk meniru kebiasaan, asumsi, nilai-nilai yang dimilikinya. Kelas terjajah meniru kebiasaan penjajah, tetapi dilakukan dengan tidak mengikuti karakter yang dimiliki penjajah. Akibatnya, bentuk-bentuk yang dihasilkan mengaburkan batas antara ciri penjajah dan terjajah. Dengan demikian, mimikri menyebabkan munculnya salinan yang kabur tentang ciri penjajah yang sesungguhnya, sehingga menjadi ancaman bagi penjajah (Ashcroft, dkk. 2001: 140).

Bhabha dalam Martono (2011: 158) menjelaskan bahwa mimikri memiliki dua pengertian.

Pertama, mimikri yang diartikan sebagai kemampuan mengubah diri sehingga sulit dibedakan dengan lingkungannya. Masyarakat yang melakukan mimikri akan sulit dibedakan dengan karakter budaya yang menjadi objek mimikri. Unsur budaya asli mereka telah melebur dengan budaya kolonial, sehingga mereka kehilangan keasliannya. *Kedua,* mimikri diartikan sebagai kemampuan masyarakat atau seseorang untuk menyerupai orang lain yang lebih kuat atau mempunyai kemampuan lebih besar daripada dirinya. Perupa Bali melakukan mimikri model pertama, karena itu seni rupa modern dan seni rupa Bali lebur menjadi satu dan keaslian masing-masing seni rupa menghilang. Perupa Bali melakukan mimikri bisa jadi untuk menunjukan bahwa kelas terjajah tidak diam dan tunduk terhadap penjajah. Dalam meniru seni rupa modern tidak dilakukan secara tepat. Cara ini dilakukan sebagai sikap perupa Bali melawan atau mengejek (*mockery*) Barat. Berkaitan dengan itu, maka Ashcroft dkk. (2001: 141) mengatakan bahwa meniru sekaligus ejekan merupakan strategi perupa, sebagai kelas terjajah, menghadapi dominasi penjajah.

Perupa Bali meniru seni rupa modern dengan memanfaatkan ruang antara kelas penjajah dan terjajah. Bhabha menyebut ruang antara ini dengan ruang ketiga (*third space*). Dengan memanfaatkan ruang ketiga, perupa bebas menghilangkan hierarki antara seni rupa modern dan seni rupa Bali (Ashcroft, dkk., 2001: 118). Praktik peniruan seperti itu dapat diihat pada karya I Reneh dan I Gusti Ketut Kobot. I Reneh melukis suasana pasar tradisional dengan menerapkan teknik perspektif. Teknik perspektif ala Barat, pada umumnya, memiliki satu atau dua titik lenyap. Akan tetapi dalam karya I Reneh terdapat banyak titik lenyap. I Gusti Ketut Kobot melukis tema *Upacara di Pura* dengan menggambar sosok manusia dengan proporsi dan anatomi yang mirip dengan seni rupa modern. Akan tetapi bila dicermati, maka akan tampak bahwa proporsi dan antominya tidak mengikuti kaidah seni rupa modern dengan baik. Setiap objek memiliki titik lenyap masing-masing. Proporsi dan anatomi objek tidak memperhitungkan perbandingan ilmiah analitis, tetapi dengan cara dikira-kira. I Reneh dan Kobot dalam meniru kaidah seni rupa modern, memanfaatkan ruang ketiga. Di ruang ketiga ini Reneh dan Kobot bebas meniru tanpa terikat oleh kaidah seni rupa modern maupun seni rupa Bali (Supir, 2016: 252).

Perupa Bali melakukan perlawanan terhadap dominasi Bonnet dengan cara terang-terangan maupun sembunyi-sembunyi. Perlawanan secara terang-terangan terhadap sistem kuratorial yang ditetapkan Bonnet. Mereka memrotes cara Bonnet mengurasi karya, sehingga sejumlah karya tidak bisa lolos seleksi. Ketidakpausan atas sistem kurasi Bonnet diungkapkan melalui opini di majalah *Djatajoe,* No. 7 Thn 4, terbit 25 Februari 1940. Pageh sebagai penulis opini tersebut mengungkapkan bahwa, golongan Pitamaha mengira membuat patung dilakukan dengan serampangan untuk lekas mendapatkan uang. Pembuat patung, sesungguhnya, bekerja dengan serius dengan mengerahkan segala kepandaiannya (Pageh, 1940: 248).

Ida Bagus Made Poleng yang akrab dipanggil Gus Made juga pernah memrotes Bonnet pada suatu pameran Kelmpok Pelukis Ubud. Bonnet memasang harga lukisan terlalu rendah. Gus Made prote dan mengatakan "Tuan Bonnet terlalu rendah memasang harga. Sekarang saya usul, dalam pameran ini sayalah yang menentukan harga. Bonnet menerima usulan itu dan Gus Made menaikan harga semua lukisan" (Wirata, 1996: 7).

Tidak semua perupa Bali berani melawan dominasi Bonnet dengan cara terang-terangan. Kebanyakan dari mereka melakukan perlawanan secara sembunyi-sembunyi, diam-diam, dan sendiri-sendiri. Perlawanan diam-diam dilakukan untuk menghindari konfrontasi yang menimbulkan risiko sangat besar. Praktik perlawanan secara diam-diam, sesungguhnya, dilakukan kaum tani dalam memprotes kelas dominan. Scot (1993: 326) mengatakan bahwa petani melawan pihak berkuasa dengan cara bekerja seenaknya, mengelabui, taat yang dibuat-buat, mencuri kecil-kecilan, pura-pura bodoh, memfitnah, menyabot, dan lainnya. Perlawanan secara diam-diam yang dilakukan perupa Bali, yaitu menuruti saran Bonnet

dan meniru karya perupa Barat, tetapi cara menirunya tidak sesuai dengan kaidah seni rupa modern. Misalnya, dalam menggambar objek, mereka tidak mematuhi kaidah proporsi, anatomi, pencahayaan yang benar. Proporsi dan anatomi tidak mengunakan perhitungan analitis analitis, tetapi dengan cara dikira-kira.

2.2 Hibriditas: Bentuk Perayaan Pertukaran Budaya.

Hibriditas merupakan percampuran elemen-elemen budaya yang berbeda untuk menciptakan makna dan identitas baru (Barker, 2004: 405). Dalam hibriditas unsur-unsur budaya yang bercampur tidak lagi bisa dikenali identitas aslinya. Hibriditas muncul akibat dari hubungan antara budaya dominan dan terdominasi karena perupa dijangkiti kondisi ambivalensi. Ketika diajarkan seni rupa modern, mereka menerimanya. Akan tetapi, di sisi lain, mereka tetap memertahankan seni rupa Bali. Bhabha dalam Ashcroft dkk. (2001: 13) mengatakan bahwa ambivalensi merupakan gambaran kondisi yang mengacaukan otoritas dominasi kolonial sehingga mengganggu hubungan antara penjajah dan terjajah.

Dalam kondisi ambivalensi, kelas terdominasi mengambil unsur-unsur budaya dominan dan mencampurnya dengan unsur-unsur lokal, sehingga menghasilkan budaya hibrida. Kata hibrida atau hibriditas pertama digunakan oleh Webster pada tahun 1828 untuk mengungkapkan persilangan dua spesies yang berlainan (hewan dan tumbuhan). Pada awalnya, konsep hibrida digunakan dalam bidang biologi dan tumbuh-tumbuhan, namun kemudian diterapkan dalam bidang psikologi dan untuk menjelaskan permasalahan dalam kebudayaan. Bhaktin mengadopsi konsep hibrida untuk menjelaskan percampuran dua bahasa dari budaya yang berbeda (Young, 1995: 7).

Estetika hibrida terbentuk dari percampuran dua gaya, dua bahasa, dua adab berbicara, dua semantik yang silang-menyilang. Ketika kedua seni bercampur, maka keasliannya tidak dapat dipertahankan lagi. Karena itu, Bhabha dalam Young (1995: 7) mengatakan bahwa hibriditas merupakan problematik bagi otoritas kolonial dan hibriditas juga mengurangi dominasi wacana dominan. Elemen-elemen dari seni rupa modern dan seni rupa Bali bercampur menghasilkan makna dan identitas baru yang bisa mengaburkan batas-batas budaya yang telah mapan (Barker, 2004: 405).

Bhabha, dalam buku *The Location of Culture* (1994), menganalisis kesaling-terhubungan antara penjajah dan terjajah. Ia menyimpulkan bahwa kelas terjajah mengkonstruksi pernyataan dan sistem kultural dalam sebuah tempat yang disebutnya sebagai "tempat pengucapan ketiga" atau ruang ketiga. Di ruang ketiga itu, identitas kultural berada dalam wilayah kontradiksi dan ambivalen sehingga klaim terhadap hierarki "kemurnian" budaya menjadi tidak dapat dipertahankan. Di ruang ketiga itu pula, tanda yang sama akan selalu bisa diterjemahkan, disesuaikan, dan dibaca dengan cara yang sama sekali baru. Bhabha dalam Gandhi (2007: viii) mengatakan bahwa ruang ketiga merupakan cara mengonseptualisasikan budaya lintas nasional melalui hibriditas.

Wacana hibriditas memiliki makna yang senada dengan kreolisasi. Dalam arti yang luas kreolisasi diartikan sebagai hubungan tumpang tindih antara bahasa penjajah dan terjajah (Ratna, 2008: 451). Elemen-elemen budaya yang tercampur saling menunjukan keunggulan sehingga membentuk budaya baru. Percampuran dua elemen budaya yang bertentangan bisa pula menghasilkan sebuah *bricolage. Bricolage* terjadi bila elemen-elemen budaya yang bercampur saling mengungguli dan saling tumpang tindih (Young, 1995: 23).

Hibriditas sering disamakan dengan sinkretisme. Hibriditas dan sinkretisme memiliki persamaan dan juga perbedaan. Hibriditas dan sinkretisme sama-sama menghasilkan unsur-unsur baru. Perbedaannya, yakni hibriditas mengandaikan adanya sebuah perjuangan untuk mencari alternatif yang sama validnya dengan wacana dominan. Dalam kondisi ini ada kelas

dominan dan kelas terdominasi. Kelas terdominasi memperjuangkan eksistensinya agar bisa setara dengan kelas dominan dengan cara membentuk budaya ketiga.

Sinkretisme merupakan bentuk percampuran budaya yang tidak dalam posisi dominan-subordinat (Gandhi, 2007: ix). Sinkretisme tidak menghilangkan jati diri masing-masing, tetapi melakukan penyesuaian terhadap kebudayaan lama agar sesuai dengan perkembangan zaman. Ratna (2008: 119) membedakan peranan hibriditas dan sinkretisme berkaitan dengan praktik budaya. Hibriditas berkaitan dengan unsur-unsur kebudayaan secara mikro, sedangkan sinkresitas menyangkut unsur-unsur kebudayaan secara makro.

Di Bali, seni hibriditas telah muncul sejak masa Pitamaha di mana unsur-unsur seni rupa modern diambil dan dicampur dengan seni rupa Bali Seperti tampak pada karya I Gusti Nyoman Lempad dan I Wayan Cekeg. Bentuk hibriditas ini kadang lebih menonjolkan sifat sinkretik. Unsiur-unsur dari kedua seni itu bercampur tidak dalam kondisi dominan-subordinat, tetapi dalam posisi setara dan saling mengisi. Oleh karena itu, percampurannya menghasilkan bentuk yang beragam dalam rangka merayakan pertukaran budaya (*cross-cultural)* (Ashcroft, dkk., 2001: 120). Keberagamaan ditonjolkan untuk menemukan bentuk-bentuk baru dalam rangka menghindari kejenuhan.

Seni hibriditas juga mencerminkan sikap toleransi, keterbukaan dan sekaligus mencerminkan ketidaktegasan perupa Bali menghadapi dominasi Barat. Ketika mencampur unsur-unsur kedua seni tersebut, perupa Bali tidak memperhatikan kaidah-kaidah aslinya, sehingga seni yang dihasilkan dikatakan sebagai keranjang sampah budaya (Setiono, 2003: 219). Hal ini dapat dilihat dari kode-kode yang diambil tanpa disertai dengan prentensi apa-apa. Akibatnya, menghasilkan karya-karya *pastiche* yang terjadi karena bentuk-bentuk yang diambil dicabut dari semangat zamannya (Piliang, 2012: 180).

Homi K. Bhabha menggunakan konsep hibriditas mengacu pada Fanon. Fanon mengatakan bahwa subjek kolonial menyadari bahwa dia tidak akan pernah memeroleh sifat putih (Lubis, 2015: 145). Meskipun diajarkan seni rupa modern, perupa Bali tidak akan bisa menyamai perupa Barat. Sadar akan kenyataan itu, maka perupa Bali menghasilkan karya yang berbeda dengan seni rupa modern. Perbedaan itu merupakan bentuk pengacauan terhadap dominasi kolonial dan merupakan bentuk gangguan terhadap hubungan antara penjajah dan terjajah (Ashcroft, dkk., 2001: 12).

Perupa Bali mencampur dua kode seni rupa bukan untuk membangun satu kesatuan kode, tetapi ingin menampilkan kode ganda. Kode ganda digunakan untuk merayakan perbedaan dalam rangka menolak kode tunggal dari seni rupa modern (Piliang, 2006: 136). Kode ganda dihasilkan dnegan mencampur kode-kode dari berbagai tempat dan waktu untuk menghasilkan suatu kemeriahan, seperti tampat pada karya I Gusti Nyoman Lempad. Lempad memadukan motif naga Cina dengan wayang Bali. Berbagai kode budaya dari tempat dan waktu berpadu untuk memunculkan suatu karnaval estetika (Young, 1995: 23). Kode budaya itu tidak dalam mendominasi yang lain, tetapi saling memberikan dan melengkapi dalam rangka menciptakan identitas baru (Barker, 2004: 403).

2.3 Glokalisasi: Pelokalan Seni Global.

Globalisasi ditandai oleh semakin intensifnya relasi sosial masyarakat dunia sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Berkaitan dengan hal itu, Barker (2004: 405) menjelaskan bahwa globalisasi merupakan koneksi global ekonomi, sosial, budaya, dan politik yang semakin mengarah ke berbagai arah di seluruh penjuru dunia dan merasuk ke dalam kesadaran kita atas mereka.Intensifnya koneksi antara bagian dunia menyebabkan dunia terasa semakin kecil menjadi sebuah "kampung global".

Budaya Global dibangun oleh semangat penyeragaman, sehingga budaya di wilayah-

wilayah dunia tampak semakin seragam. Adakalanya budaya global tidak selalu berhasil menghomogenisasi budaya lokal. Ketika berinteraksi dengan budaya lokal, budaya global harus menyesuaikan diri dengan budaya lokal. Proses penyesuaian budaya global ke budaya lokal mengasilkan glokalisasi. Pelokalan budaya global tersebut dicirikan oleh adanya unsur-unsur budaya campuran (*pastiche cultural)* (Ritzer dan Goodman, 2010: 558).

Salah satu konsep dari glokalisasi adalah heterogenitas, yakni sebuah istilah yang menekankan keanekaragaman, berlawanan dengan konsep globalisasi dengan penyeragaman. Keanekaragaman itu terbentuk karena terjadinya percampuran dua atau lebih elemen-elemen budaya atau bagian dunia yang berbeda. Elemen-elemen budaya itu saling berhubungan untuk membangun citra heterogenitas budaya dalam rangka menolak gagasan homogenitas budaya (Martono, 2011: 101). Agar budaya global dapat dinikmati dalam cita rasa lokal, maka budaya global mengintegrasi ke dalam cita rasa lokal atau lokalisasi.

Pelokalan tampak pada karya I Wayan Bendi. Wayan Bendi menampilkan objek-objek global, seperti pesawat terbang, helikopter, bus, dan mobil, paralayang, *surfing,* dan lainnya. Objek-objek global tersebut diolah sedemikian rupa sehingga menampilkan citra lokal. Objek global digubah menjadi citra lokal atau berpikir global tetapi bertindak lokal (Tai & Wong dalam Carr, 2004: 4). Contoh lainnya, yaitu karya Ketut Sadia yang berudul *Lion Floating Happily.* Sadia menggambar pesawat Lion Air jatuh di laut. Bentuk pesawat dan helikopter merupakan kode global yang digambar berdasarkan cta rasa lokal. Karya I Wayan Malik (1963) yang berjudul *Demonstrating of Leyak* berangka tahun 2013, menggambarkan *leyak* dengan beragam wajah dan gayanya berdemonstrasi. Objek-objek global, yaitu motor gede, sepeda satu roda, dan ski salju, yang distilisasi sehingga menjadi bentuk-bentuk yang berciri khas Bali. I Ketut Lasia pada lukisan *The Ten Lepers,* melukiskan tema-tema agama Kristen, seperti tema-tema kelahiran dan kehidupan Yesus. Lasia melukis tema-tema agama Kristen dalam corak dekoratif khas Bali. Secara keseluruhan visualisasi objek lukisannya tidak menampakkan perbedaan dengan tema-tema Hindu.

Meminjam gagasan Carr (2004: 8), bahwa objek-objek dalam lukisan di atas cenderung divisualkan dengan cara asimilasi dan saling mengitegrasi. Cara asimilasi dilakukan dengan mengdaptasi objek global—kapal terbang, paralayang, helikopter yang digambar berdasarkan kaidah estetika lokal Bali. Cara mengitegrasi dilakukan dengan menggabungkan objek global yang telah diadaptasi dengan objek global untuk membentuk satu kesatuan yang harmonis.

2.4 Seni Populer: Hilangnya Batas-batas antara Seni Tinggi dan Seni Rendah.

Industri budaya memosisikan budaya sebagai industri. Istilah industri budaya, pertama kali dikenal di Eropa. Industri budaya juga disebut dengan industri kreatif. Di Indonesia, budaya industri berkembang sejak pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudoyono. Industri budaya tidak lepas dari ekonomi kreatif, yaitu kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan (Howkins dalam Moelyono, 2010: 218).

Seni rupa Bali telah berkembang menjadi industri budaya sejak masa pemerintahan kolonial Belanda. Kolonial Belanda menetapkan Bali sebagai daerah pariwisata dan wisatawan datang ke Bali. Ketika pulang, mereka membeli karya-karya seni rupa untuk dibawa pulang ke negaranya. Tema lukisan yang diminati adalah tema kehidupan sehari-hari. Karena itu Bonnet menyarankan pelukis Bali membuat lukisan yang bertema kehidupan sehari-hari dan mengurangi tema wayang. Menurut Bonnet bahwa tema wayang susah dipahami wisatawan karena mereka tidak memiliki budaya wayang (Couteau, 2003: 108).

Banyaknya perminataan akan lukisan tema kehidupan sehari-hari, maka perupa memproduksinya untuk dijual. Pada awalnya karya diproduksi secara terbatas karena

pemasarannya pun tidak luas. Kemudian produksi seni rupa berkembang menjadi industri budaya. Industri budaya berkaitan dengan kapitalisme yang menggiring produk budaya menjadi produk ekonomi. Sebagai produk industri budaya, maka produk seni rupa harus mempertimbangkan aspek produksi, distribusi, dan konsumsi, selain memperhatikan aspek komodifikasi, masifikasi, dan standardisasi (Moelyono, 2010: 221).

Sebagai komodifikasi, produk seni rupa diperlakukan sebagai komoditas untuk diperdagangkan, sedangkan masifikasi, yaitu memproduksi karya seni rupa dalam jumlah massal untuk meraih pangsa pasar seluas-luasnya. Konsep produksi massal, yaitu menghasilkan produksi yang banyak dalam waktu singkat. Salah satu proses produksi massal dilakukan pelukis dari desa Keliki, Tegalalang. Teknik *nyuluh* dilakukan dengan menjiplak karya lukisan master. Akibat dari teknik *nyuluh* adalah hilangnya orisinalitas maupun autentisitas karya yang diciptakan (Strinati, 2010: 112).

Produk seni secara massa juga disebut dengan budaya populer. Budaya populer diproduksi hanya semata-mata untuk mendapatkan keuntungan. Karena itu aspek yang sangat diperhatikan adalah banyak disukai orang, dihasilkan oleh jenis kerja rendahan, dan diproduksi untuk menyenangkan konsumen. Kehadiran budaya populer untuk menjawab keinginan masyarakat dari kelas menengah ke bawah. Produksi budaya populer biasanya ditandai dengan munculnya seni palsu, murahan, dan tanpa selera (Piliang, 2011: 186).

Standardisasi merujuk pada kemiripan produksi dalam rangka melawan segala macam orisinalitas dan autentisitas (Strinati, 2010: 112). Standardisasi merupakan kriteria yang harus dipenuhi oleh produk-produk industri budaya agar mudah dinikmati oleh konsumen. Standardisasi cenderung menghasilkan seni yang dangkal, baik makna maupun kualitasnya. Standardisasi juga berkaitan dengan keseragaman produk untuk memenuhi selera dan cita rasa konsumen yang homogen. Misalnya, objek dalam lukisan burung dibuat sedemikian rupa, baik ukurannya, bentuk, posisi, dan warna burung untuk memenuhi selera konsumen yang cenderung seragam. Penyeragaman dan produksi massa melahirkan kesadaran palsu (Strinati, 2010: 73).

SIMPULAN

Seni rupa modern memiliki kadah yang bertentangan dengan seni rupa Bali, tetapi mau diterima oleh perupa Bali. Perua Bali menerima seni rupa modern tidak lepas dari berbagai ideologi atau kuasa yang bermain di baliknya. Kuasa itu, ayitu kuasa puri, kuasa kolonial, kuasa guru, dan kuasa pasar. Puri mendominasi perupa tidak bisa dilepaskan dari posisinya sebagai *dewa nyalantara,* sebagai *guru wisesa*, dan sebagai penguasa sosial dan ritual. Kolonial mendominasi perupa Bali dengan memanfaatkan wacana orientalisme, dimana seni rupa modern diposisikan lebih unggul daripada seni rupa Bali. Dengan memiliki seni rupa unggul, kolonial menyeragamkan snei rupa Bali di bawah kaidah seni rupa modern. Spies dan Bonnet dianggap sebagai *guru pengajian* oleh perupa Bali. *Guru pengajian* adalah sebutan bagi orang yang memiliki kemampuan untuk ditiru dan digugu, karena itu seniman Barat dihormati oleh perupa Bali. Dalam posisinya itu, Spies dan Bonnet dapat mendominasi perupa Bali. Pasar sebagai perpanjangan tangan kapitalis memiliki kekuasaan mendominasi perupa Bali. Perupa Bali tunduk terhadap kemauan pasar tidak lepas dari keinginan perupa memiliki uang. Uang menjadi benda yang sangat berharga karena dengan uang semua keinginan dapat terpenuhi.

Perupa Bali menrima dan meniru seni rupa modern. Dalam meniru seni rupa modern, perupa menggunakan ruang ketiga yang merupakan tempat dimana perupa Bali terbebas dari aturan seni rupa modern maupun seni rupa Bali. Ruang ketiga memberikan kebebasan bagi perupa dalam meniru seni rupa modern dan mencampur dengan seni rupa Bali, sehingga menghasilkan corak seni yang berbeda dengan seni rupa modern amupun seni rupa Bali. Mereka meniru seni rupa modern tidak mematuhi kaidah yang berlaku di Barat atau cara mereka meniru dengan

dikira-kira. Hasil peniruan tersebut tidak sesuai dengan seni rupa modern. Cara seperti itu bisa dikatkan sebagai perlawanan atau ejekan terhadap seni rupa modern. Unsur-unsur seni rupa modern dan seni rupa Bali dicampur sedmikian rupa, sehingga menghasilkan seni hibrdiitas, glokalisasi, dan seni populer. Seni ini menampilkan corak yang karakter yang berbeda sumbernya. Seni hibriditas merupakan percampuran dari seni rupa modern dan seni rupa Bali yang mengaburkan batas-batas antara seni unggul dan seni terbelakang. Glokalaisasi seni terjadi denga cara mengadopsi unsur-unsur budaya global dan mengubahnya sesuai dengan cita rasa lokal Bali. Seni populer berkaitan dengan industri budaya. Tema maupun tujuan produksinya untuk memeperoleh keuntungan, sehingga menjadi seni massa.

DAFTAR RUJUKAN

Adian, Donny Gahral. (2010). *Setelah Marxisme: Sejumlah Teori Ideologi Kontemporer.* Penerbit Koeskoesan, Depok.

Agung, Anak Agung Gede Putra. (2001). *Peralihan Sistem Birokrasi dari Tradisional ke Kolonial.* Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Ashcroft, Bill, Gareth Griffiths, Helen Tiffin. (1989). The Empire Writes Back: Theory and Practise in Postcolonial Literatures atau *Menelanjangi Kuasa Bahasa: Teori dan Praktik Sastra Poskolonial*, terjemahan Fati Soewandi dan Agus Mokamat. (2003), Qalam, Yogyakarta.

Ashcroft, Bill, Gareth Griffiths, Helen Tiffin. (2003). *Key Concepts in Post-Colonial Studies Reader*. Routledge, London.

Astika, Sudhana dkk. 1975. *Pola Kehidupan Pelukis Tradisional di Desa Kamasan Klungkung.* Proyek Penelitian dan Pengkajian Kebudayaan Nusantara (Javanologi), Yogyakarta.

Atmadja, Nengah Bawa. 2010a. *Ajeg Bali: Gerakan, Identitas Kultural, dan Globalisasi*. LkiS, Yogyakarta.

Atmadja, Nengah Bawa. 2010b. *Geneologi Keruntuhan Majapahit: Islamisasi, Toleransi dan Pemertahanan Agama Hindu di Bali*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Bandem, I Made, (1995), Jati Diri Orang Bali dalam Perspektif Kesenian, dalam Wiryatnaya dan Jean Couteau (Eds.); *Bali di Persimpangan Jalan I: Sebuah Bunga Rampai.* Nusa data Indo Budaya, Denpasar.

Barker, Chris. (2000). Cultural Studies atau *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terjemahan Nurhadi, 2004. Kreasi Wacana, Yogyakarta.

Barthes, Roland. (1993). Mythologies atau *Mitologi,* terjemahan Nurhadi dan A. Sihabul Millah. 2011. Kreasi Wacana, Yogyakarta.

Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta, Jakarta.

Bourdieu, Pierre. (1993). The Field of Production: Essay on Art and literature atau *Arena Produksi Kultural: Sebuah Kajian Sosiologi,* terjemahan Yudi Santosa, (2010), Kreasi wacana, Bantul.

Budiarto, C. Teguh. (2001). *Musik Modern dan Ideologi Pasar.* Terawang Press, Yogyakarta.

Carr, Stuart C. 2004. *Globalization and Culture at Work Exploring Their Combined Glocality*. Kluwer Academic Publishers, USA.

Couteau, Jean, (1999), Museum Puri Lukisan, Yayasan Rathna Warta, Ubud.

Couteau, Jean. (2003). "Wacana Seni Rupa Bali Modern" dalam *Aspek-aspek Seni Visual Indonesia*. Yayasan Seni Cemeti, Yogyakarta.

Cudamani. (1993). *Pengantar Agama Hindu.* Penerbit Hanuman Sakti, Jakarta

Dibia, I Wayan. (2003). Nilai-nilai Estetika Hindu dalam Kesenian", dalam Ida Bagus Gde Yudha Triguna (eds.); *Estetika Hindu dan Pembangunan Bali.* Program Magister Ilmu Agama dan kebudayaan Universitas Hindu Indonesia bekerjasama dengan Penerbit Widya Dharma, Denpasar.

Djelantik, A.A.M. (1988). "Kecenderungan Perkembangan Seni Lukis Bali dan Ketahanan Gaya-gaya Tradisional" dalam Jiwa Atmaja dkk. *Puspanjali: Persembahan untuk Prof. Dr. Ida Bagus Mantra.* Penerbit Kayumas, Denpasar.

Dwipayana, A.A.G.N Ari. (2001). *Kelas Kasta: Pergulatan Kelas Menengah Bali.* Lapera Pustaka Utama, Yogyakarta.

Fernandez, Stephanus Ozis. (1990). *Citra Manusia Budaya Timur dan Barat.* Nusa Indah, Flores-NTT.

Gandhi, Leela. (1998). Postcolonial Theory A Critical Introduction atau *Teori Poskolonial: Upaya Meruntuhkan Hegemoni Barat,* terjemahan Yuwan Wahyutri & Nur Hamidah. 2007. Qalam, Yogyakarta.

Hidayat, Medhy Aginta. (2012). *Menggugat Modernisme: Mengenali Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Bauldrillard*. Jalasutra, Yogyakarta.

Kali, Ampy. 2013. *Diskursus Seksualitas Michel Foucault.* Penerbit Ledalero, Maumere.

Kam, Garet. 1993. *Perceptions of Paradise: Images of Bali in Arts*. Yayasan Dharma Seni Museum Neka, Ubud.

Kartadinata, Dewa Made. 2008." Estetika Hindu dalam Kesenian Bali" dalam Jurnal Seni ISSN 1829-930X, Vol 4, No 1. Universitas Negeri Semarang, Semarang.

Kayam, Umar. (1981). "Apresiasi Kesenian dalam Kehidupan Intelektual Indonesia" dalam Kasijanto dan Sapardi Djoko Damono (Penyunting) *Tipa Budaya: Sebuah Bunga Rampai.* Lembaga penunjang Pembangunan Nasional (Leppenas), Jakarta.

Lombard, Denys. (2005). *Nusa Jawa: Silang Budaya: Warisan Kerajaan-kerajaan Konsentris. 3*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Lubis, Akhyar Yusuf. (2006). *Dekonstruksi Epistemologi Modern.* Pustaka Indonesia Satu, Jakarta.

Lubis, Akhyar Yusuf. (2016). *Pemikiran Kritis Kontemporer: dari Teori Kritis, Culture Studies, Feminisme, Poskolonialisme Hingga Multikulturalisme.* PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Malna, Afrizal. 1992. "Seni dan Kapitalisme tidak Bermutu" dalam *Buletin Dialog Seni Rupa*, No. 7, Tahun II, Februari 1992, Yayasan Dialog Seni Rupa, Jakarta.

Martono, Nanang. (2011). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. PT Rajawali Press, Jakarta.

Moelyono, Mauled. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. PT Rajawali Press, Jakarta.

Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Ngoerah, I Gst. Ngoerah Gde. (1981). *Arsitektur Tradisional Bali.* Lembaga Penerbitan Universitas Hasanuddin, Ujung Pandang.

Pageh, I Wayan. (1940). "Perusahaan Barang Kerajinan Bali" *Majalah Jatayu,* No. 7, 25 Februari 1940. Majalah Bulanan dari Perkumpulan "Bali Dharma Laksana", Singaraja.

Picard, Michel. (1992). Bali: Tourisme Cultural et Cultural critique atau *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata,* terjemahan Jean Couteau dan Warih Wisatsana, 2006. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta.

Piliang, Amir Yasraf. (2006). "Antara Homogenitas dan Heterogenitas: Estetika dalam "Cultural Studies", dalam *Jurnal Kajian Budaya,* Volume 3 Nomor Juli 2006. Program S2 dan S3 Kajian Budaya Universitas Udayana, Denpasar.

Piliang, Yasraf Amir. (2011). *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan,* Matahari, Bandung.

Piliang, Yasraf Amir. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna,* Jalasutra, Yogyakarta.

Raharjo, Supratikno dkk. (1998). *Sejarah Kebudayaan Bali: Kajian Perkembangan dan*

Dampak Pariwisata, Proyek Inventarisasi dan Dokumentasi Sejarah Nasional Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaaan, Jakarta.

Ratna, Nyoman Kutha. 2008. *Postkolonialisme Indonesia: Relevansi Sastra.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. (2003). Modern Sociological Theory atau *Teori Sosiologi Modern.* Edisi Keenam, terjemahan Aimandan, 2010. Kencana, Jakarta.

Rusbiantoro, Dadang. (2001). *Bahasa Dekonstruksi ala Foucault dan Derrida,* PT Tiara Wacana, Yogyakarta.

Said, Edward W. (1979). Orientalism atau *Orientalisme,* terjemahan Asep Hikmat, 2001. Penerbit Pustaka, Bandung.

Scott, James, C. (1985). Weapons of the Weak Everyday Forms of Peasant Resistance atau *Perlawanan Kaum Tani,* terjemahan Budi Kusworo, Hira Jhamtani, Mochtar Prabotingi, dan Gunawan Wiradi, 1993. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

Setiono, Budi. (2003). " Campursari: Nyanyian Hibrida dari Jawa Postkolonial" dalam Budi Susanto, S. J. (Editor). *Identitas dan Postkolonialitas di Indonesia,* Penerbit Kanisius, Yogayakarta.

Soedarso S.P. (2000). *Sejarah Perkembangan Seni Rupa Modern,* Studio Delapan Puluh Enterprise bekerja sama dengan Badan Penerbitan ISI Yogyakarta, Yogyakarta.

Soedarsono, R.M. (1999). *Seni Pertunjukan Indonsesia dan Pariwisata,* Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia bekerja sama dengan arti.line, Bandung.

Strinati, Dominic. (1995). Popular Culture: An Introduction to Theories of Popular Cultue atau *Popular Culture: Pengantar Menuju Budaya Populer.* Terjemahan Abdul Muchid, 2010. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta.

Suamba, I.B. Putu. (2003). "Siwa Nataraja: Simbol, Filsafat, dan Signifikansinya dalam Kesenian Bali" dalam Triguna *Estetika Hindu dan Pembangunan Bali,* Program Magister Ilmu Agama dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia bekerja sama dengan Penerbit Widya Dharma, Denpasar.

Sudharta, Tjok Rai dan Ida Bagus Oka Punia Atmaja. (2001). *Upadeśa: Tentang Ajaran-Ajaran Agama Hindu,* Penerbit Paramita, Surabaya.

Sumardjo, Jakob. (2000). *Filsafat Seni,* Penerbit ITB, Bandung.

Supangkat, Jim, dkk). (2000). "Di Mana Letak Yogyakarta dalam Peta Seni Rupa Kontemporer Indonesia dalam Supangkat, *Outlet: Yogya dalam Peta Seni Rupa Kontemporer Indonesia,* Yayasan Seni Cemeti, Yogyakarta.

Supir, I Ketut. (2016). "Genealogi Peranan Pitamaha dalam Perkembangan Seni Rupa Bali, *Disertasi,* tidak diterbitkan, Prodi Kajian Budaya, Pascasarjana, Udayana, Denpasar.

Vickers, Adrian. (2011). "Ubud: Becoming Bali's Centre of the Arts 1920-1970, dalam Indrio M, Bembi Dwi dan Soemantri Widagdo, *Ubud: A Short History of Art and Cultural Centre in Bali,* Museum Puri Lukisan Ubud, Ubud.

Vickers, Adrian. (2012). *Balinese Art: Painting and Drawing of Bali 1800—2010,* Tuttle Publishing, Singapore.

Wirata. (1996). "Mereka Merasa Kita yang mementingkan Uangnya", dalam *Para Rupa: Suplemen Khusus Pembukaan Museum Agung Rai (ARMA),* Agung Rai Museum (ARMA), Ubud.

Yasa, Suka I Wayan. (2007)). *Teori Rasa: Memahami Taksu, Ekspresi, dan Metodenya*, Penerbit Widya Dharma bekerjasama dengan Program Magister Ilmu Agama dan kebudayaan Universitas Hindu Indonesia, Denpasar.

Young, Robert, J.C. (1995). *Colonial Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race,* Routledge, London.

Arjuna dan Drona
karya I Gusti Nyomna Lempad

Pasar
Karya I Reneh

Calonarang
karya I Dewa Putu Putrayasa

TUBUH DOMESTIK DALAM REPRESENTASI IDEOLOGI SEKSUAL PEREMPUAN PERUPA KONTEMPORER BALI[1]

Hardiman*

ABSTRAK

Artikel ini merupakan bagian dari hasil penelitian "Tubuh sebagai Ekspresi Perlawanan: Representasi Ideologi Seksual Perempuan Perupa Kontemporer Bali". Lokasi penelitian ini di lingkungan sosial dan budaya Bali, khususnya tempat tinggal perempuan perupa Bali yaitu di Gianyar, Denpasar, dan Singaraja juga di galeri, museum, kampus dan rumah kolektor di Bali dan Jakarta. Penelitian dengan metode kualitatif interpretatif ini menghasilkan, antara lain: makna yang bisa diproduksi dari karya perempuan perupa kontemporer Bali antara lain adalah makna tubuh domestik. Pembahasan ini diharapkan bisa memberi pemahaman yang luas dan mendalam bagi publik seni tentang makna dalam karya perempuan perupa kontemporer Bali.

Kata kunci: tubuh, domestik, representasi, ideologi, seksual, perempuan perupa

DOMESTIC BODY IN BALINESE WOMEN CONTEMPORARY VISUAL ARTISTS' SEXUAL IDEOLOGICAL REPRESENTATION

ABSTRACT

This article is part of the results of a study entitled "Body as an Expression of Struggle: Balinese Women Contemporary Visual Artists' Sexual Ideological Representation." The study took part in Balinese socio-cultural environments, especially in the homes of Balinese women visual artists: in Gianyar, Denpasar,and Singaraja and also at galleries, museus, campuses and homes of art collectors in Bali and Jakarta. This study that used an interpretative qualitative method produced, among others: meanings that can be produced from Balinese contemporary visual artists, which include the meanings of domestic body.

Keywords: *body, domestic, visual artitst, contemporary, Bali*

1. Pendahuluan

Sejak paham modernisme diterima dan dipraktikkan dalam kehidupan (kesenian) Indonesia pembacaan karya seni rupa kerap kali berada dalam bingkai formalisme yang hanya membicarakan persolan struktur rupa belaka. Seni rupa, dalam bingkai modernisme, memiliki wilayah otonom yang terbebas dari kepentingan lain di luar dirinya. Seni (hanya) untuk seni.

Kerugian yang segera dipikul dari pandangan modernisme ini adalah seni tercerabut dari masyarakat atau medan sosialnya. Padahal, seni sesungguhnya mempunyai konteks yang bertalian dengan ruang dan waktu di mana dan karena apa karya seni itu digubah, karena itulah yang kini dibutuhkan adalah perbincangan karya seni rupa dalam bingkai kajian budaya (*cultural studies*).

Bingkai kajian budaya, memungkinkan pembacaan karya seni rupa tidak hanya pada persoalan struktur kebentukan (teks) belaka, tetapi penekanannya lebih berpihak pada kontek-

[1]Disajikan dalam Seminar Nasional FSRD ISI Denpasar "Pemajuan Seni untuk Membangun Kebudayaan dan Peradaban yang Berkepribadian" di Institut Seni Indonesia Denpasar, Selasa 4 September 2018.

snya. Perempuan perupa kontemporer Bali yang adalah kreator karya seni rupa yang tumbuh dalam wilayah gokultural Bali, sudah barang tentu karya-karyanya dipengaruhi oleh lingkungan budayanya. Perempuan perupa kontemporer Bali, sebagaimana umumnya perempuan yang hidup dalam budaya patriarki, dalam merespon budayanya akan terlihat pada hasil karya gubahannya. Karya seni rupa—lukisan, drawing, kriya, instalasi, dan lain-lain—sungguh memungkinkan dipergunakan perempuan perupa kontemporer Bali sebagai media untuk menyatakan sesuatu. Dalam hal ini, pernyataan itu adalah representasi dari realitas budaya yang dilakoninya; realitas kuasa laki-laki dan pada wilayah patriarki.

Perempuan Bali, seperti juga umumnya perempuan di berbagai belahan bumi, telah didomestikkan secara sosial. Perempuan, dan terutama ibu rumah tangga, adalah orang yang bertanggungjawab atas segala hal ihwal domestik. Karena itulah, profesi perempuan Bali sebagai seniman, perupa misalnya, kerap dipandang sebelah mata. Perempuan perupa kontemporer Bali, seperti juga perempuan perupa di Indonesia pada umumnya, tidak jarang mendapat julukan sebagai "Pelukis Hari Minggu". Sebuah sebutan yang memposisikan aktivitas berkesenian dijauhkan dari makna kreativitas, apa lagi profesi.

Perempuan perupa kontemporer Bali yang kesehariannya juga menjalani posisi sebagai ibu rumah tangga, atau sebagai anak perempuan, memikul peran ganda. Mereka sebagaimana umumnya ibu rumah tangga, atau sebagai anak perempuan, bertanggungjawab atas segala pekerjaan domestik. Sudah begitu pada fungsi lain, mereka juga meladeni berbagai keperluan anak dan suami, saudara laki-laki atau ayah. Secara sosial-budaya, mereka juga dituntut untuk tampil menarik. Mematut diri misalnya, diyakini sebagai bagian dari kewajibannya. Suami, atau laki-laki, dalam hal ini menjadi penentu selera dan kualitas penampilan sang istri atau perempuan. Hal ini terkait dengan status dan harkat perempuan di lingkungan sosialnya.

Di sisi lain, talentanya dalam bidang kesenirupaan mengharuskan perempuan perupa kontemporer Bali membagi waktu antara kerja kesenirupaan dengan mengurus berbagai keperluan domestik. Tidak jarang, perempuan perupa kontemporer Bali terlebih dahulu mengutamakan pekerjaan domestik ketimbang profesinya sebagai perupa.

Persoalan domestik yang tampak dari pembagian kerja berdasarkan gender telah menjadi persoalan dunia kesenirupaan perempuan perupa kontemporer Bali. Gender sebagaimana yang dikonsepkan Barker (2014: 105-106) merujuk pada asumsi-asumsi serta praktik-praktik budaya yang mengatur konstruksi sosial lelaki, perempuan, dan hubungan-hubungan sosial di antara mereka. Konsep ini menjadi semakin jelas dipahami jika dilawankan dengan konsep seks. Gender adalah persoalan budaya dan bukan alam, maka ia tidak terlepas dari bagaimana lelaki dan perempuan direpresentasikan. Tidak ada perbedaan seks yang fundamental dan bahwa yang nampak bernilai tidak penting terutama dikaitkan dengan argumen membela kesamaan sosial. Yang membuat posisi perempuan menjadi direndahkan (disubordinasi) adalah wacana dan praktik sosial, politis, dan kultural yang bias gender.

2. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk: (1) Mengungkap dan mendeskripsikan ben-

tuk *subject matter* tubuh perempuan sebagai ekspresi perlawanan dalam karya perempuan perupa kontemporer Bali; (2) Mengungkap dan mendeskripsikan ideologi yang bekerja di balik representasi ideologi seksual perempuan perupa kontemporer Bali; dan (3) Mengungkap dan mengkaji pergulatan makna representasi ideologi seksual perempuan perupa kontemporer Bali. Penelitian ini disiapkan dengan menyusun sejumlah langkah penelitian yang meliputi rancangan penelitian, penentuan lokasi penelitian, penentuan jenis dan sumber data, penentuan instrumen penelitian, penentuan teknik pengumpulan data, penentuan teknik analisis data, dan penyajian hasil analisis data.

Lokasi penelitian ini di lingkungan sosial dan budaya Bali, khususnya tempat tinggal—dalam pengertian setting sosial dan budaya—perempuan perupa Bali yaitu di Gianyar, Denpasar, dan Singaraja. Ada dua jenis sumber data dalam penelitian ini. Pertama, sumber data primer yaitu berupa karya seni rupa, konsep, dan biografi perupanya. Kedua, sumber data skunder yaitu berupa komentar, catatan dari jurnalis seni, pengamat seni/budaya, dan akademisi seni tentang karya seni rupa yang diteliti beserta biografi perupa. Instrumen penelitian ini adalah pedoman wawancara dan pedoman observasi, juga berupa alat yang bisa merekam secara visual dan (atau) audio, yaitu kamera (foto dan video) serta perekam suara. Metode pemeriksaannya berdasarkan kriteria fotografi dokumentasi, video dokumentasi, dan audio dokumentasi.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, teknik wawancara, dan kepustakaan. Analisis data melalui tahapan reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ada dua analisis yang dipilih dalam penelitian ini yaitu analisis bentuk dan analisis isi. Analisis bentuk adalah perihal apa yang tampak. Digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama yaitu bentuk *subject matter* tubuh perempuan sebagai ekspresi perlawanan dalam karya perempuan perupa kontemporer Bali. Analisis isi adalah apa yang dihadirkan. Analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua dan ketiga, yaitu ideologi yang bekerja di balik representasi ideologi seksual perempuan perupa kontemporer Bali, dan pergulatan makna apa yang terdapat dalam representasi ideologi seksual perempuan perupa kontemporer Bali.

3. Pembahasan

Melalui pembacaan secara intertekstualitas yang bersandar pada teori feminisme, teori ideologi, dan teori psikoanalisis dan bertimbang pula pada biografi (profil) perupa dan konsep penciptaannya maka, salah satu makna yang bisa diproduksi dari karya perempuan perupa kontemporer Bali adalah makna tubuh domestik. Karya Cok Mas Astiti, Ni Nyoman Sani, dan Ni Nyoman Sutrisni dapat dikategorikan ke dalam makna tubuh domestik.

3.1 Citra Cantik dan Narasi Stereotipe Perempuan Domestik dalam Lukisan Cok Mas Astiti

Seorang perempun tampak sedang berjalan. Di atas kepalanya ada sebuah keranjang berisi buah-buahan dan ikan. Tangan kanannya memeluk bayi yang sedang menyusu. Tangan kirinya membimbing anak lain yang memegang erat tubuhnya. Dari cara dan pilihan pakaian

yang dikenakannya terlihat bahwa perempuan itu adalah perempuan Bali. Segera terbaca bahwa lukisan ini hendak menyampaikan sebuah narasi tentang peran ganda perempuan Bali. Pertama, ia bertugas mengasuh anak. Kedua, ia juga bertugas mencari nafkah dengan berjualan buah-buahan dan ikan. Sambil menjalankan tugasnya untuk berjualan, perempuan itu harus juga menyusui dan mengasuh anak. Lihat anak perempuan yang memegang erat tubuh ibunya itu jelas menggambarkan bahwa anak perempuan itu merasa nyaman atau merasa terlindungi jika berada dekat dengan ibunya. Kendatipun perempuan itu menyusui anak laki-lakinya sambil memikul beban di kepala, ekspresi wajahnya tidak memperlihatkan ia menanggung beban. Wajah perempuan itu tampak ceria (lihat gambar 1).

Gambar 1
Tabah Karya Cok Mas Astiti
Foto: Hardiman

Keceriaan itu makin jelas lantaran wajah perempuan itu mengenakan rias. Bibirnya dipoles lipstik, rambutnya bersanggul, kupingnya dihiasi anting-anting. Pendeknya, perempuan itu tampak cantik dan manis. Kesan cantik dan manis ini diperkuat pula dengan pilihan warna dominan putih pada wajah dan sekujur tubuhnya. Pilihan warna putih pada wajah dan tubuh perempuan itu terhubung dengan citra bersih.

Tubuh dalam lukisan Cok Mas Astiti dengan tampilan ke-putih-an (*whiteness*) adalah tubuh yang sangat dekat dengan gagasan kebersihan. Sebuah konstruksi budaya yang kemudian menjelma menjadi sebuah keinginan bagi banyak perempuan. Citra putih yang adalah citra kebersihan itu, telah diambil oleh Cok Mas Astiti dalam lukisan ini. Tubuh putih dalam lukisan ini juga terkait dengan apa yang ditegaskan Frakenberg melalui Prabasmoro (2003:30): Keputih-an adalah suatu konstruk atau identitas yang hampir tidak mungkin dipisahkan dari dominasi rasial. Karena istilah ke-putih-an yang mengungkapkan gagasan-gagasan bahwa kategori manusia yang diidentifikasi dan mengidentifikasi diri sebagai 'putih', ditempatkan di dalam operasi ras dan rasisme yang terus-menerus. Putih, karena itu berkorespondensi dengan suatu tempat di dalam rasisme sebagai suatu sistem kategorisasi dan formasi subjek, sebagaimana istilah ras yang diuntungkan dan ras yang dominan menyebutkan satu tempat tertentu di dalam kerangka rasisme suatu sistem dominan.

Cok Mas Astiti, mempunyai latar biografis yang terkait dengan makna ke-putih-an. Kendatipun dalam didikan informal di lingkungan keluarganya, Cok Mas Astiti tidak menerima ajaran perkara kecantikan, tetapi ia belajar dari lingkungannya. Sejak masa remaja, ia menyukai urusan patut-mematut diri ini. Berbagai sumber, baik dari lingkungan sosialnya maupun buku dan majalah yang bertalian dengan kecantikan senantiasa dicernanya. Latar biografi inilah yang kemudian membentuk citra tentang cantik di dalam konsep seninya. Cok Mas Astiti menyadari bahwa menjadi cantik adalah bagian dari tugasnya sebagai perempuan.

Lukisan ini merepresentasikan narasi steroetipe (pelebelan negatif) terhadap perempuan. Pekerjaan perempuan, dalam lukisan ini pedagang, ditandai dengan jenis keranjang yang diusung di atas kepalanya. Di Bali, keranjang ini biasanya dipergunakan oleh, antara lain, pedagang. Perempuan yang pedagang ini sambil berjualan masih juga menyusui dan mengasuh anak. Dengan demikian bisa dibaca bahwa pekerjaan perempuan (dalam lukisan ini pedagang) dianggap sebagai pekerjaan sambilan. Ini terkait dengan stereotipe yang meyakini bahwa laki-laki adalah pencari nafkah, maka setiap pekerjaan yang dilakukan oleh perempuan dianggap sebagai sambilan. Hal ini diperlihatkan oleh perempuan dalam lukisan ini yang berjualan sembari menyusui dan mengasuh anak.

Serupa lukisan ini, *Samudera Kehidupan* (cat minyak di atas kanvas, 60 x 76 cm, tahun 2002) adalah juga gambaran tentang citra bersih yang adalah citra cantik itu. Sesosok tubuh perempuan dalam keadaan telanjang bulat tampak sedang berenang di keluasan laut biru. Perempuan yang sedang hamil itu sekujur kulit tubuhnya, dari kening hingga ujung kaki, dibalut warna bernuansa ke-putih-an. Kendatipun ia sedang berenang, rias wajahnya tetap hadir dengan tegas; rambut dihiasi dua kuntum bunga putih yang sedang mekar, kedua kupingnya dihiasi anting-anting berwarna oranye yang segar. Perempuan itu dihadirkan dalam kecantikannya yang sempurna.

Perempuan itu, sambil berenang masih juga mengendong lima anak di punggungnya. Tak ada beban yang menindih dari situasi ini. Yang ada adalah kecerian yang terpancar dari paras perempuan itu. Keceriaan ini dipertegas pula dengan susunan yang berjejer teratur dari delapan ekor ikan yang sedang berenang di bagian bawah. Ikan-ikan hias warna-warni itu menegaskan bahwa berenang adalah kecerian yang diperoleh perempuan itu dari alam. Alam, dengan kata lain, telah menyediakan keceriaan untuknya (lihat Gambar 2).

Gambar 2
Samudera Kehidupan Karya Cok Mas Astiti
Foto: Hardiman

Perempuan, dengan demikian, menjadi makin tegas bahwa ia amat (di)dekat(kan) dengan sifat-sifat alami. Tugas kodrati perempuan untuk hamil, menyusui, dan melahirkan adalah hal-hal alami. Kemudian perempuan secara sosial diberi beban untuk mengasuh dan membesarkan anak, hal ini malah sering dianggap sebagai bagian dari sifat alami itu. Dalam lukisan ini ada narasi simbolik tentang perempuan dan alam itu.

Narasi dalam karya seni rupa mempunyai banyak kesamaan dengan ruang lingkup narasi dalam sastra. Kendati, tentu saja, dalam beberapa hal memiliki juga perbedaan. Perbedaan ini terutama lahir karena dua cabang seni ini memiliki media dan bahasanya masing-masing. Kesamaan yang bisa segera terlihat adalah ciri-ciri natratifnya, yaitu: ada tokoh, dialog, peristiwa, seting, dan alur. Semua ciri ini tidaklah harus hadir secara bersamaan. Narasi juga bisa hadir dalam tataran perlambangan. Dalam pengertian inilah narasi simbolik dihadirkan.

Dalam lukisan ini, tokoh adalah perempuan hamil dan telanjang yang sedang berenang itu. Dengan bahasa tubuhnya, ia melakukan dialog dengan lima anaknya yang duduk di punggungnya. Ada semacam bangunan peristiwa yang terbaca dari lukisan ini. Seorang perempuan, tepatnya seorang ibu, yang sedang menikmati perannya dalam mengasuh anak. Peran itu sebagaimana yang telah ditentukan secara sosial adalah peran gender yang memposisikan perempuan berada di wilayah yang seolah-olah alami. Penggambarannya, secara simbolik dipilih Cok Mas Astiti dengan meminjam seting laut sebagai simbol alami.

Narasi ini, secara simbolik juga diperlihatkan melalui sejumlah tanda yang memperlihatkan situasi ceria. Wajah perempuan yang ceria, tata rias yang sempurna, dan ikan-ikan yang secara konfiguratif membangun irama terhadap gerak tubuh perempuan itu. Seting laut biru dan langit bersih juga memperkuat gambaran narasi ini. Sebuah korespondensi antara budaya dan alam (*culture* dan *nature*).

Lukisan ini, sebagaimana konsep karya Cok Mas Astiti yang bersandar pada filosofi *suci rupi, suci uni,* dan *suci ati* yang berarti cantik lahir batin dan bijaksana, telah tergambarkan melalui gubahan narasi simbolik dalam lukisan ini.

Dua lukisan yang dibincangkan di atas secara tegas menggambarkan representasi gender dan seksual, khususnya peran gender yang memperlihatkan persoalan domestik dan seksualitas yang memperlihatkan daya tarik seksual atau yang bertalian dengan kualitas seksual sebagai subordinasi. Narasi stereotipe dan subordinasi terhadap perempuan dalam lukisan pertama. Korespondensi seksual perempuan dengan sifat alami dalam lukisan kedua.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Cok Mas Astiti dalam merepresentasikan persoalan domestik ini ada pada posisi mengamini. Lukisan-lukisannya sama sekali tidak memperlihatkan pemberontakan terhadap realitas sosial perempuan dan perannya. Perempuan dalam lukisan-lukisan ini adalah perempuan yang menerima peran ganda itu. Perempuan, disamping bekerja, menjalani ritual keagamaan, juga mengasuh dan membesarkan anak. Sebuah narasi stereotipe yang telah lama dianut oleh banyak perempuan juga laki-laki di Bali. Disadari atau tidak, merugikan atau tidak, realitas itu telah direpresentasikan Cok Mas Astiti dengan konsep kesenian yang juga sejajar dengan biografinya.

3.2 Perempuan Modis dan Konsumtifisme Peran Gender dalam Karya Rupa Sani

Seorang perempuan duduk dalam pose setengah berbaring. Ia mengenakan busana yang memperlihatkan bagian perutnya terbuka. Wajahnya tampak hening seperti sedang menyimpan angan-angan. Latar depan dan latar belakang, tempat seting perempuan itu, seluruhnya disapu warna putih dengan sedikit nuansa biru muda. Kesan hening semakin kuat dengan latar ini. Lukisan cat minyak di atas kanvas itu diberi judul *Menunggu* (90 x 140 cm, 2003).

Ni Nyoman Sani, pelukisnya, melalui lukisan ini hendak menyampaikan suatu suasana batin tentang perempuan yang sedang melakukan kegiatan menunggu. "Menunggu" seperti yang dijelaskan dalam makna leksikal adalah tinggal beberapa saat di suatu tempat dan mengharapkan sesuatu akan terjadi (datang). (Si)apa yang ditunggu perempuan dengan dandanan yang seksi ini? Segera mudah ditarik korespondensi antara pose, busana, seting, dan raut wajah yang hening. Ada dua makna yang bisa ditangkap dari lukisan ini.

Pertama, perempuan dalam lukisan ini adalah perempuan yang kerap digambarkan sebagai perempuan dengan sikap aktif. Tubuh perempuan, dalam hal ini seperti yang diungkapkan Giddens (2004) adalah alat untuk memperoleh cinta. Perempuan dalam lukisan ini adalah subjek yang menyadari bahwa dirinya adalah objek lihatan. Objek yang siap dilihat oleh mata laki-laki. Hal ini tentu terkait dengan peran gender berdasarkan jenis kelamin atau biologis yang mengakibatkan dunia publik diklaim sebagai milik laki-laki, dan dunia privat atau domestik untuk perempuan. Hubungan sosial yang patriarki yang diinformasikan lewat hukum, tatanan, tradisi, bahkan atas nama agama. Tubuh perempuan, dengan demikian, adalah wilayah dalam kuasa patriarki.

Kedua, perempuan, dalam hal ini tubuh perempuan, dalam lukisan ini adalah tubuh perempuan yang bisa dikategorikan berada dalam konsep universalitas. Konsep universalitas dan universalisme seperti yang dicatat Prabasmoro (2004:89) mengacu kepada sejenis "tempat pertemuan" untuk "keragaman budaya". Universalitas karena itu mengimplikasikan satu yang mengandung yang lain. Meskipun demikian, ketidayakinan muncul kemudian.

Seperti konsep universalitas dan universalisme, satu tipe tubuh tertentu, misalnya, lebih diterima sebagai yang universal ketimbang tubuh yang lain. Tubuh yang dinormalisasikan tentu lebih bisa diterima secara universal. Dalam kasus lukisan Sani misalnya, tubuh yang ideal itu adalah tubuh yang berkulit ke-putih-an. Putih mengandung makna sebagai citra dari perempuan bukan kelas pekerja. Putih juga terhubung dengan kebersihan.

Konsep ini tentu saja hanya sebuah konstruksi budaya. Namun demikian, Sani, sebagaimana banyak perempuan memimpikan hal itu, sebagai bagian dari cara hidup (atau tepatnya: gaya hidup). Perempuan pelukis ini merepresentasikan tubuh putih ke dalam kanvas-kanvasnya. Tubuh-tubuh perempuan dalam lukisan Sani adalah tubuh yang oleh kuasa estetisasi tubuh—dan kemudian komodifikasi—telah dan tengah diterima banyak perempuan. Tubuh perempuan dalam lukisan ini adalah tubuh yang berkulit bersih ke-putih-an buah dari proses estetisasi tubuh (Lihat Gambar 3).

Gambar 3
Menunggu Karya Ni Nyoman Sani
Sumber: *The Painting of Ni Nyoman Sani*, Singapadu

Serupa lukisan di atas, *Apakah Wanita Harus Selalu Menunggu?* (akrilik di atas kanvas, 210 x 240 cm, 2005) juga mengadirkan suasana serupa. Empat perempuan dalam pose dan gestur yang hampir serupa terlihat hening. Mata keempat perempuan ini seperti sedang melihat ke arah kejauhan, namun tatapannya kosong. Ada kesan bahwa dalam benak mereka keempat perempuan ini sedang menanti atau sedang menunggu sesuatu.

Kesan menunggu dalam lukisan ini lebih kuat ketimbang lukisan sebelumnya. Kesan ini hadir melalui perulangan yang dibangun oleh susunan empat perempuan dalam tiga panel berukuran sama. Panel-panel vertikal yang disusun berjejer itu di satu sisi memberikan kesan perulangan; di sisi lain memberikan kesan tetang bingkai atau batas yang mengurung tubuh perempuan itu. Menunggu, bagi keempat perempuan ini mengingatkan pada laku menunggu godot. Sebuah penantian yang, kendatipun aktif, boleh jadi serba tidak pasti. Pencitraan tubuh putih dalam sejumlah lukisan Sani, seperti yang dipamerakan dalam "Seri Putih" di Santrian Galerry, Sanur, 2006, menggambarkan realitas perempuan yang citra akan tubuhnya terletak pada benak dan bukan pada tubuhnya sendiri. Citra dengan demikian memang bukan yang sebenarnya.

Tubuh perempuan dalam lukisan Sani kerap juga menghadirkan keayuan sebagai kekuatan bagi perempuan. Dalam pengertian ini, tubuh perempuan adalah alat untuk memperoleh perhatian dari lawan jenisnya. Pencitraan ini secara tidak langsung menghadirkan kesan tentang sebuah interdependensi. Perempuan digambarkan sebagai pihak yang membutuhkan laki-laki. Perempuan-perempuan dalam kanvas Sani adalah perempuan-perempuan yang, dengan busana dan riasnya, terkesan aktif memproduksi tanda dan makna sekaligus. Sebuah gambaran yang memperlihatkan posisi perempuan subjek dengan kesadarannya sebagai objek yang siap dilihat. Tubuh adalah objek lihatan yang disadari oleh pemiliknya sebagai aset (Lihat Gambar 4).

Gambar 4
Apakah Wanita Harus Selalu Menunggu Karya Sani
Sumber: *The Painting of Ni Nyoman Sani*, Singapadu

Tubuh dalam lukisan Sani, seperti yang dirumuskan Synnott (2003:12) tidak hanya "telah ada" secara alamiah, melainkan juga menjadi sebuah kategori sosial dengan maknanya yang berbeda-beda yang dihasilkan dan dikembangkan setiap zaman, oleh bagian-bagian populis yang berbeda-beda. Dengan kata lain, tubuh mirip spon dalam kemampuannya menyerap makna, selain sangat bernuansa politis.

Dalam hal ini, tubuh perempuan adalah habitat bagi pertumbuhan simbolisme kultural, publik dan privat, positif dan negatif, ekonomi dan komodifikasi. Tubuh, terutama tubuh perempuan, terkait dengan disiplin yang harus dan akan dijalani oleh tubuh. Tubuh dibudayakan dalam satu tatanan, karenanya tubuh kemudian memiliki jenjang hirarki. Dikenallah tubuh yang amat indah, indah, kurang indah, bahkan tidak indah. Dalam kasus lukisan Sani, tubuh perempuan adalah tubuh yang amat indah. Lukisannya dibangun dengan struktur anatomi tubuh yang sempurna. Bagian demi bagian tubuh ditempatkan pada posisi dan proporsi yang tepat. Guna menguatkan ideologi itu, Sani bahkan menggubah warna kulit tubuh perempuan menjadi ke-putih-an, sesuatu yang dikonstruksi secara budaya.

Tubuh perempuan dalam lukisan Sani juga habitat bagi pertumbuhan makna privat dan publik. Tubuh yang mustinya bersifat privat atau domestik dihadirkan Sani dalam sifat publik. Tubuh perempuan dihadirkan sebagai objek lihatan. Cara pandang Sani terhadap tubuh perempuan, sebagimana yang diutarakan dalam konsep kesenilukisannya, bagaimanapun dipengaruhi oleh budaya patriarki dan dalam kuasa laki-laki yang mengapresiasi tubuh perempuan untuk "dikonsumsi" sebagai objek lihatan. Bahkan tubuh dalam lukisan ini juga memberi kesan sebagai objek sentuhan, objek hasrat laki-laki.

Dalam pembukaan pameran tunggalnya di Galeri Santrian, Sanur, tahun 2006, Sani menghadirkan peragaan busana hasil rancangannya dengan pendekatan seni rupa pertunjukan. Ada limabelas busana hasil rancangannya yang diperagakan para modelnya. Menariknya, salah seorang peraga busana itu adalah I Nyoman Sura, seorang penata tari yang juga penari kontemporer Bali. Karena Sura lah peragaan busana karya Sani ini memasuki juga wilayah pertunjukan atau teater dalam arti luas. Kolaborasi Sani dan Sura ini menghapus sekat-sekat fashion dan seni. Sani dengan Sura tentu berutang kepada Paul Poiret seorang *vouturier* (perancang mode *haute-couture*) yang pada awal abad ke-20 telah mengolaborasikan teater dan fashion.

Penghapusan sekat fashion dan seni ini dipertegas Sani melalui pemajangan tujuh busana rancangannya dalam manekin yang terbuat dari anyaman bambu. Pembuatan dan pendisplayan manekin itu menggunakan pendekatan seni instalasi. Tak hanya itu, *catwalk* kain putih lurus panjang yang semula digunakan saat pertunjukan/peragaan busana dibiarkan terpajang sepanjang pameran berlangsung. Di bagian ujung kain putih panjang ini dipajang satu manekin bambu. Karya ini jelas lebih menyerupai instalasi yang diproduksi oleh indeks peragaan busana. Jadilah busana rancangan Sani ini tak hadir sebagai pajangan seperti yang lazim dilihat di rumah mode, busana dengan manekin anyaman bambu itu adalah karya fashion juga sekaligus seni pertunjukan dan seni instalasi.

Dalam terminologi seni rupa, karya ini termasuk genre seni rupa kontemporer—istilah lain untuk seni rupa postmodern. Hal ini ditandai dengan, misalnya, penghapusan sekat antara seni murni dengan seni terapan, seni rupa dengan seni pertunjukan, busana dengan instalasi, bahkan seni dengan *kitsch* (lihat gambar 5).

Gambar 5
Fashion Show-Instalasi Manekin Karya Ni Nyoman Sani
Sumber: Dokumentasi Sani

Busana menurut Budiman (2004:95), sambil mengadopsi pendapat Barnard (1996) yang sudah menjadi klasik, hadir di hadapan kita melalui wajah yang ambigu. Di satu sisi, wajah tersebut terlihat atraktif dan menggoda; akan tetapi, di sisi lain, ia menampakan makna yang berasosiasi dengan kepalsuan serta sifat yang mengelabui. Busana, kendatipun kerap disebut sebagai eksistensi tubuh yang berperan menjembatani tubuh biologis dengan realitas sosial-budaya, ia kerap dipandang sebagai hal yang sekunder. Sani melalui karya seni—lukisan, pertunjukan, dan insatalasi—merepresentasikan busana bukan hanya pada posisinya sebagai karya seni rupa terapan, tetapi pada upaya memproduksi makna busana dalam lingkungan seni murni.

Makna yang bisa diproduksi dari karya ini, antara lain misalnya, dalam hal pemilihan warna pada busana. Lukisannya, *Seandainya Aku Sewangi Mawar* (2003), *Garis* (2003), *Menunggu* (2003), *Apakah Wanita Harus Selalu Menunggu* (2005), *Pelangi* (2003), *Senyum Tipis* (2003), dan lain-lain, yang didominasi warna merah, memiliki konotasi gender. Warna busana merah dalam kebudayaan kerap dikonstruksi sebagai milik perempuan. Merah dengan demikian terkait juga dengan feminitas yang mengasosiasikan pemakainya pada makna keperempuanan.

Gaun yang dikenakan perempuan dalam lukisan Sani juga adalah gaun yang memper-

lihatkan bagian tubuh tertentu secara terbuka. Pundak, punggung, paha, betis, bahkan belahan dada, hadir dalam makna denotatif sebagai penutup tubuh; tetapi yang jauh lebih penting dari itu adalah makna konotatif. Perempuan-perempuan dalam lukisan Sani adalah perempuan *fashionable* dengan gaun, kulit ke-putih-an, lipstik, dan berbagai atribut tubuh lainnya yang secara semiotis bisa terbaca posisi kelasnya: kelas menengah-atas. Perempuan dalam posisi sosial-budaya ini adalah perempuan yang ada dalam suatu konspirasi bujuk-rayu yang keranjingan mengkonsumsi busana dan kosmetik melampaui dari yang dibutuhkan. Sebuah realitas sosial-budaya yang berdekatan dengan komodifikasi. Dengan demikian perempuan-perempuan dalam lukisan ini adalah subjek budaya sekaligus objek bagi lajunya proses komodifikasi. Sebuah realitas yang (di)hidup(kan) dalam proses konsumtifisme atas pemanfaatan perbedaan gender. Sani, melalui lukisannya, kendatipun cenderung mengamini realitas perbedaan gender, bagaimanapun telah memberikan potret yang menarik ihwal perempuan dalam memaknai tubuhnya.

3.3 Empat Citra Perempuan dan Dua Opini dalam Karya Rupa Sutrisni

Palsu judul lukisan ini. Lukisan karya Sutrisni ini digubah dengan leksia potret perempuan sedang berias, tangan kiri perempuan ini memegang masker dan tangan kanannya memoleskan masker ke wajahnya. Di latar belakang tampak lipstik dan kuas dalam skala berukuran besar. Bidang-bidang berwarna merah, biru, kuning, dan hijau disusun menumpuk menutup sebagian bidang gambar di latar belakang (lihat gambar 6).

Melihat judul dan cara pelukisannya, maka makna yang bisa diproduksi dari lukisan dengan media cat minyak di atas kanvas 2009 ini adalah perihal perempuan, kosmetik, dan citra cantik. Kosmetik, atau tepatnya *make-up* adalah gambaran tentang wajah kosong. Karenanya wajah kosong ini menjadi kehilangan makna. *Make-up* sering pula dikaitkan dengan kepalsuan. Catherine Roach sebagaimana yang dikutip Adlin dan Kurniasih (2006: 236) meminjam perkataan Buadrillard yang hiperbolik,

> .... kosmetik merupakan alat penghapus wajah. Kepalsuan kosmetik tidaklah memisahkan subjek, namun secara misterius mengubahnya. Menurut Buadrillard, perempuan sadar akan transformasi ini ketika, di depan cermin, mereka harus menghapus diri mereka sendiri untuk memakai *make-up*, dan ketika, dengan memoleskan *make-up*, mereka masuk ke dalam penampakan murni yang hampa akan makna.

Gambar 6
Palsu Karya Sutrisni
Sumber: Dokumentasi Sutrisni

Sejalan dengan konsep yang diajukan Sutrisni bahwa perempuan yang mengutamakan citra cantik dengan cara penampilan fisik melalui pulasan kosmetik, pada akhirnya perilaku ini bisa menuntup dirinya sendiri. Perempuan dalam hal ini berada dalam wilayah kosong dan palsu (wawancara 4 November 2017). Atau dalam bahasa Buadrillard disebutnya sebagai rayuan yang beroprasi melalui pengosongan tanda-tanda dari pesan dan maknanya, sehingga yang tersisa adalah penampakan semata.

Sutrisni melalui lukisan ini sedang menggambarkan perempuan yang dikuasai oleh konstruksi kapitalisme yang bersinergi dengan ideologi patriarki. Perempuan misalnya, dituntut untuk berpenampilan menarik dan cantik. Citra tentang cantik ini adalah sebuah konstruksi ideologi patriarki yang dimanfaatkan oleh kapitalisme atau kuasa ekonomi melalui pembentukan berulang-ulang tentang citra cantik dalam berbagai media publikasinya. Perempuan kemudian terhegemoni dengan, tentu saja, tak menyadari bahwa dirinya telah dijadikan objek. Yang muncul kepermukaan adalah bahwa perempuan dengan citra cantik merasa diterima oleh lingkungan sosial budayanya, khususnya lingkungan yang patriarki. Inilah hasrat akan citra cantik yang sesungguhnya hanyalah ilusi.

Hal ini bagi kalangan feminis, sebagaimana yang ditulis Adlin dan Kurniasih (2006) bahwa kecantikan bahkan merupakan mitos yang dianggap sebagai salah satu bentuk dominasi sistem patriarki. Kecantikan tak lebih hanya sebagai sebuah ideologi dalam masyarakat. Feminitas dan berbagai aturan kecantikan telah dikonstruksi oleh sosial, politik, dan ekonomi dalam kebudayaan yang mengeksploitasi perempuan dan sekaligus menghancurkan pikiran perempuan sendiri. Mitos tentang kecantikan digencarkan melalui film, televisi, majalah, koran, seni, bahkan melalui sistem pendidikan.

Selain penggambaran perempuan dengan citra cantiknya sebagaimana yang dibangun dalam konstruksi patriarki, Sutrisni juga menghadirkan pencitraan perempuan sebagai makhluk jahat, kejam, bahkan serupa hantu. Lukisan yang bersumber dari cerita berbagai belahan bumi tentang perempuan jahat, misalnya Elizabeth Bathory, Calonarang, Aswang, Medusa, dan lain-lain divisualkan secara naratif dengan penonjolan pada masing-masing tokoh utamanya.

Elizabeth Bathory: Bloody Bathtub (cat minyak 100x170cm) menggambarkan tentang Elizabeth sedang berendam dalam kubangan darah. Elizabeth yang sangat memuja kecantikannya ketika memasuki usia 40 tahun, ia mulai menyadari bahwa kecantikannya sedang memudar. Kulitnya keriput menunjukkan tanda-tanda penuaan. Sebagai pemuja kecantikan, Elizabeth bersedia melakukan apapun demi mempertahankan kecantikannya itu. Ia menduga dan ia percaya bahwa darah pada tubuh gadis muda senantiasa memancarkan cahaya kemudaannya. Berdasarkan keyakinan itulah maka Elizabeth memerintahkan pelayannya untuk menyediakan gadis muda di bak mandinya. Dalam keadaan terikat gadis muda itu dipotong urat nadinya hingga darah dari tubuhnya mengalir di *bathtub.* Elizabeth kemudian berendam dalam kubangan darah gadis muda itu. Ia menemukan apa yang diyakininya sebagai rahasia awat muda. Bahkan sesekali ia meminum darah gadis muda itu untuk mendapatkan apa yang ia yakini sebagai *inner beauty* (lihat gambar 7).

Sutrisni memvisualkan cerita fiksi Elizabeth Bathory dengan mengahadirkan tokoh

utama cerita ini yang menguasai lebih dari setengah bidang gambar. Ini menunjukkan bahwa tokoh utama itu penting dan menjadi pusat perhatian. Sudah begitu Elizabeth yang duduk berendam di *bathtub* itu menghadap secara frontal ke arah pemirsa. Karakter Elizabeth yang jahat dapat dilihat dari pelukisan tubuhnya yang cenderung kurus yang lebih berkonotasi kepada kekejaman dan jauh dari kesan sensualitas. Wajah Elizabeth dilukiskan sebagai perempuan yang jahat dilihat dari sorot kedua matanya yang tajam pada satu fokus. Ini ditegaskan pula dengan penggambaran rambut yang terurai panjang nyaris tak beraturan yang dibiarkan jatuh dibagian samping kiri kanan wajahnya. Sebagai penguat penokohan, juga sejalan dengan cerita bahwa Elizabeth suka meminum darah gadis muda, Sutrisni melukiskan Elizabeth sedang memegang gelas minum. Menariknya di dalam gelas ini berisi cairan berwarna merah yang segera terhubung dengan darah segar. Pelukisan ini, dengan demikian, secara berterus-terang menegaskan ihwal cerita Elizabeth itu.

Gambar 7
Elizabeth Bathory: Bloody Bathtub Karya Sutrisni
Sumber: Dokumentasi Sutrisni

Sebagai penguat cerita yang bernuansa menyeramkan, Sutrisni mengimbuhi dua gambar perapian berbentuk tengkorak di latar belakang. Tengkorak ini bisa dibaca sebagai ancaman atau nuansa menyeramkan lainnya. Penegas lainnya adalah shower air yang mencucurkan darah membasuh bagian belakang kepala dan bagian belakang tubuh Elizabeth.

Lukisan ini berupa sebuah panel yang terdiri dari beberapa leksia yang satu sama lainnya saling melengkapi dan saling menguatkan. Lukisan naratif yang bersumber dari cerita fiksi memungkinkan lahirnya beragam versi cerita yang lahir melalui cara baca yang berbeda dari setiap apresian lukisan ini. Sutrisni sendiri, misalnya sebagai pencerita (kembali), menghadirkan leksia shower berdarah itu sebagai metafora dari urat nadi gadis muda.

Sutrisni melalui lukisan ini sedang merepresentasikan citra perempuan sebagai orang jahat. Dalam berbagai budaya, oleh kuasa patriarki, perempuan sering digambarkan sebagai makhluk jahat. Lihat misalnya cerita sundel bolong, wewe gombel, valak, Miss Trunchbull (Matilda), Bellatrix Lestrange (seri Harry Potter), dan lain-lain.

Selain citra perempuan cantik dan citra perempuan jahat, lukisan-lukisan Sutrisni juga menyodorkan citra perempuan pahlawan, dan citra perempuan mandiri. Citra perempuan pahlawan misalnya, dapat dilihat pada Sri Kartini, Cleopatra, Spirit of Jeanne d'arc, Bunda Teresa, dan lain-lain.

Spirit of Jeanne d'arc adalah perempuan kesatria, pahlawan Perancis yang dipercaya mendapat pencerahan dari tuhan yang kemudian untuk digunakan sebagai pembangkit semangat pasukan Charles VII dalam rangka merebut kembali kekuasaan mereka yang telah dipegang Inggris.

Sutrisni memvisualkan cerita ini dengan penggambaran perempuan muda berparas cantik. Separuh badannya mengenakan pakaian perang, separuh yang lain mengenakan busana sehari-hari. Perempuan ini selain memegang senjata perang juga mengenakan gelang salib di tangannya. Dua properti ini dapat dibaca sebagai kesatria yang suci. Dilatar depan tampak api membakar tubuhnya yang terikat pada sebuah tiang. Potongan fragmen cerita Spirit of Jeanne d'arc ini bisa mewakili keseluruhan narasi dari cerita kepahlawanan Perancis (lihat gambar 8).

Gambar 8
Spirit of Jeanne d'arc Karya Sutrisni
Sumber: Dokumentasi Sutrisni

Masih tentang citra kepahlawanan, Sutrisni menghadirkan tokoh perempuan rekaannya sebagaimana yang ia bayangkan tentang citra perempuan pahlawan. Drawingnya, *Wowan Life* (30x30cm) (lihat gambar 9) melukiskan peran ganda perempuan yang bukan hanya melaksanakan apa yang diinginkan oleh dirinya, juga diinginkan oleh orang lain. Dalam drawing ini Sutrisni menggambarkan peran ganda perempuan itu dengan tangan dan tubuh yang terikat tali penggerak sebagai penanda bahwa ada orang lain yang mengendalikan perempuan itu. Dalam hal ini orang lain yang dimaksud, sesuai dengan konteks budaya Sutrisni sebagai perempuan Bali, bisa dibaca sebagai orang tua, suami, mertua, atau kuasa patriarki pada umumnya.

Gambar 9
Wowan Life Karya Sutrisni
Sumber: Dokumentasi Sutrisni

Pada tubuh perempuan dalam drawing Sutrisni ini melekat mesin. Mesin pada tubuh perempuan itu adalah metafora dari gerak perempuan yang bagai mesin. Artinya, hak ia (perempuan) atas kebertubuhannya bagaikan mesin yang diatur dan dikendalikan oleh orang lain. Mesin juga bisa bermakna sebagai segala sesuatu yang jalannya telah diprogram, dan tak memiliki kedirian. Dalam hal ini mesin bisa dibaca sebagai pengendali disekitar perempuan itu. Pengendali di sini adalah budaya patriarki tempat tumbuhnya Sutrisni sebagai seorang perempuan: istri dari seorang laki-laki, ibu dari seorang anak, dan bagian dari sebuah keluarga besar.

Sutrisni merepresentasikan citra perempuan pahlawan ini dengan menegaskan peran gandanya melalui penggambaran beragam leksia seperti sapu, ember, baskom, dan serupanya sebagai penanda dari perempuan domestik. Sepatu, cermin, tas, dompet, gedung, dan serupanya adalah penanda tentang perempuan karier. Kuas dan sisa cat yang melekat padanya adalah penanda tentang Sutrisni yang pelukis. Sementara itu gambar kupu-kupu dan bunga bisa dibaca sebagai harapan. Mesin dari punggung perempuan itu elemen-elemen tertentunya menyembul keluar menandakan tetang pergolakan pada tubuh perempuan itu, yang makna konotatifnya bisa dibaca sebagai pergolakan perempuan yang memiliki peran ganda.

Subject matter lain yang terbaca dari karya Sutrisni adalah citra perempuan mandiri. Ada tiga karya yang secara terbuka memperlihatkan kemungkinan pembacaan tentang citra perempuan mandiri, yakni *Terperangkap, My Self,* dan *The Dream*. Salah satu karya yang merepresentasikan citra perempuan mandiri ini adalah drawing *The Dream* (drawing pen dan cat air di atas kertas, 30x30cm, 2014) (lihat gambar 10). Drawing ini memperlihatkan secara terbuka karakteristik ihwal keadaan dapat berdiri sendiri, tidak bergantung pada orang lain, atau yang disebut sebagai mandiri. Sebagaimana yang disebutkan oleh Sutrisni bahwa drawing ini adalah representasi tentang perempuan mandiri yang menjalani hidup dengan berbagai kesulitan dan tantangannya. Tetapi, ia tetap memiliki keinginan, harapan, impian akan satu

masa depan yang cerah. Impian atau cita-cita yang tinggi, ingin menggapai seisi dunia, bahkan mencapai langit pun adalah impian yang harus dikejar untuk diwujudkan (wawancara 4 November 2017).

Gambar 10
The Dream Karya Sutrisni
Sumber: Dokumentasi Sutrisni

Sebagaimana konsep yang diusung Sutrisni, drawing ini segera menghadirkan keterbacaan atas metafora-metafora yang disusun Sutrisni. Perempuan dalam drawing ini digambarkan bertubuh gemulai mengenakan busana yang feminin dengan belahan punggung yang terbuka. Pilihan pelukisan seperti ini dapat ditarik kaitannya ke dalam gambaran tentang perempuan yang dicitrakan sebagai perempuan cantik dan modern. perempuan ini tampak sedang memeluk sebuah bola besar atau serupa bumi dengan banyak mesin disekujur lingkarannya. Bola mesin ini bisa dibaca sebagai dunia yang maju atau dunia yang canggih. Perempuan yang memeluk bola ini dengan sendirinya bisa dibaca sebagai perempuan yang memeluk atau menguasai dunia yang maju.

Ada penanda yang menguatkan ihwal impian ini, yaitu gambaran perempuan ini seperti bergerak menuju ke atas yang diperlihatkan oleh indeks gerak dibagian bawah bola dunia dan di bagian bawah tubuh perempuan itu. Indeks ini selain bisa dibaca dalam makna sebagai impian juga sangat mungkin bisa dibaca sebagai gerak maju. Perempuan dalam drawing ini jelas memperlihatkan gambaran tentang cita-citanya yang ingin ia gapai. Bisa juga makna lain yang diproduksi dari pelukisan ini adalah perihal perempuan yang telah memperoleh (memeluk) bumi (kemajuan).

Sebagaimana yang diuraikan di atas, produksi makna dari lukisan Sutrisni intinya bisa digolongkan menjadi empat *subject matter* utama, yaitu citra perempuan cantik, citra perempuan jahat, citra perempuan pahlawan, dan citra perempuan mandiri. Empat makna ini diikat oleh satu pokok bahasan utama yakni tentang citra. Baik citra yang dikonstruksi oleh budaya patriarki, seperti citra perempuan cantik dan citra perempuan jahat. Apa yang dicitrakan oleh budaya patriarki itu dilukiskan oleh Sutrisni dengan cara seolah mengamini, padahal secara

tersamar mengkritisi apa yang dicitrakan tadi. Daya kritis Sutrisni sebagai pelukis tampak dari pilihan kosarupa, metafora, penanda, petanda, leksia, hingga cara ungkapnya.

Sementara itu Sutrisni sendiri mempunyai pandangan yang khas perihal (tubuh) perempuan. Kekhasan opini pribadi ini terlihat dari pandangannya yang subjektif tentang posisi, peran, dan kuasa perempuan. Intinya pandangan ini bisa dibilah menjadi dua, yaitu citra perempuan pahlawan dan citra perempuan mandiri. Citra perempuan pahlawan dan citra perempuan mandiri sesungguhnya adalah persepsi umum, tetapi Sutrisni punya sudut pandang yang khas tentang citra-citra ini. sudut pandang ini, tegasnya diperlihatkan melalui sikap optimistis dalam memandang posisi dan masa depan perempuan. Itulah citra yang dibangun oleh Sutrisni.

Citra yang dimaksud di sini mengacu pada konsep citra yang diajukan Barthes bahwa pada awal mulanya image (citra) berarti kesamaan atau suatu figur fisik, suatu figur turunan. Penelusuran etimologis terhadap istilah ini, berasal dari kata imitari, menurut Barthes akan menghantar kita secara langsung kepada pokok masalah terpenting, yakni: dapatkan sebuah representasi analogis, suatu salinan, menghasilkan sistem-sistem tanda yang tepat, yang bukan semata-mata aglutinasi sederhana dari simbol (Budiman, 2011: 137).

4. Penutup

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dikemukakan bahwa makna tubuh domestik dalam karya perempuan perupa kontemporer Bali adalah perihal citra cantik dan narasi perempuan domestik dalam lukisan Cok Mas Astiti, perempuan modis dan konsumtifisme peran gender dalam karya rupa Ni Nyoman Sani, dan empat citra perempuan dan dua opini dalam karya rupa Ni Nyoman Sutrisni.

Makna citra cantik dan narasi perempuan domestik dalam lukisan Cok Mas Astiti terlihat pada lukisan *Tabah* (cat minyak di atas kanvas 100x70cm, 1992), *Samudra Kehidupan* (cat minyak di atas kanvas 60x76cm, 2002)*, Woman of the Continents* (cat minyak di atas kanvas, 1994); makna perempuan modis dan konsumtifisme peran gender dalam karya rupa Ni Nyoman Sani terdapat pada lukisan *Menunggu* (90 x 140 cm, 2003), *Apakah Wanita Harus Selalu Menunggu?* (akrilik di atas kanvas, 210 x 240 cm, 2005), *Seandainya Aku Sewangi Mawar* (akrilik di atas kanvas, 180 x120 cm, tahun 2003); dan makna empat citra perempuan dan dua opini dalam karya rupa Ni Nyoman Sutrisni *Palsu* (cat minyak di atas kanvas, 2009)*, Putri Impian I* (lukisan kaca 30x40cm, 2009)*, Putri Impian* (lukisan kaca 30x40cm, 2009)*, Elizabeth Bathory: Bloody Bathtub* (cat minyak 100x170cm), *Spirit of Jeanne d'arc* (cat minyak di atas kanvas 130x100cm, 2010)*, Wowan Life* (30x30cm), dan *The Dream* (drawing pen dan cat air di atas kertas, 30x30cm, 2014).

Penelitian dengan topik perempuan perupa kontemporer Bali ini masih menyisakan banyak hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, antara lain perihal makna yang bisa diproduksi dengan perspektif di luar *cultural studies.* Karena itulah saran ditujukan kepada peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian ini disarankan untuk meneliti topik ini dengan perspektif *new historicism* misalnya.

Daftar Pustaka

Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: PT. Kanisius.

Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas.* Yogyakarta: Jalasutra.

Budiman, Kris. 2004. *Jejaring Tanda-Tanda: Strukturalisme dan Semiotika dalam Kritik Kebudayaan*. Yogyakarta: Indonesiatera.

Giddens, Anthony. 2004. *Transformation of Intimacy*. (Alih Bahasa: Riwan Nugroho) Jakarta: Fresh Book

Prabasmoro, Aquarini Priyatna. 2004. *Becaming White*. Yogyakarta: Jalasutra.

Synnott, Anthony. 2003. *The Body Social, Symbolism, Self, and Society, (Tubuh Sosial, Simbolisme, Diri, dan Masyarakat)*. (Terjemahan: Yudi Santoso), Yogyakarta: Jalasutra.

Adlin, Alfatri dan Kurniasih, " Hasrat Tubuh, Kosmetik, Kecantikan: Perempuan sebagai Kosmos dan Konsumen Citraan" dalam Alfathri Adlin. 2006. *Menggeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. Yogyakarta: Jalasutra.

---

* **Hardiman** lahir di Garut, Jawa Barat. Lulusan Jurusan Pendidikan Seni Rupa dan Kerajinan UPI Bandung. Kini sedang menempuh program Doktor kajian Budaya Unud. Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Seni Rupa Undiksha. Penulis seni rupa dan kurator independen. Tulisannya dipublikasikan di *Kompas, Visual Art, Media Indonesia, Gatra,* dan sejumlah jurnal. Salah seorang penulis buku *Modern Indonesian Art: From Raden Saleh to the Present Day* (2010), dan *Wacana Khatulistiwa: Bunga Rampai Kuratorial Galeri Nasional Indonesia 1999-2011*(2011). Esai-esainya dikumpulan dalam buku *Eksplo(ra)si Tubuh: Esai-esai Kuratorial Seni Rupa* (2016) . Pemikiran-pemikirannya tentang seni rupa Bali dikumpulkan dalam *Dialek Visual: Perbincangan Seni Rupa Bali dan yang Lainnya.* Puisinya terhimpun dalam antologi *Yang Tujuh Ini* , dan *Peta Lintas Batas.* Karya kurasinya, antara lain *My Body: Perempuan Perupa Kontemporer Indonesia* di Jakarta Art Distric, *Indonesia Contemporary Drawing* di Galeri Nasional Indonesia*, Irisan: Seni Patung Kontemporer Indonesia* di Jakarta Art Distric, dll.

Hardiman juga menekuni menekuni fotografi, teater, seni lukis, dan penulisan puisi. Pameran-nya antara lain Bienale Seniman Muda Indonesia di TIM (Jakarta), Pameran Berdua di Aliance Prancaise (Bandung), Pameran Bertiga di Andi's Gallery (Jakarta), Pameran Tunggal di Galeri Bandung, (Bandung), Pameran Jogya International Bienale Miniprint (Jogya), dll. Karya drawingnya digunakan sebagai gambar sampul dan ilustrasi sejumlah buku sastra, sosial, dan politik oleh sejumlah penerbit, beberapa buah dimuat di *Kompas* sebagai ilustrasi cerpen.

PENGARUH BUDAYA GENERASI MILENIAL PADA GAYA DESAIN BRANDING ASIAN GAMES 2018

Made Arini Hanindharputri
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali, Jl. Tukad Batanghari No. 29 Panjer Denpasar, 80225, Indonesia
e-mail: arini@std-bali.ac.id

Abstrak

Generasi milenial atau dikenal dengan generasi Y dan Z, merupakan generasi yang lahir di tahun 1980-an hingga tahun 2000an. Generasi ini dikaji memiliki banyak perbedaaan perilaku khususnya dalam penggunaan teknologi. Teknologi komunikasi seperti internet menjadi kebutuhan khusus yang signifikan bagi para generasi milenial untuk mendapatkan informasi. Dengan adanya media sosial dan akses digital, mereka menjadi jauh lebih mudah berkomunikasi dan berinteraksi. Hal ini juga terjadi di Indonesia, dimana menurut survey dari Alvara Research Center, rata-rata generasi milenial menghabiskan waktu berinternet lebih dari 7 jam sehari. Salah satu event besar di Indonesia yang memanfaatkan peluang dan menjadikan generasi milenial sebagai target *audience*nya adalah Asian Games 2018. Pesta Olahraga Asia 2018 yang akan diselenggarakan di Jakarta dan Palembang ini memiliki cara untuk meningkatkan promosi dan *branding*nya dengan menggunakan media internet seperti media sosial dan *website.* Selain itu desain *branding event* ini menarik dan memiliki unsur-unsur visual yang dekat dengan dunia generasi milenial yang penuh warna dan kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami kaitan perilaku budaya generasi milenial dengan gaya desain *Branding* Asian Games hingga cara Asian Games berpromosi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mengamati unsur-unsur visual dalam logo, maskot, desain serta sistem pada media sosial yang dimiliki Asian Games 2018 yang terinspirasi dari budaya generasi milenial. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan suatu pemahaman baru agar desainer dan pelaku industri kreatif di Indonesia dapat menghasilkan *branding* yang kuat dan efektif berdasarkan segmentasi pasar yang ditargetkan.

Kata Kunci: Budaya Generasi Milenial, Desain, *Branding*, Asian Games 2018

The Influence of Millennial Generation Culture on Branding Style of 2018 Asian Games

Millennial generation, known as Y and Z, is a generation born in the 1980s to 2000s. This generation is studied to have many differences in behavior, especially in the use of technology. Communication technologies such as the Internet are becoming a significant special need for millennial to gain information. With social media and digital access, they become much easier to communicate and interact. This also happens in Indonesia, where according to a survey from Alvara Research Center, millennial spend more than 7 hours a day. One of the big events in Indonesia that takes millennial generation as its audience is the 2018 Asian Games. The 2018 Asian Games will be held in Jakarta and Palembang has a way to improve the promotion and their branding by using digital way such as social media and websites. In addition, the branding design of this event is interesting and has visual elements that close to the millennial generation who colorful and creative. The purpose of this research is to understand the correlation of the millennial cultural behavior with the design style of Branding Asian Games and their way to promoting this event. The method used is descriptive qualitative by observing the visual elements in logos, mascots, designs and systems on social media owned by 2018 Asian Games inspired by millennial culture. The results of the analysis are expected to provide a new understanding for designers and creative industry players in Indonesia to produce a strong and effective branding based on targeted market segmentation.

Keyword: Millennial Generation Culture, Design, Branding, 2018 Asian Games

PENDAHULUAN

Generasi milenial atau dikenal dengan generasi Y dan Z, merupakan generasi yang lahir di tahun 1980-an hingga tahun 2000an. Kedua generasi ini dikaji memiliki banyak perbedaan perilaku khususnya dalam penggunaan teknologi. Teknologi komunikasi seperti internet menjadi kebutuhan khusus yang signifikan bagi para generasi milenial untuk mendapatkan informasi. Dengan adanya media sosial dan akses digital, mereka menjadi jauh lebih mudah berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesame pengguna media sosial tersebut. Hal ini juga terjadi di Indonesia, dimana menurut survey dari Alvara Research Center, rata-rata generasi milenial Indonesia menghabiskan waktu berinternet lebih dari 7 jam sehari (Ali, Hasanuddin. 2017:57). Hal ini disebabkan karena generasi ini tumbuh seiring perkembangan teknologi, khususnya perkembangan Internet dan *gadget.* Generasi milenial juga dianggap memiliki kreativitas yang tinggi dan cepat tanggap dengan sesuatu yang bersifat baru dan membawa perubahan.

Salah satu event besar yang diselenggarakan di Indonesia dan memanfaatkan peluang menjadikan generasi milenial sebagai target *audience*nya adalah Asian Games 2018. Pesta Olahraga Asia 2018 yang diselenggarakan di Jakarta dan Palembang pada tanggal 18 Agustus 2018 ini memiliki cara untuk meningkatkan promosi dan *branding*nya dengan menggunakan media internet seperti media sosial dan *website.* Walaupun juga menggunakan media konvensional, media internet juga menjadi senjata ampuh bagi Asian Games 2018 untuk menyasar masyarakat khususnya generasi milenial untuk ikut mempromosikan event ini. Bahkan Presiden Republik Indonesia juga mengundang para youtuber muda yang berusia sama dengan generasi milenial untuk menjadi influencer dalam mempromosikan Asian Games 2018. Tentunya usaha berpromosi ini harus disambut dengan gaya desain yang baik dan menarik serta efektif. Tim Panitia Penyelenggara Asian Games 2018 (INASGOC) membuat beberapa cara untuk menghadirkan kesatuan *branding* yang kuat bagi Asian Games 2018, yaitu dengan membuat sayembara logo Asian Games 2018.

Selain itu desain *branding event* ini menarik dan memiliki unsur-unsur visual yang dekat dengan dunia generasi milenial yang penuh warna dan kreatif. *Branding* adalah upaya perusahaan untuk membangun nilai yang abadi dengan memuaskan pelanggan (Wijaya, Rudyant. 2016:47). Dengan kata lain, *branding* adalah usaha untuk mengembangkan identitas visual dari sebuah *brand* atau merek berdasarkan ciri khas perusahaan, isi dan hubungannya dengan konsumen. Citra sebuah perusahaan atau *event* dapat tercermin melalui *branding.* Asian Games 2018 sebagai salah satu *event* Internasional mencoba untuk membuat identitas visual yang *unity* dengan menggunakan unsur-unsur visual yang tidak hanya berciri khas Indonesia, namun juga menitikberatkan pada selera generasi milenial. Menurut Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Triawan Munaf, logo dan maskot yang dirancang, tidak hanya menjadi sekedar simbol namun menjadi sistem identitas tentang perhelatan olahraga kelas dunia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami kaitan perilaku budaya generasi milenial dengan gaya desain *Branding* Asian Games hingga cara Asian Games berpromosi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu metode pengumpulan data dan analisa data. Penelitian diadakan di kota Denpasar dengan mendapatkan data dari observasi yaitu mencatat data sesuai dengan objek penelitian dengan melihat secara langsung desain *branding* dan promosi Asian Games 2018 di areal kota Denpasar, internet dan media sosial. Selanjutnya, pencarian data juga menggunakan metode kuesioner yang dilakukan secara *online* dengan memberikan pertanyaan lewat fitur Instagram Polls dengan *target audience* yang merupakan generasi milenial untuk mengetahui jumlah pengguna Instagram dari kalangan milenial, pendapat mereka tentang Asian Games 2018, desain Asian Games dan efektivitas media sosial sebagai media promosi. Metode analisa data menggunakan metode deskriptif

kualitatif dengan mengamati unsur-unsur visual dalam logo, maskot, desain serta sistem pada media sosial yang dimiliki Asian Games 2018 yang terinspirasi dari budaya generasi milenial.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Karakter Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan generasi dengan total populasi yang tinggi dan akan menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia. Sebagai generasi penerus bangsa, INASGOC menjadikan generasi milenial sebagai target audience promosi Asian Games 2018 karena saat ini Negara Indonesia didominasi oleh Milenial dengan memiliki perilaku yang dekat dengan teknologi dan internet. Keinginan untuk membuat Asian Games 2018 sukses tentu perlu usaha keras tidak hanya dari perencanaan infrastruktur dan kesiapan atlit, tapi juga dari efektivitasan media promosi. Dengan melibatkan generasi milenial sebagai target sasaran, diharapkan mampu mensukseskan *event* olahraga ini dan menumbuhkan rasa bangga sebagai tuan rumah Asian Games 2018.

Menurut Hasanuddin Ali (2017:83), generasi milenial memiliki karakter yaitu:

a. Connected (Terhubung). Kepribadian generasi milenial yang connected juga dikarenakan perkembangan internet dan gadget yang begitu pesat. Milenial termasuk orang yang suka bersosialisasi baik secara online maupun offline di media sosial, dimana informasi dan komunikasi yang mereka dapatkan bersifat inklusif, Karakter generasi milenial yang seperti ini mempengaruhi gaya promosi. Jika dikaitkan dengan dunia *marketing*, generasi milenial lebih memilih pendekatan *online* dan UGC (*User Generated Content)* atau konten dan informasi yang dibuat oleh perorangan (Kartajaya, Hermawan. 2018:44). Maka dari itu kedua generasi ini menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari baik untuk mendapat informasi tentang budaya, sosial, politik dan bahkan dalam pengambilan keputusan. Generasi milenial lebih banyak menggunakan sosial media seperti instagram untuk mencari informasi. Hal ini dikarenakan mereka lebih mempercayai testimoni orang lain yang sudah pernah mengalami secara langsung ketika berada di objek wisata tersebut. Menurut Hermawan Kartajaya (2018), generasi Y cenderung sangat berminat membicarakan dan menyebarkan informasi ke *followers*. Hal ini dikarenakan cara mereka menghargai pengalaman unik mereka atau orang lain yang ditawarkan oleh sebuah barang atau jasa. Begitu pula dengan Generasi Z yang cenderung untuk berbagi informasi kepada orang lain, sehingga dalam menentukan *brand,* jasa atau pengalaman, mereka cenderung memilih dengan kontribusi lebih bagi banyak orang. Oleh karena itu, diperlukan gaya bahasa yang *connected* dengan gaya generasi milenial saat ini.
a. Creative (Kreatif). Generasi milenial memiliki wawasan luas dan out of the box karena pada zaman mereka arus informasi dan teknologi begitu cepat sehingga mudah untuk menumbuhkan kreativitas. Milenial sering menjadi influencer dan membuat start up berdasarkan ide-ide kreatifnya. Generasi ini lebih banyak belajar dan menyerap informasi secara visual, karena menurut mereka cara komunikasi seperti ini dirasa lebih menarik dan kekinian. Oleh karena itu untuk menarik perhatian Generasi Milenial pada desain diperlukan unsur-unsur visual yang kreatif dari segi warna, ilustrasi, tipografi dan teks, serta pemilihan medianya.

Desain Asian Games 2018

Asian Games 2018 merupakan acara multi olahraga yang diadakan setiap empat tahun sekali dengan atket dari seluruh Asia. Event ini merupakan event olahraga terbesar kedua setelah Olimpiade dan tahun ini diadakan di Indonesia yaitu Jakarta dan Palembang pada tanggal 18 Agustus hingga 2 September 2018. Acara ini tentunya tdaik hanya menjadi milik Indonesia saja, namun juga Negara Asia lainnya yang memiliki spirit yang sama untuk mensukseskannya. Untuk menggaungkan hal tersebut, Tim Panitia Penyelenggara Asian Games

2018 (INASGOC) membuat sistem identitas visual dengan tujuan untuk memberikan citra dan rasa bangga sebagai tuan rumah penyelenggara Asian Games 2018. Promosi ini juga sangat didukung oleh Presiden Republik Indonesia, Ir. H. Joko Widodo yang memilih sendiri logo dan mempromosikannya dalam setiap aktivitas kepresidenannya, seperti mengggunakan jaket dengan desain Asian Games 2018, mengundang Youtuber untuk membantu mempromosikan event olahraga ini, meminta setiap aspek pemerintah, lembaga pendidikan dan lainnya untuk ikut serta mempromosikan Asian Games 2018 dan lainnya. Melihat fenomena tersebut, INASGOC dan Presiden RI sudah menyasar bahwa perhelatan Asian Games 2018 menumbuhkan rasa bangga dan jiwa anak muda yang ada pada generasi milenial.

Berikut desain dari Asian Games 2018

a. Logo

Logo Asian Games 2018 berbentuk lingkaran dengan logo resmi Asian Games di tengah yang dikelilingi delapan garis memancar yang memiliki banyak warna. Menurut pemenang sayembara logo dan maskot Asian Games 2018, Jefferson Edri dari Feat Studio, lingkaran menggambarkan Stadion Gelora Bung Karno tampak atas karena terinspirasi semangat Bapak Bangsa Soekarno yang membangun kompleks olahraga Gelora Bung Karno dan beberapa bangunan lain untuk penyelenggaraan Asian Games 1962. Jadi makna logo ini diibaratkan Asian Games 2018 menjadi matahari sebagai sumber energi utama yang menyebarkan cahaya ke delapan jalur ke seluruh Asia.

Gambar 1 Makna Logo Asian Games 2018
(Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2018)

Spirit Logo yang sesuai dengan slogannya yaitu *Energy of Asia* mewakili semangat generasi muda yang diwakili oleh generasi milenial. Delapan jalur memiliki warna yang beragam mencerminkan keberagaman Negara Asia dan keceriaan serta semangat anak muda.

Gambar 2 Warna dalam Logo Asian Games 2018
(Sumber: Kemenpora.id. 2018)

Berdasarkan kuesioner, sebanyak 63% menganggap logo Asian Games 2018 menarik dan sesuai dengan jiwa anak muda saat ini. Logo Asian Games dirasa mewakili karakter Generasi Milenial yang kreatif, penuh warna dan sangat energetik. Sifat Milenial yang antusias dengan perubahan terpancar dalam spirit Asian Games 2018.

Diagram 1 Komentar Generasi Milenial terhadap logo Asian Games 2018
(Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2018)

b. Maskot

Maskot Asian Games 2018 terdiri dari 3 hewan dengan tiga energi yang berbeda, yaitu Bhin Bhin, burung Cendrawasih yang merepresentasikan strategi yang biasa diterapkan oleh para atlit untuk menggapai prestasi tertinggi mengalahkan kompetitor dengan cara yang sportif. Selanjutnya ada Atung, seekor rusa yang mencerminkan kecepatan sebagai salah satu kemampuan atlit dalam berolahraga. Yang terakhir adalah Kaka, seekor Badak bercula satu yang merepresentasikan kekuatan sebagai kemampuan yang dibutuhkan pada olahraga. Ketiga maskot ini merupakan representasi dari Semboyan bangsa Indonesia yaitu Bhinneka Tunggal Ika yang berarti keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia.

Energi ini juga merepresentasikan spirit dan karakter generasi milenial saat ini, yaitu memiliki strategi yang kreatif, cepat dan kuat. Strategi yang kreatif mirip dengan perilaku Milenial yang memiliki pemikiran terbuka dan suka mencoba hal yang baru. Milenial dilansir menjadi generasi yang paling banyak berkontribusi dalam perkembangan startup di Indonesia hingga beberapa tahun mendatang (Ali, Hasanuddin. 2017:91). Sedangkan kecepatan dan

kekuatan identik dengan cepatnya generasi milenial dalam mendapatkan informasi seiring dengan perkembangan teknologi.

Bhinneka Tunggal Ika juga identik dengan sifat optimisme politik dan demokrasi di Indonesia. Milenial lebih memilih hidup dengan keberagaman dan memiliki spirit Indonesia. Jiwa nasionalisme Generasi Milenial bermula dari banyaknya respons reaktif terhadap berbagai isu aktual yang muncul di media sosial. Dari sanalah banyak bisa kita lihat optimisme keberagaman yang bersifat nasionalisme.

Gambar 3 Maskot Asian Games 2018
(Sumber: asiangames2018.id. 2018)

Berdasarkan kuesioner, sebanyak 70% menganggap maskot Asian Games 2018 sudah sesuai dengan karakteristik bangsa Indonesia dan sesuai dengan karakter generasi milenial saat ini.

Diagram 2 Komentar Generasi Milenial terhadap maskot Asian Games 2018
(Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2018)

c. Pemilihan Media Promosi

Kreativitas yang dilakukan tim INASGOC tidak hanya pada media konvensional seperti baliho, umbul-umbul, spanduk, atau media televisi, namun juga menyasar kepada kebiasaan dari generasi milenial dalam mendapatkan informasi. Website dan sosial media menjadi media alternatif yang efektif karena perkembangan internet yang semakin cepat dengan jangkauan waktu serta ruang yang tak terbatas. Website dan media sosial menjadi media promosi yang inklusif, sehingga tidak hanya masyarakat kota saja yang bisa mengakses informasi, di daerah pedesaan pun mereka juga dapat hal yang sama.

1. Website Asian Games 2018

Website Asian Games 2018 adalah www.asiangames2018.id dengan konten berupa Beranda, Berita, Olahraga dan Perihal Asian Games. Konten yang terdapat pada website ini cukup jelas dan lengkap tentang keseluruhan acara yang akan digelar di Asian Games 2018. Unsur-unsur visual juga tidak mendominasi pada website, dimana website merupakan media

utama untuk mendapatkan kejelasan informasi.

Gambar 4 Tampilan website Asian Games 2018
(Sumber: asiangame2018.id. 2018)

2. Instagram

Instagram menjadi salah satu pilihan media sosial yang digunakan oleh Asian Games 2018 untuk menyasar generasi milenial. Menurut survey dari Wearesocial, Instagram menjadi media kekinian dengan jumlah pengguna aktif terbanyak nomor 3 di Indonesia (Ramadhan, Bagus. 2018) dan populasi pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 22 juta jiwa dimana 21 juta jiwa tersebut adalah Generasi Milenial (Ali, Hasanuddin. 2017:72). Instagram sebagai merupakan media sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 dengan visual sebagai daya tariknya. Selain sebagai media *sharing foto*, Instagram juga dapat menjadi *platform* untuk bisnis sebagai alat berpromosi dan berbagi secara kreatif (Diamond, Stephanie. 2013:303). Berdasarkan kuesioner *online,* pengguna instagram didominasi oleh Milenial. Platform media sosial ini juga menjadi ajang aktualisasi diri generasi milenial yang memiliki karakter kreatif (lebih banyak tertarik dengan visual), *connected* (mudah untuk terhubung dengan pengguna dari mana saja) dan *confidence* (kekinian dan berani).

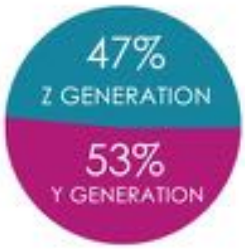


Diagram 3 Jumlah Pengguna Instagram dari Generasi Milenial
(Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2018)

Instagram Asian Games (asiangames2018) selalu *update* dengan informasi terkini seputar Asian Games 2018. Tidak hanya berupa *e-post,* Instagram ini juga menghadirkan video dan animasi untuk memperindah *feed.* Setiap *post* sepertinya sudah dipikirkan secara matang dan terjadwal sehingga dalam waktu singkat *followers* Instagram ini sudah mencapai 220.000 akun.

Gambar 5 Tampilan Instagram Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

Unsur-unsur visual yang terdapat pada e-post dalam Instagram Asian Games 2018 adalah:

a. Ilustrasi

Generasi milenial merupakan generasi yang kreatif, sehingga dapat dipastikan generasi ini lebih suka melihat iklan atau promosi yang menonjolkan unsur ilustrasi yang menarik, warna, grafik, atau video yang menarik daripada hanya teks yang monoton. Ilustrasi pada instagram Asian Games 2018 menggunakan teknik digital dan fotografi. Sebagian besar ilustrasi digital menggunakan logo dan maskot Asian Games 2018 sebagai daya tarik utama dan identitas dari Asian Games 2018. Hal ini mampu meningkatkan *brand awareness* dari masyarakat karena logo dan maskot menjadi pengingat tentang adanya Asian Games 2018. Seperti pada gambar 6, maskot digambarkan dengan menggunakan kostum olahraga yang berbeda, disertai dengan logo di pojok kanan atas.

Gambar 6 Ilustrasi pada *e-post* Instagram Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

Sedangkan ilustrasi fotografi digunakan dengan cara yang lebih variatif.

Ilustrasi fotografi digunakan untuk memberi kesan lebih realistis, eksklusif, persuasif dan memberi efek dramatis yang dapat meyakinkan pembaca. Ilustrasi fotografi pada Asian Games 2018 banyak menampilkan atlit yang sedang berlatih, keceriaan masyarakat menyambut Asian Games 2018, dan beberapa info terkini seputar persiapan acara tersebut. Pada gambar 7, terdapat foto iklan Asian Games 2018 yang menggabungkan indahnya alam Indonesia yang dipadukan dengan pakaian yang menyerupai Negara di Asia Tengah. Konsep fotografi Asian Games 2018 cocok untuk mewakilkan Energy of Asia.

Gambar 7 Ilustrasi Fotografi pada Instagram Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

b. Warna

Penggunaan warna dari *e-post* Asian Games 2018 terinspirasi dari warna pada logo. Pada logo terdapat delapan warna utama sebagai delapan jalur cahaya, dan satu warna yang terinspirasi dari warna logo Asian Games. Kesembilan warna ini digunakan dalam setiap desain promosi dengan pembagian warna untuk menyeragamkan *feed* dari *Timeline* Instagram Asian Games 2018. Walaupun warna yang digunakan sangat banyak, kesatuan *branding* dari media promosinya masih memiliki nilai kesatuan dan mudah dikenali. Warna warni ini selain mewakili ras dan keberagaman dari Negara peserta Asian Games 2018, warna yang digunakan mirip dengan warna pastel yang saat ini sedang *hype* dan sesuai dengan selera Milenial saat ini.

Gambar 8 Warna yang digunakan pada media promosi Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

c. Tipografi dan Teks

Penggunaan tipografi kebanyakan menggunakan jenis tipografi Sans Serif yang lebih mudah terbaca dan *copywriting* yang digunakan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Selain itu terdapat pula *caption* yang mana *caption* dapat digunakan untuk menuliskan deskripsi yang persuasif, menambah daya tarik, dan memberi tambahan informasi yang tidak ada di foto. Selain itu, *caption* juga dapat memberi interaksi dengan *audience*. Penggunaan *hash tags* juga sangat penting, karena memberi *hash tag* dapat mempermudah pencarian bagi *follower* yang memiliki kesamaan ketertarikan (Diamond, Stephanie. 2013 : 300).

Gambar 9 *Caption* pada salah satu e-post dalam Instagram Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

Seperti pada gambar 9, caption pada salah satu e-post Instagram Asian Games 2018 menggunakan hash tag #Energy of Asia, #SukseskanAsianGames2018, #AsianGames2018 untuk memudahkan followers mencari informasi tentang Asian Games 2018.

Milenial : Generasi Ter-influence

Promosi Asian Games 2018 juga memanfaatkan karakter Generasi Milenial yang mudah terinspirasi. Banyaknya artis atau idola yang memiliki followers terbanyak dari generasi Milenial di media sosial menjadi strategi marketing oleh INASGOC untuk mempromosikan Asian Games 2018 kepada generasi milenial. Seperti contoh Via Vallen, GAC (Gamaliel, Cantika, Audrey), Isyana Saraswati, Ariel Noah, selebgram dan para youtuber menjadi ambassador yang turut serta mempromosikan event olahraga ini. Generasi milenial cenderung lebih percaya dan mudah tertarik dari rekomendasi atau testimoni dari para influencer daripada percaya iklan. Oleh karena itu penggunaan influencer ini dirasa efektif.

Gambar 10 Influencer pada media sosial
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

Gambar 11 Asian Dance milik Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

Asian Games 2018 juga memiliki strategi *branding* dengan membuat Non Political Asian Dance, sebuah tarian yang mudah diikuti masyarakat di media sosial (Gambar 11). Asian Dance ini digunakan sebagai *challenge* untuk *netizen* untuk direkam ulang kembali dan diunggah di dunia maya. Sesuatu yang mudah viral sangat disukai oleh generasi milenial. Menurut Hasanuddin Ali (2017:104), generasi milenial termasuk generasi yang narsistik dan eksis. Mereka tergolong generasi yang *confidence* dan ingin selalu dilihat oleh orang lain. Selain itu mereka akan puas jika setiap foto atau video yang mereka unggah di media sosial mendapatkan banyak like atau bahkan dibagikan ke dunia maya.

Kesatuan Branding

Secara keseluruhan, branding Asian Games memiliki prinsip *unity* (kesatuan), baik dari segi ilustrasi, warna, tipografi dan penggunaan teks. Branding Asian Games juga memakai elemen grafis untuk memberikan kesan *unity*, yaitu dengan menggunakan perpotongan logo pada beberapa *e-post.* Seperti yang telihat pada gambar 12 dan 13 dimana di beberapa sudut terdapat elemen grafis yang sama sehingga memperjelas kesatuan antara satu *e-post* dengan yang lain. *Branding* yang sudah sangat jelas identitasnya ini memudahkan *audience* untuk mengingat dan semakin mengenali sehingga *audience* menjadi lebih ingin tahu tentang Asian Games 2018.

Gambar 12 Elemen Grafis pada *E-post* Instagram Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

Gambar 13 Elemen Grafis pada *E-post* Instagram Asian Games 2018
(Sumber: Instagram Asian Games 2018. 2018)

SIMPULAN

Branding Asian Games 2018 memiliki desain yang kuat dan efektif berdasarkan segmentasi pasar yang ditargetkan yaitu generasi milenial. Generasi milenial yang fasih menggunakan teknologi membawa pengaruh besar bagi Asian Games 2018 dengan tuan rumah Negara Indonesia untuk menguatkan *branding* melalui website dan media sosial yang dekat dengan Generasi Milenial. Penggunaan ilustrasi, warna, tipografi dan teks disesuaikan dengan karakter generasi Milenial yang *connected, creative* dan memiliki jiwa yang mudah terinspirasi serta eksis. Generasi milenial sebagai generasi penerus bangsa dengan jumlah populasi yang tinggi dan akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia diharapkan dapat memberikan pengaruh yang besar untuk memperkenalkan Asian Games kepada generasi berikutnya. Oleh karena itu, pemilihan *branding* yang disesuaikan dengan *target audience* yang sedang eksis saat ini menjadi promosi yang efektif dalam mempromosikan acara multi olahraga terbesar se Asia ini.

DAFTAR RUJUKAN

Ariyadi, Widya. (2017). *101 Amaxing Copywriting Ideas.* Yogyakarta : Quadrant

Asian Games 2018. (2018). *Maskot Asian Games 2018.* Retrieved July 12th, 2018, from http://www.asiangames2018.id

Ali, H ., & Purwandi, L. (2017). *Milennial Nusantara. Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Jakarta: PT. Gramedia

Faisal, Muhammad. (2017). *Generasi Phi, Memahami Milenial Pengubah Indonesia.* Jakarta : Penerbit Republika

Kartawijaya, Hermawan (June 2018). *Indonesia Now: Empowering Millenials!,* in Marketeers
Indonesia #1Marketing Media & MICE Magazine. Jakarta

Kemenpora. (2018). *Asian Games 2018.* Retrieved July 12th, 2018, from www.kemenpora.go.id/Asian-Games2018/Logo.pdf

Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer.* Yogyakarta : ANDI OFFSET

SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA KREASI DAN EKSPRESI KARYA SENI RUPA DAN DESAIN

I Gst Agung Ayu Widiari Widyaswari[1], I Gst Nyoman Widnyana[2]
[1]Prodi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali
[2]Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni Undiksha Bali
widiariwidyaswari@std-bali.ac.id

ABSTRAK

Sosial media merupakan media komunikasi dan informasi yang diakses melalui sambungan internet yang banyak digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Banyak yang menggunakan sosial media untuk berinteraksi dengan orang-orang dalam jarak jauh sehingga tidak perlu bertemu secara langsung. Sosial media awalnya hadir sebagai media komunikasi dan informasi dan kini berkembang sebagai wadah untuk berkreasi dan berekspresi melalui karya seni dan desain yang diciptakan. Dengan berkembangnya sosial media di era digital ini tentunya mengikuti dengan perkembangan-perkembangan fitur yang ada dalam sosial media. Hal tersebut penting untuk diperhatikan oleh pelaku seni dan desain agar mampu memanfaatkan fitur-fitur sosial media dengan baik sehingga bisa mencuri perhatian publik dengan segala kreativitas yang ditampilkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosial media memegang peranan penting di era teknologi digital saat ini dengan banyaknya pemanfaatan sosial media sebagai sarana berkreasi dan mengekspresikan karya seni.

Kata kunci : sosial media, seni rupa dan desain, kreasi, ekspresi.

Social Media as a Medium to Creation and Expression of Artworks and Design

Social media is a medium of communication and information accessed through internet connection that is widely used by the community every day. Many use social media to interact with people in long distances so there is no need to meet in person. Social media originally present as a medium of communication and information and is now developed as a container for creative and expression through artwork and design created. With the development of social media in the digital era is certainly following the developments of existing features in social media. It is important to be noticed by the performers of art and design in order to be able to utilize the features of social media well so that it can steal the public's interest with all creativity displayed. Thus it can be concluded that social media plays an important role in the era of digital technology today with the many uses of social media as a means of creating and expressing artwork.

Keywords: social media, art and design, creations, expressions.

PENDAHULUAN

Memasuki era digital, banyak hal yang bisa membuat hidup lebih mudah. Seperti hal nya bertemu orang baru, bersosialisasi, berbelanja, bahkan menyelesaikan pekerjaan hanya melalui media digital. Dengan berkembangnya media digital, tentunya diikuti dengan perkembangan jejaring sosial. Melalui jejaring sosial, atau yang biasa disebut sosial media maka orang-orang lebih mudah dalam menyelesaikan pekerjaan, mendapatkan informasi terkini yang bahkan menggeser keberadaan surat

kabar sebagai media informasi selama ini. Sosial media merupakan suatu wadah atau wahana interaksi antar sesama pengguna secara tidak langsung melalui internet. Awalnya sosial media bertujuan untuk menjalin komunikasi, berbagi informasi, serta sebagai ajang menambah pertemanan. Tetapi kini perkembangannya tidak hanya sebatas pergaulan sosial, bahkan sebagai media promosi dan *branding*. Perkembangan sosial media begitu signifikan dari tahun ke tahun.

Awal mula sosial media dikenal sudah ada sejak tahun 1978. Media sosial yang dibuat bernama Bulletin Board System (BBS) atau papan bulletin, yang dibuat oleh Word Christensen dan Randy Suess. Kegunaannya adalah untuk berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik dan mengunggah (*upload*) serta mengunduh (*download*) menggunakan perangkat lunak (*software*) yang ada pada masa itu. Pada masa itu penggunaan internet masih melalui media telepon yang dihubungkan ke modem. Banyak sosial media bermunculan sejak tahun 1984 yaitu dimulai dengan munculnya Prodigy yaitu sebuah jasa hosting web dan menjual serta mengkoneksikan *dial-up* ke *World Wide Web*. Hingga awal tahun 90-an, mulai muncul beberapa situs yang menawarkan jejaring sosial seperti misalnya Sixdegree.com, Classmate.com, dan pada tahun 1999 muncul sebuah situs yang menawarkan penggunanya untuk bisa membuat halaman pribadinya yang bisa memuat hal apapun, sehingga dapat dikatakan blogger ini merupakan tonggak berkembangnya sosial media. Keberadaan sosial media mulai fenomenal sejak berdirinya Friendster di tahun 2002 diikuti dengan munculnya MySpace pada tahun 2003 serta LinkedIn yang juga berguna untuk mencari pekerjaan, sehingga fungsi dari sosial media pun mulai berkembang. Seiring dengan berjalannya waktu, muncullah jejaring sosial bernama Facebook pada tahun 2004 dan menggeser kepopuleran MySpace dan Friendster. Kelebihan dari Facebook sendiri adalah bisa menulis tulisan terkini atau status pembaharuan yang bisa digunakan oleh setiap pengguna Facebook. Perlahan pengguna Friendster dan My Space pun mulai beralih ke Facebook dikarenakan tampilannya yang semakin modern.

Setahun setelah kemunculan Facebook mulailah Youtube hadir untuk memberikan fasilitas ke penggunanya untuk menonton, mengunggah, atau berbagi video. Banyak sekali sosial media yang muncul pada tahun 2000-an dengan banyak fasilitas yang diberikan sehingga banyak yang ingin mencoba bahkan beralih ke setiap sosial media yang baru. Seperti misalnya Twitter, Google+, Instagram maupun Wizer yang tentunya pernah dicicipi oleh setiap pengguna aktif sosial media. Semakin meningkatkan fitu dan inovasi perkembangan teknologi, sosial media telah menjadi bagian dari gaya hidup masa kini, dengan berbagai keunggulan dan karakter yang berbeda dianggap mampu membantu kehidupan masyarakat.

Sosial media sudah menjadi konsumsi masyarakat sehari-hari, tidak hanya

sebagai media interaksi bahkan sudah pada fungsi bisnis. Media sosial bisa dijadikan media jual-beli, media promosi, media beriklan maupun *branding*. Hingga awal tahun 2018 tercatat beberapa sosial media yang masih aktif digunakan oleh masyarakat, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Sosial media juga banyak yang digunakan sebagai media untuk menyalurkan hobi. Orang-orang mendapatkan kepuasan tersendiri setelah berhasil menyalurkan hobi mereka melalui sosial media, terlebih lagi apabila mendapatkan respon dari orang lain. Tentunya hal-hal yang dibagikan dalam sosial media bisa menjadi suatu informasi baru bagi orang-orang yang belum mengetahui atau bagi orang-orang yang tertarik dan memiliki minat maupun hobi yang sama.

Meskipun sosial media memberikan kemudahan dan memperbaharui fiturnya secara berkala, tidak semua orang mampu memanfaatkannya sebagai sarana untuk berkreasi dan berekspresi. Beberapa konten yang akan diunggah ke sosial media tentunya harus mampu menarik perhatian audiens, sehingga nantinya mampu membuat interaksi hingga akhirnya dikenal oleh banyak orang. Membuat konten yang baik dan mampu menarik audiens tentunya tidak lepas dari ilmu periklanan dan *branding*. Terdapat hal-hal penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu konten yang diunggah, seperti hal nya foto, warna, kualitas gambar, bahkan *copywriting*. Bagi orang yang menggunakan Facebook dan Instagram sebagai media *branding*-nya biasanya bermain di foto atau gambar, serta *caption* yang menarik. Sedangkan bagi yang menggunakan Youtube tentunya sangat memperhatikan kualitas video yang diunggah, cara pengambilan, serta pencahayaan. Hal-hal penting seperti itu tentunya sangat berpengaruh terhadap konten maupun orang yang mengerjakan *project* tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi eksploratif deskriptif, dimana data dikummpulkan untuk melihat keadaan nyata yang terjadi sekarang. Data yang didapatkan berdasarkan pengumpulan data primer yakni wawancara beberapa orang yang menggunakan sosial media untuk berkreasi dan mengekspresikan karyanya melalui sosial media, serta data sekunder berupa artikel, berita, serta hasil dari beberapa lembaga riset sehingga antara satu sumber dengan yang lain dapat dikaitkan dengan hasil dari wawancara dan observasi langsung sebagai pengguna sosial media.

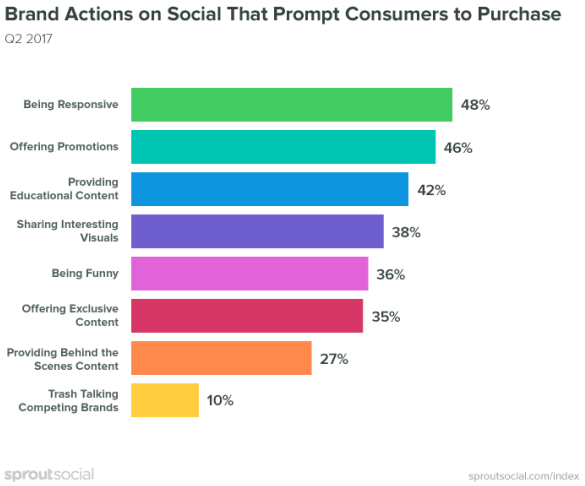
ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

I. Analisis Data

Perkembangan sosial media yang selalu diikuti dengan pembaharuan fitur-fitur terkini menjadikan penggunanya lebih mudah dalam mem-*branding* diri (*personal branding*) melalui akun yang dimilikinya. *Personal branding* merupakan cara

memasarkan diri dan karir melalui suatu citra yang dibentuk untuk khalayak umum. Citra tersebut kemudian dapat dipresentasikan melalui beberapa jalur seperti misalnya melalui media sosial maupun secara langsung. Dengan memberikan gambaran yang baik, maka dapat memberikan keuntungan secara dua arah. Pelaku *branding* bisa membuat dirinya lebih dikenal secara luas, sementara masyarakat mampu percaya dan yakin untuk memilih orang tersebut.

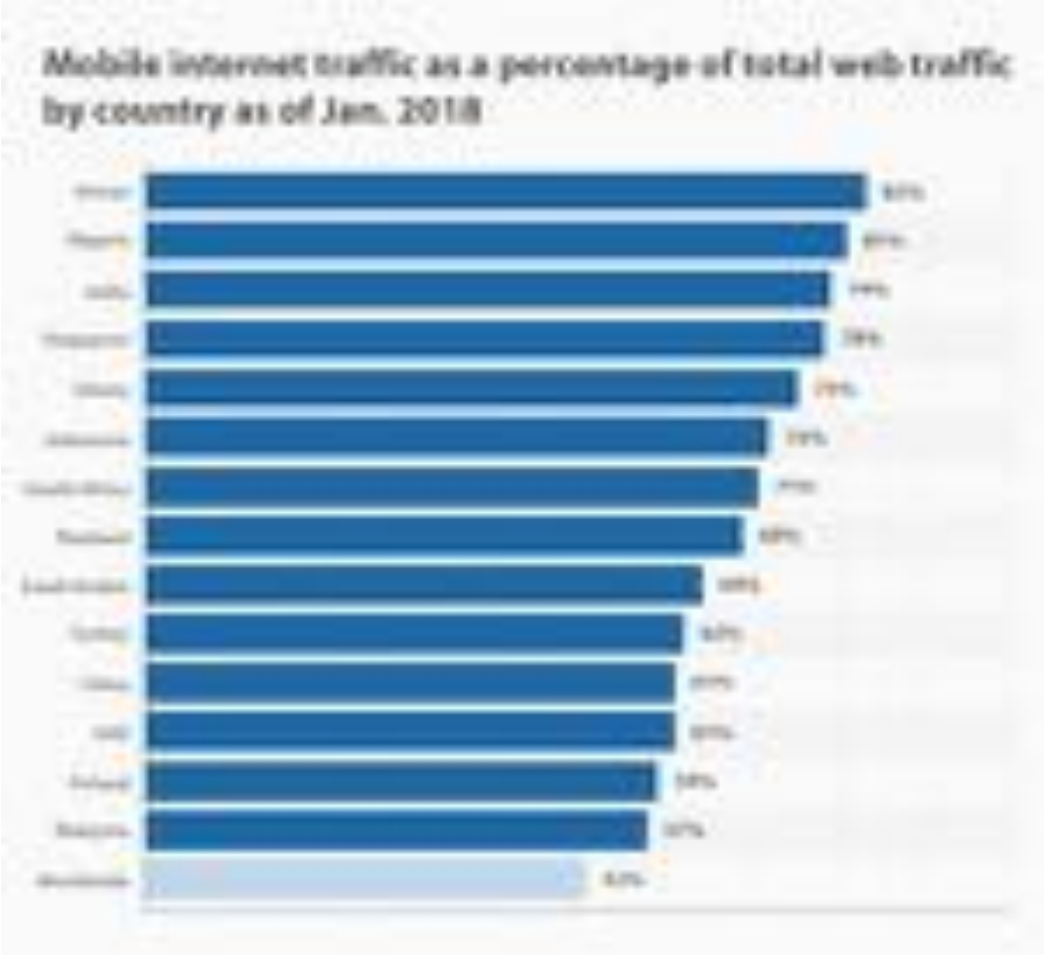
Tujuan seseorang melakukan *personal branding* tidak hanya untuk dinikmati saat ini saja, seperti berpromosi, tetapi bagaimana cara mereka agar tetap bisa dikenal dan diingat oleh masyarakat. Di era digital, sosial media memegang peranan penting sebagai wadah atau media dalam melakukan *personal branding*. Beberapa sosial media yang sangat sering digunakan masyarakat, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Blogger, dan Instagram pun dimanfaatkan oleh penggunanya. Dengan memiliki akun sosial media, masyarakat cukup berinteraksi hanya melalui *gadget* saja tanpa harus terus-menerus melakukan tatap muka secara langsung ke masyarakat.



Gambar 1. Kegiatan di sosial media tahun 2017
(Sumber : https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/)

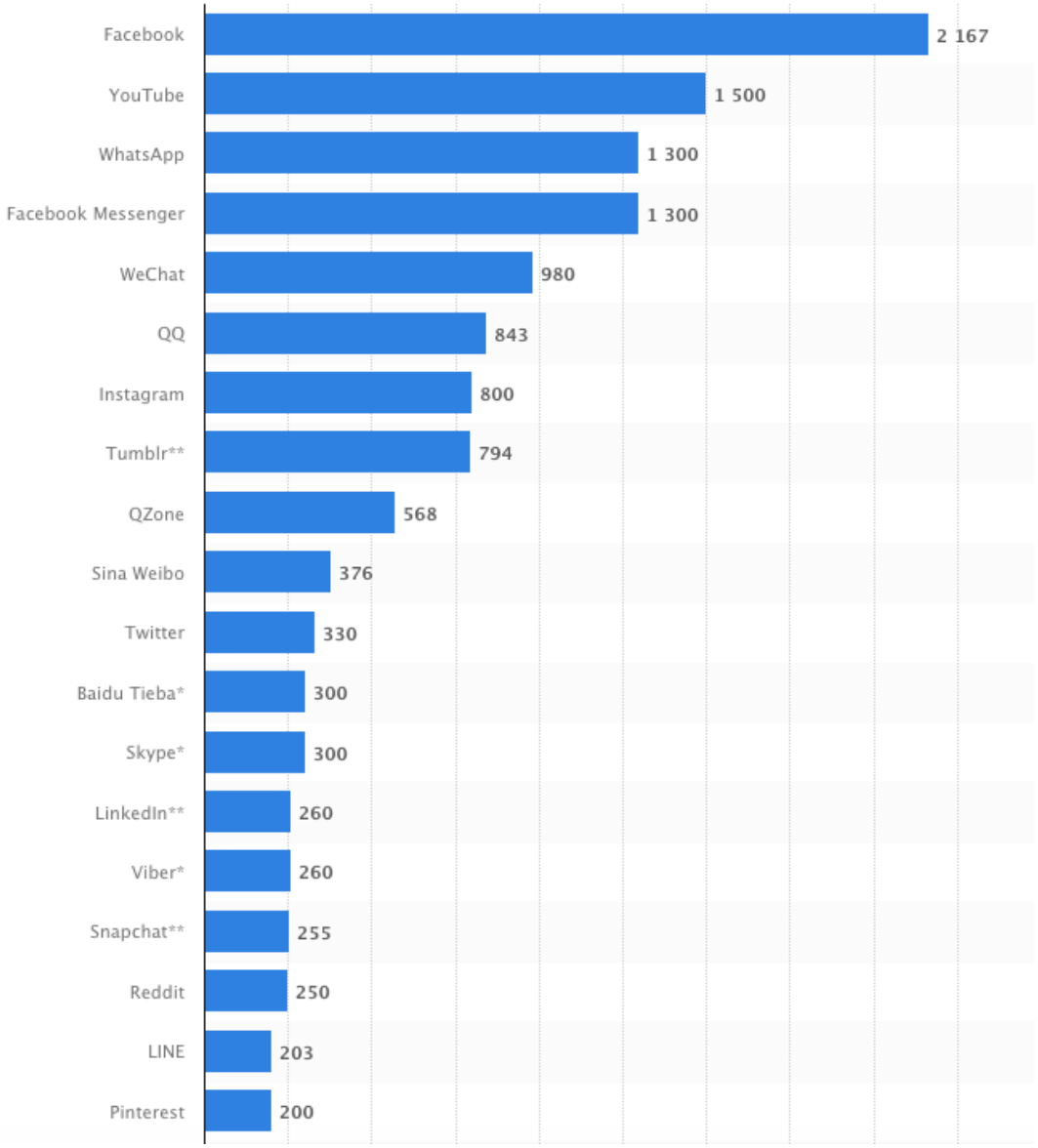
Pada gambar diatas dijelaskan bahwa kegiatan yang banyak dilakukan melalui sosial media di tahun 2017 lebih banyak pada kegiatan promosi maupun *branding*. Masyarakat pun banyak yang menjadi responsif dalam kegiatan tersebut. Hal tersebut menjadi alasan kuat mengapa begitu banyak pengguna yang melakukan kegiatan promosi ataupun *branding* melalui sosial media.

Indonesia sendiri termasuk dalam negara yang masyarakatnya aktif menggunakan sosial media dalam kegiatan sehari-hari meskipun tidak semuanya memanfaatkannya sebagai sarana promosi maupun *branding*. Dengan mudahnya mengakses internet dan sosial media melalui ponsel, tentunya sangat mempermudah masyarakat tanpa harus melalui komputer.



Gambar 2. Tingkat penggunaan internet melalui ponsel di setiap negara pada Januari 2018
(Sumber : https://id.vpnmentor.com/blog/trend-internet-vital/)

Adapun data statistik yang memaparkan beberapa sosial media yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Sosial media tersebut dianggap paling mudah untuk digunakan dan fitur-fitur yang ditawarkan pun sangat menarik dan penuh pembaharuan, sehingga mudah untuk membangun citra perseorangan maupun kelompok dan perusahaan. Sosial media yang kini bukan hanya sekedar media informasi satu arah, tetapi juga sebagai media komunikasi dua arah.



Gambar 3. Penggunaan sosial media yang paling populer akhir tahun 2017
(Sumber : https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/)

Pada data diatas disebutkan bahwa Facebook menempati urutan pertama sebagai sosial media yang memiliki pengguna terbanyak, disusul oleh Youtube dan Instagram. Beberapa sosial media yang akan dijadikan sebagai contoh sarana kreasi dan ekspresi karya seni rupa dan desain adalah Facebook, Youtube, dan Instagram. Ketiga sosial media tersebut akan dibahas contoh pemanfaatan *personal branding* yang telah dilakukan oleh beberapa penggunanya berdasarkan karya yang termasuk dalam ruang lingkup seni rupa dan desain.

II. Studi Kasus

Berdasarkan data diatas, maka diambil beberapa contoh pengguna sosial media yang memanfaatkannya sebagai sarana kreasi dan ekspresi karya seni rupa dan desain, yang secara tidak langsung melakukan *personal branding* sehingga dikenal oleh orang lain. Seperti contoh pertama oleh saudara Raka Jana yang memanfaatkan instagramnya sebagai sarana untuk menuangkan karya-karyanya.

Gambar 4. Pemanfaatan sosial media instagram oleh Raka Jana
(Sumber : https://www.instagram.com/rakajana/)

Pada akun instagram milik Raka Jana, terlihat bahwa ia menjadikan *feed* instagramnya berbicara secara tidak langsung ke audiens. Selain itu pada bagian profil juga terlihat mendeskripsikan pribadinya sendiri, sehingga apabila ada yang tertarik maka akan dengan mudah untuk bisa menghubungi saudara Raka sendiri. Sebuah *feed* instagram yang disusun dengan baik tentunya memiliki nilai lebih tersendiri karena berpengaruh kepada komposisi. Komposisi adalah cara untuk mengatur dan menyusun objek gambar sehingga gambar tampak lebih indah dan menarik. Tidak hanya untuk orang-orang yang mencari jasanya saja, tetapi juga sangat bermanfaat bagi orang-orang yang membutuhkan inspirasi maupun mencari contoh karya ilustrasi milik seseorang yang dianggapnya bagus. Sebuah akun yang akan digunakan untuk bisnis maupun *branding* yang dimana tujuannya untuk publik, tidak bisa menggunakan mode privat. Oleh karena itu, akun tersebut akan terbuka dan bisa dilihat oleh siapapun. Maka dari itu konten-konten yang diunggah harus sesuai dengan tujuan dibuatnya sebuah akun karena isi dari *feed* akan dinikmati oleh banyak orang.

Adapun akun lain yang memanfaatkan instagram sebagai sarana kreasi dan ekspresi suatu karya adalah akun milik Heydi Paramitha. Heydi sendiri adalah seorang *travel blogger*. Konten-konten yang diunggah di Instagramnya adalah foto-foto perjalanan maupun lokasi-lokasi yang menarik dengan gaya masa kini yang biasa disebut *instagramable*.

Gambar 5. Pemanfaatan sosial media instagram oleh Heydi Paramitha
(Sumber : https://www.instagram.com/heydiparamitha/)

Pada akun milik Heydi, terlihat ia lebih banyak menggunakan fitur yang disajikan oleh instagram seperti misalnya *instastory*, *highlights* dan fitur profil bisnis. Fitur *instastory* yang hanya bertahan 24 jam saja kini terbantu dengan adanya fitur *highlight* yang bisa menyimpan *story* di profil pengguna. Dapat dilihat pada profil milik Heydi pada bagian *highlight* nya. Dengan adanya *highlight* tersebut, orang-orang mampu lebih mudah mencari *story* yang pernah dibagikan oleh Heydi. Terlebih lagi fitur *highlight* dapat membagi beberapa grup konten seperti yang terlihat yaitu Menjangan, bagi yang ingin tahu tentang Menjangan, KL bagi yang ingin mengetahui ceritanya di Kuala Lumpur yang mungkin terlewat, dan lainnya.

Pada bagian *feed* juga terlihat ditata dengan baik, dengan pengambilan gambar yang sesuai. Dalam pengambilan sebuah objek tentunya tidak terlepas pada prinsip komposisi agar terkesan dinamis dan menimbulkan keserasian, dan perlu memperhatikan tentang sudut pemotretan dan pengambilan gambar, serta *field of view*. Pada akun milik Heydi dapat dilihat kebanyakan fotonya mengambil format vertikal dengan sudut pengambilan *low angle* dan dengan segi ukuran *full shot* yaitu pengambilan gambar dengan memberikan porsi background atau foreground lebih banyak. Dengan cara pengambilan tersebut, audiens yang melihat akan ikut menikmati background karena tidak tertutupi oleh wajah *traveler*.

Adapun contoh pada media lainnya seperti Facebook, juga bisa dimanfaatkan sebagai sarana kreasi dan ekspresi karya. Seperti misalnya akun milik Decky Wira Sanjaya yang seorang *cosplayer*. Decky sendiri merupakan pengguna yang konsisten mengunggah dan *update* hal apapun yang terkait dengan *cosplay*. Untuk menikmati hasil karya *cosplay* biasanya diabadikan dalam sebuah gambar atau foto, yang tentunya untuk menghasilkan foto yang estetis diperlukan ilmu seni rupa dan desain.

Gambar 6. Pemanfaatan sosial media Facebook oleh Decky Wira Sanjaya
(Sumber : https://www.facebook.com/danierudaiki)

Penggunaan Facebook sedikit berbeda dengan Instagram yang lebih banyak bermain dengan gambar. Pada Facebook, pengguna memiliki kesempatan untuk membuat *caption* atau tulisan yang terletak lebih dulu daripada gambar yang ditampilkan. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang dituangkan melalui tulisan atau kata-kata harus mampu mewakili tujuan dan komunikatif. Ilmu *copywriting* sangat besar pengaruhnya pada sosial media Facebook. Gaya bahasa dan penulisannya pun harus disesuaikan dengan target audiens yang ingin dicapai. Penggunaan Facebook sendiri lebih banyak pemanfaatannya layaknya sebuah *diary*, yaitu bercerita tentang kegiatan sehari-hari secara konsisten, dengan gaya bahasa dan penulisan serta gambar yang sesuai. Penggunaan gambar atau foto sangat berpengaruh besar terhadap respon audiens dibandingkan dengan kiriman yang hanya berupa tulisan saja, karena gambar mampu menjadi *point of view* ketika beberapa orang hanya melewati atau *scroll* pada postingan yang dianggapnya kurang menarik.

Adapun contoh pengguna lainnya yaitu Monez Gusmang. Monez sendiri memang memanfaatkan beberapa sosial medianya sebagai sarana kreasi dan ekspresi karyanya, yang secara tidak langsung mem-*branding* dirinya sendiri sehingga banyak yang mengenalnya.

Gambar 7. Pemanfaatan sosial media Facebook oleh Monez
(Sumber : https://www.facebook.com/monez.gusmang)

Konten atau postingan yang diunggah oleh Monez tidak lagi hanya karya saja, tetapi lebih ke informasi untuk banyak orang baik itu kegiatan maupun *event workshop* dan pameran. Melalui sebuah karya yang baik tentunya akan menghasilkan *personal branding* yang baik juga.

Selain penggunaan Instagram dan Facebook, berkreasi dan mengekspresikan karya juga bisa melalui media Youtube. Pada youtube sendiri, pengguna bisa mengunggah hasil video mereka dan berbagi kepada banyak orang. Untuk bisa mendapatkan *feedback* positif tentunya perlu memahami tata cara pengambilan video, durasi, dan isi dari video tersebut. Yotube sendiri memiliki durasi tidak lebih dari 15 menit untuk pengguna yang belum terverifikasi dan maksimal 128 GB atau 12 jam untuk pengguna yang telah terverifikasi.

Konten video berbeda dengan gambar atau foto, sehingga penonton akan dihinggapi rasa bosan ketika video yang ditonton terlalu lama, atau tidak sesuai dengan apa yang tertulis pada *caption*. Mengemas sebuah video tentunya lebih sulit selain bermain dengan potongan *scene* yang tepat, besar atau kecilnya suara yang dihasilkan, ekspresi, dan cara pengambilan gambar. Berikut salah satu contoh pengguna Youtube yang sering berbagi video secara konsisten dengan isi yang tidak membuat penontonnya bosan dan memberi rasa penasaran akan kelanjutan ceritanya, yaitu akun Youtube milik Arief Muhammad.

Gambar 8. Pemanfaatan media sosial Youtube oleh Arief Muhammad
(Sumber : https://www.youtube.com/user/AriefMuhammaddd)

Akun youtube milik Arief awalnya adalah sebuah *daily vlog*, berhubung Arief memiliki hobi *traveling* yang dibarengi dengan pekerjaannya maka pada akhirnya banyak membuat video tentang *trip* atau *traveling*. Akun youtube nya memiliki 1,4 jutaan *subscribers* atau pengikut sehingga banyak sekali respon yang didapatkan dalam satu kontennya. Dalam pengemasan videonya pun terbilang informatif dan komunikatif sehingga mampu berkomunikasi secara tidak langsung kepada penonton. Salah satu hal yang berpengaruh selama pemutaran video adalah latar belakang suara/ musik atau *backsound.* Dengan penggunaan musik dan suara yang sesuai maka mampu menggambarkan situasi yang ada dalam video baik itu situasi senang, sedih maupun takut.

Konsistensinya dalam mengupload *travel vlog* menjadikan pengikutnya memiliki rasa penasaran dan tidak sabar dengan perjalanan selanjutnya. Sehingga dapat dikatakan Youtube yang awalnya hanya sebagai sarana kreasi dan ekspresi kini menjadi media terbentuknya *personal branding* bagi pemiliki akun sendiri.

SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, sosial media di era digital sangat besar pengaruhnya untuk kehidupan sehari-hari. Orang-orang dapat dengan mudah berkresi dan mengekspresikan hasil karyanya melalui beberapa sosial media, menemukan dan mengeksplor hal-hal baru yang sesuai dengan minat dan kesukaannya masing-masing. Sosial media juga berpengaruh sebagai sarana pendekatan dari satu orang ke orang lainnya tanpa harus saling bertatap wajah. Sosial media tidak lagi hanya sebagai sarana informasi tetapi juga sebagai media komunikasi

2 arah. Sosial media juga mampu menjadi sarana *personal branding* bagi penggunanya sehingga dikenal oleh masyarakat luas, seperti pemanfaatan instagram oleh Raka Jana dan Heydi, pemanfaatan facebook oleh Decky dan Monez hingga pemanfaatan Youtube oleh Arief Muhammad. Semua media sosial yang digunakan tentunya memiliki fungsi yang sama dengan fitur yang berbeda-beda. Pemanfaatan fitur sangat berpengaruh terhadap keberhasilan respon dari audiens. Oleh sebab itu, penggunaan fitur pada sosial media hendaknya digunakan secara baik dan sesuai dengan fungsinya. Ilmu-ilmu dalam seni rupa dan desain juga sangat berpengaruh terhadap konten yang dihasilkan oleh penggunanya. Dengan demikian maka konten yang diunggah bukanlah konten sembarangan dan apa adanya, tetapi konten yang memang memiliki nilai dan kualitas sehingga mampu menarik audiens.

Adapun yang harus diperhatikan dari kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh sosial media, maka perlu diingat bahwa dengan kebebasan yang ada tentunya mempermudah orang lain untuk mendapatkan contoh dari hasil karya pengguna sosial media. Pembajakan kemungkinan besar akan terjadi dan salah satu antisipasi awal yang bisa dilakukan adalah dengan mengunggah menggunakan resolusi kecil, terutama untuk konten gambar atau foto. Diharapkan dengan adanya kemudahan di era digital, terutama dengan melonjaknya penggunaan sosial media, pengguna mampu menggunakan sosial media dengan bijak dan baik, dan bagi pelaku yang bergerak di bidang seni dan desain yang telah menggunakan sosial media diharapkan untuk terus mencoba fitur-fitur sosial media yang disajikan dengan beberapa pembaharuan berkala sehingga lebih mudah untuk berkomunikasi dengan audiens.

DAFTAR RUJUKAN

FSR ISI Yogyakarta (2007). *Irama Visual*. Jalasutra, Yogyakarta.

Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer*. Andi, Yogyakarta.

Percy, Larry (2003). Advertising and Brand Equity. Dalam Flemming Hansen & Lars Bech Christensen (2003); *Branding and Advertising.* Copenhagen Business School Press. Denmark.

Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell & William Wells. (2011), *Advertising*, Kencana, Jakarta.

Almantara, Sugik. (Oktober 2013), *Sejarah Sosial Media dan Perkembangan Sosial Media*,. http://sugikshare.blogspot.com/2013/10/sejarah-sosial-media-dan-perkembangan.html diperoleh 1 Juni 2018.

Bergstrom, Breonna (28 Juni 2018), *How to Build Social Media Branding Guidelines That Will Make Your Brand Memorable*, https://coschedule.com/blog/social-media-

branding-guidelines/, diperoleh 20 Juli 2018
Chaffey, Dave (28 Maret 2018), *Global Social Media research Summary 2018*. https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/) diperoleh 10 Juli 2018.
Fawkes, Gey (2018), *Tren Internet 2018, Statistik dan Fakta di AS dan Seluruh Dunia*. https://id.vpnmentor.com/blog/trend-internet-vital/ diperoleh 13 Juli 2018.
Lacy, Kyle (17 November 2010), *The Power of Personal Branding*, http://kylelacy.com/the-power-of-personal-branding/ diperoleh 20 Juli 2018

TREND MURAL PADA INTERIOR RESTORAN DAN CAFE DI KOTA DENPASAR

Ni Made Sri Wahyuni Trisna
Jurusan Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Desain Bali, Jalan Tukad Batanghari No.29 Panjer, Denpasar, Bali
Email: *why.trisna@gmail.com*

ABSTRAK

Seni mural saat ini menjadi trend untuk dijadikan dekorasi dinding, salah satunya pada dinding restoran dan cafe. Pada awalnya, mural banyak dijumpai di ruang publik seperti tembok – tembok luar rumah pinggir jalan, tembok gang dan sarana umum lainnya. Saat ini, mural tidak hanya dapat dijumpai di luar ruangan (eksterior) tetapi dapat juga dijumpai pada interior bangunan salah satunya pada dinding restoran dan cafe. Tulisan ini bertujuan untuk membahas peran mural pada elemen dinding interior restoran dan cafe di kota Denpasar. Metode yang digunakan adalah dokumentasi dan kajian pustaka melalui pendekatan hermeneutika dalam menginterpretasikan objek penelitian berupa mural pada dinding interior beberapa restoran di kota Denpasar seperti Gosha Kitchen & Patisserie, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Kartel Bar & Resto, danGoemerot Restaurant. Hasil penelitian menunjukan bahwa mural bukan hanya berperan sebagai media seni visual jalanan (*street art*) yang bertema kritik dan propaganda terhadap kondisi sosial terkini, namun saat ini berkembang sebagai wujud ekspresi seni yang dapat menambah estetika ruang, mampu merepresentasikan ruang dan menciptakan suasana ruang.

Kata kunci: Mural, Interior, Restoran dan Cafe

Trend Mural on Restaurant and Cafe Interiors in Denpasar City

ABSTRACT

Art mural is now a trend to be used as wall decoration, one of them on the walls of restaurants and cafes. In the beginning, murals are often found in public spaces such as the outer walls of roadside houses, alley walls and other public facilities. Currently, the mural can not only be found outside the room (exterior) but can also be found in the interior of one of the buildings on the walls of restaurants and cafes. This paper aims to discuss the role of murals on the interior wall elements of restaurants and cafes in the city of Denpasar. The method used is documentation and literature review through hermeneutical approach in interpreting the object of research in the form of mural on the interior walls of several restaurants in the city of Denpasar such as Gosha Kitchen & Patisserie, Senayan Tembak Bakso, Bar & Resto Cartel and Goemerot Restaurant. The result of the research shows that mural is not only acting as a street art media with criticism and propaganda theme to the current social condition, but nowadays developing as a form of artistic expression that can add aesthetic space, able to represent space and create space atmosphere.

Keywords: Mural, Interior, Restaurant and Cafe

PENDAHULUAN

Desain interior dirancang dengan tujuan untuk mengoptimalkan fungsi, memperkaya nilai estetika, dan meningkatkan aspek psikologis dari sebuah ruangan. Perencanaan, penataan dan perancangan ruang-ruang interior pada suatu bangunan sangat diperlukan agar tercapainya tatanan fisik yang optimal. Tatanan fisik dapat memenuhi kebutuhan dasar penghuni untuk menjadikan ruangan sebagai tempat untuk bernaung, berlindung, beraktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide-ide. Oleh sebab itu, desain interior bukan hanya mempertimbangkan aspek keamanan fisik semata, tetapi juga aspek kenyamanan karena akan berpengaruh terhadap penampilan, perasaan , dan kepribadian penghuninya. Dalam upaya mencapai aspek kenyaman dalam sebuah interior ruangan, penambahan nilai estetis pada beberapa elemen ruang seperti misalnya dinding sangat penting untuk diperhatikan.

Dinding yang merupakan partisi atau pembatas antar ruang dalam sebuah bangunan, menjadi elemen yang sering dimanfaatkan untuk meletakkan aksesoris dan unsur dekorasi salah satunya mural. Mural adalah salah satu media seni rupa yang dijadikan sebagai sarana penyampaian pesan secara visual kepada khalayak umum dan ditampilkan di ruang publik kota.. Menurut Susanto (2002: 167), mural dibuat dalam bentuk lukisan besar dengan tujuan untuk mendukung arsitektur. Mural dapat diaplikasikan pada tembok-tembok kota dalam bentuk gambar kartun, manusia ataupun hewan.

Sebagai salah satu seni pop, mural telah hadir di tengah kondisi kota yang kompleks seperti halnya di kota Denpasar. Berbagai macam mural, mulai dari yang memuat kritik, propaganda, hiasan arsitektural banyak ditemukan di tembok-tembok luar rumah pinggir jalan, tembok gang, dan sarana umum lainnya. Hal ini menandakan bahwa seni mural telah menjadi alternatife yang dapat dijadikan sebagai penyeimbang lingkungan, ketika lingkungan kota tidak lagi memberikan kesegaran bagi panca indera secara lengkap. Seiring berjalannya waktu, mural tidak hanya dapat dijumpai di luar ruangan (eksterior), tetapi kini juga dapat ditemukan pada interior bangunan salah satunya restoran.

Keberadaan restoran saat ini kian marak. Hampir di setiap daerah di wilayah Indonesia terutama diperkotaan seperti di kota Denpasar, restoran sangat mudah ditemukan. Bahkan tidak jarang juga dijumpai beberapa restoran yang berbeda didirikan berderetan. Kondisi tersebut menjadikan persaingan atau kompetisi di bidang kuliner sangat tinggi. Dalam upaya meningkatkan bisnis kulinernya, tidak jarang pemilik restoran melakukan beberapa cara untuk menarik perhatian dan daya beli pengunjung. Salah satu upaya penting untuk meningkatkan bisnis kulinernya yakni menciptakan tempat yang nyaman bagi pengunjung melalui mural.

Restoran tidak hanya menjadi tempat makan semata, melainkan menjadi tempat berkumpul yang asik bagi kalangan anak muda maupun keluarga, sehingga penampilan fisik interiornya menjadi salah satu hal penting yang perlu diperhatikan. Tempat yang indah, nyaman dan *cozy* merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan pengunjung yang datang setiap harinya. Seni mural saat ini menjadi trend untuk dijadikan dekorasi dinding interior yang dapat menarik perhatian pengunjung dan menjadi daya tarik tersendiri di setiap restoran yang menggunakan mural tersebut. Dekorasi interior yang unik dan menarik dapat dijadikan salah satu objek untuk berswafoto, maka tidak heran apabila saat ini banyak restoran di kota Denpasar menjadikan mural sebagai hiasan dinding.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis akan mendeskripsikan lebih jauh tentang trend mural pada dinding interior beberapa restoran yang terdapat di kota Denpasar seperti Gosha Kitchen & Patisserie, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Kartel Bar & Resto, Pixelatte Cafe dan Goemerot Restaurant. Melalui artikel ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang aplikasi seni mural sebagai salah satu ekspresi seni yang memiliki daya tarik pada interior restoran.

METODE PENULISAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjawab fenomena yang diteliti mencakup peran mural pada dinding interior restoran di kota Denpasar. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data yang diguanakn ada dua yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berupa berbagai indormasi, fakta dengan relevansi yang jelas melalui observasi mengenai keberadaan mural pada interior restoran dan café di Kota Denpasar. Sumber data sekunder terdiri dari kepustakaan dan dokumentasi yang berasal dari media cetak maupun online, dan foto yang berkaitan dengan seni mural. Data diperoleh melalui metode observasi, dokumentasi dan kepustakaan yang dikumpulkan dan dianalisis dalam bentuk teks.

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar sebagai pusat kota Provinsi Bali. Alasan penulis memilih Kota Denpasar sebagai lokasi penelitian dikarenakan Kota Denpasar sebagai tempat berkembangnya seni mural di Bali. Penelitian ini memfokuskan penelitian di beberapa restoran dan café seperti Gosha Kitchen & Patisserie, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Kartel Bar and Resto, Pixelatte Café, dan Goemerot Restaurant.

ANALISA DAN INTEPRETASI DATA

Pengertian Mural

Mural berasal dari bahasa Latin *murus* yang memiliki arti dinding. Mural atau sering diistilahkan sebagai lukisan besar yang dibuat untuk mendukung ruang arsitektur (Susanto, 2011:76). Menurut Wicandra (2009: 127), mural dapat dikatakan sebagai lukisan berukuran besar yang dibuat pada dinding (interior atau eksterior), langit-langit, atau bidang datar lainnya sebagai elemen dari suatu bangunan. Dirgantara (2012) menyatakan bahwa fungsi mural pada awalnya digunakan sebagai ekspresi artistik berkembang menjadi media yang mengandung pesan serta kritik sosial sebagai reaksi perlawanan dan pergolakan yang muncul di tengah masyarakat ataupun terhadap kebijakan pemerintah yang tidak sejalan dengan kepentingan masyarakat (diakses http://eprints.umm.ac.id/26408/2/jiptummpp-gdl-triyogapuj-38712-2-babi.pdf pada 5 Juli 2018).

Karya seni mural pada awalnya dikenal sebagai seni visual jalanan (*street art*) merupakan karya seni dua dimensi yang dibuat dan ditampilkan pada ruang publik kota yang berfungsi untuk memberikan suasana baru di perkotaan. *Street art* ini terdiri dari berbagai macam bentuk seperti *graffiti*, mural, *whitepasta*, *stencil*, dan *sticker slap* (Prasetyo, 2003). Mural dan *graffiti* adalah jenis *street art* yang paling banyak dijumpai di jalanan. Mural dan *graffiti* memiliki perbedaan. Mural dibuat dengan penuh ketelitian dan detail dalam pengerjaannya sehingga terkesan sempurna. Berbeda dengan *graffiti* maupun bentuk *street art* lain yang dibuat dengan goresan cepat pada tembok (Wicandra, 2009: 2). Mural pada saat ini tidak hanya sebagai media penyampaian ide, gagasan, kritik, dan saran, tetapi juga menekankan pada nilai-nilai estetik.

Sejarah Mural

Sejarah mural dalam perjalanan seni rupa tidak terlepas dari ketika ditemukannya lukisan gua di Lascaux, selatan Prancis pada jaman prasejarah (kira-kira 31.500 tahun silam). Mural tersebut dilukis menggunakan cat air yang terbuat dari buah limun sebagai medianya. Lukisan gua ini paling banyak ditemukan di Prancis dengan jumlah sekitar 150 tempat, kemudian di Spanyol ada 128 tempat dan di Italia ditemukan di 21 tempat. Lukisan mural yang paling terkenal adalah karya Pablo Picasso yang berjudul *Guernica* dibuat tahun 1937 di Prancis. Picasso membuat mural tersebut untuk memperingati pengeboman tentara Jerman di sebuah desa kecil dengan mayoritas masyarakat Spanyol yang divisualkan dengan kuda yang mengamuk, banteng, api, dan orang yang menderita karena kekerasan dan kerusakan akibat peristiwa itu (Barry, 2008: 21).

Gambar 1. Mural berjudul *Guernica* karya Pablo Picasso
(Sumber: https://www.dictio.id/t/lukisan-guernica-pablo/57291/2)

Di Indonesia, goresan gambar tertua ditemukan di dinding gua Pattae Kere yang terletak di daerah Marros, Sulawesi Selatan (kebudayaan Toala, Mesolitikum, c.4000 tahun yang lalu) (Soedarso, 2006: 3). Gambar pada gua ini berbeda dari hiasan dinding pada jaman purba yang biasanya dibuat unutk memperindah tempat tinggal manusia yang mendiaminya. Lukisan dinding tersebut mengandung pesan pengharapan. Apabila diperhatikan dari teknik pembuatannya, gambar pada gua ini dapat dikategorikan termasuk *graffiti.*

Gambar 2. Lukisan Dinding Gua Pattae Kere di Marros, Sulawesi Selatan
(Sumber: http://www.wacana.co/2011/12/lukisan-gua-sulawesi-selatan/)

Gerakan membuat graffiti secara masal pernah terjadi di Indonesia yang dibuat oleh seniman Persagi (Persatuan Ahli Gambar Indonesia). Gerakan tersebut bertujuan untuk membangkitkan semangat juang rakyat mengusir penjajah Belanda tahun 1945. Pada waktu itu, hampir semua sudut kota di Indonesia dipenuhi graffiti yang berisi pesan yang mampu mengobarkan semangat berjuang. Selain ini, para seniman juga menempelkan poster-poster, spanduk, maupun gambar mural pada tembok luar ruang untuk menyampaikan propaganda perjuangan agar dapat dipahami masyarakat (Harsono, 2002 dalam Barry,2008 :21).

Gambar 3. Mural di Salatiga pada Masa Kemerdekaan
(Sumber: http://indonesia-zaman-doeloe.blogspot.com/2016/03/mural-mendukung-kemerdekaan-indonesia-6.html)

Kemunculan Seni Mural di Kota Denpasar

Kemunculan seni mural di Kota Denpasar diperkirakan ada sejak tahun 2000-an di Jalan Nusa Indah, tepatnya di sekitas Kampus Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar. Mural dalam bentuk coretan-coretan di tembok tersebut dibuat oleh mahasiswa ISI Denpasar yang dilarang menggambar di tembok kampus. Seiring berjalannya waktu, seni mural kian mengalami perkembangan dengan ditandai munculnya komunitas-komunitas yang menggeluti *street art* seperti Komunitas Pojok, Komunitas Djamur, SLINAT, 735 Art, dan yang lainnya. Saat ini keberadaan mural sangat mudah ditemui di Kota Denpasar seperti Jalan Nusa Indah, Jalan Tukad Batanghari, Jalan Diponogoro, Jalan Dahlia, Jalan WR. Supratman dan beberapa tempat lainnya.

Sebagai ibukota sekaligus pusat kota di Provinsi Bali, Kota Denpasar dijadikan sebagai tempat berkembangnya berbagai hal salah satunya seni mural. Berdasarkan hasil wawancara bahwa mural indentik dengan unsur perlawanan dan kritik yang ada didalamnya, karena sejak kemunculan awalnya mural menjadi media perlawanan terhadap kelompok pemerintah oleh kelompok tertentu. Upaya seniman mural di Kota Denpasar pun sebagai media penyampaian suatu hal yang berbeda dari pihak pemerintah.

Berbeda dengan saat ini bahwa seni mural bukan lagi hanya sebagai wujud perlawanan atau kritik, tetapi juga sebagai wujud ekspresi seni dari seniman. Pemerintah pun memberikan ruang kepada seniman untuk membuat mural dengan tema yang ditentukan dengan diresmikannya *Youth Park* Kota Denpasar. Di *Youth Park* ini disediakan *space* untuk membuat mural yang dibuat oleh seniman muda pecinta mural. Menurut A.A. Rai Iswara selaku Sekretaris Daerah Kota Denpasar yang dikutip dalam beritadewata.com (5 April 2018), " Jadi anak muda yang kreatif memiliki wadah dalam berkreasi, selain dapat menyalurkan idenya, mereka juga dapat mempercantik wajah kota Denpasar" jelasnya.

Gambar 4. Mural di Youth Park, Taman Kota Lumintang Denpasar
(Sumber: https://beritadewata.com/taman-kota-lumintang-kini-dihiasi-mural/)

Trend Mural pada Interior Restoran dan Cafe di kota Denpasar

Mural yang biasanya ditemukan di luar ruangan seperti tembok-tembok bangunan dan sarana publik lainnya, saat ini telah mengalami perkembangan. Mural yang awalnya muncul sebagai wujud representasi yang identik dengan unsur perlawanan berkembang menjadi ruang abstrak dengan mengusung berbagai tema dan dibuat berdasarkan keinginan pihak tertentu. Masyarakat Kota Denpasar menyambut positif kehadiran seni mural dengan membuat kedalam tema yang mengandung makna atau pesan yang jelas dan dibuat di tempat yang tepat.

Trend Mural sebagai penambah estetika suatu tempat telah terealisasi salah satunya pada interior restoran. Restoran sebagai salah satu ruang publik yang dimanfaatkan untuk tempat makan dan tempat berkumpul yang semakin diminati masyarakat perkotaan khususnya anak muda, mulai mengaplikasikan mural sebagai dekorasi untuk mempercantik interiornya. Dekorasi interior berupa mural yang unik menjadi salah satu objek untuk melakukan swafoto dengan menjadikan mural sebagai latar belakang, maka tidak heran apabila banyak restoran yang dipenuhi hiasan mural mulai banyak diminati pengunjung.

Mural menjadi salah satu alternatif bahkan telah menjadi trend yang digunakan untuk menghiasi dinding restoran maupun café. Restoran dan café sebagai salah satu tempat publik yang menjadi favorite bagi anak muda, menjadikan mural sebagai *point of view* pada interiornya. Mural bukan hanya dijadikan elemen tambahan untuk mempercantik ruang, tetapi menjadi bagian elemen penting yang berkaitan dengan arsitektur serta dapat mencerminkan identitas atau karakter dari setiap restoran dan café tersebut. Berikut ini beberapa restoran atau café di kota Denpasar yang menjadikan mural sebagai dekorasi dinding interiornya.

1. Gosha Kitchen & Patisserie

Gosha Kitchen & Patisserie adalah salah satu café yang berlokasi di Jalan Tukad Gangga Renon Denpasar dan Jalan Gatot Subroto Barat Denpasar. Café ini merupakan salah satu tempat makan dan berkumpul yang sangat diminati oleh remaja. Tampilan luar dan interior café ini terlihat modern dan simple. Café yang didominasi dinding kaca ini terdiri dari area *indoor* dan *outdoor*. Dekorasi dinding interiornya dilengkapi dengan mural ilustrasi dan mural tipografi.

Gambar 5. Mural Ilustrasi

Gambar 6. MuralTipografi

Lokasi: Gosha Kitchen & Patisserie
(Sumber: Dok. Penulis, 2018)

Dekorasi dinding interior Gosha Kitchen & Patisserie dilengkapi dengan mural ilustrasi dan mural tipografi. Saat memasuki café tersebut, pada bagian barat akan terlihat mural hitam putih dengan menggunakan ilustrasi floral (gambar 5). Desain mural pada dinding tersebut terlihat semakin menarik dengan ditambahkan dekorasi berupa susunan parket berwarna coklat. Selain itu, untuk menambahkan keindahan interior, di dalam mural ilustrasi (gambar 5) tersebut dan pada bagian dinding utara diselipkan brand café dari Gosha Kitchen & Patisserie (gambar 6). Aplikasi mural tersebut membuat suasana café yang minimalis, santai dan *cozy*.

2. Bakso Lapangan Tembak Senayan

Bakso Lapangan Tembak merupakan salah satu cabang dari beberapa resto yang dimiliki selain Jakarta. Resto yang berlokasi di Jalan Niti Mandala Renon Denpasar ini menggunakan mural sebagai dekorasi dinding dengan konsep yang berbeda dengan beberapa mural yang diaplikasikan di beberapa cabang lainnya. Mural pada resto tersebut menggunakan konsep landscape kota seperti yang tampak pada gambar 6, yang diilustrasikan dengan kondisi kota yang kompleks dihiasi gedung, sungai, masyarakat yang begitu padat, dan tidak lupa diselipkan tempat yang berlogo Bakso Lapangan Tembak. Desain mural ini terkesan menarik dan unik dengan pemilihan warna hitam sebagai *background* ilustrasinya, biru, putih dan orange menjadikan dinding semakin serasi dan estetik.

Gambar 6. Mural pada interior Bakso Lapangan Tembak Senayan
(Sumber: Dok. Penulis, 2018)

3. Kartel Bar and Resto

Kartel Bar and Resto yang berlokasi di Jalan Teuku Umar Denpasar telah berdiri tahun 2015 ini menampilkan suasana interior yang unik. Kartel merupakan pengembangan dari Le Sica namun memiliki konsep interior yang berbeda. Area lantai dasar merupakan Le Sica Bali menampilkan kesan tea boutique dengan tampilan interior yang feminim dan cantik . Suasana interior yang berbeda ditampilkan oleh Kartel yang terletak di lantai dua menampilkan kesan interior yang maskulin dan santai. Yang lebih menarik dari interior Kartel ini adalah penambahan dekorasi mural yang sekaligus menjadi background pada area *mini stage*nya (gambar 7). Mural tersebut dibuat dengan konsep warna monokrom dengan ilustrasi berupa tokoh kartun robot dan terdapat pula text pada bagian bawah. Mural graffiti ini menjadi *vocal point* dengan tambahan *spot light* berwarna kuning

Gambar 7. Mural pada interior Kartel Bar & Resto
(Sumber: Dok. Penulis, 2018)

4. Pixelatte Café

Café yang berlokasi di Jalan Tukad Musi 1 Renon Denpasar ini memiliki suasana yang berbeda dibandingkan dengan café lain yang ada di kota Denpasar. Café dengan dinding kaca dan kusen hitam pada bagian depan menunjukkan kesan industrial. Seperti yang dikutip dari http://bali.tribunnews.com/ edisi 18/11/2015, pemilik café, Allegra Scifandzia Sugianto, ingin menampilkan suasana kota Melbourne, tempat kuliahnya dulu yang didominasi oleh café-cafe dengan konsep industrialis.

Gambar 8. Mural pada interior Kartel Bar & Resto
(Sumber: Dok. Penulis, 2018)

Material dinding Pixelatte Café menggunakan bahan batu bata yang hanya difinishing cat tipis berwarna putih. Interior café menjadi lebih menarik dengan ditambahkan dekorasi berupa mural hitam putih dengan ilustrasi seorang wanita berkacamata (gambar 8) yang diwarnai tipis sehingga terkesan natural. Mural tersebut menjadi *vocal point* karena hanya ditampilkan pada satu permukaan dinding dan menggunakan satu ilustasi wajah wanita berukuran besar.

5. Goemerot Restaurant

Restoran yang terletak di Jl. Tukad Gangga No.8 Renon Denpasar ini tergolong tempat makan yang selalu ramai dkunjungi oleh pembeli. Area makan pada tempat ini dibagi menjadi dua yaitu area indoor dan outdoor. Selain menu makanan yang lengkap, hal yang juga menarik perhatian pada restoran ini adalah keberadaan mural yang menghiasi hamper di setiap dindingnya.

Gambar 9. Mural area indoor Goemerot Restaurant

Gambar 10. Mural area indoor Goemerot Restaurant

(Sumber: Dok. Penulis, 2018)

Mural pada area *indoor* dan *outdoor* pada Goemerot Restaurant (Gambar 9 dan 10) memiliki ilustrasi yang sama dengan konsep yang *fun* dan dinamis. Penggunaan konsep warna *full colour* dengan perpaduan warna-warna cerah dan pastel menjadikan mural ini sebagai *point of view* sehingga sering digunakan sebagai *spot* foto oleh para pengunjung. Mural pada Goemerot Restaurant memberi kesan ruang yang hangat, dinamis dan menyenangkan.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa mural telah menjadi trend yang diaplikasikan pada interior restoran dan café di Kota Denpasar. Beberapa restoran dan café seperti Gosha Kitchen & Patisserie, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Kartel Bar and Resto, Pixelatte Café, dan Goemerot Restaurant menjadikan mural sebagai salah satu unsur dekorasi pada dinding interior maupun eksteriornya. Hal ini menandakan bahwa seni mural bukan lagi sebagai wujud perlawan atau

kritik terhadap pemerintah, namun telah berkembang menjadi unsur dekorasi pada interior yang dapat menambah estetika ruang, mampu merepresentasikan ruang dan menciptakan suasana ruang.

DAFTAR RUJUKAN

Acuan dari Buku

Soedarso Sp. 2006. *Trilogi Seni, Penciptaan, Eksistensi dan Kegunaan Seni,* Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta

Wicandra, Obed Bima. 2006. Laporan Penelitian: *Merebut Kuasa Atas Ruang Publik : Pertarungan Ruang Komunitas Mural Disurabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra

Acuan dari jurnal/artikel

Prasetyo, A. R. 2013. Disertasi: *PERSAINGAN SENI VISUAL JALANAN (Study Deskriptif Persaingan antar Seniman Visual Jalanan Pada Ruang Publik di Kota Surabaya)*. Surabaya: Universitas Airlangga

Susanto, Mikke. 2011. *Diksi Rupa, Kumpulan Istilah & Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: DictiArt Lab Yogyakarta & Jagad Art Space Bali

Acuan dari Website

Dirgantara (2012) dalam http://eprints.umm.ac.id/26408/2/jiptummpp-gdl-triyogapuj-38712-2-babi.pdf diakses pada 5 Juli 2018

https://beritadewata.com/taman-kota-lumintang-kini-dihiasi-mural/ diakses 10 Juli 2018

http://indonesia-zaman-doeloe.blogspot.com/2016/03/mural-mendukung-kemerdekaan-indonesia-6.html diakses pada 8 Juli 2018

Wicandra, Obed Bima. 2005. Berkomunikasi secara Visual Melalui Mural di Jogjakarta. Bandung: Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain – Universitas Kristen Petra dalam http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=DKV diakses pada 16 Juli 2018

http://www.wacana.co/2011/12/lukisan-gua-sulawesi-selatan/ diakses pada 11 Juli 2018

I KETUT GEDE SINGARAJA
DARI BALI UTARA UNTUK SENI RUPA BALI

Dewa Gede Purwita, S.Pd., M.Sn.
Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali
Jalan Tukad Batanghari 29, Panjer, Denpasar-Bali.
Email: dewagdepurwita@yahoo.co.id

ABSTRAK

I Ketut Gede, Singaraja namanya kemudian menjadi penting di akhir abad 19 hingga awal abad 20 sebagai seseorang yang berkontribusi besar terhadap proyek Van der Tuuk di dalam menggarap kamus Kawi-Bali-Belanda. I Ketut Gede, Singaraja menjadi satu-satunya orang yang karyanya paling banyak dipesan oleh Van der Tuuk, karya-karyanya memang masih menunjukan ciri klasik hal itu dapat dilihat dari visual wayang yang ia gambar serupa lukisan wayang klasik Kamasan, akan tetapi ia mampu menghadirkan nuansa yang khas Bali Utara. Hal inilah yang kemudian menjadikannya sebagai pelukis revolusioner berdasarkan visual yang dihadirkan, jauh sebelum I Gusti Nyoman Lempad membuat gambar benarasi tunggal. Di dalam karya I Ketut Gede Singaraja seolah ada nalar personal yang bebas, hadir melompati kekakuan pakem-pakem klasik, ia menjadi dirinya sendiri dan itu hadir dalam kekaryaannya, ia menyatakan (mengekspresikan) dirinya. Melalui nalar estetika Bali sebagai analisa visual, maka akan ditemukan bahasa rupa khas Bali Utara dalam karya I Ketut Gede, Singaraja dan hal ini semestinya menjadi ikonik dari Buleleng dalam kekayaan bahasa visual Bali.

Kata kunci: I Ketut Gede, lukisan, Estetika, Bali Utara.

ABSTRACT

I Ketut Gede, Singaraja his name then became important in the late 19th century until the early 20th century as someone who contributed greatly to the Van der Tuuk project in working on the Old Javanese-Balinese-Dutch dictionary. I Ketut Gede, Singaraja became the only person whose work was most ordered by Van der Tuuk, his works still show the classical features it can be seen from the visual wayang that he likes to paint the classical wayang Kamasan, but he is able to present the nuances which is typical of North Bali. This then made him a revolutionary painter based on the visuals presented, long before I Gusti Nyoman Lempad made a single true picture. In the work of I Ketut Gede Singaraja as if there is free personal reason, comes to jump the rigidity of classical grips, he becomes himself and it is present in his work, he expresses himself. Through Balinese aesthetic reasoning as a visual analysis, there will be a distinctive Balinese language in the work of I Ketut Gede, Singaraja and this should be the iconic of Buleleng in the richness of the visual language of Bali.

Keywords: I Ketut Gede, painting, aesthetic, North Bali.

PENDAHULUAN

"*when Niuwenkamp told him he knew he had made many paintings for Toean Pandertuuk."*[1] Adalah W.O.J Niuwenkamp[2] seorang seniman Belanda yang gemar berpetualang di Asia Tenggara memiliki ketertarikan tersendiri terhadap karya-karya I Ketut Gede Singaraja.[3] Bahkan sebelum keberangkatan keduanya ditahun 1906 ke Bali, ia sempat melakukan riset visual terhadap karya-karya I Ketut Gede Singaraja yang dijumpainya di perpustakaan Leiden. Setelahnya sesampainya di Bali tepatnya di Singaraja, dalam sebuah pura, ia menjumpai lukisan yang otentik dengan karya-karya lukis sewaktu melakukan riset visual di perpustakaan Leiden, ia tahu dengan gaya lukisan ini dan meminta bertemu dengan pelukisnya. Tidak lama berselang Ia dipertemukan dengan sosok orang tua, dan Ia dikejutkan bahwa orang tua itu adalah I Ketut Gede Singaraja yang telah lama pernah bekerja untuk Toean Pandertuuk[4].

Tidak banyak yang mengetahui kiprah I Ketut Gede, Singaraja. Di kalangan seniman terlebih di kalangan khalayak umum, padahal ia menjadi kunci atas peralihan periode klasik seni lukis wayang (Kamasan) yang menonjolkan gaya personalnya sehingga karya-karyanya mencuri banyak perhatian ketika masuk kedalam koleksi perpustakaan Leiden. Memang dalam catatan sejarah seni rupa Bali, nama I Ketut Gede, Singaraja seolah tidak pernah disebut-sebut, Ia dibenamkan atas narasi besar sejarah yang lebih mempopulerkan gerakan dagang Pitamaha sehingga pembacaan sejarah seni rupa Bali yang melompat-lompat tidak memunculkan nama I Ketut Gede, Singaraja. Terlebih, pada masanya ia menyatakan diri tidak seperti kantung-kantung seni gambar lainnya di Bali yang kolektif seperti Kamasan yang para pelukisnya berkumpul dalam satu wadah atau desa, I Ketut Gede, Singaraja nampaknya berdiri pada stylenya sendiri.

I Ketut Gede,Singaraja menjadi pelukis yang karyanya paling banyak dipesan oleh Van der Tuuk dalam proyek penulisan kamus Kawi-Bali-Belanda, ia juga (dalam catatan penelitian) lebih cenderung bergerak secara individual dibandingkan yang lain dengan komunal kewilayahan, dari sisi visual ia mampu mengolah dan merombak gaya wayang klasik (Kamasan) dengan menampilkan goresan garis ataupun pewarnaan yang agresif, juga pemilihan adegan serta tema-tema lukisan diluar pewayangan. Oleh karenanya secara individual ia mampu menghadirkan *sensibility*, secara kewilayahan ia mampu menghadirkan cita rasa Bali Utara yang khas.

Melalui analisa I Ketut Gede Singaraja dan beberapa karyanya dalam tulisan ini bertujuan untuk menghadirkan narasi-narasi kecil di luar basis narasi besar wacana sejarah seni rupa Bali untuk melengkapi bagian-bagian sejarah seni yang berlubang, menilik kekaryaan I Ketut Gede, Singaraja sebagai bahan riset lebih jauh baik dalam kekaryaan seni maupun penulisan seni, terlebih untuk mempertegas/memperkaya bahasa visual Bali dari Bali Utara. Dalam analisanya sudah tentu teori estetika yang dipergunakan dalam memahami cita rasa dari karya I Ketut Gede Singaraja. Estetika di sini lebih menjurus ke dalam estetika Bali agar pembahasannya lebih dalam. Sebagaimana Gunarsa dalam Vickers (2012:18) menjelaskan "*elements of Balinese aesthetics: the importance of proportion, the nature of colous, the linier and figurative aspect of art, and the sense of story, which includes a shared iconography... Balinese painting is also arrangements of figures on a ground or screen, as the reference to the shadow theatre implies."*

---

[1]Cooper, Thomas. "A Serendipitous Sojourn". IIAS News Letter Edisi 27 Maret 2002. Hal. 44.

[2]Wijnand Otto Jan Niuwenkamp. Seniman asing yang pertama mengunjungi Bali dan berkeliling naik sepeda, ia berkebangsaan Belanda yang reliefnya hingga kini terpahat di Pura Maduwekarang, Kubutambahan.

[3]I Ketut Gede Singaraja, penambahan nama Singaraja di belakang I Ketut Gede berdasarkan pada wilayahnya, di Belanda I Ketut Gede lebih dikenal dengan penambahan Singaraja. I Ketut Gede juga terkadang di tulis I Ketoet Gede.

[4]Toean Pandertuuk, penyebutan lokal untuk orang asing di Bali, dalam konteks ini adalah Herman Neubronner van der Tuuk. Istilah Toean merujuk kepada mereka yang dihormati, seperti julukan terhadap Walter Spies yang disebut Tuan Tepis. Toean Pandertuuk juga terkadang ditulis Tuan dertiik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam tulisan ini mempergunakan metode penelitian kualitatif yang analitik. Data-data kualitatif dikumpulkan kemudian dianalisis berdasarkan kebutuhan penulisan. Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2012:9), mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah,(sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Lebih lanjut mengenai penelitian kualitatif menurut Moleong (2009:6), mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statitik atau cara kuantifikasi lainnya. Berdasarkan uraian di atas, metodologi yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang tidak menggunakan prosedur hitungan angka-angka dimana peneliti itu sendiri sebagai instrumen penelitian utama.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Saya cukup beruntung ketika Museum Buleleng menampilkan reproduksi berupa foto-foto karya I Ketut Gede Singaraja di tahun 2014 sewaktu Buleleng Festival. Dengan display dan sketsel pajangan yang seadanya tertempel foto-foto repro tersebut.[5] Perjumpaan dengan repro-repro itu menarik perhatian saya untuk mengetahui siapa sebenarnya I Ketut Gede dan Singaraja ternyata memiliki bahasa rupa tersendiri dan khas seperti yang dapat dijumpai di relief-relief pura hingga lukisan kaca di desa Nagasepaha. Perjumpaan dengan Prof. Hedi Hinzler di tahun 2017 dan 2018 membuka sudut pandang baru, bahwa hingga kini figur I Ketut Gede masih misterius karena minimnya data spesifik tentang dirinya sekaligus Bali Utara memang memiliki kultur yang cenderung agresif dibandingkan Bali Selatan jika ditilik dari kekaryaan I Ketut Gede. Selama ini satu-satunya sumber rujukan karya-karya I Ketut Gede hanya dapat diakses melalui website Leiden University dan beruntungnya perjumpaan kedua dengan Prof. Hedi Hinzler, data-data karya I Ketut Gede dapat di salin secara digital.

Dari sekian banyak karya I Ketut Gede, kali ini pembahasan akan ditujukan pada dua karya yang dianggap memiliki kekuatan di luar karya naratif yang bersumber dari *kakawin* atau pewayangan. Dua karya ini menampilkan sisi kehidupan masyarakat yang bisanya dalam pembagian secara garis besarnya disebut cerita *daily life*. Dua karya ini menggambarkan kehidupan masyarakat Singaraja, satu karya menggambarkan aktifitas menabuh *gamelan* dan karya kedua menampilkan semacam aktivitas di sebuah sudut kota Singaraja. Karya pertama dengan nomor koleksi perpustakaan Leiden Or.3390-125 berjudul ”Barongorkest” dari koleksi data Prof. Hedi Hinzler sedangkan karya ke dua dengan nomor koleksi Or. 3390-256 berjudul “Two Chinese men wearing Tlumpah” dari dokumentasi saya di Museum Buleleng. Semua karya ini dibuat di atas kertas.

5 Reproduksi foto-foto di Museum Buleleng, dibawa oleh Prof. Hedi Hinzler dari Leiden University.

Gambar 1. Barongorkest – I Ketut Gede, Singaraja. Drawing on paper. 1879 – 1894.

Karya pada Gambar 1 menampilkan kumpulan orang-orang sedang memainkan gambelan, dalam keterangannya dituliskan "Barongorkest" atau gambelan *bebarongan*. Jika dilihat semua karya-karya I Ketut Gede, Singaraja dari koleksi perputakaan Leiden memang ada satu karya yang menggambarkan tarian barong dan rangda mungkin saja potongan gambar ini bersambung dengan karya tersebut. Dalam kontkes tulisan ini saya hanya memuat potongan pemain gambelan saja karena karya ini saya rasa sudah mewakili potongan karya penari barong, selain itu karya ini lebih menunjukan cita rasa yang berhubungan dengan situasi sosial masyarakat Singaraja pada masa 1800an.

Ada 14 orang yang digambarkan dalam adegan "Barongorkest", tata cara penggambarannya tidak seperti penggambaran pada lukisan wayang yang berjajar akan tetapi ditumpuk. Oleh sebabnya beberapa figur ada yang hanya kelihatan bagian topinya, hanya terlihat sedikit potongan wajahnya, ada yang terlihat lebih kecil dan satu pemain *kendang* digambarkan memunggungi. Dari analisa pertama adalah I Ketut Gede, Singaraja menggambarkan situasi yang apa adanya, realistis. Semisal pemain *kendang* yang memang dalam kenyataannya bermain berpasangan atau dalam istilahnya *lanang-wadon*, oleh sebab itu salah satu pemain kendang dibuat membelakangi[6].

Selain penggambaran realistis, analisa ke dua adalah bagaimana I Ketut Gede, Singaraja menggambarkan sebuah perspektif, karenanya dua figur di belakang pemain *kendang* dan *gong* dibuat lebih kecil. Di masanya usaha semacam ini belum banyak di lakukan oleh pelukis-pelukis Bali karena penggambaran pada masa ini di wilayah lainnya masih menggambarkan narasi wayang. Analisa ke tiga tampak dengan jelas pada pakaian pemukul *gong,* pemain *gangsa* dan *kendang*, I Ketut Gede, Singaraja menampilkan gelap-terang pada lengan pakaian yang menandakan adanya volume yang lebih riil yang ingin dihadirkan.

Dalam penggambaran ini semua figur nampak mempergunakan topi terkecuali figur yang memainkan *klentong* di belakang pemain *cengceng,* ada tiga tipe topi yang dipergunakan model Laken atau Pork Pie atau Bowler sedangkan yang lainnya mempergunakan mode topi Caping dan mode kapten. Dapat dikatakan bahwa topi menjadi penanda sosial juga trend fashion di suatu wilayah, Singaraja pada masa 1800 dalam catatan sejarah memang menjadi pusat

[6]Membelakangi dalam konteks ini adalah dari sudut pandang penonton (kita) sebagai penikmat karya lukis.

pertemuan kebudayaan karena dibukanya pelabuhan-pelabuhan besar. Analisa yang kelima adalah hadirnya ornamen bunga di belakang pemain *gangsa*, cara pembuatannya masih serupa dengan mode klasik wayang, kelopak maupun daunnya menerapkan metode *sigar* atau gradasi dan *cecawian* yang kuat.

Gambar 2. Two Chinese men wearing shirts with buttons and Chinese shoes, Tlumpah, and a Muslim koran reader also wearing Tlumpah. Drawing on Paper – I Ketut Gede, Singaraja. Leiden University Library. No. Or. 3390-256. Circa 1879-1894.

Dalam karya "Two Chinese men wearing shirts with buttons and Chinese shoes, Tlumpah" lebih menunjukan pada visi personal I Ketut Gede, Singaraja dalam melukis, terlebih pada tata cara penggambaran pohon sebagai latar belakang gambar. Pohon disini bertransformasi dari karya sebelumnya "Barongorkest", dibuat lebih bebas, garis kontur tereduksi oleh warna, gumpalan daun-daun digambarkan tidak semestinya seperti pada wayang klasik yang dibuat satu-satu dan di *cawi*, akan tetapi lebih menonjolkan *brushstroke* menyerupai metode menggambar ala naturalistik. Di titik ini, Ia menjadi personal yang berbeda, setidaknya sejalan dengan pengamatan Prof. Hedi Hinzler yang menyatakan kecerdasan I Ketut Gede, Singaraja dalam menggambar dan menjadikan dirinya semacam pelukis yang memiliki *sense* yang berbeda daripada pelukis lain pada masanya.

Unsur naratif dalam karya ini menunjukan adanya akulturasi kebudayaan di Singaraja, menghadirkan suasana kehidupan sosial, di sisi kanan ada dua orang Tionghoa yang sepertinya memiliki jabatan khusus (boleh jadi semacam saudagar) dilihat dari seseorang dibelakangnya yang membawa payung, juga gestur figur didepannya. Di sebelah kiri terlihat seorang Muslim yang sedang membaca koran atau sejenisnya. Tiga orang ini (dua Tionghoa dan satu Muslim) menggunakan sepatu tiongkok atau lebih dikenal dengan istilah *Tlumpah* atau *babah*. Di belakang antara orang Tiongkok dan Muslim nampak seorang Bali yang sedang memegang ayam dan *golok*, sepertinya akan menyembelih ayam untuk keperluan upakara, disisi paling kiri tiga orang nampak berjongkok. Secara keseluruhan, ada semacam aktivitas keseharian di Singaraja yang ingin ditunjukan oleh I Ketut Gede, Singaraja bahwa akulturasi itu telah terjadi pada masa itu yang menunjukan kehidupan ragam etnis? Tentu saja hal ini perlu tinjauan lebih jauh.

Telumpah nampaknya menjadi ikonik sosial tahun 1800an, karena tidak setiap figur memergunakan sepatu Tionghoa ini. Sepatu memiliki nilai yang tinggi, tidak hanya pelindung

kaki terlebih status sosial, dengan demikian, serupa baju juga penutup kepala, sepatu melengkapi penanda strata sosial. Tidak sembarangan orang dapat mempergunakan sepatu, mereka yang dapat mempergunakannya nampaknya sudah mendapat kepercayaan dari raja juga kolonial Belanda. Pada umumnya mereka yang mempergunakan sepatu di Singaraja (Bali umumnya pada masa kolonial) adalah orang-orang Belanda, bangsawan sekelas raja, punggawa, patih, orang kepercayaan raja sekelas syahbandar pelabuhan atau para konglomerat.

Jika diperhatikan lebih jauh karya pada Gambar 2, maka akan ada dua adegan yang dijadikan satu akan tetapi saling berkaitan dalam satu gambar. Yang pertama adalah interaksi antara orang Tionghoa dengan Bali yang memegang ayam hitam dan *golok*. Kedua adalah orang Muslim dengan tiga orang yang berjongkok disebelah kiri. Ditilik dari pemakaian atribut orang yang memegang ayam hitam dan *golok* maka dapat disimpulkan bahwa ia adalah orang Bali dengan ciri *destar/udeng* yang ikonik, juga dihubungkan dengan ikon-ikon yang ada disekitarnya seperti serupa tabel di tanah, ayam, *golok,* keterkaitan ikonografi ini segera mengingatkan kita pada pembuatan upakara untuk *mecaru*. Adegan kedua antara orang Muslim dengan tiga orang yang berjongkok disebelah kiri, memang dalam judul gambar yang lengkap tertulis orang Muslim yang membaca koran, akan tetapi ini perlu ditinjau ulang, mungkin saja yang dibawa bukan koran melainkan catatan sesuatu yang berhubungan dengan catatan pekerjaan. Karena jika dilihat dari ekspresi ketiga orang yang sedang berjongkok seolah mengesankan sesuatu, semacam mendengarkan, dan adanya interaksi mata dari salah satu orang yang sedang berjongkok.

Kedua karya ini menunjukan unsur personal I Ketut Gede, Singaraja bagaimana ia menunjukan cara menggambar yang belum dijamah oleh perupa yang lain. Seperti caranya mempersepsikan garis, mengolah warna atau *sigar* yang ekspresif, menampilkan ekspresi wajah yang sangat beragam dan terkoneksi antara satu figur dengan lainnya. Sangat jelas kemudian Ia disebut sebagai pionir yang lebih modern dibandingkan pelukis lain terlebih yang berada di wilayah kolektif dengan norma-norma seragam dalam ranah berkesenian.

"*...di Bali Utara mereka memberi garis tepi hiasannya dengan cat putih untuk membuatnya lebih mencolok, dan di desa-desa seperti Bebetin, Ringdikit dan Jagaraga, hiasan yang menggagahi tersebut dicat warna biru muda, merah, kuning dan menghasilkan efek yang paling liar dan tak terkendalikan"*.[7] Ekspresif dan meledak-ledak, itulah kiasan yang menggambarkan kehidupan sosio-kultural masyarakat Bali Utara. Sejalan dengan jargon *jiwa kethok* pelukis S.Sudjojono bahwa karya seni adalah gambaran dari jiwa senimannya. Motif-motif sulur dalam ornamen akan berbeda dengan Bali Selatan yang taat norma, di Bulelelng ornamen tidak harus simetris, sulur motif daun bebas menentukan arah pergerakannya, wajah-wajah yang terpahat lebih mengerikan dan terkadang terselip aksentuasi parodi dari kenakalan alam pikir para *sangging*. Begitu juga dalam karya lukisan. Beberapa karya lukisan I Ketoet Gede hadir dengan pembagian bidang yang tidak serumit lukisan klasik Kamasan Klungkung, beberapa objek figur tumpang tindih, temanya tentang narasi tunggal yang dibagi secara ketat dalam penggalan adegan tertentu, ada juga tentang gambaran kehidupan masyarakat Singaraja yang urban.[8]

Vickers dalam tulisannya menyatakan *despite clear evidence of other paintings tradition in North Bali, only one nineteenth century traditional painter from this area is well documented. I Ketoet Gede, who cleary worked in traditional 'tabing' formats, probably for temple commisions in addition to his large multi-scene paintings on wood and paper. He had history of contact with outsiders, and their provision of paper and other materials and lucrative commissions, had a great impact on his work.*[9] Bagaimanapun juga adanya kontak dengan

[7]Covarrubias, Miguel. Pulau Bali Temuan yang Menakjubkan. Denpasar: Udayana University Press. 2013. Hlm, 190.

[8]Purwita, Dewa Gede. "I Ketoet Gede dan Lukisan Wayang Kaca Nagasepaha". Makalah di sampaikan pada seminar SENADA 22 Februari 2018 di Sekolah Tinggi Desain Bali.

[9]Vickers, Adrian. Balinese Painting and Drawing. Hlm, 99.

orang luar menjadikan talenta I Ketoet Gede semakin berkembang yang sebelumnya hanya melukis kayu (*parba*) untuk kepentingan interior kuil-kuil. Vickers kemudian menempatkan proses kreatif I Ketoet Gede kedalam sub-bab eksperimen seni rupa Bali abad ke-19.[10] I Ketut Gede, Singaraja mendapatkan keberuntungannya dengan mengenal Van der Tuuk, ia banyak mendapatkan bantuan media gambar seperti kertas dan pewarna. Hal ini yang menyebabkan dalam melukis, I Ketut Gede, Singaraja menggunakan warna-warna yang tidak dipergunakan oleh pelukis lain semisal di lingkungan pelukis Kamasan, Klungkung. Dalam beberapa karyanya, warna biru, ungu, merah (*rose*) dipergunakan, dapat dikatakan varian warna pada masa I Ketut Gede, Singaraja lebih kaya.

Dalam aspek estetika Bali yang disampaikan oleh Nyoman Gunarsa dalam menganalisa lukisan klasik Kamasan yang juga menjadi landasannya dalam berkarya, sebagaimana dituliskan oleh Adrian Vickers maka perbandingannya atas dasar analisis dua karya I Ketut Gede, Singaraja maka dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. Analisa (Perbandingan) Estetika Bali.

No	Lukisan Wayang Klasik	Lukisan I Ketut Gede, Singaraja
1	Pentingnya Proporsi	Proporsi terkadang tidak tepat
2	Aspek Figuratif	Aspek Figuratif lebih ke ekspresi wajah
3	Cerita Pewayangan	Cerita Pewayangan & kehidupan sosial
4	Warna Alam	Warna alam dan warna impor (biru)
5	Ikonografi Wayang	Ikonografi wayang & ikonografi sosial
6	Refrensi Wayang Kulit	Refrensi wayang kulit & kehidupan sekitar

Mandra pernah memaparkan mengenai proporsi figur lukisan wayang kamasan berdasar atas perhitungan *dauh* atau penanda waktu matahari menurut Bali, semuanya memiliki *dauh* tersendiri, figur raksasa, dewata, manusia, binatang dan figur *pepanjian*[11] sedangkan proporsi figur I Ketut Gede Singaraja tidak mencerminkan adanya ketaatan semacam itu, ia terlihat bebas memaknai proporsi, dalam lukisan yang bertemakan pewayangan ia melukis proporsi yang tidak biasa, kebanyakan penggambaran tangan dan kaki yang dibuat panjang dan besar. Cerita pewayangan dan kehidupan sosial lebih banyak di tampilkan oleh I Ketut Gede Singaraja, berbeda dengan lukisan klasik pada periode tersebut tidak ditemui lukisan yang bertemakan kehidupan sosial, tema-tema kehidupan sosial nampaknya baru hadir pada masa Pitamaha, setengah abad lebih setelah kemunculan I Ketut Gede Singaraja. Prof. Hedi Hinzler menyatakan bahwa warna biru paling susah dicari pada masa kolonial, kehadiran warna biru yang sumbernya kebanyakan dari Timur Tengah yang dibawa oleh kolonial ke Bali menguntungkan I Ketut Gede Singaraja yang memiliki kedekatan dengan orang asing pada masanya, sehingga penerapan warna biru menjadi dominan dalam karyanya, warna biru dalam lidah Bali diucapkan *blau*[12]. Ikonografi Wayang juga yang bersumber atas wayang kulit akan ditemukan juga dalam karya I Ketut Gede Singaraja yang bertemakan pewayangan akan tetapi tidak ditemukan dalam tema lukisan kehidupan sosial seperti kasus dua lukisan yang dibahas ini, justru fakta yang didapat adalah wayang kulit Bali Utara baru-baru ini adalah adanya hal serupa (wayang Tualen) yang mempergunakan sepatu serupa lukisan I Ketut Gede Singaraja.[13]

Oleh sebab pemaparan mengenai kekaryaan I Ketut Gede Singaraja, maka tidaklah salah menempatkan dirinya sebagai seorang pioner seni lukis Bali dari Singaraja yang

[10]Op Cit. "I Ketoet Gede dan Lukisan Wayang Nagasepaha" seminar SENADA 22 Februari 2018 di Sekolah Tinggi Desain Bali.
[11]Disampaiakan oleh Made Susanta Dwitanaya dalam diskusi tentang pelukis Madra dari Kamasan, Klungkung.
[12]Diskusi dengan Prof. Hedi Hinzler 19 Februari 2018 di Infinity Coffee, Matahari Terbit, Sanur.
[13]Lihat Tesis Dewa Gede Purwita "Tokoh Twalen Wayang Kulit Buleleng Sebuah Kajian Ikonografi" Pascasarjana ISI Denpasar. 2015.

mengedepankan nilai-nilai pembaruan dalam karya seni lukis. Ia berada dalam wilayah transisi dari Klasik menuju tradisi (Pitamaha), tidak jarang dalam beberapa artikel ilmiah tentang I Ketut Gede Singaraja yang ditulis orang asing menyatakan ia sebagai pelukis yang cerdas, menurut saya I Ketut Gede Singaraja adalah seorang pelukis yang mempunyai visi mendobrak norma-norma kaku keklasikan Bali dalam melukis. Hal ini dimungkinkan akibat pengaruh iklim urban Buleleng pada tahun 1800an sebagai kota (Singaraja) yang dihidupi oleh kebudayaan hetrogen.

SIMPULAN

Berdasarkan pada analisis kekaryaan I Ketut Gede Singaraja tidak salah menyematkan istilah pelukis pionir pada dirinya, pemikirannya yang tertuang dalam bagaimana ia menampilkan karya lukisanya berbicara akan hal tersebut. Penulisan sejarah seni rupa Bali harus disusun ulang guna melengkapi bagian-bagian yang berlubang dan Bali harus mengetahui bahwa ada seseorang yang bernama I Ketut Gede dari Singaraja yang memiliki pemikiran visioner dalam menampilkan dirinya. Dalam dua karya yang dibahas menunjukan bagaimana ia menggambarkan figur dan mempersepsikan ruang (perspektif), mengolah warna-warna yang masih langka dipergunakan di Bali. Keuntungannya sebagai pelukis pertama yang bersinggungan dengan orang asing memberikannya kesempatan untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang seni gambar itu.

SUMBER RUJUKAN

Covarrubias, Miguel. *Pulau Bali Temuan yang Menakjubkan.* Denpasar: Udayana University Press. 2013

Cooper, Thomas. "A Serendipitous Sojourn". IIAS News Letter Edisi 27 Maret 2002. Hal. 44. Diunduh pada 25 Januari 2018.

Moleong, Lexy.J. 2009. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA

Purwita, Dewa Gede. "I Ketoet Gede dan Lukisan Wayang Kaca Nagasepaha". dalam seminar SENADA 22 Februari 2018 di Sekolah Tinggi Desain Bali.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.

Vickers, Adrian. 2012. *Balinese Painting and Drawing* of Bali 1800-2010. Singapore: Tuttle Publishing.

Wawancara

Hinzler, H.I.R. Profesor (purnatugas) di Leiden University. Wawancara tanggal 19 Februari di Infinity Coffee, Sanur.

Dwitanaya, Susanta Made. Penulis dan Kurator Muda. Wawancara tanggal 2 April di tempat tinggalnya, Batubulan.

EKSPRESI VISUAL BAND GORGOTH PADA TIPOGRAFI DEKORATIF DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA STRUKTURAL

Ni Wayan Setiasih
Sistem Informasi, STIKOM Bali
Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer STIKOM Bali
Jl. Raya Puputan Renon No. 86, Denpasar *Bali* Indonesia Fax: +62 (361) 264773
setiasihtias@gmail.com

ABSTRAK

Semiotika adalah sebuah tanda yang tersembunyi dibalik sebuah benda atau karya seni. Semiotika struktural merupakan tanda yang terstruktur dalam sebuah karya seni. Semiotika struktural yang dilihat tanpa melihat sejarah dari karya tersebut. Salah satunya pada Tipografi dekoratif metal yang digunakan pada band Gorgoth ini menggunakan teknik *handdrawing* dalam pembuatannya. Pada penulisan huruf ini, memiliki tingkat distorsi yang dikatakan sangat tinggi, jika dibandingkan dengan jenis huruf yang sudah ada seperti times new roman. Jika dilihat perbedaan tersebut tersimpan makna yang ingin disampaikan *typographer* metal Gorgoth.

Semiotika struktural yang akan dibahas dapat dilihat dari segi sifatnya, selain dibahas secara deskriftif pada tipografi *dekoratif* Band Gorgorth dapat dibandingkan dengan tipografi pada umunya. Selain memiliki perbedaan yang sangat terlihat membuat tipografi metal dipandang sebelah mata, kebanyakan masyarakat umum mengatakan bahwa tipografi tersebut hanyalah sebuah coretan yang tidak memiliki arti. Dengan fenomena demikian membuat kaum muda menjadikan jenis font ini sebagai pribadinya yaitu berani dan dapat mengekspresikan diri dalam ranah positif. Dalam penelitian ini materi yang digunakan adalah tipografi pada band Gorgoth sebagai objek yang akan diangkat sebagai kasus. Permasalahan yang diangkat yaitu, bagaimana semiotika struktural pada tipografi dekoratif metal Band Gorgoth? dan adapun tujuan dari penulisan hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui semiotika struktural pada tipografi dekoratif metal band Gorgoth.

Materi yang digunakan dalam mengkaji semiotika struktural tipografi dekoratif metal Band Gorgoth adalah teori anatomi huruf dan teori semiotika struktural. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode deskritif kualitatif yakni menguraikan secara fakta dan deskriptif mengenai tipografi dekoratif metal Band Gorgoth.

Kata Kunci : Semiotika, Tipografi Dekoratif, Band Gorgoth

ABSTRACT

Semiotics is a sign that is hidden behind an object or work of art. Structural semiotics is a sign that is structured in a work of art. Structural semiotics were seen without looking at the history of the work. One of them on the decorative metal Typefaces used in this technique uses Gorgoth band handdrawing make. On the writing of this letter, had the level of distortion which is said to be very high, if compared to the existing typeface like times new roman. If the difference saved views meaning that wish to metal Gorgoth typographer delivered.

Structural semiotics to be covered can be seen in terms of its nature, in addition to the covered in decorative typography on deskriftif Band Gorgorth be compared with typography at umunya. In addition to having a very noticeable difference to make typography metal considered one eye, most of the public saying that the typography is just a shorthand that has no meaning. With such phenomena make young people make this as his own personal font type

that is bold and able to express themselves in a positive realm. In this study the material used is the typography on the band Gorgoth as objects to be lifted as the case. The issue raised, namely, how the structural semiotics in decorative metal Band Gorgoth typography? and as for the purpose of the writing of this research is to know the structural semiotics in decorative metal band Gorgoth typography.

The material used in assessing structural semiotics Gorgoth typography decorative metal band is the theory of the anatomy of letters and structural semiotic theory. The method used in this article is a qualitative descriptive method which outlines the facts and descriptive of decorative typography Gorgoth metal band.

Keywords: Semiotics, Decorative Typographic Gorgoth, Band

I. PENDAHULUAN

Desain Komunikasi Visual adalah salah satu solusi pada permasalah dalam promosi suatu perusahaan atau instansi. Desain yang baik pada DKV dapat dilihat jika dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh klien kepada audiensnya. Pesan yang disampaikan dapat dibedah dengan menggunakan berbagai teori. Teori yang digunakan terkait dengan pembahasan pada kasus. Semiotika, salah satu teori yang digunakan dalam membedah sebuah kasus desain. Semiotika adalah sebuah tanda yang tersembunyi dibalik sebuah benda atau karya seni. Dalam kaitannya semiotika berhubungan secara tidak langsung dengan desain. Desain Komunikasi Visual, memiliki banyak tanda yang digunakan untuk mengkomunikasi secara visual pesan yang ingin disampaikan dari desainer kepada audience. Kebanyakan audiens yang tidak mampu membaca tanda dibalik desain yang diciptakan oleh desainer. Pada hal ini, desainer harus melihat pangsa pasar yang sedang trend. Maka dari itu, audiens tidak kesulitan dalam membaca tanda yang akan ditampilkan oleh desainer.

Semiotika struktural merupakan tanda yang terstruktur dalam sebuah karya seni. Semiotika struktural yang dilihat tanpa melihat sejarah dari karya tersebut. Pada artikel ini, akan membahas mengenai semiotika struktural yang dikaitkan dengan tipografi *dekoratif* metal yang lebih khusus akan membahas tipografi pada band Gorgoth. Tipografi *dekoratif* metal yang digunakan pada band Gorgoth ini menggunakan teknik *handdrawing* dalam pembuatannya. Keistimewaan dari band ini adalah salah satu band yang menggunakan teknik *handdrawing* yang menjadikan ketertarikan bagi penulis. Dalam kaitan pada artikel ini dengan semiotika struktural dan tipografi metal.

Tipografi adalah salah satu elemen dalam desain. Tipografi dan font memiliki perbedaan, tipografi adalah seni dalam menyusun huruf sedangkan font adalah kumpulan lengkap dari sebuah huruf. Pada pembahasan artikel ini, lebih cenderung pada tipografi karena seni yang digunakan *typhografer* dalam membentuk kata Gorgoth. Kata Gorgoth dibentuk menjadi sebuah karya yang diekspresikan *typhografer*

dikatagorikan *dekoratif*, karena menampilkan perasaan atau ekspresi *typhografer* maka lebih dapat dikatakan tipografi *dekoratif*.

Tipografi dekoratif, salah satu bentuk ekspresi dari *typhographer* dalam bentuk ekspresi positif ini dituangkan dalam bentuk huruf sebagai cerminan pada band beraliran metal ini. Ekspresi visual dalam bentuk tipografi dibuat agar audiens penikmat musik metal dapat membedakan jenis musik dari huruf yang dijadikan identitas pada Band Gorgoth. Identitas yang sangar pada Band Gorgoth ini dapat dituangkan dalam bentuk huruf. Huruf yng dibuat dapat mencerminkan ekspresi Band. Selain ekspresi visual berupa aksi panggung dan tayangan video klip, huruf pun juga dapat dikatakan sebagai bentuk ekspresi visual yang menunjang performa dari Band Gorgoth.

Pada penulisan huruf ini, memiliki tingkat distorsi yang dikatakan sangat tinggi, jika dibandingkan dengan jenis huruf yang sudah ada seperti times new roman. Perbedaan tersebut tersimpan makna yang ingin disampaikan *typographer* metal Gorgoth ini, dalam pembuatannya. Adapun tujuan yang ingin disampaikan agar audiens mengerti makna dari huruf band metal ini. Dalam pembahasan artikel ini akan dibahas secara terstruktur berdasarkan ilmu semiotika dan tipografi yang digunakan untuk membedah isi dari tipografi tersebut. Dengan demikian bahwa jenis tipografi ini patut diapresiasikan kedalam ranah seni. Semiotika struktural yang akan dibahas dapat dilihat dari segi sifatnya, selain dibahas secara deskriftif pada tipografi *dekoratif* Band Gorgorth dapat dibandingkan dengan tipografi pada umunya. Selain memiliki perbedaan yang sangat terlihat membuat tipografi metal dipandang sebelah mata, kebanyakan masyarakat umum mengatakan bahwa tipografi tersebut hanyalah sebuah coretan yang tidak memiliki arti. Dengan fenomena demikian membuat kaum muda menjadikan jenis font ini sebagai pribadinya yaitu berani dan dapat mengekspresikan diri dalam ranah positif. Oleh karena itu, kasus ini menarik untuk diteliti dan unik untuk dibahas dari pembagian hurufnya. Agar nanti dapat menghasilkan sebuah artikel yang sesuai dengan tujuan akhirnya dapat membedah secara seni sesuai dengan displin ilmu yang dimiliki yaitu Desain Komunikasi Visual.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil pengumpulan data baik literatur maupun pengambilan data secara langsung di lapangan, selanjutnya data-data menganalisis satu persatu dari tipografi band metal yang dianalisa berdasarkan metode deskiptif kualitatif dan diperolehlah kesimpulan.

A. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran penelitian untuk men-

golah data yang berhasil dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut dari usaha untuk menguji kebenaran. Tujuan diadakannya analisa dalam penelitian adalah menyempitkan dan membatasi penemuan-penemuan hingga menjadi suatu data yang teratur, serta tersusun dan lebih berarti. Analisa data yang digunakan adalah metode analisa deskriptif kualitatif kuantitatif. Analisis kualitatif juga disebut analisis isi. Maksudnya isi dari data kualitatif yang diperoleh pada saat penelitian secara langsung dilapangan , kemudian dibahas lagi secara rasional dan dari hasil pembahasan itu ditarik kesimpulan – kesimpulan menurut kelompok – kelompok data. Dari kelompok – kelompok data ini dibahas lagi untuk kemudian diambil kesimpulannya (Arikunto, 2010: 277).

Deskriptif Kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman dari dalam, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut, mementingkan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir, oleh karena itu urut-urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan.

Berdasarkan hasil pengumpulan data baik literatur maupun pengambilan data secara langsung di lapangan, selanjutnya data-data pemilihan dan dianalisa berdasarkan metode deskiptif kualitatif dan diperolehlah kesimpulan. Berdasarkan kesimpulan (sintesa) tersebut dibuatlah cara untuk menanganinya. Dengan teknik ini dapat diketahui ekspresi visual Band Gorgoth pada tipogrfi dekoratif dalam perspektif semiotika struktural.

B. Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Teknik penyajian hasil analisis data sangat diperlukan untuk memperoleh kesimpulan dari permasalahan yang ada. Sedangkan sintesa adalah suatu perpaduan dari permasalahan yang ada pada latar belakang masalah yang telah dirangkum dalam analisis. Analisis dibedakan menjadi tiga yaitu analisis teori, analisis faktual, dan analisis wawancara. Dalam pembahasan analisis distorsi tipografi dekoratif Band Gorgoth ini akan dijabarkan bentuk, struktural dari tipografi dekoratif Band Gorgoth yang digunakan pada aplikasi yang digunakan. Apa yang melatarblakangi dibuatnya tipografi tersebut dan apa ide dari desain tersebut. Akan disajikan secara informan dalam bentuk uraian naratif.

C. ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Pada pembahasan ini menggunakan semiotika struktural menurut Jeans Piaget, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Totalitas

Totalitas, Transformasi dan otoregulasi/pengaturan diri. Sebuah Struktur harus dilihat sebagai suatu totalitas. Meskipun terdiri dari sejumlah unsur yang saling bekaitan satu sama lain dalam sebuah kesatuan. Dilihat secara hirarkis, sebuah struktur terdiri atas sejumlah sub-struktur yang terikat oleh struktur yang lebih besar. Struktur merupakan sesuatu yang dinamis karena di dalamnya ada kaidah transformasi**.** Jadi pengertian struktur tidak terbatas pada konsep terstruktur, tetapi sekaligus mencakup pengertian (artikel Strukturalisme dan Semiotik oleh Drs. Olih Solihat Karso, M.Sn**.**).

Pada pembahasan teori diatas mengenai sifat semiotika struktural yakni totalitas, yang dikaitkan mengenai huruf atau tipografi. Dalam kasus yang akan dibahas pada artikel ini berhubungan mengenai tipografi metal yang mengalami distorsi pada penulisannya. Dilihat makna totalitas dalam semiotika structural ini, dapat dilihat pada masing-masing huruf yang mengalami distorsi. Pada gambar dibawah ini adalah totalitas dari huruf Gorgoth yang seharusnya menggunakan huruf yang memiliki empat prinsip dalam pembuatanya yakni *legibility*, *clarity*, *visibility*, dan *readibility*.

Gambar 2.1 Totalitas dari huruf Gorgoth

Pada huruf diatas memiliki keempat prinsip yang disebutkan diatas, maka dengan demikian huruf yang seharusnya memiliki totalitas yang seharusnya mengalami distorsi. Menurut wawancara dengan salah satu personil band Gorgoth yakni Dedix, band ini memiliki tujuan dalam pembuatan huruf yang menghindari keempat prinsip tersebut dikarenakan band ini beraliran metal yang mereka makna adalah kebebasan dalam berekspresi namun tidak meninggalkan unsure seni dan positif didalamnya. Jika dikaitkan dengan totalitas maka huruf ini sudah mengalami transformasi dalam pembuatannya.

2. Transformasi

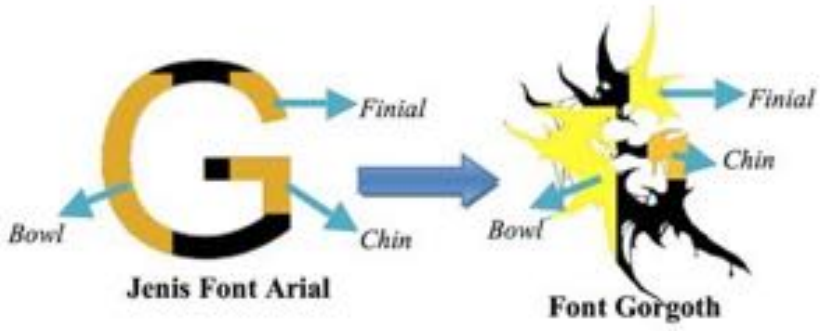
Pengertian transformasi menjadikan sifat yang dinamis, hal ini berkaitan dengan otoregulasi yang ada pada sebuah struktur. Struktur adalah sebuah bangunan yang terdiri dari berbagai unsur yang satu sama lain saling berkaitan. Dalam setiap perubahan yang terjadi pada sebuah unsur struktur akan mengakibatkan perubahan pada unsur lain, hal ini akibat dari hubungan antar unsur menjadi berubah (artikel Strukturalisme

dan Semiotik oleh Drs. Olih Solihat Karso, M.Sn.).

Pada pembahasan transformasi ini, akan dikaitkan dengan ilmu tipografi yang menjadikan kasus utama pada artikel ini. Setelah dikaitkan akan dibahas keterkaitan antara huruf dengan makna transformasi yang diinginkan, sebagai berikut pembahasannya :

a. Huruf G pada "Gorgoth"

Pada huruf G ini diberikan aksen menyerupai aliran yang diusung oleh Gorogoth yaitu Death Metal. Dengan ciri khas demikian band Gorgoth ini memiliki karakter tersendiri dibandingkan band beraliran yang berbeda.



Gambar 2.2 Tranformasi huruf G Gorgoth

Umumnya huruf G memiliki bentuk yang menyerupai huruf C dengan ditambah garis sama sisi seperti gambar ini

Dalam huruf G, juga terdapat garis yang berbentuk melengkung atau melingkar disebut dengan *bowl*, sedangkan *finial* adalah garis lengkung yang mengarah kebawah (sumber: Surianto Rustan; 2010; hal.25).

Pada huruf G diatas sudah terlihat perbedaan yang terlihat jelas. Pada jenis font "Arial" dengan font "Gorgoth" terdapat perbedaan diantara perbedaan tersebut terlihat pada bentuk hurufnya. Pada font "Gorgoth" memiliki banyak aksen yang sama pada huruf G "Arial" yaitu garis tegak lurus yang dinamakan *chin*. Garis yang dimaksudkan adalah *Chin* atau garis yang membentuk sudut pada huruf G. Istilah *Chin* hanya dimiliki oleh huruf G saja (sumber: Surianto Rustan; 2010; hal.25).

Pada G "Gorgoth" garis chin, sedikit terlihat jelas. Dengan ditambah aksen akar yang menyerupai aliran dari listrik dengan kesan bahwa huruf ini mempunyai ciri khas. Garis chin yang membentuk huruf G "Gorgoth" dapat dikatakan dalam katagori anatomi huruf yang sudah benar.

b. Huruf O pada “Gorgoth”

Pada huruf O “Gorgoth” ini terlihat jelas bentuknya. Pada dasarnya huruf O berbentuk bulat menyerupai telur.

Gambar 2.3 Anatomi huruf O

Axis merupakan garis tak nampak yang membagi sebuah huruf sehingga bagian atas dan bawah akan membentuk sebuah *axis*. Contoh tampak pada huruf “O”. *Axis* juga merupakan garis sumbu semu pada huruf untuk mengetahui *angle of stress*-nya. Yang dimaksud *dengan angle of strees* adalah derajat kemiringan tebal dan tipis huruf. Selain itu, anatomi pada huruf O adalah *bowl. Bowl* adalah garis melengkung (sumber: Surianto Rustan; 2010; hal.25).

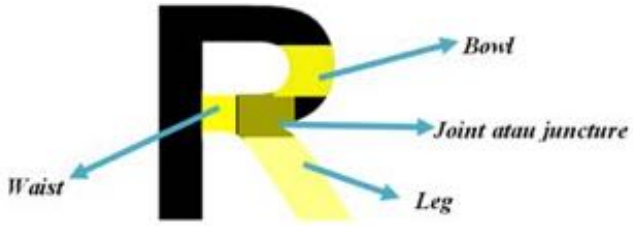
Gambar 2.3 Tranformasi huruf O Gorgoth

Pada huruf O “Gorgoth” *axis atau axes,* kurangnya terlihat jelas. Dikarenakan huruf ini banyak memiliki aksen sehingga menutupi kejelasan dari garis sumbu tersebut. Sedangkan pada *angle of stress* huruf O “Gorgoth” masih kurang jelas dan terlihat sekilas bentuk melingkar atau *bowl* pada huruf O “Gorgoth”, banyaknya aksen tersebut sehingga huruf O “Gorgoth” belum dapat dikatakan sempurna dibandingkan dengan huruf O pada umumnya yang memiliki anatomi yang sama.

c. Huruf R pada “Gorgoth”

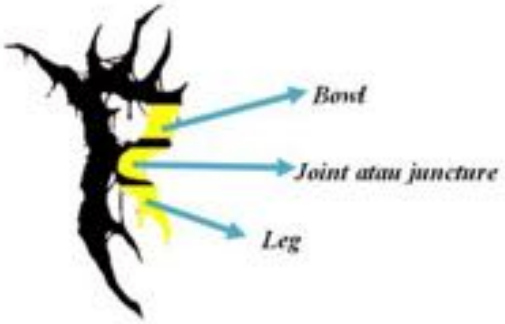
Pada huruf R dengan jenis huruf Arial ini, memiliki yang namanya *Waist* dan *Joint*. Yang dimaksud dengan *waist* dianalogikan pinggang pada manusia, namun pada huruf diibaratkan pinggangnya huruf. Contoh huruf yang

memiliki *waist* adalah huruf K, R, X. Sedangkan, *Joint* diibaratkan sebagai ranting pada pohon. Umumnya pada huruf R memiliki percabangan seperti pohon. Contoh huruf yang memiliki *joint* adalah R , Y. selain itu, terdapat juga garis melengkung yang dinamakan *Bowl*. Dan terakhir garis diagonal yang membujur kebawah dinamakan *Leg* (sumber: Surianto Rustan; 2010; hal.23).



Gambar 2.4 Anatomi huruf R

Pada huruf R "Gorgoth" *waist* pada R tersebut tidak terlihat jelas karena lebih dieksplor oleh *typographer*-nya. Seharusnya pada huruf R pada umumnya selalu memiliki *waist* karena merupakan cirri dari huruf R itu sendiri. Sedangkan *bowl, leg* dan *joint* telihat, namun tidak sejelas pada huruf arial diatas. Dikarenakan adanya aksen yang menyelimuti keaslian dari huruf R "Gorgoth".



Gambar 2.5 Tranformasi huruf R Gorgoth

Pada huruf R "Gorgoth" terlihat jelas memiliki joint. Dikarenakan diperjelas lekukannya agar terlihat bahwa huruf tersebut adalah R pada umumnya.

d. Huruf T pada "Gorgoth"

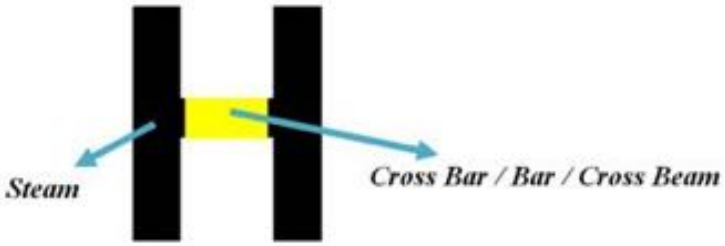
Gambar 2.6 Anatomi huruf T

Pada huruf T pada umumnya memiliki anatomi huruf yang dinamakan *arm*. *Arm* dianalogikan sebagai tangan pada manusia. *Arm* adalah stroke yang salah satu ujungnya menempel pada stroke lainnya. Arm ada yang mengarah horizontal, diagonal dan diatas. Huruf T memiliki dua arm yaitu kiri dan kanan (Surianto Rustan; 2010; hal.25).

Gambar 2.7 Tranformasi huruf T Gorgoth

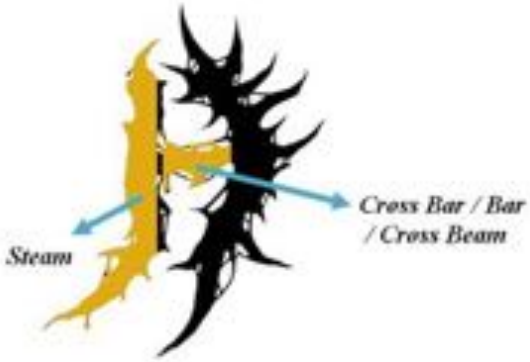
Pada huruf T "Gorgoth" terlihat memiliki dua arm yaitu dikanan dan dikiri. Maka huruf T "Gorgoth" dapatkan dikatakan memiliki T sesuai dengan anatomi yang ada.

e. Huruf H pada "Gorgoth"



Gambar 2.8 Anatomi Huruf H

Cross bar adalah stroke atau garis yang berbentuk horizontal yang menghubungkan dua steam (garis lurus yang berbentuk vertikal atau diagonal). Apabila bentuknya melengkung tidak disebut steam (sumber: Surianto Rustan; 2010; hal.25)



Gambar 2.8 Tranformasi huruf H Gorgoth

Pada huruf H “Gorgoth” adanya kerancuan antara steam yang dimiliki tetapi memiliki cross bar. Namun dapat terlihat bahwa huruf H “Gorgoth” sudah memenuhi pada kriteria huruf H pada umumnya.

Pada pembahasan mengenai huruf diatas, bahwa masing-masing huruf mengalami transformasi dimana dalam pembuatannya mengalami perubahan namun dalam struktur huruf masih memegang bentuk yang seharusnya, tetapi *typhographernya* melakukan transformasi dari bentuk agar memberikan kesan bahwa huruf band ini adalah band metal yang bermakna kebebasan dalam berekspresi. Dalam kaitan ilmu semiotika struktur , maka tipografi ini mengalami transformasi bentuk yang seharusnya.

Gambar 2.9 Transformasi Huruf Gorgoth

3. Otoregulasi

Otoregulasi adalah hubungan antar unsur akan mengatur diri sendiri, bila ada unsur yang berubah atau hilang, inilah yang dimaksud dengan pengaturan diri atau otoregulasi (Benny. 1995; ix).

Pada pembahasan diatas, adalah adanya penyesuaian dari sebuah desain dengan makna yang akan disampaikan desainer ke audiens. Dalam kaitan ini adalah mengenai desain tipografi yang mengalami distorsi.

Gambar 2.10 Huruf Gorgoth

Pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa adanya distorsi yang dialami oleh huruf ini. Dalam kaitannya, tipografi metal ini mengalami otoregulasi pada huruf yang lainnya. Huruf GORGOTH ini dapat menyesuaikan pada pangsa pasar yang ada, berdasarkan pengertiannya huruf GORGOTH ini sudah mengalami otoregulasi tetapi tidak melupakan pakem yang ada pada huruf sebenarnya. Otoregulasi adalah penyesuaian sebuah benda, bila dikaitkan dengan pembahasan ini adalah desain yang mengalami distorsi yang menyesuaikan pada pangsa pasar. Dapat dilihat pada desain huruf tipografi yang dapat membaca pangsa pasarnya dan dapat bersaing dengan desain huruf yang ada di pasaran. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.11 Desain Baliho Konser Band Metal

D. PENUTUP

Dalam pembahasan semiotika struktural pada tipografi dekoratif Gorgoth, mengalami transformasi tetapi tidak mengalami otoregulasi sehingga makna sebenarnya pada huruf tersebut tidak berubah. Tetapi yang berubah hanyalah bentuk, namun makna dari tipografi dekoratif dari Band Gorgoth itu tetap yakni ekspresi visual yang positif dari *typhografer*.

Disarankan kepada *typographer* agar tetap mengeksplorasi huruf dengan berbgai bentuk sehingga tercipta huruf baru yang memiliki makna dibaliknya.

DAFTAR RUJUKAN

Benny H. Pent.: 1995, Jean Piaget, *Strukturalisme*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
Rustan, Surianto. 2010. HurufFontTipografi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
Terence Hawk, 1988, *Structuralism & Semiotics,* Routledge*,* london.

Acuan dari Jurnal Online

Download.isi-dps.ac.id/62-karyadesain Diunduh 13 Juli 2018

Daftar Narasumber/Informan

Tatu, Yogik (28th.), Gitaris Gorgoth, Wawancara tanggal 28 Agustus 2017 di Base-camp Gorgoth, Denpasar, Bali

ANALISIS WACANA KRITIS PADA BALIHO TOLAK REKLAMASI TELUK BENOA

I Nyoman Jayanegara, I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan
STMIK STIKOM Indonesia[1,2]
1980jayanegara@gmail.com[1], anomdesign@gmail.com[2]

ABSTRAK

Baliho merupakan salah satu media luar ruangan yang sangat sering dimanfaatkan sebagai penyampai pesan, baik untuk tujuan komersial maupun sosial. Media ini dipilih karena berbiaya murah dan mudah dalam pemasangan, namun memiliki durasi waktu yang pendek. Atas dasar tersebut, baliho dimanfaatkan sebagai salah satu media penyampai pesan penolakan terhadap proyek reklamasi Teluk Benoa di Bali. Penolakan terhadap reklamasi teluk benoa merupakan wacana yang muncul akibat dari dikeluarkannya Perpres No 51 Thn 2014 oleh presiden RI pada saat itu. Perpres tersebut mengubah status kawasan Teluk benoa dari wilayah konservasi menjadi wilayah revitalisasi. Hal ini memungkinkan kawasan tersebut dimanfaatkan secara ekonomis untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata baru. Proyek ini dikatakan oleh pihak penentang, bisa menjadi bencana bagi Bali yang telah penuh sesak dengan akomodasi pariwisata. Pesan yang disampaikan oleh pembuat pesan tanpa disadari telah mendapat pengaruh dari pihak yang memesannya dan seringkali pesan tersebut menimbulkan interpretasi atau pemaknaan yang berbeda dari masyarakat yang melihatnya. Penelitian ini merupakan hasil observasi dari baliho tolak reklamasi Teluk Benoa dengan analisa wacana kritis model Van Dijk dengan melihat struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Hasil penelitian ini, wacana dapat digunakan untuk membentuk atau menggiring opini melalui pemilihan kata dan gaya visual yang digunakan.

Kata Kunci : Baliho, Tolak Reklamasi, wacana Kritis

ABSTRACT

Billboard is one of the outdoor media that is often used as a messenger, both for commercial and social purposes. This medium is chosen because it is cheap and easy to install but has a short duration of time. Based on that, billboards were used as a medium for rejection of the Benoa Bay reclamation project in Bali. Rejection of Benoa bay reclamation is a discourse arising from the issuance of Presidential Regulation No. 51, 2014 by the president of Indonesia at that time. The regulation changed the status of the Benoa bay area from the conservation area to the revitalization area. This allows the area to be used economically to be developed into a new tourist area. The project is said by the opponents, it could be disastrous for Bali which has been overcrowded with tourism accommodation. Messages delivered by the messenger have been influenced by the party who ordered it and often the message raises a different interpretation or meaning of the people who see it. This research is the result of observation from the rejection of the Benoa Bay reclamation billboard with critical discourse analysis Van Dijk model by looking at macrostructure, superstructure, and microstructure. The results of this study are discourse can be used to form or lead opinions through the selection of words and visual styles that are used.

Keywords: Billboards, Reject Reclamation, Critical Discourse

1. PENDAHULUAN

Teluk Benoa merupakan kawasan wisata di Bali bagian selatan yang telah menjadi pro dan kontra selama 5 tahun terakhir. Pro dan kontra ini timbul akibat dari akan dibangunnya kawasan resor wisata mewah bertaraf internasional oleh PT.Tirta Wahana Bali Internasional (PT.TWBI), dimana kawasan wisata ini akan seluas 800 hektar dan mampu membuka lapangan pekerjaan sebanyak 200.00 orang (http://www.dw.com/ diakses tanggal 1 Nopember 2016), untuk mewujudkan hal tersebut PT.TWBI akan melakukan reklamasi terhadap teluk Benoa. Reklamasi dilakukan karena dianggap sebagai solusi dalam mengatasi pendangkalan dan sedimentasi yang terjadi di sekitar teluk Benoa, namun pemerhati lingkungan hidup mengganggap bahwa reklamasi bukan merupakan solusi yang paling tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut namun pengerukan terhadap sedimentasi tersebut yang menjadi solusi terbaik. Reklamasi terhadap teluk Benoa juga dapat menimbulkan masalah yang lebih besar dikemudian hari, yaitu; kerusakan lingkungan di sekitar teluk benoa yang dimulai dengan abrasi, meluapnya air laut, hilangnya beberapa biota laut, serta kerusakan terumbu karang; kemudian yang berimbas pada hilangnya mata pencaharian masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai nelayan; serta reklamasi dapat dianggap menodai kesucian laut dalam kepercayaan masyarakat Bali.

Pro dan kontra pun semakin tajam dengan dikeluarkannya keputusan Gubernur Bali melalui SK Nomor 2138/02-C/HK/2012 tentang Rencana Pemanfaatan dan Pengembangan Kawasan Perairan Teluk Benoa yang memberikan izin reklamasi kepada PT. Tirta Wahana Bali Internasional (PT TWBI) di kawasan perairan Teluk Benoa Kabupaten Badung. Keputusan gubernur ini kemudian diperkuat dengan dikeluarkannya Perpres No 51 Thn 2014 Tentang Perubahan atas Perpres No 45 Thn 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan) yang intinya mengubah status konservasi Teluk Benoa menjadi zona penyangga atau kawasan pemanfaatan umum. Perpres ini dikeluarkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) di akhir masa jabatannya yang dikatakan hanya untuk mengakomodir kepentingan investor dalam hal ini PT TWBI. Keluarnya produk-produk hukum tersebut sangat sarat dengan kontroversi, dimana dalam proses penerbitan surat keputusan yang dianggap kurang memenuhi asas transparansi dan partisipasi publik.

Pro kontra dari munculnya wacana reklamasi teluk Benoa yang dibungkus dengan pengembangan kawasan wisata internasional menimbulkan gelombang penolakan-penolakan oleh berbagai pihak dan telah berlangsung semenjak tahun 2013 sampai saat ini. Penolakan-penolakan ini dilakukan oleh berbagai pihak baik dari kaum akademis, rohaniwan, budayawan, organisasi kepemudaan, dan sampai masyarakat adat

di Bali. Penolakan ini dilakukan dengan berbagai bentuk, dimulai dengan demonstrasi, atraksi budaya baik berupa atraksi seni teatrikal maupun konser musik, melakukan pernyataan sikap secara tertulis maupun lisan, sampai mengajukan petisi pembatalan secara online (daring) (Suantika (2015: 54), pemanfaatan media komunikasi visual pun tidak luput digunakan dalam penolakan-penolakan reklamasi teluk Benoa.

Media-media komunikasi visual sangat sering digunakan dalam berbagai kegiatan penolakan akan wacana reklamasi teluk Benoa, baik itu berupa poster, flyer dijital, sticker, t-shirt, maupun baliho. Baliho merupakan salah satu media yang semarak sekaligus cukup mencolok digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan penolakan terhadap reklamasi teluk Benoa sebagai sebuah wacana tandingan. Hampir setiap sudut jalan di kota Denpasar, kabupaten Badung, Gianyar, dan Tabanan bertebaran baliho-baliho penolakan reklamasi teluk Benoa dengan berbagai tampilan visual yang menarik. Media ini dipilih karenakan berbiaya murah serta mudah dalam pemasangan walaupun memiliki durasi waktu yang sangat pendek.

Media cetak dikatakan berperan dalam mengubah pola pikir masyarakat dimana masyarakat dengan mudah dipengaruhi oleh arah opini yang telah digiring media cetak untuk menjalin relasi antara wacana dan kekuasaan (Musyafa'ah, 2017:203). Gramsci dalam Sobur (2015:30) melihat media sebagai ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan, lebih lanjut dikatakan bahwa di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik, namun di sisi lain, media juga bisa sebagai alat resistensi terhadap kekuasaan. Baliho sebagai salah satu media cetak dapat dikatakan bahwa sebagai salah satu alat propaganda yang paling efektif dalam menyebarluaskan wacana tolak reklamasi teluk Benoa.

Dalam analisis wacana ada tiga hal penting yang mempengarui produksi maupun analisis wacana yakni: ideologi, pengetahuan dan wacana. Ideologi mempengaruhi produksi wacana. Tidak ada wacana yang benar-benar netral atau steril dari ideologi penutur atau pembuatnya. Ideologi adalah sistem kepercayaan baik kepercayaan kolektif masyarakat maupun skemata kelompok yang khas, yang tersusun dari berbagai kategori yang mencerminkan identitas, struktur sosial, dan posisi kelompok. Ideologi merupakan basis sikap sosial. Lebih lanjut analisis wacana kritis digunakan untuk melihat pemaknaan dan ideologi dalam wacana dibalik bahasa yang digunakan pada baliho tolak reklamasi teluk Benoa yang dikeluarkan oleh Desa Asat Sumerta.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kualitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan un-

tuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono,2011:9). Data yang dikumpulkan merupakan data primer hasil dari observasi yang kemudian di dokumentasikan serta data sekunder berupa buku-buku, jurnal atau artikel ilmiah yang terkait dengan topik penelitian. Data yang diperoleh akan disajikan secara deskriptif dan runut, kemudian dianalisa dengan analisa wacana kritis dari teori Van Dijk dengan menekankan pada struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Hasil analisa akan menghasilkan makna serta ideologi dibalik bahasa atau wacana yang digunakan.

3. ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Puluhan baliho tolak reklamasi Teluk Benoa tersebar di wilayah kota Denpasar, Kabupaten Badung, Gianyar, dan Tabanan (sarbagita) dimana wilayah ini disebutkan sebagai wilayah terdampak negatif dari proyek reklamasi teluk Benoa tersebut. Berbagai baliho terpasang dengan menampilkan suguhan visual yang beraneka ragam dan merupakan representasi dari wacana tolak reklamasi yang didengungkan oleh berbagai kalangan masyarakat. Dari berbagai wilayah sarbagita, terdapat beberapa wilayah yang sampai saat ini masih konsisten melakukan pemasangan baliho dimana desa adat Sumerta merupakan salah satu daerah yang masih konsisten tersebut. Desa Adat Sumerta secara berkala mengganti baliho yang telah terpasang sebelumnya. Baliho-baliho tersebut menampilkan visual yang menarik dan terkadang tidak ada kaitannya antara teks dengan visual itu sendiri. Secara deskriptif, baliho akan akan dijabarkan secara satu persatu dengan dengan memperhatikan struktur mikro, superstruktur, dan struktur mikro berdasarkan teori wacana Van Dijk.

Struktur makro merupakan makna global atau umum dari sebuah teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari sebuah teks (Mulyawan,2010:11). Struktur makro sendiri dapat dikatakan pula sebagai makna global dari sebuah teks yang dipadukan dengan kondisi sosial sekitarnya untuk memperoleh satu kesatuan sentral. Jika melihat ketiga baliho, gerakan tolak reklamasi teluk benoa yang secara konsisten di wacanakan selama lima tahun terakhir digunakan sebagai tema atau struktur makro jika dilihat dari dari analisis wacana kritis Van Dijk. Tema ini direpresentasikan dengan visual yang beraneka ragam yang menghasilkan beraneka ragam tafsir di masyarakat.

Superstruktur atau skematik merupakan struktur teks pada baliho atau yang biasa disebut dengan copywriting. Secara umum copywriting terdiri dari Headline, Overline atau Underline, SubHeadline, Bodycopy, Call-Outs, Caption, Tagline, Slogan, Call to Action namun tidak semua unsur copywriting akan diterapkan pada media (Moriarty dkk,2011:478). Analisis superstruktur baliho pada gambar 1, memiliki empat struktur yaitu; teks “Desa Adat Sumerta” sebagai Headline, “jelas dan tegas

menolak reklamasi; batalkan perpres no.51 tahun 2014" sebagai SubHeadline, Caption pada baliho yaitu "barisan muda perjuangan Bamper Sumerta", dan Slogan pada baliho "sing batal sing suwud". Ilustrasi pada baliho menampilkan logo Bamper Sumerta dengan gambar latar kapal layar pada saat sore hari, serta logo Pasubayan Desa Adat/ Pekraman tolak reklamasi teluk Benoa, dan ForBali.

Gambar 1. Baliho Desa Adat Sumerta (1)
(sumber: Survey,2018)

Analisis struktur mikro mengamati makna lokal dari suatu teks yang dapat dilihat dari pemilihan kata atau kalimat, serta gaya yang dipakai suatu teks atau dapat dikatakan mengamati unsur semantik, sintaksis, stilistik, dan retoris pada teks baliho. Teks subheadline "jelas dan tegas menolak reklamasi; batalkan perpres no.51 tahun 2014" menegaskan posisi Desa Adat Sumerta (headline) dalam gerakan tolak reklamasi. Kedua kalimat tersebut memiliki hubungan sebab akibat (sintaksis) sekaligus unsur semantik yang digunakan sebagai latar dalam menuntuk menggiring ke arah mana opini masyarakat akan dibawa. Unsur stilistik melihat pada pemilihan kata dalam menyampaikan pesan. Penggunaan kata (stilistik)pada slogan "sing batal sing suwud" serta kata "jelas dan tegas" pada subheadline mengindikasikan posisi Desa Adat Sumerta yang mendukung penolakan reklamasi teluk Benoa. Unsur retoris berkaitan dengan grafis, metafora, ekspresi dari suatu teks. Ekspresi suatu teks dapat dilihat dari sisi grafisnya melalui penekanan-penekanan melalui bentuk tulisan yang dicetak tebal, dicetak miring, menggunakan huruf capital atau kecil, diberi garis bawah, atau penggunaan warna yang berbeda. Pada baliho pada gambar 1, semua teks menggunakan huruf kapital, dicetak tebal, menggunakan kombinasi jenis huruf serif dan sans serif, serta kombinasi warna merah, hitam dan putih. Pada teks "Bamper" menggunakan

ukuran huruf yang lebih besar dibandingkan teks yang lain, dimana hal ini menandakan sebagai bagian yang ditonjolkan atau penting pada baliho tersebut.

Analisis superstruktur pada baliho di gambar 2, memiliki dua struktur, yaitu; "Desa Adat Sumerta tolak reklamasi teluk Benoa batalkan perpres no.51 tahun 2014" sebagai headline dan tanda tagar yang sering digunakan dalam media sosial, seperti; "#TolakReklamasiTeluk Benoa, #BatalkanPerpreaN0.51Tahun2014, #LawanKriminalisasiaktivisForBali, #PuputanTelukBenoa sebagai caption dari ilustrasi demonstrasi dengan gaya pop art dengan kombinasi warna merah marun dan hitam yang menyertainya. Ilustrasi yang lain pada baliho hanya logo desa adat Sumerta, Pasubayan Desa Adat/Pekraman tolak reklamasi teluk Benoa, ForBali, dan Bamper Sumerta.

Gambar 2. Baliho Desa Adat Sumerta (2)
(sumber: Survey,2018)

Analisis struktur mikro, dapat dilihat dari headline yang secara tegas meletakkan posisi Desa Adat Sumerta menolak reklamasi teluk Benoa (semantik). Unsur sintaksis terlihat pada headline yang terdiri dari dua kalimat yang saling berkaitan, dimana Desa Adat Sumerta menolak reklamasi teluk Benoa sekaligus miminta pembatalan perpres no.51 tahun 2014. Pemilihan kata "tolak" dan "batalkan" (unsur stilistik) semakin menegaskan posisi Desa Adat Sumerta. Unsur retoris pada baliho tersebut dilihat dari penggunaan huruf kapital dan dicetak tebal pada headline, menandakan bagian yang ditonjolkan.

Baliho pada gambar 3, jika dilihat dari analisis superstrukturnya terdiri dari empat struktur, yaitu; "Desa Adat Sumerta" sebagai headline, subheadline pada teks "menolak reklamasi teluk Benoa batalkan perpres no.51 tahun 2014", "bangsa pelaut pantang urug laut" sebagai caption, dan "sing batal sing suwud" sebagai slogan.

Ilustrasi yang digunakan adalah kapal layar tiang 2 sebagai gambar latar, dan logo Pasubayan Desa Adat/Pekraman tolak reklamasi teluk Benoa, ForBali, serta Bamper Sumerta.

Gambar 3. Baliho Desa Adat Sumerta (3)
(sumber: Survey,2018)

Analisis struktur mikro pada baliho pada gambar 3 tidak berbeda jauh dengan baliho pada gambar 1. Hal ini dapat dilihat pada teks subheadline "menolak reklamasi teluk Benoa batalkan perpres no.51 tahun 2014" yang merupakan dua kalimat, menegaskan posisi Desa Adat Sumerta (headline) dalam gerakan tolak reklamasi. Kedua kalimat tersebut memiliki hubungan sebab akibat (sintaksis) sekaligus unsur semantik yang digunakan sebagai latar dalam menuntuk menggiring ke arah mana opini masyarakat akan dibawa. Unsur stilistik melihat pada pemilihan kata dalam menyampaikan pesan. Penggunaan kata (stilistik) pada slogan "sing batal sing suwud" serta kata "menolak dan batalkan" pada subheadline mengindikasikan posisi Desa Adat Sumerta yang mendukung penolakan reklamasi teluk Benoa. Unsur retoris dapat dilihat dari penggunaan huruf kapital dan outline pada huruf, namun penggunaan dengan ukuran yang lebih besar serta warna merah pada headline menunjukkan bagian tersebut merupakan bagian yang paling ditonjolkan pada baliho.

Baliho pada gambar 4, jika dianalisis superstrukturnya terdiri dari tiga struktur, yaitu; teks "Desa Adat Sumerta" sebagai overline, teks " Tolak Reklamasi" sebagai headline, dan tanda pagar "#NKRI harga mati sebagai captions dari ilustrasi burung garuda yang sedang terbang dengan kedua kaki menggenggam perisia Pancasila. ilustrasi yang digunakan juga pada baliho tersebut adalah logo logo Pasubayan Desa Adat/ Pekraman tolak reklamasi teluk Benoa, ForBali, serta Bamper Sumerta. Dilihat dari analisis struktur mikro, pada teks overline dan headline (unsur sintaksis) terlihat ada

keterkaitan sebab akibat jika dilihat dari teks "Desa Adat Sumerta" yang dikatakan mendukung "tolak reklamasi". Pemilihan teks tersebut mencoba mengarahkan opini masyarakat (unsur semantik) bahwa Desa Adat Sumerta mendukung penolakan reklamasi teluk Benoa. Pada unsur retoris dilihat pada penggunna huruf kapital dan outline pada semua teks, namun pada headline terlihat menggunakan ukuran huruf yang lebih besar sehingga terlihat lebih menonjol dibandingkan teks yang lain.

Gambar 4. Baliho Desa Adat Sumerta (4)
(sumber: Survey,2017)

4. SIMPULAN

Analisis wacana kritis dengan model Van Dijk untuk mengkaji baliho gerakan tolak reklamasi Teluk Benoa Desa Adat Sumerta, dapat disimpulkan tiga hal. Pertama pada struktur makro yang merupakan tema global pada baliho tersebut. Dari keempat baliho yang dianalisis, tema sentral yang digunakan adalah penolakan terhadap reklamasi teluk Benoa yang didukung oleh Desa Adat Sumerta. Kedua pada superstruktur, alur penyajian atau bagian-bagian dari teks (copywriting) yang digunakan. Kempat baliho menggunakan dua atau empat unsur copywriting, dimana penggunaan teks Desa Adat Sumerta dan tolak reklamasi paling sering digunakan pada baliho tersebut. Ketiga, pada unsur mikro dapat dilihat pemilihan teks tolak atau menolak reklamasi teluk Benoa, batalkan perpres no.51 tahun 2014, serta Desa Adat Sumerta menggiring atau mengubah opini masyarakat untuk mempercayai atau bahkan mengikuti wacana yang ditampilkan. Pemilihan teks-teks tersebut digunakan pihak penolak reklamasi teluk Benoa untuk menanam ideologi politinya. Tekanan-tekanan melalui grafis pada teks digunakan untuk meyakinkan masyarakat akan wacana yang ditawarkan.

5. DAFTAR RUJUKAN

Jayanegara, I Nyoman. (Mei 2017), "Posmodernisme Baliho Tolak Reklamasi Teluk Benoa", dalam seminar Seminar Seni Penciptaan dan Pengkajian 2017 di ISI Denpasar Bali.

_____ (Februari 2018), "Media Komunikasi dan Budaya Visual Studi Kasus Baliho Gerakan Tolak Reklamasi Teluk Benoa", dalam seminar Senada 2018 di Sekolah Tinggi Desain Bali.

Kuntoro, (Agustus 2008),"Analisis Wacana Kritis (Teori Van Dijk Dalam Kajian Teks Media Massa)", Leksika, Jurnal UMP, II/2, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto.

Musyafa'ah, Nurul. (September 2017), "Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk "Siswa Berprestasi Jadi Pembunuh", MODELING: Jurnal Program Studi PGMI, IV/2, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Nahdlatul Ulama Al Hikmah, Mojokerto.

Moriarty, Sandra, Nacy Mitchell & William Wells. (2011), Advertising ed.kedelapan, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Payuyasa, I Nyoman. (November 2017) "Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk Dalam Program Acara Mata Najwa di Metro TV", SEGARA WIDYA Jurnal Hasil Penelitian, Vol.V. ISI Denpasar, Denpasar.

Suantika, Wayan. (Januari-Juli, 2015), Jurnal Hubungan Internasional, VIII/1,Universitas Airlangga, Surabaya.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D, 2011, Bandung, CV Alfabeta.

Sobur, Alex, Analisis Teks Media: Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisi Semiotik, dan Analisis Framing, 2015, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

SEMIOTIKA DESAIN IKLAN POLITIK PILKADA 2018

Dr. Sumbo Tinarbuko, M.Sn
Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,
Fakultas Seni Rupa dan Program Pascasarjana ISI Yogyakarta
Jalan Parangtritis KM. 6,5 Sewon Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: sumbotinarbuko@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini dibuat untuk mendeskripsikan interaksi tanda verbal dan pesan verbal serta tanda visual dan pesan visual dari desain iklan politik pemilihan bupati, walikota dan gubernur dalam Pilkada 2018.

Tulisan ini dibuat untuk memahami makna konotasi atas keberadaan tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual yang muncul dalam desain iklan politik pemilihan bupati, walikota dan gubernur dalam Pilkada 2018.

Bagi produsen tanda yang terdiri dari desainer komunikasi visual, mempelajari semiotika komunikasi visual untuk memahami tanda, kode dan makna konotasi desain iklan politik Pilkada 2018 menjadi sangat penting. Dengan demikian, produsen tanda akan lebih kreatif dalam menciptakan tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual.

Tulisan ini dibuat menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan dan menginterpretasikan makna konotasi desain iklan politik Pilkada 2018 berdasarkan bangunan teori semiotika, teori desain komunikasi visual, teori gaya bahasa dan teori komunikasi politik.

Metode analisis semiotika komunikasi visual ditawarkan dan dimanfaatkan sebagai metode analisis tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual. Proses analisis objek penelitian dilakukan dengan memanfaatkan konsep analisis Triadik Sumbo Tinarbuko. Konsep analisis Triadik Sumbo Tinarbuko penulis ciptakan untuk mengidentifikasikan, mendeskripsikan dan memahami makna konotasi atas tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual yang terkandung dalam desain iklan politik Pilkada 2018.

Kata Kunci:
Desain Iklan Politik, Makna Konotasi, Semiotika Komunikasi Visual, Triadik Sumbo Tinarbuko.

SEMIOTIC DESIGN OF THE 2018 REGIONAL ELECTION POLITICAL ADVERTISEMENT

ABSTRACT

This paper is written to describe the interaction of verbal signs and verbal messages as well as visual signs and visual messages from the design of political advertisement for election of regents, mayors, and governors in the 2018 election.

This paper was created to find out the connotation meaning of verbal language and visual signs as well as verbal messages and visual messages that appear in the design of political advertising election of regents, mayors, and governors in the 2018 election.

For the sign manufacturers that consisting of visual communication designers, studying the semiotics of visual communication becomes very important to understand the signs, codes, and connotations of political design Pilkada 2018 election. Thus, sign manufactuters will be more creative in creating verbal signs and visual signs as well as verbal messages and visual

messages.
This paper is made using qualitative research methods by describing and interpret the connotation in the design of political advertising Pilkada 2018 election based on theory of semiotics, the theory of visual communication design, theory of language style and political communication theory.
The method of visual communication semiotics analysis is offered and utilized as a method of verbal sign analysis and visual sign as well as verbal messages and visual messages. The process of object analysis is done by utilizing the concept of Triadik Sumbo Tinarbuko. The concept of Triadik Sumbo Tinarbuko created by the author to identify, describe, and understand the connotation meaning of verbal signs and visual signs as well as verbal messages and visual messages that contained in the political advertising design Pilkada 2018 election.

Keywords:
Design of Political Advertising, Meaning of Connotation, Semiotics of Visual Communication, Triadik Sumbo Tinarbuko.

PENDAHULUAN

Iklan politik Pilkada tabiatnya hampir sama dengan iklan komersial (Nuradi, 1996:4). Sepak terjangnya merupakan bagian dari fenomena bisnis modern. Tidak ada perusahaan (baca: partai politik) yang ingin maju dan memenangkan kompetisi bisnis (baca: Pemilu, Pilkada) tanpa mengandalkan iklan (politik). Demikian pentingnya peran iklan politik dalam ‘’bisnis partai politik’’ sehingga salah satu parameter bonafiditas partai politik terletak pada seberapa banyak dana yang digelontorkan untuk iklan politik tersebut. Di samping itu, iklan politik merupakan jendela kamar dari sebuah partai politik. Ia sanggup menghubungkan parpol dengan masyarakat. Khususnya calon pemilih (Tinarbuko, 2009:1).

Bagi sang calon penguasa, mitos beriklan politik berbiaya mahal, diyakini mendongkrak popularitas. Namun, popularitas tidak memengaruhi elektabilitas. Bagi pemilih, hal penting adalah kerja nyata. Bukan tampang, citra, apalagi sekadar nama tenar. Iklan politik, apa pun bentuknya, hanyalah upaya memperkenalkan diri kepada publik.

Realitas sosialnya, seperti dikutip dari Kolom Opini harian *Kedaulatan Rakyat* (Tinarbuko, 2 Juni 2013), para calon penguasa yang beriklan politik lebih mengedepankan wajah. Penampakan visual wajah sang calon penguasa menjadi komoditas yang dijual layaknya artis. Lebih parah, mereka tidak menyebutkan apa saja yang sudah dikerjakan, melainkan mengumbar janji gombal.

Iklan politik dengan memajang wajah sang calon penguasa mengindikasikan si pengiklan tidak merakyat. Mereka tidak mengutamakan ideologi. Mereka bagaikan peserta kontes kecantikan dan lomba ketampanan. Bukan ideologi, hanya sebatas

kontesnologi.

Jika sang calon penguasa terjun ke jagat politik dan ingin dikenal publiknya, dia harus mau bekerja keras. Hasil kerja kerasnya akan mengangkat namanya kelak. Tentu saja kerja keras itu bukan dalam hitungan bulan atau setahun sebelum pemilihan umum. Mereka sudah harus mulai bekerja sejak sekarang untuk Pemilu 5-10 tahun mendatang.

Cara promosi paling efektif adalah dari mulut ke mulut. Meski demikian, beriklan penting, karena beriklan sama dengan berinvestasi. Sebaliknya, beriklan tidak sama dengan cara kerja petani yang menanam padi lantas 3-4 bulan kemudian panen. Beriklan terutama iklan politik seperti menanam pohon jati. Lama dan perlu dirawat dengan sepenuh hati.

Atas dasar pengalaman komprehensif semacam itu, rakyat cenderung waspada. Rakyat semakin *permana* menentukan siapa yang layak memimpin negeri ini. Kehati-hatian seperti itu didasari fakta sejarah. Selama ini, para pemimpin bangsa yang diberi kepercayaan rakyat untuk mengelola Republik tercinta dikenal lewat kemasannya saja. Karena senantiasa mendewakan kemasan visualnya akibatnya, para pemimpin bangsa dan pejabat publik lebih banyak bekerja dengan beradu strategi demi merebut kekuasaan. Dengan label penguasa, mereka dipastikan memiliki hak mengelola bangsa dan negara ini. Lewat predikat penguasa, mereka mempunyai hak dan merasa paling mampu serta paling benar mengatur bangsa ini. Dengan sebutan penguasa, mereka dapat memproyeksikan dirinya beserta pengikutnya untuk menikmati kesejahteraan lahir batin.

Dalam era budaya layar seperti sekarang ini, masyarakat tidak akan terpengaruh janji sang calon penguasa yang manis di mulut, namun pahit dalam kenyataan kehidupan sehari-hari. Mereka tidak mau bagian dari kehidupannya diganggu oleh janji gombal yang disuarakan sang calon penguasa dukungan partai politik tertentu yang senang berburu kekuasaan.

Untuk itulah, kita berharap pada sang calon penguasa dan partai politik untuk senantiasa mengedepankan moralitas, menjunjung tinggi kejujuran, dan berpolatindak pada kearifan lokal serta tidak menebar sampah visual iklan politik saat berkampanye. Kita percaya, masih banyak partai politik dan sang calon penguasa yang layak mendapatkan pulung amanat rakyat menjadi pemimpin bangsa. Dengan menempuh jalan yang baik dan benar serta bermartabat. Kita percaya, masih banyak negarawan

pengayom masyarakat, yang rela mengabdikan diri demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut di atas, tulisan berjudul Semiotika Desain Iklan Politik Pilkada 2018 dihadirkan dengan tujuan utama untuk memahami makna konotasi atas keberadaan tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual yang muncul dalam desain iklan politik pemilihan bupati, walikota dan gubernur dalam Pilkada 2018.

Tulisan ini berfokus memahami makna konotasi pada iklan politik Pilkada 2018 dengan mengambil objek pembahasan berupa iklan politik pemilihan Gubernur Jawa Tengah yang dimuat pada harian Kompas terbitan tanggal 20 Juni 2018 dan 22 Juni 2018.

Ada dua iklan politik pemilihan Gubernur Jawa Tengah. Pertama, iklan politik milik H. Ganjar Pranowo, SH, MIP (calon gubernur petahana) berpasangan dengan calon wakil gubernur H. Taj Yasin. Ganjar dan Yasin memperoleh nomer undian 1 sebagai penanda visual nomor coblosan. Sedangkan penantangnya, pasangan calon gubernur Sudirman Said dengan Ida fauziyah yang memosisikan diri sebagai calon wakil gubernur. Dirman dan Ida mendapatkan nomer undian 2 sebagai penanda visual nomor coblosan.

Tulisan berjudul Semiotika Desain Iklan Politik Pilkada 2018 dibuat menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan dan menginterpretasikan makna konotasi desain iklan politik Pilkada 2018 berdasarkan bangunan teori semiotika (Barthes, 2010), (Danesi, 2010), (Eco, l979), (Judith, 1984) (Noth, 1995), teori desain komunikasi visual (Tinarbuko, 2015), (Tinarbuko, 2017), teori gaya bahasa (Keraf, 2005) dan teori komunikasi politik (Nimmo, 1993). Metode analisis semiotika komunikasi visual dimanfaatkan sebagai metode analisis tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual. Proses analisis objek penelitian dilakukan dengan memanfaatkan konsep analisis Triadik Sumbo Tinarbuko (Tinarbuko, 2017).

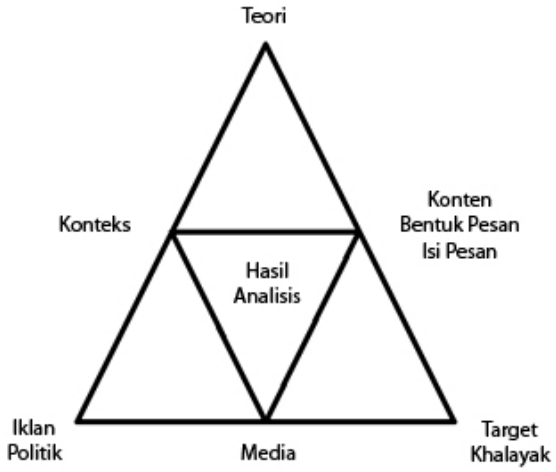
Hasil tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif berupa rujukan secara teoretis kepada produsen tanda yang terdiri dari desainer komunikasi visual. Hal itu menjadi sangat penting. Oleh karena itu, mereka diharapkan berkenan mempelajari semiotika komunikasi visual. Tujuannya untuk memahami tanda, kode dan makna konotasi desain iklan politik Pilkada 2018. Harapan lainnya, produsen tanda akan lebih kreatif dalam menciptakan tanda verbal dan tanda visual. Begitu pula saat

merancang pesan verbal dan pesan visual yang diterapkan dalam desain iklan politik di tahun politik ini.

METODE PENELITIAN

Metode analisis semiotika komunikasi visual pada tanda verbal dan tanda visual desain iklan politik Pilkada 2018, sejatinya beroperasi pada dua jenjang analisis. *Pertama*, analisis tanda secara individual, mencakup: tanda, kode, dan makna tanda. *Kedua*, analisis tanda yang membentuk teks. Sedangkan teks menurut Yasraf Amir Piliang (1998:88) dipahami sebagai kombinasi tanda-tanda. Dengan demikian, karya desain komunikasi visual salah satunya berbentuk desain iklan politik juga dapat dilihat sebagai sebuah teks.

Tulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara mengidentifikasikan dan menginterpretasikan makna konotasi desain iklan politik Pilkada 2018. Semuanya dilakukan dengan menyandarkan diri pada bangunan teori semiotika, teori desain komunikasi visual, teori gaya bahasa dan teori komunikasi politik. *C*ara melakukan proses analisis objek penelitian dilakukan secara deskriptif dengan memanfaatkan konsep Triadik Sumbo Tinarbuko.



Triadik Sumbo Tinarbuko

Konsep ini penulis ciptakan untuk mengidentifikasikan dan memahami makna konotasi atas tanda dan kode pada karya desain komunikasi visual berbentuk desain iklan politik Pilkada 2018. Di sisi lain, desain iklan politik Pilkada 2018 membutuhkan

media untuk merepresentasikan pesan verbal dan pesan visual yang ada di dalamnya. Untuk itu, dipilihlah media berbentuk koran atau biasa juga disebut sebagai media massa cetak.

Keberadaan desain iklan politik Pilkada 2018, diselaraskan dengan target khalayak sasaran yang dituju. Garis lurus antara karya desain komunikasi visual berbentuk desain iklan politik Pilkada 2018 dengan pilihan media media berwujud harian *Kompas*, penempatannya selajur dengan sudut target khalayak sasaran. Ketiganya ditempatkan pada sisi bawah garis Triadik Sumbo Tinarbuko.

Di sisi kiri Triadik Sumbo Tinarbuko terdapat sudut lurus karya desain komunikasi visual berbentuk desain iklan politik Pilkada 2018 adalah konteks (kesepakatan proses mengkaji karya desain iklan politik Pilkada 2018, dalam bentuk rumusan masalah). Dan sudut paling atas adalah teori utama dan teori penunjang yang digunakan sebagai referensi untuk membantu mengkaji objek pembahasan tersebut.

Di sisi sebelah kanan garis Triadik Sumbo Tinarbuko dimulai dari sudut target khalayak sasaran, lalu naik ke sudut konten (berisi bentuk pesan dan isi pesan desain iklan politik Pilkada 2018,) dan di sudut atas ketemu lagi dengan sudut adalah teori utama dan teori penunjang yang digunakan sebagai referensi untuk membantu mengkaji objek pembahasan tersebut.

Singgungan antara sisi kiri garis Triadik Sumbo Tinarbuko bernama konteks akan terhubung garis lurus dengan singgungan sisi kanan bernama konten. Selanjutnya menurun menghubungkan dengan sudut dari singgungan karya desain komunikasi visual berwujud desain iklan politik Pilkada 2018, dengan khalayak sasaran yang bernama media. Ketiga titik tersebut (konteks – konten – media) membentuk segitiga sama sisi terbalik. Pada titik itulah alur pikir kajian semiotika komunikasi visual menemukan bentuknya berupa paparan deskrisptif makna konotasi tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual desain iklan politik Pilkada 2018, yang menjadi objek pembahasan tulisan ini (Tinarbuko, 2017:55-56).

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Identifikasi serta Deskripsi Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Politik Pilkada Jawa Tengah 2018, versi GANJAR 1 YASIN

(Iklan politik Ganjar – Yasin, berukuran 16 cm x 10 cm,
dimuat di harian Kompas, 20 dan 22 Juni 2018)

Tanda Verbal:

Headline:
GANJAR 1 YASIN

Sub Headline:
H. GANJAR PRANOWO, SH, MIP & H. TAJ YASIN

Slogan:
TETEP! MBOTEN KORUPSI MBOTEN NGAPUSI

Tanda Visual:

Ilustrasi:
Ikon wajah H. Ganjar Pranowo, SH, MIP calon gubernur petahana diletakkan di sebelah kiri taferil iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018. Di sisi kanan terpampang ikon wajah H. Taj Yasin, calon wakil gubernur. Mereka ditampilkan dalam posisi tegap dengan senyum mengembang di bibirnya. Mereka mengenakan kemeja berwarna putih dengan kancing terbuka di bagian atas. Ikon wajah H. Taj Yasin, calon wakil gubernur tampak mengenakan topi kopiah warna hitam. Terlihat pula jenggot tipis di bawah bibirnya. Sedangkan ikon wajah H. Ganjar Pranowo, SH, MIP sebagai calon gubernur

petahana tidak memakai topi kopiah, tetapi justru memperlihatkan rambutnya yang dominan berwarna putih dalam model potongan rambut bergaya cukur potong pendek.

Ikon wajah pasangan Ganjar 1 Yasin disatukan dalam sebuah lingkaran tebal berwarna kuning dengan *outline* garis hitam melingkari hampir keseluruhan lingkaran tersebut. Latar belakang dari lingkaran yang di dalamnya ada Ganjar 1 Yasin terlihat bendera Merah Putih. Di bagian bawah dari lingkaran yang berisi ikon wajah H. Ganjar Pranowo, SH, MIP calon gubernur petahana dan ikon wajah H. Taj Yasin, calon wakil gubernur Jawa Tengah dikunci dengan ukiran sulur-suluran khas ukiran Jepara Jawa Tengah yang membelit sekaligus menyangga lingkaran itu agar tetap berdiri kokoh.

Sedangkan pada bagian paling bawah diletakkan papan nama meja yang bertuliskan nama kedua calon gubernur dan calon wakil gubernur Jawa Tengah: Ganjar – Yasin. Latar belakang papan nama meja tersebut berwana hitam. Warna kuning dipilih untuk memberi warna pada tipografi Ganjar – Yasin. Di tengah nama kedua calon peserta Pilkada Provinsi Jawa Tengah diterakan angka 1. Angka tersebut merupakan penanda visual sekaligus penanda verbal atas nomer undian dari calon peserta Pilkada dengan nomer urut satu. Pada angka 1 juga diberi lingkaran dengan warna dasar merah hati. Di sekeliling lingkaran berwarna merah diberi garis outline berwarna hitam, dilingkari lagi dengan lingkaran warna putih. Kemudian ditutup dengan warna hitam. Angka satu diberi warna putih. Di atas lingkaran diberi ornament ukiran Jepara dengan motif mahkota raja.

Layout:
Layout atau tata visual dari iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN terbagi menjadi dua sama besar. Sebelah kiri, ukurannya sekitar 9,5 cm, berisi ilustrasi ikon wajah calon peserta Pilkada Jawa Tengah 2018. Dilengkapi pula dengan nomer urut serta nama panggilan dan nama lengkap calon peserta Pilkada. Sisi bagian kanan berdimensi 6,5 cm, berisi slogan.

Warna:
Iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN menampilkan warna merah sebagai warna dominan. Kemudian juga menggunakan warna kuning, putih dan hitam.

Komposisi:
Iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN mengunakan

komposisi center atau simetris. Membagi bidang media iklan menjadi dua bagian dalam ukuran yang sama besar. Pada bidang ukuran yang lebih besar, diisi dengan menempatkan ikon wajah H. Ganjar Pranowo, SH, MIP calon gubernur petahana dan ikon wajah H. Taj Yasin sebagai calon wakil gubernur peserta Pilkada Jawa Tengah 2018. Sedangkan pada bidang yang sedikit lebih kecil, digunakan untuk meletakan slogan atas iklan politik tersebut: TETEP! MBOTEN KORUPSI MBOTEN NGAPUSI.

Tipografi:
Iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN menggunakan beberapa jenis tipografi. Untuk headline: GANJAR 1 YASIN, menggunakan jenis huruf Cooper Black. Jenis huruf Gill Sans MT digunakan untuk memvisualkan sub headline: H. GANJAR PRANOWO, SH, MIP H. TAJ YASIN. Jenis huruf pada slogan: TETEP! MBOTEN KORUPSI MBOTEN NGAPUSI, menggunakan dua jenis huruf. Untuk kata TETEP, memakai jenis huruf Stencil Std. Sedangkan jenis huruf Adobe Garam ond Pro Bold digunakan untuk memvisualkan kalimat MBOTEN KORUPSI MBOTEN NGAPUSI.

Analisis Semiotika Komunikasi Visual pada Iklan Politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN

Secara konotatif, pesan verbal yang muncul dari tanda verbal iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN adalah untaian janji politik seperti yang tertera dalam slogan iklan politik tersebut: TETEP! MBOTEN KORUPSI MBOTEN NGAPUSI. Slogan tersebut disusun dengan mempertimbangkan rima pengulangan bunyi yang berselang dan berakhir dengan huruf ‘n’ untuk kata ‘’mboten’’. Serta berakhir pada huruf ‘i’ untuk kata ‘’korupsi’’ dan ‘’ngapusi’’. Ada pun kata ‘’TETEP!’’ didesain menyerupai desain stempel guna menegaskan pada sebuah prinsip dan kominten untuk tetap jujur, tidak menipu dan tidak korupsi.

Gaya bahasa yang digunakan dalam iklan politik ini dipilih menggunakan gaya bahasa tidak resmi. Menurut Gorys Keraf (2005:118), gaya bahasa tak resmi banyak digunakan untuk kepentingan tidak resmi dan hadir dalam bentuk yang tidak konservatif. Hal itu terlihat dari teks slogan iklan politik ini yang cenderung menggunakan bahasa Jawa. Degan memilih menggunakan gaya bahasa tidak resmi, GANJAR 1 YASIN lewat iklan politiknya memiliki kesadaran untuk merangkul calon pemilih yang sebagian besar adalah orang Jawa.

Slogan iklan politik tersebut secara konotatif berusaha meyakinkan calon pemilih, bahwa Ganjar dan Yasin akan menjalankan tugas sebagai pejabat penyelenggara pemerintahan dengan jujur. Mereka berjanji mengedepankan kewajiban sebagai pelayan masyarakat dengan menjunjung tinggi slogan politik yang mereka tuliskan dalam iklan politik. Janji politik Ganjar dan Yasin yang dituangkan dalam iklan politiknya sudah teruji oleh ruang dan waktu. Realitas sosial maupun realitas politik membuktikan bahwa Ganjar Pranowo saat menjabat Gubernur Jawa Tengah pada periode pertama, tidak pernah sedikit pun tersangkut masalah korupsi.

Slogan iklan politik tersebut secara konotatif juga memberi peneguhan pada ilustrasi ikon wajah GANJAR 1 YASIN. Mereka bersatu dan menyatukan diri dengan negara, alam raya, kebudayaan dan dengan rakyat yang harus dilayaninya. Hal itu terlihat dari hubungan indeksikal antara lingkaran yang diterakan nama mereka berdua. Serta lingkaran yang berisi diri mereka berdua dalam naungan bendera Sang Saka Merah Putih. Lingkaran besar berisi ikon wajah mereka berdua dikuatkan dengan lingkaran kecil di bawahnya yang berisi nomer urut satu.

Makna konotasi yang muncul atas simbol lingkaran besar dan lingkaran kecil adalah memprioritaskan masalah- masalah kecil yang muncul dari sektor ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, kesehatan, tenaga kerja, lingkungan hidup, jika tidak diselesaikan satu per satu, akan menjadi masalah besar. Makna konotasi lainnya, untuk menyelesaikan masalah besar yang muncul di provinsi Jawa Tengah, sebaiknya difokuskan dari yang kecil dulu.

Secara konotatif, pilihan tipografi Cooper Black yang dipadu dengan jenis huruf Gill Sans MT untuk memvisualkan teks pada slogan menegaskan bahwa janji politik yang tertuang di dalam slogan bersifat baik dan buruk yang direpresentasikan dengan warna hitam dan putih. Mereka memilih bersikap baik dan jujur dengan berjanji pada dirinya sendiri untuk senantiasa tidak korupsi dan tidak menipu (ngapusi). Janji itu kemudian diubah menjadi realitas media dalam bentuk iklan politik yang tersebar luas di tengah masyarakat calon pemilihnya.

Makna konotasi ikon wajah dan senyum di kulum GANJAR – YASIN memunculkan pemahaman bahwa mereka adalah pasangan yang ramah, optimis, bekerja keras, jujur dan santun. Makna konotasi tersebut dapat pula dilacak dari penampakan indeksikal mereka yang ditampilkan dalam posisi tegap dengan senyum mengembang di bibirnya. Simbol kejujuran juga dimunculkan dalam iklan politik ini. Ganjar dihadirkan secara

visual menggenakan kemeja berwarna putih. Sebagai calon gubernur petahana, ia tidak memakai topi kopiah, tetapi justru memperlihatkan rambutnya yang dominan berwarna putih dalam model potongan rambut bergaya cukur potong pendek.

Makna konotasi atas warna merah yang sangat mendominasi iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi GANJAR 1 YASIN hal itu didasarkan warna partai politik PDI Perjuangan. Ganjar menjadi anggota partai politik berlogo kepala banteng. Sedangkan warna lainnya merupakan representasi simbolik warna pendukung partai politik yang mengusung pasangan GANJAR 1 YASIN. Terdiri partai Golkar, PPP, Partai Nasdemdan Partai Demokrat.

Untuk itu, mereka berdua dikonotasikan menjadi pasangan calon gubernur dan wakil gubernur nomer satu yang juara. Secara konotatif layak menjadi pemenang Pilkada 2018. Hal itu terlihat dari indeks angka satu dan simbol mahkota raja yang menaungi angka satu. Makna konotasi lainnya, angka satu dicoblos untuk menyatukan pasangan GANJAR 1 YASIN menjadi gubernur dan wakil gubernur terpilih.

Identifikasi serta Deskripsi Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Politik Pilkada Jawa Tengah 2018, versi Dirman-Ida

(Iklan politik Dirman – Ida, berukuran 16 cm x 10 cm,
dimuat di harian Kompas, 20 dan 22 Juni 2018)

Tanda Verbal:

Headline:
Janji 1 Periode

Sub Headline:
Dirman-Ida Cagub & Cawagub Jateng 2018 – 2023

Sudirman Said Calon Gubernur Jateng 2018 – 2023
Ida Fauziyah Calon Wakil Gubernur Jateng 2018 – 2023

Body Copy:
5 Juta Lapangan Kerja
1 Juta Pengusaha Perempuan
Cabut Kartu Tani
Naikkan Penghasilan Guru Honorer
Dan Pegawai Tidak Tetap

COBLOS KERUDUNGNYA
Nomor 2

Slogan:
MBANGUN JATENG
MUKTI BARENG

Tanda Visual:

Ilustrasi:
Ikon wajah Sudirman Said bersanding dengan ikon wajah Ida Fauziyah. Mereka berdua, Dirman – Ida, mendeklarasikan diri menjadi calon Gubernur Jateng periode 2018 – 2023 dan calon Wakil Gubernur Jateng periode 2018 – 2023. Mereka berdua mengenakan baju batik berwarna latar coklat dan coklat tua. Sudirman melengkapi kombinasi busananya dengan menambahkan topi kopiah warna hitam dan berkacamata. Sedangkan Ida Fauziyah mengenakan baju batik dengan warna latar coklat tua dipadupadankan dengan mukena berwarna coklat muda. Ikon wajah Dirman – Ida ditampilkan dalam dalam keadaan tersenyum, dengan wajah keduanya menghadap pembaca harian Kompas, tempat iklan politik tersebut dipasang.

Layout:
Layout atau tata visual dari iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi Dirman – Ida terbagi menjadi dua sama besar. Garis penjuru membagi kedua bidang tersebut ditandai dengan peletakan garis pembatas yang turun ke bawah sampai pada batas lengan Dirman – Ida. Sebelah kiri, ukurannya sekitar 8,5 cm, berisi ilustrasi ikon wajah Sudirman Said. Jika ditarik ke atas, maka akan ketemu garis maya yang menempatkan setengah dari teks body copy, setengah dari teks headline, setengah dari teks sub headline dan setengah lingkaran yang di dalamnya berisi angka dua sebagai nomer urut mereka. Selanjutnya sisi sebelah kanan berdimensi 7,5 cm, berisi ikon wajah Ida Fauziyah. Jika ditarik ke atas akan ketemu garis maya seperti pada sisi sebelah kanan. Di sisi sebelah kanan dari garis maya tersebut terlihat sisa kelengkapan teks body copy, teks headline, teks sub headline dan setengah lingkaran yang di dalamnya berisi angka dua sebagai nomer urut mereka.

Warna:
Iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi Dirman – Ida menampilkan dominasi warna putih sebagai latar belakang dari iklan politik tersebut. Kemudian juga

menggunakan warna hijau, merah, coklat dan hitam.

Komposisi:
Iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi Dirman – Ida mengunakan komposisi center atau simetris. Membagi bidang media iklan menjadi dua bagian dalam ukuran yang sama besar. Pada bidang ukuran yang lebih besar, diisi dengan menempatkan ikon wajah Sudirman Said calon gubernur dan ikon wajah Ida Fauziyah sebagai calon wakil gubernur peserta Pilkada Jawa Tengah 2018. Sedangkan di atas penempatan ilustrasi kedua calon, ditempatkan angka dua sebagai nomer urut mereka. Di atasnya dilengkapi pula dengan menempatkan teks body copy, teks headline, teks sub headline dan slogan.

Tipografi:
Iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi Dirman – Ida menggunakan dua jenis tipografi. Untuk headline, mengunakan jenis huruf Arial. Sedangkan untuk sub headline, body copy dan slogan menggunakan jenis tipografi Cambria

Analisis Semiotika Komunikasi Visual pada Iklan Politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi Dirman – Ida

Secara konotatif, pesan verbal yang muncul dari tanda verbal iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 versi Dirman – Ida adalah upaya untuk merebut kursi kekuasaan sebagai gubernur Jawa Tengah dari sang petahana Ganjar Pranowo. Sebagai penantang pasangan Dirman – Ida menembakkan sejumlah janji politik yang mereka terakan dalam headline yang bertuliskan: ‘’Janji 1 Periode’’. Makna konotasi yang muncul dari headline tersebut menyatakan pasangan Dirman – Ida bukan tipe pejabat yang gila dengan kekuasaan. Mereka hanya menginginkan sekali saja berkuasa selama satu periode kepemimpinannya. Makna konotasi lainnya muncul dalam sub headline: ‘’5 Juta Lapangan Kerja, 1 Juta Pengusaha Perempuan, Cabut Kartu Tani, Naikkan Penghasilan Guru Honorer dan Pegawai Tidak Tetap, COBLOS KERUDUNGNYA Nomor 2’’. Teks sub headline pada iklan politik milik pasangan Dirman – Ida menawarkan makna konotasi perwujudan mimpi kesejahteraan dari warga masyarakat yang masih belum memiliki pekerjaan, pekerja dan pengusaha perempuan, guru dan pegawai honorer. Mimpi semacam itu menjadi impian sekaligus fatamorgana bagi sebagian besar warga masyarakat yang bermukim di Jawa Tengah.

Gaya bahasa yang digunakan dalam iklan politik ini dipilih menggunakan gaya bahasa

resmi. Menurut Gorys Keraf (2005:117), gaya bahasa resmi banyak digunakan untuk kepentingan yang bersifat resmi. Keberadaannya digunakan untuk pidato, kampanye dan acara seremonial lainnya. Gaya bahasa resmi yang digunakan dalam iklan politik Dirman – Ida terlihat jelas pada headline dan sub headline.
Sedangkan slogan dari iklan politik Pilkada 2018 versi Dirman –Ida: ‘’MBANGUN JATENG MUKTI BARENG’’ juga disusun dengan mempertimbangkan rima pengulangan bunyi yang berselang dan berakhir dengan huruf ‘’ng’’

Sementara itu teks sub headline disusun dengan pendekatan kalimat perintah. Dalam perspektif KBBI, kalimat perintah adalah sebuah kalimat yang mengandung intonasi dan memiliki makna perintah: ‘’5 Juta Lapangan Kerja, 1 Juta Pengusaha Perempuan, Cabut Kartu Tani, Naikkan Penghasilan Guru Honorer dan Pegawai Tidak Tetap, COBLOS KERUDUNGNYA Nomor 2’’.

Slogan iklan politik milik Dirman – Ida berbunyi ‘’MBANGUN JATENG MUKTI BARENG’’secara konotatif berusaha meyakinkan calon pemilih, bahwa bersama Dirman – Ida akan mendapatkan kesejahteraan secara bersama-sama. Bagi orang Jawa filosofi mukti dan kamukten itu adalah tujuan hidup yang senantiasa diupayakan selama jiwa masih melekat di dalam tubuh manusia. Filosofi mukti dan kamukten tersebut dipinjam untuk merayu target khalayak sasaran calon pemilih pasangan Dirman – Ida.

Pilihan tipografi untuk headline iklan politik ini mengunakan jenis huruf Arial. Secara konotatif, jenis huruf ini memancarkan makna netral dan feminin. Cenderung halus dan bersifat nJawani. Secara konotatif , makna netral dan feminin dari jenis huruf Arial terlihat dari susunan teks yang ditempatkan sebagai headline. Meskipun Dirman – Ida ingin merebut kekuasaan dari tangan gubernur petahana Ganjar Pranowo, tapi upaya perebutan kekuasaan itu dikemas secara halus, nJawani dan egaliter dalam sebuah headline yang berbunyi: ‘’Janji 1 Periode’’.

Sedangkan untuk sub headline, body copy dan slogan menggunakan jenis tipografi Cambria. Jenis huruf ini memiliki makna konotasi, tegas, lugas dan jelas. Makna konotasi dari jenis huruf Cambria menemukan kekuatannya ketika digunakan untuk memvisualkan sub headline yang berbunyi: : ‘’5 Juta Lapangan Kerja, 1 Juta Pengusaha Perempuan, Cabut Kartu Tani, Naikkan Penghasilan Guru Honorer dan Pegawai Tidak Tetap, COBLOS KERUDUNGNYA Nomor 2’’.

Makna konotasi atas warna putih yang sangat mendominasi iklan politik Pilkada Jawa

Tengah 2018 versi Dirman – Ida hal itu didasarkan pada kesepakatan berkoalisasi antara partai politik Gerindra dengan PKS. Sedangkan warna lainnya yang terdiri warna hijau, merah, coklat dan hitam adalah representasi indeksikal sekaligus representasi simbolik dari partai politik Gerinda dan PKB.

SIMPULAN

Tulisan ini dibuat dalam rangka melakukan proses pengkajian semiotika komunikasi visual pada iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018. Proses pengkajian diawali dengan melakukan tahapan identifikasi dan deskripsi atas tanda verbal yang terdiri dari headline, sub headline dan slogan. Proses pengkajian selanjutnya melakukan tahapan identifikasi dan deskripsi atas tanda visual yang terdiri dari: ilustrasi, tipografi, layout atau tata visual, komposisi dan warna dari iklan politik tersebut. Selanjutnya mencari serta memahami makna konotasi atas keberadaan pesan verbal dan pesan visual yang terkandung dalam iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018.

Penerapan analisis semiotika komunikasi visual dengan objek pembahasan iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 ini, melibatkan penggunaan bangunan teori semiotika, teori gaya bahasa, dan teori desain komunikasi visual dan teori komunikasi politik. Semua unsur semiotika yang meliputi tanda, kode, dan makna menjadi pertimbangan utama dalam melihat dan menangkap pesan yang mencuat dalam karya desain komunikasi visual berbentuk iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018. Penerapan pendekatan analisis semiotika komunikasi visual diharapkan mampu menjadi salah satu pendekatan baru untuk memperoleh makna konotasi atas keberadaan iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018.

Cara melakukan proses analisis objek penelitian dilakukan secara deskriptif dengan memanfaatkan konsep analisis Triadik Sumbo Tinarbuko. Konsep analisis ini penulis ciptakan untuk melihat dan mengidentifikasikan serta mendeskripsikan tanda verbal dan tanda visual yang terkandung di dalam iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018. Penerapan konsep analisis Triadik Sumbo Tinarbuko pada ujungnya diharapkan mampu memahami makna konotasi atas pesan verbal dan pesan visual yang terkandung dalam iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018.

Setelah dilakukan proses kajian semiotika komunikasi visual atas objek pembahasan iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2018 dengan menggunakan pendekatan konsep analisis Triadik Sumbo Tinarbuko. Dari sana dapat disimpulkan hubungan ketiga unsur

semiotika yang meliputi tanda, kode dan makna terlihat sangat erat keterkaitannya. Interaksi atas tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual saling melengkapi antara yang satu dengan lainnya. Hasil dari interaksi tersebut kemudian memunculkan makna konotasi sesuai dengan teks dan konteks yang ada di dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Selain itu, pesan verbal dan pesan visual yang terkandung di dalam iklan politik Pilkada 2018 hadir secara simbolik dan indeksikal. Dengan demikian, hasil penafsiran atas makna konotasi menjadi relatif ideal. Hal itu menyebabkan makna konotasi iklan politik tersebut menjadikan sangat menarik. Mengapa? Karena ketiga unsur semiotika tersebut (tanda, kode dan makna) berhasil menghadirkan pluralitas makna konotasi atas pesan verbal dan pesan visual yang terkandung dalam iklan politik Pilkada 2018.

DAFTAR PUSTAKA

Barthes, Roland (2010). *Image/Music/Text* atau *Imaji Musik Teks,* terjemahan Agustinus Hartono (1990). Penerbit Jalasutra, Yogyakarta.

Danesi, Marcel. (2010). *Messages, Signs, and Meaning: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory* atau *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi,* terjemahan Evi Setyarini dan Lusi Lian Piantari (2004). Penerbit Jalasutra, Yogyakarta.

Eco, Umberto. (l979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.

Gorys Keraf (2005). *Diksi dan Gaya Bahasa.* Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Noth, Winfriend. (1995). *Handbook of Semiotics*. Blommington and Indianapolis: Indiana University Press.

Nimmo, Dan. (1993). *Political Communication and Public Opinion in America* atau *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*, terjemahan Tjun Surjaman (buku asli diterbitkan tahun tidak berangka tahun). Penerbit: Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

Nuradi. (1996). *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia

Pustaka Utama.

Piliang, Yasraf Amir. (1998). *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Penerbit Mizan.

Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Iklan Politik dalam Realitas Media* Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.

Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.

Tinarbuko, Sumbo. (2 Juni 2013), ‘’Iklan Calon Penguasa’’ harian *Kedaulatan Rakyat.*

Tinarbuko, Sumbo. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global.* Yogyakarta: Penerbit CAPS.

Tinarbuko, Sumbo. (2017). *Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit BP ISI Yogyakarta.

Williamson, Judith. (1984). *Decoding Advertisements, Ideology and Meaning in Advertising.* London: Marion Boyars Publishers Ltd, 24 Lacy Road.

.

IDENTITAS DAN EKSPRESI ARTISTIK LUKISAN ANAK AUTIS SEBAGAI PROSES TERAPI

Muchammad Bayu Tejo Sampurno, MA.[1]
[1]Program Doktoral Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa,
Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
E-mail : m.bayutejo@gmail.com

ABSTRAK

Gangguan spektrum autisme semakin berkembang dari tahun ke tahun. Hal tersebut mendorong para peneliti dalam melakukan eksplorasi terkait metode penyembuhan anak autis. Seni memiliki fleksibilitas yang membuatnya berpeluang masuk ke dalam ranah kesehatan sebagai salah satu metode terapi untuk anak autis. Seni menawarkan anak autis cara berkomunikasi dengan menggunakan simbolisasi yang disampaikan melalui lukisan. Simbolisasi tersebut juga sarat dengan ekspresi artistik yang khas dan memiliki identitas kulturalnya sendiri. Ekspresi artistik anak autis tidak hanya terdapat pada lukisan, namun dipertunjukkan juga saat proses melukis. Penelitian ini menggunakan sudut pandang *synaesthetic* dan *multisensory* untuk (1) mengkaji gaya pertunjukan simultan yang dipertunjukkan oleh anak autis saat proses melukis sebagai proses terapetik; (2) sebagai sudut pandang terhadap pembacaan simbolisasi yang terdapat dalam lukisan anak autis. Ketika proses terapi, anak autis dan terapis terlibat bersama dan merasakan kejadian transedental, memunculkan ide-ide komprehensif, serta mengalami pengalaman, gaya, dan konsep yang unik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seni menempati posisi di antara tindakan terapetik dan tindakan kreatif, yaitu (1) seni dapat dijadikan sebagai salah satu proses terapi melalui proses kreatifnya, (2) proses terapetik dapat dilihat sebagai seni pertunjukan, dan (3) integrasi antara ruang empati-terapis-anak autis mampu memunculkan potensi anak autis yang tervisualisasikan melalui nilai artistik dari hasil karya seni yang dihasilkan. Melalui penelitian ini, diharapkan mampu mengenalkan seni sebagai salah satu metode terapi bagi anak autis sekaligus bentuk seni yang mengedepankan identitas, orisinalitas, dan karakteristik artistik anak autis.

Kata kunci : Identitas, ekspresi, artistik, anak autis, terapi

IDENTITY AND ARTISTIC EXPRESSION OF AUTISTIC CHILDREN'S PAINTING AS A THERAPEUTIC PROCESS

ABSTRACT

Autism spectrum disorders were growing nowadays. This encourages researchers in exploring the autistic child's healing methods. Art has the flexibility that makes it possible to enter into health as a method of therapy for children with autism. Art offers autistic children how to communicate using symbolization through its painting. The symbolization is also had distinctive artistic expression and has its own cultural identity. The artistic expression of autistic children is not only in the paintings but also in the painting process. This study uses synaesthetic and multisensory perspectives, to (1) study the simultaneous performance style shown by autistic children during the painting process as a therapeutic process; (2) as the point of view of reading the symbolization in the autistic child's painting. During the therapeutic process, autistic children and therapists engage together and experience transcendental happenings, makes and exploring comprehensive ideas, and experience unique in styles and concepts. The results

show that art occupies a position between therapeutic action and creative action, (1) art can be used as a therapy process through its creative process, (2) therapeutic process can be seen as performing arts, and (3) integration between empathy room autistic children-coatings are able to elicit the potential of autistic children who are visualized through the artistic value of the artwork. This research expected can introduce art as one of the therapy methods for children with autism as well as an art form that puts the identity, originality, and artistic characteristics of children with autism.

Keywords : Identity, expression, artistic, autism, therapy

PENDAHULUAN

Autisme berada dalam spektrum gangguan yang disebut *Autism Spectrum Disorder* (ASD). Kategori gangguan ini diklasifikasikan melalui *Diagnostic and Statistics Manual* (DSM) di bawah label *Pervasive Developmental Disorder*, yang di dalamnya termasuk diagnosa autisme, sindrom Asperger, dan *Pervasive Developmental Disorder not Otherwise Specified* (PDD-NOS). Bersama-sama, mereka mewakili kategori gangguan yang dicirikan oleh kekakuan berpikir, kurangnya pengaruh emosional, dan gangguan dalam pemrosesan sensorik. DSM-IV-TR (2000:70) mendefinisikan *autism disorder* sebagai adanya gangguan atau abnormalitas interaksi sosial dan komunikasi, serta aktivitas dan minat yang terbatas. Maka dari itu, komunikasi adalah gangguan utama pada autisme, yang membuatnya terisolasi dari lingkungan dan terkesan memiliki dunia sendiri.

Autisme hampir bersamaan disebutkan pada tahun 1940 oleh Leo Kanner di Amerika Serikat dan Hans Asperger di Austria (Sacks, 1995). Keduanya menggunakan kata "autis" untuk menggambarkan kondisi dengan label yang pertama kali digunakan oleh psikiater Eugen Bleuler pada tahun 1911 untuk menggambarkan aspek skizofrenia (Frith, 2003). Hal tersebut mengacu pada reduksi hubungan kepada orang-orang dan dunia luar secara ekstrem yang mengesampingkan lingkungan sekitarnya kecuali diri sendiri. Reduksi atau isolasi ini dapat digambarkan sebagai penarikan diri dari kehidupan sosial ke dalam diri, sesuai dengan kata 'autistik' dan 'autisme' yang berasal dari kata *autos* (Yunani) yang berarti "diri"(Frith, 2003:8).

World Health Organization (WHO) dalam situs resminya menyatakan 1:160 anak di dunia mengalami gangguan autisme (diakses pada 3 Juli 2018), di mana pada awal 2000-an prevalensinya sekitar 1:1000 kelahiran, lalu penelitian pada 2008 menunjukkan peningkatan hingga 1,68:1000 kelahiran. Fakta tersebut menunjukkan bahwa penyandang autisme meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian terkait pengobatan autisme terus dilakukan, mulai dari penggunaan obat-obatan, model terapi antara lain

seperti *Applied Behavior Analysis* (ABA), *Developmental, Individual DIfferences, Relationship-Based Approach* (DIR), terapi okupasi, terapi sensori-integrasi, *speech therapy*, *art therapy,* dan *The Picture Exchange Communication System* (PECS). Untuk penelitian ini, saya memfokuskan pada *art therapy* sebagai model terapetik kreatif bagi anak autis. Tujuannya untuk membantu meningkatkan kemampuan komunikasi verbal anak autis yang dilakukan melalui proses melukis.

Berkaitan dengan seni, pada dasarnya anak autis-pun juga gemar berskesenian. Anak autis yang masih dalam kategori 'anak-anak' menjadikan seni sebagaimana anak lain pada umumnya, yaitu sebuah '*nature*'. Hal tersebut dikarenakan seni memiliki aspek yang sangat dekat dengan dunia anak, yaitu aspek bermain yang di dalamnya terdapat sifat yang menyenangkan.

Di dalam proses terapi seni terjadi proses kreatif yang dipertunjukkan oleh anak baik secara sadar maupun tidak. Proses kreatif tersebut merupakan poin kunci yang mampu menjadi asesmen selanjutnya dalam proses terapi. Selain itu, poin kunci ketika proses kreatif juga merupakan pertunjukan estetik karena memperlihatkan unsur keindahan yang murni. Dari proses kreatif yang di dalamnya ada tindakan terapi, maka akan dihasilkan karya lukis yang artistik. Penelitian ini mencoba untuk melihat identitas dan ekspresi artistik dari proses kreatif dan lukisan anak autis, sebagai sebuah kompleksitas terapi untuk meningkatkan kemampuan komunikasi anak autis. Peran yang berkesinambungan antara terapis, anak autis, media seni dan segala yang mendukungnya, memiliki pengaruh yang penting dalam proses terapetik seni ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berbasis kualitatif, dengan menggunakan sudut pandang interdisiplin yaitu *synaesthetic* dan *multisensory* untuk (1) mengkaji gaya pertunjukan simultan yang dipertunjukkan oleh anak autis saat proses melukis sebagai proses terapetik; (2) sebagai sudut pandang terhadap pembacaan simbolisasi yang terdapat dalam lukisan anak autis.

Pengambilan sampel menggunakan metode *single case* dengan batasan spasial di Yogyakarta, Maka R (8 tahun) dipilih sebagai subjek penelitian. R dipilih karena memiliki atribut yang unik sebagai anak autis, yaitu indikasi sebagai *gifted disynchronie* dengan gangguan autisme. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Observasi fokus terhadap perilaku R saat di rumah, sekolah, dan lingkungan sekitar. Hasil observasi menunjukkan bahwa R tidak menunjukkan kontak

mata samasekali terhadap orang yang baru dikenalnya. Untuk aspek adaptasi lingkungan, R tidak menunjukkan gangguan yang mengganggu terhadap lingkungan sekitarnya dan lingkungan yang baru dikunjunginya. R mampu mengendalikan sisi emosionalnya dan terlihat tenang. R akan menunjukkan gejala tantrum ketika benda yang disukainya diambil. Hasil observasi digunakan sebagai modal awal untuk merancang instrumen proses perilaku kreatif yang mengacu pada tahap perkembangan anak dan periodesasi lukisan anak oleh Cathy Malchiodi. Wawancara dilakukan dengan orang tua dan guru R, untuk mengetahui secara mendalam perilaku R dari perspektif orang lain. Studi dokumentasi dilakukan dengan kajian terhadap perkembangan pendidikan R, laporan kesehatannya, dan hasil lukisan yang pernah dibuat oleh R.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan interpretasi naratif. Peneliti melihat perilaku dan kehidupan R melalui karya seninya. Robert Coles mengatakan bahwa metode untuk memahami adalah melihat, melakukan kegiatan bersama, merasakan, dan menuliskannya di kertas (dalam Woodruff dan Wodruff, 1992:26). Dengan melakukan observasi terhadap R dengan detail dan spesifik dalam beberapa bulan, mendengarkan dan mengajukan pertanyaan, dan dihubungkan dengan hasil karyanya, dapat dipahami dan dimengerti identitas, makna, dan nilai artistik R dan karakteristiknya. Interaksi dengan R mampu membantu melihat pola R dalam menginterpretasi kehidupannya. Clara Park (2000:7) mengatakan bahwa mendeskripsikan anak autis dan kehidupannya harus bersifat anekdot, karena tanpa anekdot seperti itu ada kata-kata tetapi bukan pengalaman.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Seni muncul dengan fleksibilitasnya sebagai salah satu metode terapi. Terapi seni berbeda dari mengajar seni atau mendidik seni. Para terapis seni menggunakan intervensi klinis untuk memperkuat dan memperluas kegiatan seni untuk anak dengan kebutuhan khusus dengan berfokus pada tujuan terapeutik. Posisi proses penciptaan seni lebih penting daripada produk dalam terapi seni. Terapis seni tidak memfokuskan pada teknik dalam seni atau memberikan pengetahuan estetika pada anak. Melalui pemahaman tentang perilaku dan atribut psikologis anak, rancangan tindakan terapetik seni dibuat untuk meningkatkan kemampuan anak, baik dalam kognisi, afeksi, dan psikomotor. Berkaitan dengan hal tersebut, terapis seni bekerja dengan penyandang autisme untuk meningkatkan kerja sama, interaksi dengan lingkungan, juga kesadaran dan koordinasi tubuh. Tujuan dari terapi seni adalah untuk memunculkan simbol dalam karya seni, yang berfungsi sebagai alat untuk memproses pikiran dan perasaan yang tersembunyi (Malchiodi, 2007). Terapis seni dilatih dalam kegiatan terapi seni,

baik yang terstruktur maupun tidak terstruktur, yang dikembangkan untuk masalah 'unik' dari setiap individu. Seni meningkatkan kemampuan berpikir abstrak, dan komunikasi non-verbal dan verbal untuk siswa yang didiagnosis autisme (Martin, 2009). Pendidikan seni dan terapi seni menggunakan berbagai material dan modalitas yang dapat membantu siswa autisme untuk mengatur, memroses, dan mengkoordinir pengalaman mereka yang terlalu banyak atau yang kurang distimulasi (Martin, 2009).

Seni sebagai psikoterapi bagi anak pernah dibahas oleh Gross dan Haynes yang memperkenalkan aplikasi dari terapi seni pada anak-anak dalam *Handbook of Art Therapy* (2003). Bagi anak pada umumnya, ekspresi seni telah menjadi bahasa alami yang dimiliki anak dan dapat menjadi modal yang berharga dalam mengekspresikan trauma, kesedihan, atau kejadian traumatik lainnya. Anak-anak baik dengan gangguan autisme maupun tidak, memiliki kesulitan dalam mengekspresikan masalah atau gangguan yang dialaminya, dan seni adalah salah satu media bagi anak untuk berkomunikasi secara non-verbal. Gross dan Haynes dalam *Handbook of Art Therapy* (Malchiodi (ed.), 2003), mengungkapkan beberapa alasan mengapa ekspresi seni dapat digunakan dalam terapi anak yaitu (1) seni dapat mengurangi kecemasan dan membantu anak-anak merasa lebih nyaman dengan terapis, karena peran seorang terapis lebih tepat dikatakan sebagai 'perantara' bukan sebagai 'penyembuh' yang menjadi mediator antara pasien dan memori yang tersimpan dalam anak sebagai pasien, kemudian mempertemukan antara keduanya sehingga dapat ditentukan cara atau metode agar memori yang tersimpan dalam benak pasien dapat terungkap, hal tersebut ditujukan untuk dapat memutuskan tindakan lanjutan sebagai langkah penyembuhan dengan media yang tepat; (2) seni meningkatkan daya ingat (memori); (3) seni melatih anak dalam bercerita (narasi) karena pada dasarnya seni (dalam bahasan ini adalah menggambar) digunakan sebagai cara untuk membuka, untuk membantu anak mengkonstruksi trauma secara naratif sekaligus membantu mereka mengenang peristiwa traumatis; dan (4) seni dapat mendorong anak untuk menceritakan lebih jelas jika dibandingkan dengan bercerita secara verbal. Di dalam seni sebagai media terapi terdapat istilah *reframing* dan *reexposure*. *Reframing* adalah sebuah cara berpikir mencari alternatif kreatif melihat suatu masalah lebih dari satu sudut pandang, dari berbagai perspektif, sehingga memungkinkan masalah tidak menjadi sebuah beban. *Re-exposure* adalah membuka atau membongkar, dengan membawa kembali pengalaman mereka ke dalam kesadaran, agar dapat menuntun mereka lebih teratur karena membuka kembali pengalaman trauma pada korban adalah komponen utama dalam proses intervensi trauma. Memori baik traumatik maupun tidak, selalu dibawa dalam keseharian. Maka dari itu perlu adanya penempatan agar memori ini ditem-

patkan pada tempat yang tepat. Tujuan dari pengungkapan secara keseluruhan adalah untuk membuat fragmen peristiwa traumatik yang pernah dialami, memisahkan dengan pengaruhnya pada perilaku keseharian yang mungkin tidak sesuai dengan pengalaman yang sedang dilalui saat ini. Hal tersebut menjadi penting bagi anak autis, karena memori yang bersifat negatif berpeluang menutup atau membatasi potensi yang dimilikinya, dan bentuk sederhananya adalah: sulit berkomunikasi.

Akhirnya dapat disimpulkan bahwa semuanya kembali pada fungsi seni bagi anak, yaitu sebagai media eskpresi perasaan, komunikasi, bermain, serta pemahaman. Fungsi dari terapi seni adalah untuk membantu anak untuk mengeluarkan masalah yang dialaminya, dan mengetahui metode yang tepat untuk pemulihan masalah anak. Narasi hasil karya anak berasal dari pengalaman mereka, yang mampu menafsirkan kehidupan mereka menjadi makna pribadi (Thunder-McGuire, 1999). Julia Kellman (2001:2) menulis:

> *It is as conveyers and constructors of meaning that narrative and art play their most important roles, for it is through images and words that children inform themselves of how their world is put together, how they must interact with it, and what is of consequence in their lives.*

Dalam kata lain karya seni yang dibuat hanya sebagai moderasi antara terapis dan anak. Saat proses pemindahan dari pikiran ke dalam bentuk karya lukis, pikiran anak dikuasai alam bawah sadar. Masalah atau keadaan traumatik yang dialami anak dituangkan dalam simbol yang merupakan representasi dari apa yang mereka inginkan, apa yang dilihat, dan apa yang dipikirkan. Dari simbol tersebut dapat dideteksi kejadian traumatik yang dialami oleh anak. Saat bekerja dengan anak dan ekspresi seni nya, hal yang perlu diperhatikan oleh terapis adalah untuk ikut masuk dalam dunia anak, melihat dengan visi dan persepsi anak, sehingga terapis mampu benar-benar memahami apa yang direpresentasikan anak dalam lukisannya.

Penelitian ini menawarkan ‘ruang empati’ sebagai *therapeutic space.* Ruang empati ini didapat dari hasil interpretasi fenomena ‘panti rehablitasi’ dengan perspektif *synaesthetic* dan *multisensory.* Terjadi pembelajaran yang terintegrasi sebagai upaya terapi anak autis. *Integrated Learning* (IL) merupakan salah satu model pembelajaran yang dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap anak, terutama meningkatkan daya imajinasi anak yang merupakan modal untuk pengembangan kreativitas anak (Sustiawati, Suryatini, Ayu, & Artati, 2018:131). Di dalam ruang empati, interaksi antara terapis, anak autis, dan seni menjadi fokus dari proses terapetik. Interaksi terapis

dan anak autis terwujud dalam karya seni yang mendefinisikan ruang kosmos dari diri anak autis. Pemikiran ini didukung oleh konsep dari Winnicott (1971) tentang ruang, yaitu:

> Psikoterapi terjadi dalam *overlapping* dari dua bidang bermain, yaitu pasien dan terapis. Psikoterapi terhubung dari dua orang yang bermain bersama. (Winnicott, 1971:38).
>
> Psikoanalisis telah dikembangkan sebagai bentuk permainan yang sangat khusus dalam bentuk komunikasi dengan diri sendiri, orang lain, dan lingkungan sekitar (Winnicott, 1971:41)

Argumen yang senada diutarakan oleh Loewald (1975) yang menyebut pasien dan analis (anak autis dan terapis) sebagai co-author dan co-actor dari drama yang dibuat dalam sesi terapetik, dan Schafer (1983) yang menggambarkan bermacam bentuk narasi dalam psikoanalisis sebagai karya yang dibuat bersama oleh terapis dan anak autis, yang masing-masing menceritakan sesuatu kepada orang lain dengan cara yang unik. Bagaimanapun, tanpa bimbingan dan hubungan harmonis dari terapis dan lingkungan sekitar (termasuk media), anak autis tidak akan mampu mengkomunikasikan perasaannya melalui karya seni.

Ada harmonisme ruang empati dan estetika karena dua hal tersebut berhubungan dengan persepsi inderawi. Sebagai cabang filsafat seni, estetika secara historis telah menjawab pertanyaan tentang apa yang membentuk keindahan dalam seni. Dalam pencarian tersebut, untuk mendefinisikan keindahan adalah pada aspek formal dari objek seni. Banyak terapis seni, dalam upaya untuk menjauhkan diri dari elitisme dan sikap menghakimi telah mengabaikan pertimbangan estetika dan malah menempatkan anak-anak di usia lima tahun mampu memanipulasi simbol dengan menggunakan media berbeda untuk mengungkapkan perasaan dan ide mereka. Gardner (1994) mengklaim bahwa manusia memiliki tiga sistem — membuat, mempersepsikan, dan merasakan— sejak lahir dan sepanjang rentang hidup mereka. ‘Membuat’ mencakup tindakan yang merupakan perilaku suatu organisme. Setelah seseorang dapat menguasai tindakan, sistem pembuatan cenderung menghubungkan tindakan ke dalam urutan. Seiring berjalannya waktu, tindakan yang relatif terpisah dapat menjadi struktur yang terorganisir karena operasi mental bergantung pada motivasi dan kondisi yang sesuai untuk mengembangkan keterampilan. Sistem persepsi memungkinkan seorang individu untuk membedakan atau membedakan lingkungan eksternal dan memungkinkan fenomena menjadi bagian dari kecenderungan internal mereka secara bertahap. Sistem perasaan dihasilkan dari pengalaman indra manusia dan memungkinkan mereka untuk mengilustrasikan emosi dengan perilaku. Pola perilaku dipengaruhi oleh interaksi dan

timbal balik yang digunakan seniman dalam perannya sebagai pencipta, kritikus, dan sekaligus audiens. Seseorang dapat membedakan perasaannya dari konteks sosial dan refleks dalam tingkah lakunya. Seniman mengekspresikan perasaan mereka melalui karya seni mereka. Pada gilirannya, karya seni membangkitkan komunikasi karena audiens merasakan *taksu* dari karya seni. Oleh karena itu, perasaan adalah komponen penting dari perkembangan artistik. Pada saat itu, sistem penginderaan berubah menjadi persepsi preferensial, struktur sistem pembuatan mengembangkan skema kompleks dan kemudian perilaku kreatif.

Terapis dan anak autis bisa memosisikan dirinya sebagai seniman pertunjukan (aktor), dan mengkonversi tindakan terapetik menjadi sebuah pertunjukan teatrikal. Sesuai dengan pendapat Hamilton yang mengatakan bahwa pertunjukan teatrikal dapat dilihat melalui berbagai macam tindakan, asalkan terdapat hubungan ekspresi dan emosi dari aktor dan hal tersebut ditangkap oleh audiens (dalam Alvares, dkk., 2010:17). Di dalam proses berkeseniannya, ekspresi anak autis tergambarkan melalui berbagai macam aspek. Ekspresi ditampilkan secara nyata melalui gerakan-gerakan simbolis yang membuatnya menubuh dengan media lukis sebagai ekspresi estetiknya. Selanjutnya ekspresi juga ditampilkan tersirat melalui simbolisasi melalui goresan dan sapuan kuas di atas media lukis anak autis. Di dalam ruang empati yang merupakan panggung pertunjukan, mereka diberikan kebebasan penuh untuk mengekspresikan apa yang mereka rasakan tanpa ada batas. Anak autis diposisikan sebagai seniman yang memiliki otoritas untuk melakukan apa yang mereka mau, namun tetap pada pengawasan terapis. Hal ini menunjukkan bahwa mereka (terapis dan anak autis) merupakan *performer* dalam pertunjukan terapetik. Mereka secara sinergis memperlihatkan ekspresinya sesuai perannya masing-masing.

Selain ekspresi, aspek yang perlu diperhatikan untuk memuaskan audiens adalah emosi. Saya lebih suka menyebutnya ‘sisi emosional’. Sisi emosional yang terjadi dalam proses terapetik dapat diperlihatkan melalui ekspresi nyata maupun ekspresi yang tersimbol. Sebagian besar masyarakat memandang autisme adalah fenomena yang membutuhkan ‘belas kasihan’. Namun, tidak banyak yang mengetahui bahwa autisme bukan hanya tentang belas kasihan, namun juga keterbakatan, kekhsususan. Penyandang autisme yang masuk dalam kategori ‘anak berkebutuhan khusus’ menjadi bukti bahwa autisme bukan hanya tentang seseorang yang perlu dikasihani, namun merupakan seseorang yang memiliki ‘kekhususan’. Ekspresi yang dikeluarkan oleh anak autis dalam ruang empati sebagai panggung pertunjukannya merupakan kekhususan penyampaian sisi emosionalnya. Anak autis melihat ruang empati sebagai ‘wadah emosional’ yang

bisa menampung kenangan dan perasaan yang dimilikinya. Sisi emosional juga terlihat dalam hubungan yang harmonis antara terapis dan anak autis dalam ruang empati. Melukis membuat anak autis mampu meningkatkan pengalaman artistiknya dengan optimal, di mana hal tersebut berhubungan dengan teknik. Teknik memerlukan koordinasi dari gerak tubuh yang berarti pengalaman artistik anak autis juga ikut meningkatkan kemampuan motorik anak. Saat melukis, anak autis dilatih untuk melakukan pengontrolan terhadap tangan dan jari, melatih otot-otot tangan, dan eksplorasi jari. Seni dapat meningkatkan kemampuan anak untuk mengatur gerak tubuhnya dan menginterpretasikan pengalaman sensoris. Anak autis sering mengalami kondisi *hyper* dan *hypo* dalam hal stimulasi diri yang berhubungan dengan buruknya kemampuan tubuh untuk memfilter pemakaian sensoris dengan baik dan seringkali membutuhkan bantuan orang dewasa untuk menenangkan, meredakan, atau menetralkan energi sensoris yang dimilikinya. Seni digunakan dalam membantu mereka untuk membiasakan tubuhnya saling berintegrasi satu sama lain. Misalnya ketika anak melukis pemandangan, dan di dalam pikirannya dia sudah membayangkan gambar yang akan dituangkan. Setelah itu anak autis akan mencoba menuangkan ide dan gagasannya melalui simbolisasi bentuk dan warna berupa pemandangan, mulai dari objek yang sekiranya ada dalam pemandanga, dan mulai memberi warna pada lukisan yang dibuatnya. Jika anak tidak memiliki koordinasi sensoris yang baik, maka hasil lukisan dengan apa yang mungkin dibayangkan oleh anak autis menjadi tidak karuan. Dengan awal mula menggambar, anak akan mampu mengontrol gerak tubuhnya dan melatih saraf-saraf untuk mengkoordinasikan dengan pikiran sehingga mampu membuat goresan yang diinginkannya. Lalu melukis membuat anak mampu mengaplikasikan koordinasi antara saraf dengan pikiran, karena pada dasarnya melukis membutuhkan rasa yang lebih tinggi daripada menggambar. Dengan mempelajari goresan anak yang dapat diidentifikasi melalui konsep catatan perkembangan artistik anak, maka dapat dilihat pula perkembangan motorik halus anak melalui hasil lukisan yang dibuatnya. Pada anak autis yang memiliki gangguan dalam pengendalian emosi yang mana gangguan tersebut berpengaruh pada motorik halus anak autis, melukis menjadi terapi yang tepat. Dalam melukis anak mengalami tahapan berupa menggambar dan memberi warna. Saat memberi warna anak secara perlahan dilatih untuk memberi warna dalam objek (tidak keluar objek). Hal ini membuat anak lebih berhati-hati dan memaksa dirinya untuk melatih pengontrolan motorik halusnya sehingga dapat melakukan tindakan sesuai keinginannya dalam hal positif.

Seni mampu menjadi salah satu media untuk menambah kepercayaan diri anak autis. Argumen tersebut sama dengan pendapat Freedman yang membahas efek penggunaan

budaya visual dalam proses artistik, serta melalui koneksi lintas-kurikuler. Freedman (2003) menyatakan bahwa pendidik seni (dalam hal ini bisa disebut sebagai terapis seni) telah membuat langkah penting dalam memasukkan budaya visual di kelas. Hal tersebut senada dengan siswa karena seni adalah bagian dari kehidupan sehari-hari anak dan bahwa pendidikan seni sangat penting dalam dunia kontemporer (Freedman, 2003:38). Freedman mengatakan bahwa budaya visual dalam proses berkarya seni adalah cara yang sangat baik untuk mengajarkan anak bahwa karya seni dapat mengekspresikan emosi atau menyalurkan ide, dan memberikan tantangan terhadap eksplorasi ide anak dalam karya mereka sendiri (Freedman, 2003). Terkait dengan produksi karya seni sebagai proses terapetik bagi anak autis, pendapat Freedman bisa diartikan bahwa dia terus menekankan betapa pentingnya proses dan produksi artistik bagi anak untuk menyadari potensi mereka dalam mengkomunikasikan ide, dan percaya bahwa hubungan dengan budaya visual dapat memberikan anak kesempatan untuk membuat koneksi ke pengetahuan sebelumnya, yang dapat membantu mengembangkan keterampilan atau memberikan motivasi. Setelah koneksi tersebut dibuat, seorang terapis dapat menggabungkan keterampilan artistik dalam proses, sehingga anak dapat mengekspresikan diri dengan lebih baik. Di dalam proses berkesenian dalam ruang empati terjadi proses penekanan gagasan identitas yang diekspresikan melalui proses dan produk artistik. Selain itu, seni juga dapat dilihat sebagai tindakan sosial, suatu bentuk ekspresi diri, atau pernyataan sosial atau perjalanan pribadi individu (Freedman, 2003:39). Dengan pemikiran ini, anak autis dapat berkomunikasi melalui karya seni mereka tanpa tekanan untuk menciptakan karya seni yang bersifat profesional, tetapi sebuah karya seni konseptual, yang dapat dikaitkan atau diintegrasikan dengan disiplin lainnya.

Karya R

Karya seni yang dihasilkan oleh anak autis dalam ruang empati memiliki nilai artistik yang tinggi. Sebagai contoh, di bawah ini adalah lukisan dari R (8 tahun) pada 2017 yang dilukis dengan menggunakan spidol di atas media kertas ukuran 30x 40 cm.

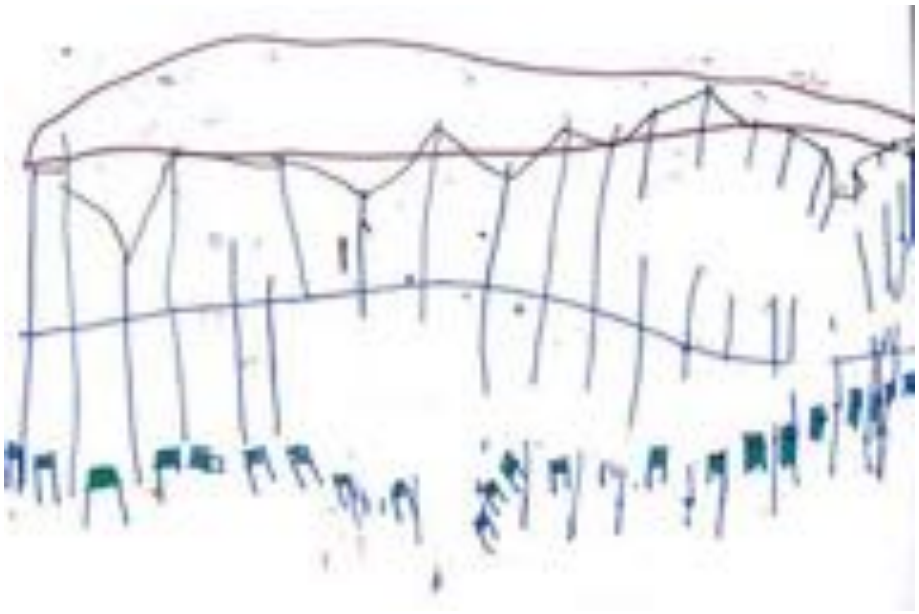
Gambar 1. *Karya R, "Bertarung"*

Lukisan di atas berjudul "Bertarung", yang menggambarkan suasana pertarungan gladiator di Koloseum. Identifikasi gladiator dan Koloseum tergambar dari simbolisasi yang ada dalam lukisan. Ketika proses melukis, R menunjukkan perilaku yang aktif. Seringkali R bergaya layaknya gladiator dan mengajak saya bermain perang-perangan, dan setelah itu dia melanjutkan berkarya kembali. R melukis sambil bercerita, berteriak menirukan suara hewan yang dilukiskannya, dan menirukan gaya seperti terlibat dalam pertarungan, seolah-olah ikut masuk kedalam cerita. Objek yang ditampilkan dalam karya tersebut ada figur seorang manusia yang dalam lukisan ini berperan sebagai Gladiator, hewan-hewan, bangunan Koloseum, dan tribun penonton. Objek pertama adalah manusia, dengan identifikasi bentuk dari susunan kepala, badan, tangan dan kaki yang terlihat dalam figur manusia. Figur manusia tersebut memakai baju perang layaknya Gladiator. Warna yang digunakan pada figur ini adalah warna biru. Objek yang kedua dibagian tengah, yaitu bentuk binatang yang teridentifikasi sebagai singa. Bentuk singa dihiasi asesoris seperti jubah berwarna merah yang dipasang pada badan singa. Warna yang digunakan adalah merah, putih, coklat muda, dan biru. Objek ketiga, objek yang terletak disamping kanan objek kedua. Objek ketiga terlihat bentuk anak singa, berwarna coklat muda. Objek keempat dan kelima berada dibagian kanan, terlihat bentuk harimau. Lalu ada objek berbentuk kursi-kursi penonton di bagian bawah. Objek keenam terlihat bentuk bangunan Koloseum yang menjadi tempat pertarungan. Lukisan di atas termasuk dalam lukisan tipe *nonhaptic* atau realistik, karena bentuk sudah dapat diidentifikasi, dan bentuk-bentuk disusun sesuai dengan cerita. Pada saat melukis, R terlihat aktif di mana R menjadikan melukis sebagai media

bermain dirinya. Dalam kegiatan bermain ini, imajinasi, pikiran dan perasaan bergerak menciptakan permainan. R juga menjadikan melukis sebagai media untuk mengutarakan isi hatinya gagasannya, serta mengungkap kembali peristiwa yang pernah dialami dan dilihat oleh dirinya.

Lukisan yang dibuat oleh R memiliki karakteristik unik, yaitu:

1) Konsep ruang dan waktu sebagai lompatan kualitatif: memvisualisasikan figur manusia yang dalam lukisan ini diidentifikasi sebagai Gladiator yang merupakan penggambaran diri R, siap melawan hewan-hewan yang ada dalam pertarungan di Koloseum. Lukisan ini menembus konsep ruang dan waktu, di mana lukisan R membawa kita kembali ke zaman kekaisaran Romawi.
2) Transparansi yang terlihat dalam lukisan: pertarungan Gladiator dengan hewan-hewan yang terjadi di dalam Kolosseum diungkapkan oleh R. Menunjukkan transparansi yang muncul dalam lukisan.



Gambar 2. *Konsep transparansi dari Koloseum*

3) Gladiator dan objek anomali: fakta dalam pertarungan di Koloseum adalah ayam bukan termasuk hewan yang bertempur di Koloseum, tetapi di sini R menambahkan ayam untuk bergabung dalam pertarungan. Seni merupakan media komunikasi yang sangat efektif untuk mengungkapkan apa yang sulit untuk diutarakan. Ayah R adalah peternak ayam. Sebaga seorang anak, kasih sayang R untuk ayahnya sangat besar, begitu juga ayah R, tetapi R merasa perhatian ayahnya berkurang karena perhatian ayahnya terpecah pada ayam-ayamnya. R ingin bertarung dengan ayam ayahnya, karena jika ayam dikalahkan, R akan mendapat perhatian penuh dari ayahnya. Maka dari itu R memunculkan ayam dalam pertarungann-

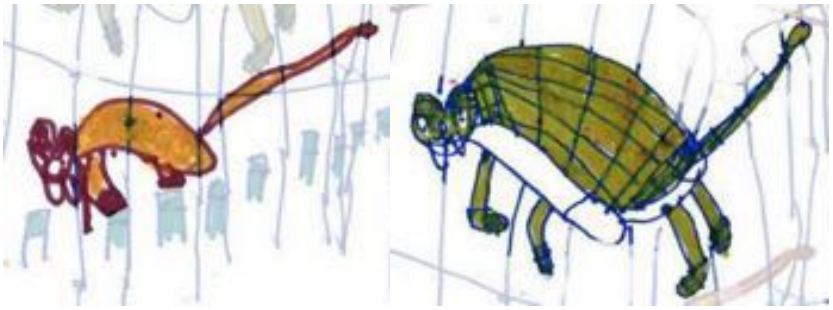
ya. Gladiator dalam lukisan R merupakan representasi dari dirinya. Hal tersebut merupakan bentuk egosentris yang dimiliki R. Dia ingin melawan ayam. R tidak suka ayahnya memelihara ayam, karena R sering merasa bahwa ayahnya lebih mementingkan ayam daripada dirinya. Meskipun hal tersebut hanya perasaan R pribadi, karena pada kenyataannya ayah R tidak pernah menmorduakan R, tetapi tetap ada keinginan dari R untuk melawan ayam karena jika ayamnya kalah, maka R akan mendapat perhatian 100% dari ayahnya.

Gambar 3. *Ayam sebagai objek anomali di lukisan R*

4) Singa sebagai representasi lingkungan sekitar R: singa adalah salah satu lawan lawan R dalam lukisannya. Singa itu diberi kostum oleh R yaitu jubah berwarna merah yang menutupi tubuhnya. Ekspresi singa sepertinya meremehkan kemampuan R. Hal tersebut adalah representasi lingkungan sekitar R, di mana R sering diremehkan oleh orang-orang di sekitarnya. Singa dalam lukisan R digambarkan sebagai melompat ke arah R, divisualisasikan dalam bentuk kaki ramping yang menyerupai gerakan melompat dan jarak antara kaki singa dan garis bawah lukisan. Visualisasi tersebut merupakan keadaan nyata terhadap apa yang R rasakan, di mana dia sering diremehkan oleh lingkungannya. R juga memperlihatkan kecemasannya ketika bertemu dengan orang-orang yang meremehkannya, dan sebenarnya dia ingin membuktikan pada lingkungan sekitarnya bahwa dia tidak layak untuk diremehkan.

Gambar 4. *Arah lompatan singa yang tervisualisasikan melalui simbol kaki yang melompat*

5) Harimau sebagai *clue* dari lukisan tentang ruang dan waktu: ada dua harimau dalam lukisan ini, yaitu harimau muda dan harimau tua keduanya diidentifikasi dari warna tubuh dan karakter wajah. Harimau muda menggunakan warna oranye, dan karakter wajah yang menandai usia muda. Macan tua menggunakan warna hijau karena dia didatangkan dari masa lalu, sebagai tanda bahwa situasi yang ditampilkan adalah situasi saat ini, namun bertempat di masa lalu. Warna hijau didefinisikan sebagai harimau yang tubuhnya penuh lumut.



Gambar 5. *Harimau yang menjadi clue lukisan melalui karakter wajah dan simbolisasi warna*

Semua analisis yang saya utarakan berdasar pada observasi dan interaksi secara langsung dengan R ketika dia melukis. Saya benar-benar mengikuti proses kreatif yang dilakukan oleh R. Dia dengan lancar menceritakan apa yang dia rasakan dan alami. Lukisannya dibuat secara spontan dan mengalir di mana dia tidak memikirkan apa yang akan dilihat orang terhadap lukisannya.

John Dewey (1980) mengidentifikasi kerangka filosofis untuk pembuatan seni. Menurut Dewey, seni dianggap sebagai pengalaman yang sempurna, di mana seniman meng-

gunakan pengalamannya sendiri yang bermakna untuk menciptakan pengalaman baru melalui media artistik, menggunakan simbol yang dibuat secara pribadi. Produk ini berdiri sebagai catatan pengalaman dan cara untuk mengkomunikasikan pengalaman kepada orang lain, dan sebagai dorongan untuk pengalaman baru bagi mereka yang melihatnya (Dewey, 1980). Maka dari itu, lukisan anak autis yang memiliki nilai artistik tinggi dapat menjadi sarana refleksi bagi audiens terhadap kreativitasnya sendiri. Penekanannya kemudian, adalah pada proses penciptaan karya seni, ekspresi ide-ide pribadi yang memiliki makna, dan tindakan komunikasi. Seni, oleh karena itu, adalah pengalaman sekunder dari anak autis, bentuk pengalaman yang halus dan kontemplatif. Dewey (1980) menulis:

> *If all meaning can be adequately expressed with words, painting and music will not exist. There are values and meanings that can be expressed only with the qualities that can be seen and heard directly, and to ask what it means in terms of something that can be put into words is to deny their distinctive existence* (1980: 74).

Dewey (1997:4) memandang pengalaman dan alam sebagai saling terkait, bukannya terpisah. Dia menulis pengalaman adalah juga di alam, yang bukan pengalaman yang dialami, tetapi alam. Alam adalah serangkaian interaksi, termasuk ruang empati dan segala kosmosnya dalampenelitian ini. Hal tersebut juga berlaku bagi alam yang mencakup segalanya dalam berbagai kompleksitas. Pengalaman utama menurut Dewey (1997), adalah pengalaman langsung yang tidak dimurnikan. Pengalaman estetik seni akan terjadi sebagai pengalaman utama. Pengalaman sekunder terjadi ketika ketegangan, resistensi, atau kegembiraan menyebabkan seseorang merefleksikan pengalaman utama. Anak autis benar-benar terlibat dalam karya seninya, setelah menguasai dirinya sendiri dengan pengalaman primer yang obyektif; hanya dengan demikian pengalaman dapat dilepaskan secara spontan sebagai ekspresi melalui media. Dewey (1980:70) menulisbahwa spontanitas dalam seni adalah penyerapan penuh dalam fenomena yang selalu diingat, yang mampu mempertahankan emosi.

SIMPULAN

Seni bagi anak autis juga mampu mengeluarkan potensi yang dimiliki oleh anak. Anak autis sebagaimana diketahui sebagai ‘anak berkebutuhan khusus’ pasti memiliki potensi yang khusus pula, namun mungkin belum terlihat mengenai potensi yang dimilikinya. Yatim (2007) mengatakan bahwa tidak semua anak autis memiliki kemampuan inteligensia yang rendah, sebanyak 20% dari anak autis memiliki IQ diatas 70. Hal tersebut secara tidak langsung menyebabkan anak autis memiliki berbagai macam

potensi, salah satunya di bidang seni. Di dalam kebutuhannya akan seni, berseni merupakan kebutuhan anak dalam berkomunikasi, berujar, serta berfikir yang sangat komprehensif. Pada saat berkesenian, semua pikiran dan perasaan anak akan aktif, bahkan pikiran anak akan bercampur dengan perasaan anak. Pikiran yang diolah sedemikian rupa akan menjadi sebuah gagasan yang diekspresikan pada karya seni. Sebagian besar anak autis yang hidup dalam dunia repetitif, dan membuat anak tersebut terkesan hidup seperti robot, tanpa inovasi dan tanpa imajinasi. Anak autis diberi pendidikan mengenai olah memori yang senantiasa mengacu pada pengalaman sebagai unsur hakiki dalam menuangkan ide dan gagasannya. Keindahan dapat dikenal melalui pengalaman, dan terbentuk oleh pengalaman dengan membayangkan sesuatu (Kattsoff, 2004). Pengalaman dalam seni dikategorikan menjadi dua jenis yaitu pengalaman artistik *(act of production)* dan pengalaman estetik *(perception and enjoyment)*. Pengalaman artistik adalah pengalaman seni yang terjadi dalam proses penciptaan karya seni (Dewey, 1980). Ketika anak autis melukis, otak akan aktif dan menyimpan semua pengalaman artistiknya. Bagi anak autis hal tersebut merupakan suatu proses pengembangan kemampuan pribadi yang sangat baik dimana mereka dapat menggunakan ingatan jangka panjang yang dimilikinya. Pengalaman ini dirasakan oleh anak autis pada saat melakukan aktivitas artistik yang dinamakan proses kreatif. Pada proses kreatif, semua pikiran dan perasaan anak akan aktif, sehingga dapat diartikan semua indera yang dimiliki anak akan aktif dan akhirnya dituangkan ke dalam bentuk karya seni. Karya seni yang dihasilkan oleh anak autis mungkin tidak banyak yang mengetahui maksud dan tujuannya, namun jika dicermati mengenai pemaknaan karya memang tidak bisa dianalisis secara instan. Hal yang perlu ditekankan adalah saat berkarya seni, anak autis tidak terhalang oleh berbagai macam definisi atau konsepsi mengenai ide dan gagasan apa yang ingin disampaikan. Tentunya karya yang dihasilkan akan berbeda dengan anak 'modern' jaman sekarang yang terkesan kaku dan takut untuk mencoba hal baru karena terlalu berkutat pada definisi dan konsep dari sebuah objek. Secara tidak langsung spontanitas yang dimiliki anak autis dalam berkarya dapat menghasilkan hasil karya yang artistik karena berpotensi banyak penuangan dalam bentuk simbol yang baru dalam hasil karya tersebut. Oleh karenanya, mereka memiliki identitas yang orisinal, yang membuat karyanya sarat akan nilai artistik. Dengan analisis dan kajian mendalam, anak autis memiliki tingkat kreativitas yang tinggi, tentunya dengan bimbingan dari orangtua, guru dan terapis yang mana kreativitas anak autis tersebut dapat diaplikasikan dalam berbagai macam bidang. Dengan memahami karakteristik dan potensi tersebut, seorang terapis terbantu dalam memperbaiki gangguan kesulitan yang dialami dan dapat menggali potensi yang selama ini tertutup oleh gangguan spektrumnya.

DAFTAR RUJUKAN

Alvares, I., Perez, H., dkk., (2010), *Expression in the Performing Arts,* Cambridge Scholars Publishing, Cambridge.

American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-IV-TR* (4th ed., text revision). Washington.

Dewey, J. (1997), *Experience and Nature*, Open Court, Chicago.

Dewey, J. (1980), *Art as Experience*, Penguin Putnam, New York.

Freedman, K. (2003), The Importance of Student Artistic Production to Teaching Visual Culture. *Art Education*, 56(2), 38–43. Diunduh 3 Juli 2018 dari http://www.jstor.org/stable/3194020.

Frith, U. (2003), Autism. *Scientific American, 7* (1), pp. 92-98.

Gardner, H. (1994), *The Arts and Human Development*, Basic Books, New York.

Kattsoff, Louis O. (2004). *Pengantar Filsafat.* Terjemahan Soemargono, Tiara Wacana Yogya, Yogyakarta.

Kellman, J. (2001), *Autism, Art, and Children: The stories we draw*, Bergin & Garvey, Westport.

Loewald, H. W. (1975), Psychoanalysis as an art and the fantasy character of the psychoanalytic situation. dalam H. W. Loewald (1980), Papers on psychoanalysis, 352-371, Yale University Press, New Haven, CT.

Malchiodi, C. (2007), *The Art Therapy Sourcebook*, McGraw Hill, New York.

Malchiodi, C. (2003), *Handbook of Art Therapy,* Guilford Publications, New York.

Martin, N. (2009), *Art as an Early Intervention Tool for Children with Autism*, Jessica Kingsley, London.

Park, C. C. (2000), Exiting nirvana. *American Journal of Art Therapy, 39* (1), 2-11.

Sacks, O. (1995), *An Anthropologist on Mars,* Vintage, New York.

Schafer, R. (1983), *The Analytic Attitude*, Basic Books, New York.

Sustiawati, N. L., Suryatini, N. K., Ayu, A., & Artati, M. (2018). Pengembangan Desain Pembelajaran Seni Tari Di Sekolah Dasar Berbasis Localgenius Knowledge Berpendekatan Integrated Learning. *MUDRA Jurnal Seni Budaya*, *33*(Nomor 1, Februari), 128–143.

Thunder-McGuire, S. (1999), Narrative accounts of experience, context, meaning, and purpose. In A. L. Nyman dan A. M. Jenkins (Eds.), *Issues and approaches to art for students with special needs.* The National Art Education Association, Reston.

Winnicott, D. W. (1971), *Playing and Reality*, Routledge, London.

Woodruff, J., dan Woodruff, S. C. (Eds.). (1992), *Conversation with Robert Coles.* University Press of Mississippi, Mississippi.

Yatim, Faisal. (2007), *Kenali Autisme Sejak Dini,* Pustaka Populer Obor, Jakarta.

DESAIN KARAKTER JAKA KEMBANG KUNING : SEBUAH RE-INTERPRETASI TOKOH WAYANG BEBER PACITAN KE DALAM BENTUK POPULER

Aditya Nirwana
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Ma Chung, Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Jawa Timur 65151 – Indonesia
Email : aditya.nirwana@machung,ac.id

ABSTRAK

Wayang mendapatkan pengakuan sebagai warisan budaya dunia dari Indonesia oleh UNESCO pada tahun 2008. Wayang Beber Pacitan, merupakan salah satu jenis Wayang yang membawakan lakon *Jaka Kembang Kuning* (Repertoar Panji), yang jika digali lebih dalam, memiliki peran strategis dalam pembentukan karakter bangsa. Sayangnya, berbagai hambatan kerap menjadikan Wayang Beber sulit berkembang. Ditambah lagi dengan sajian pertunjukan bergaya klasik-konservatif, seringkali menjemukan, dan kurang menarik minat kalangan muda. Padahal kalangan muda memiliki peran penting sebagai pewaris, pelaku, dan pengembang kebudayaan Nusantara di masa depan. Untuk merespons permasalahan ini, diperlukan sikap progresif.

Tujuan dari makalah ini adalah menemukan konsep dan visualisasi desain karakter baru dari figur Jaka Kembang Kuning dalam Wayang Beber Pacitan, yang mampu menarik minat audiens usia muda. Data dikumpulkan dengan melakukan pengamatan terhadap Wayang Beber Pacitan (6 Gulung, 24 Adegan), dan naskah lakon *Joko Kembang Kuning* untuk menemukan atribut visual maupun mental dari tokoh Wayang. Dengan menggunakan metode desain karakter Bryan Tillman, maka didapatkan konsep dan visualisasi karakter. Konsep karakter berupa arketipe karakter "*The Hero*", dengan karakteristik sikap yang ksatria, sensitif, *introvert*, dan sangat dikendalikan oleh emosi, yang disamping menguasai ilmu beladiri dan *kanuragan*, juga piawai dalam menari dan bermain musik. Adapun visualisasi dari konsep karakter tersebut, dengan menggunakan gaya gambar *Shonen Manga* didapatkan bentuk wajah berserta atribut fisikal (visual), dan bentuk badan beserta atribut fisikal. Bentuk figur karakter Dyan Jaka yang didapatkan dengan melakukan deformasi dan distorsi mendekati figur karakter super*hero* populer (berotot dan mengenakan *body armor*) ini diharapkan mampu menarik minat kalangan muda. Perancangan karakter ini merupakan salah satu upaya revitalisasi Wayang Beber, yang pada tahap selanjutkan akan diimplementasikan ke dalam medium buku cerita bergambar dan *webcomic*.

Kata kunci : wayang, beber, manga, karakter

Character Design of Jaka Kembang Kuning : A Reinterpretation of Wayang Beber Pacitan Character Figures in to Popular Form

Wayang received recognition as the world cultural heritage of Indonesia by UNESCO in 2008. Wayang Beber Pacitan, is one of the Puppet type that brought the play Joko Kembang Kuning (Repertoar Panji), which deeper, has a strategic role in the formation of the nation's character. Unfortunately, various obstacles often make Wayang Beber difficult to develop. Coupled with classical-conservative-style performances, it is often drab, and less attractive to young people. Though the young have an important role as the heir, perpetrators, and cultural developers of the archipelago in the future. To respond to this problem, a progressive attitude

is required.

The purpose of this paper is to discover the concept and visualization of the new character design of Jaka Kembang Kuning figure in Wayang Beber Pacitan, which is able to attract the interest of young audience. The data were collected by observing Wayang Beber Pacitan (6 Scrolls, 24 Scenes), and Joko Kembang Kuning play script to find the visual and mental attributes of Wayang characters. By using the character design method Bryan Tillman, then get the concept and character visualization. The concept of character in the form of archetypes of characters "The Hero", with characteristics of the attitude of the knight, sensitive, introverted, and heavily controlled by emotion, which besides mastering martial arts and kanuragan, also skilled in dancing and playing music. The visualization of the concept of the character, by using Shonen Manga style obtained face shape along with physical attributes (visual), and body shape along with physical attributes. The shape of Dyan Jaka's character figure obtained by deforming and distorting close to the figure of popular superhero character (muscular and wear body armor) is expected to attract young people. The design of this character is one of the revitalization efforts of Wayang Beber, which in the next stage will be implemented into the pictorial story books or webcomic.

Keywords: wayang, beber, manga, characters

A. PENDAHULUAN

Wayang Beber, sebagaimana namanya, merupakan wayang yang digambar di atas kertas, dan di-beber-kan ketika dipertontonkan. Adapun *dhalang* bertutur, menceritakan tiap-tiap adegan berurutan yang ada di setiap *gulungan*-nya. Penonton melihat adegan berupa gambar wayang, dan mendengar tuturan *dhalang*. Pertunjukan Wayang Beber ini, diiringi oleh gamelan *slendro*, yang terdiri dari *kendhang, rebab, kempul, kenong*, dan *kethuk*. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Haryanto (1988:41), bahwa pertunjukan Wayang Beber dilakukan dengan pembacaan cerita dan peragaan gambar-gambar yang melukiskan kejadian-kejadian atau adegan penting dalam cerita yang dimaksud, yang terlukis pada kertas. Pada *gulungan* kertas itu, menunjukkan isi dari cerita yang akan dipentaskan. Holt (1967:163) mengemukakan bahwa Wayang Beber adalah wayang yang terdiri dari ilustrasi-ilustrasi yang digambar pada *gulungan-gulungan* horizontal panjang yang digelar *dhalang* dari adegan demi adegan untuk disaksikan oleh penonton, seraya *dhalang* meresitasi cerita, berbicara, dan bernyanyi. Sejalan dengan pengertian tersebut, Rudhi Prasetyo, *dhalang* Wayang Beber Pacitan, dalam sebuah video dokumenter mengungkapkan bahwa Wayang Beber adalah salah satu varian dari Wayang yang ada di Indonesia yang cara mempertunjukkannya adalah dengan di-beber-kan, yang terdiri dari gambar-gambar yang dilukiskan dalam sebentang kertas lalu diceritakan (Parsaulian, 2016). Berbeda dengan Wayang Purwa yang memainkan repertoar Ramayana dan Mahabarata, Wayang Beber mementaskan repertoar Panji

Hingga saat ini, di Jawa, Wayang Beber terdapat di dua tempat. Yang pertama, yakni di Desa Karang Talun, Kelurahan Gedompol, Kecamatan Donorojo, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, selanjutnya, dikenal sebagai Wayang Beber Pacitan. Kedua, Wayang Beber yang terdapat di Desa Gelaran, Kelurahan Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta, yang dikenal dengan Wayang Beber Kyai Remeng. Wayang Beber Pacitan mengisahkan (lakon) Jaka Kembang Kuning dalam 6 *gulungan*, dengan 24 adegan (*jagong*). Sedangkan Wayang Beber Kyai Remeng mengisahkan Kyai Remeng Mangunjaya dalam 8 *gulungan*, dengan 16 adegan. Keduanya bersumber dari cerita Panji, karena baik Jaka Kembang Kuning maupun Kyai Remeng Mangunjaya merupakan nama lain (atau nama samaran) dari Panji Asmarabangun. Wayang Beber sendiri, menurut penuturan Rudhi Prasetyo, saat ini dipentaskan di saat *ruwatan*, pernikahan, bersih desa, hari jadi kota, dan juga peringatan 1 Suro.

Wayang Beber merupakan jenis wayang yang tertua. Ada beberapa versi mengenai kapan lahirnya Wayang Beber ini, namun yang jelas, Wayang Beber lebih tua daripada Wayang Kulit. Yang pertama, menurut Sayid (1980:4-16), dengan mengacu pada Serat Sastra Miruda dan Babad Tanah Jawi, Wayang Beber pertama kali lahir pada era Prabu Suryawisesa dari Kerajaan Jenggala, Jawa Timur, di sekitar tahun 1145 M. Menurutnya, pada saat itu sang Prabu merancang bentuk wayang Purwa, digambarlah rancangan itu di atas daun Tal (ron tal, atau daun siwalan). Setiap selesai satu gambar, gambar tersebut disimpan di dalam kotak, begitu seterusnya hingga terkumpul gambar yang cukup banyak. Di samping merancang gambar wayang, Sang Prabu juga mengarang ceritera, dan juga menggubah lagu beserta suluk dengan gamelan *pateting gangsa slendro*. Akhirnya lengkap sudah, setiap ada perjamuan, gambar wayang karya Sang Prabu, berikut cerita, suluk, dan gamelan dipentaskan dengan Prabu Suryawisesa sendiri yang men-*dhalang*, yang pada saat itu menceritakan kisah Wayang Purwa (Mahabharata, Arjuna Wiwaha, dsb.). Karena terlalu kecil, gambar wayang rancangan sang Prabu akhirnya disalin di atas permukaan kulit binatang. Di era selanjutnya, gambar wayang ini disalin kembali di kertas Jawa (*dlancang* Jawi), yang terbuat dari kulit kayu. Kertas Jawa ini disebut juga sebagai *dlancang* Ponorogo atau *dlancang* Gedhog. Penyalinan itu selesai kira-kira pada tahun 1166 M, hingga kemudian pada era Raden Jaka Sesuruh bertahta di Majapahit, wayang yang digambar dan dipentaskan itu disebut dengan "Wayang Beber". Setelah sebelumnya hitam putih (*kelengan*), di masa Raden Alit (Prabu Brawijaya V) di sekitar tahun 1300 M, Wayang Beber menjadi berwarna, dan tidak lagi menceritakan kisah Wayang Purwa, melainkan kisah Damarwulan. Di era Kesultanan Demak, di sekitar tahun 1440 – 1478 M, gambar Wayang

Beber mengalami stilisasi kembali. Pada masa itu pula, Sunan Bonang menggubah lakon Panji, dan menyusun kembali komposisi alat musik gamelan menjadi : 1) *rebab*; 2) *kendhang*; 3) terbang (*trebang*); 4) angklung; 5) *kenong*; 6) *keprak*. Di era Mataram, Wayang Kulit begitu populer, Wayang Beber menjadi terlupakan. Pada masa pemerintahan Paku Buwana II di Kasunanan Kartasura, tahun 1740 M terjadi peristiwa Geger Pecinan, yakni pemberontakan warga Tionghoa di Batavia yang kemudian menyebar di hampir seluruh pulau Jawa. Dalam kerusuhan ini Susuhunan Paku Buwana II mengungsi ke Ponorogo, sedangkan keluarga kraton yang lain ada yang mengungsi ke Pacitan dan juga ke Gunung Kidul. Dari peristiwa inilah, Sayid menduga, bagaimana Wayang Beber hingga saat ini bisa terdapat di dua tempat, yakni di Pacitan dan Gunung Kidul.

Gambar 1. *Dhalang* beserta pengrawit Wayang Beber di Gedompol, Pacitan, Jawa Timur pada bulan Agustus 1937.
(Sumber : Jerome Robbins Dance Division, The New York Public Library)

Gambar 2. *Dhalang* wayang beber Pacitan, Rudhi Prasetyo, mementaskan lakon Jaka Kembang Kuning di area Simpang Lima Gumul, Kediri, Jawa Timur pada bulan Juli 2017.
(Sumber : Prasetia Fauzani, Antara Foto)

Dalam versi yang kedua, Wayang Beber Pacitan dipercaya sebagai warisan dari zaman Majapahit. Wayang ini dihadiahkan kepada Naladerma (*dhalang* Wayang Beber yang pertama dari desa Karang Talun, Pacitan, namanya ini juga merupakan nama salah satu tokoh dalam Wayang Beber, Ki Naladerma, punakawan Jaka Kembang Kuning), karena berhasil menyembuhkan putri Raja yang sakit (Haryanto, 1988:43; Warto, 2012). Memang, sejarah Wayang Beber kurang begitu jelas, narasi sejarahnya telah bercampur dengan folklore. Ki Sarnen Gunacarita merupakan *dhalang* yang ke-13, dipercaya merupakan keturunan Ki Naladerma (Haryanto, 1988:43). Sedangkan sumber lain menyatakan Ki Sarnen adalah *dhalang* yang ke-10 (Salim, 2012). Namun menurut Rudhi Prasetyo, *dhalang* Wayang Beber Pacitan sekarang, Ki Sarnen merupakan *dhalang* ke-12. Menurut Salim (2012), para *dhalang* sebelum Ki Sarnen Gunacarita jika diurutkan adalah : 1) Ki Naladerma; 2) Ki Nala; 3) Ki Sanala; 4) Ki Nayangsa; 5) Ki Trunadangsa; 6) Ki Gandalesana; 7) Ki Sentralesana; 8) Ki Gandalesana; 9) Ki Gunakarya; dan 10) Ki Sarnen Gunacarita. Ki Sarnen Gunacarita merupakan *dhalang*

Wayang Beber di tahun 1988, kemudian dilanjutkan oleh Ki Mardi Gunacarita (Ki Mardi Gunautama) yang telah menjadi cantrik sejak tahun 1981 (Tabrani, 2009:138). Namun Ki Mardi tidak memiliki anak laki- laki, pewarisan dalang asli untuk sementara ”terputus” dan wayang beber asli tersimpan di rumah kakak Ki Mardi di Gedompol (Warto, 2012). Baik Haryanto (1988:41), maupun Warto (2012) menyatakan bahwa Wayang Beber Pacitan diambang kepunahan. Namun tidak demikian semenjak kehadiran Rudhi Prasetyo yang merupakan murid dari Ki Mardi Gunautama. Meskipun bukan keturunan Ki Mardi, Rudhi benar-benar piawai dalam men-*dhalang* Wayang Beber Pacitan (Jaka Kembang Kuning). Dalam sebuah dokumenter, Rudhi Prasetya mengatakan pada akhirnya, karena tidak memiliki keturunan laki-laki, Ki Mardi mengumumkan kepada masyarakat bahwa siapapun yang “kewahyon” men-*dhalang* Wayang Beber, maka ia akan direstui untuk menjadi *dhalang* Wayang Beber. Karena tekad yang kuat, dan kemampuan Rudhi menjadi *dhalang*, maka Ki Mardi menyatakan bahwa Rudhi memang “*kewahyon*” menjadi *dhalang* (Parsaulian, 2016). Saat ini Rudhi Prasetyo dikenal sebagai *dhalang* Wayang Beber Pacitan, generasi setelah Ki Mardi Gunautama.

Di tangan Rudhi Prasetyo, tidak seperti sebelumnya yang sempat dikatakan nyaris punah, saat ini Wayang Beber Pacitan sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas. Namun begitu, Wayang Beber Pacitan harus tetap diberi perhatian khusus, pada suatu saat problem yang sama juga akan kembali muncul, terutama yang berkaitan dengan generasi penerus pelestari Wayang Beber. Pementasan Wayang Beber dalam formatnya yang otentik, membutuhkan waktu 30-60 menit. Meskipun tidak selama Wayang Kulit, namun dengan gambar yang statis, musik monoton, dan juga tuturan dalang yang lembut dan mendayu, berpotensi memunculkan kejemuan bagi kalangan muda yang menontonnya. Kecuali kalangan muda tersebut memang telah memiliki minat khusus kepada Wayang Beber, meskipun jumlahnya tidak banyak. Apalagi kalangan muda dewasa ini, begitu akrab dengan media populer berbasis digital dengan kecenderungan multimedia, terhubung dengan jaringan, dan bersifat dinamis. Pelestarian Wayang Beber, agar dapat berkelanjutan dalam jangka waktu yang lama, sebaiknya dilakukan melalui 2 *mode*. Yakni *mode* inovasi dan konservasi. Dalam *mode* inovasi, eksplorasi dilakukan terhadap Wayang Beber untuk menemukan bentuk dan medium yang baru. Bentuk atau medium yang baru tidak dimaksudkan untuk menggantikan bentuk yang lama (konvensional/otentik), namun lebih sebagai sarana, atau “pintu masuk” untuk mengenal, memahami, dan mencintai Wayang Beber dalam bentuknya yang otentik. Di satu sisi, dalam mode konservasi, diupayakan perlindungan dan pengelolaan secara hati-hati dalam jangka panjang terhadap Wayang Beber dalam

bentuknya yang otentik, dengan cara tetap mempertahankan keberadaan setiap komponen-konponennya untuk pemanfaatan di masa yang akan datang.

Mengenai hal ini, dalam *Wayang Beber Pacitan : Fungsi, Makna, dan Usaha Revitalisasi*, Warto (2012) mengungkapkan beberapa langkah penting dalam upaya revitalisasi Wayang Beber Pacitan (WBP), yakni : 1) Melalukan pengkajian dan pendokumentasian WBP secara komprehensif; 2) Membangun sanggar-sanggar seni untuk dijadikan pusat studi WBP; 3) Melakukan sosialisasi WBP kepada masyarakat luas; 4) Memasukkan WBP ke dalam pembelajaran di sekolah; 5) Mengitegrasikan WBP ke dalam kegiatan pariwisata; 6) Mengitegrasikan WBP ke dalam industri batik; 7) Meciptakan komik, cergam, atau animasi WBP melalui teknologi digital modern untuk meningkatkan minat generasi muda; dan 8) Perlu adanya komitmen dari pemerintah dalam dukungan yang memadai, baik Pemkot maupun Pemprov. Dari kedelapan prasaran Warto tersebut, makalah ini lebih berfokus pada prasaran ke-7, yakni meciptakan komik, buku bergambar, atau animasi WBP melalui teknologi digital modern untuk meningkatkan minat generasi muda. Dari komik, buku bergambar, dan juga animasi, makalah ini lebih berfokus lagi kepada komik.

Komik menjadi isu utama dalam makalah ini, karena disamping memiliki daya tarik tersendiri, komik juga merupakan medium yang efektif dalam menyampikan gagasan-gagasan, atau pengetahuan yang cukup kompleks. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Enawaty & Sari (2010), bahwa pembelajaran kimia dengan menggunakan media komik memberikan pengaruh tinggi sebesar 46,56% dalam meningkatkan hasil belajar siswa, serta tingkat persetujuan 95,83% (diminati oleh siswa). Widajanti, dkk. (2009) juga mengungkapkan bahwa komik memberikan pengaruh paling besar terhadap perubahan pengetahuan dan sikap anak Sekolah Dasar. Bahkan Suswita (2013), melalui penelitiannya, menyatakan bahwa media komik sangat efektif untuk meningkatkan membaca pemahaman anak tunagrahita ringan. Komik, sebagaimana yang diungkapkan oleh Eisner (2000:5), adalah seni sekuensial sejauh ia merupakan sarana ekspresi kreatif, sebagai disiplin yang berbeda, bentuk seni dan sastra yang berhubungan dengan pengaturan gambar atau gambar dan kata-kata untuk menceritakan sebuah cerita atau mendramatisasi sebuah ide. Sebagai irisan dari seni rupa dan sastra, atau dapat dikatakan sebagai 'hybrid' dari kedua seni tersebut, komik memiliki elemen pembentuk struktur yang juga berasal dari keduanya yakni: (1) *Panel*, (2) *Gutter*, (3) Balon kata, (4) *Caption*, (5) Kata-kata/teks, (6) Gambar ilustrasi, (7) Latar, (8) Gaya, (9) Penokohan dan perwatakan, (10) Alur, (11) Titik pandang, dan (12) Tema (Nirwana, 2018:56). Sehingga praktis, sebelum merancang sebuah komik, perlu dirancang

penokohan dan perwatakan tokoh yang akan "hidup" di dalam komik tersebut. Tokoh ialah pelaku yang mengemban cerita dalam peristiwa dalam cerita fiksi sehingga peristiwa itu mampu menjalin suatu cerita (Aminuddin, 67-91). Berbeda dengan karya Sastra, novel misalnya, yang penokohan dan perwatakaannya berlangsung secara ideoplastis, komik, oleh karena juga sebuah bentuk seni visual, penokohan dan perwatakan berlangsung secara fisioplastis.

Dari latar belakang dan identifikasi permasalahan yang telah dikemukakan di atas, dapat dapat dirumuskan permasalahan yakni bagaimana merancang konsep dan visualisasi karakter dan perwatakan tokoh dalam kisah Wayang Beber Jaka Kembang Kuning, sebagai sebuah bentuk transformasi, yang mampu menarik minat kalangan muda?. Pada dasarnya, visualisasi karakter pada nantinya dapat dipergunakan baik dalam medium komik, cerita bergambar, ataupun animasi 2 dimensi.

B. METODE PERANCANGAN

Secara umum, metode perancangan karakter yang dipergunakan adalah metode Tillman (2011) sebagaimana dalam bukunya Creative Character Design. Tillman memaparkan metode perancangan karakter dengan mengawalinya dari menentukan arketipe (*archetype*) karakter yang akan dirancang. Arketipe adalah "cetakan" atau model asli dari seseorang, dapat berupa sifat, atau perilaku yang akan ditiru atau disalin dari manusia. Semacam contoh ideal dari seorang karakter (Tillman, 2011:11). Arketipe mencakup spektrum baik dan jahat. Tillman (2011:12-23) kemudian mengungkapkan ada 6 arketipe karakter yang paling sering atau populer dipergunakan dalam merancang karakter saat ini, yakni : 1) *The Hero*; 2) *The Shadow*; 3) *The Fool*; 4) *The Anima*/*Animus*; 5) *The Mentor*; 6) *The Trickster*. *The Hero* didefinisikan sebagai seseorang yang sangat berani, tidak mementingkan diri sendiri, dan bersedia membantu orang lain tidak peduli apa pun biayanya. *The* Shadow dipahami sebagai karakter berinsting hewan, kejam, misterius, tidak menyenangkan, dan jahat. Mudahnya, *The Hero* dan *The Shadow* adalah semacam *a good guy* dan *a bad guy*. *The Fool* adalah tokoh yang ada di cerita dalam keadaan bingung, dan memaksa tokoh-tokoh yang lain berada dalam situasi yang tidak diinginkan. Adapun *Anima* adalah pasangan perempuan untuk laki-laki, dan *animus* adalah mitra laki-laki untuk perempuan. Di samping mewujudkan dorongan laki-laki dan juga perempuan, karakter ini juga mewakili hasrat seksual yang dikelompokkan menjadi satu karakter, dan mewakili minat cinta (*love interest*) dalam cerita. *The Mentor* adalah karakter yang memainkan peran kunci dalam membuat karakter protagonis menyadari potensi dirinya secara penuh, dan ser-

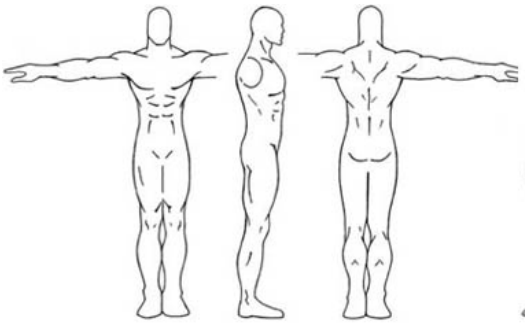
ingkali digambarkan sebagai pria atau wanita tua. Sedangkan yang keenam, yakni *The Trickster* adalah karakter yang terus berupaya membuat perubahan dalam cerita. *The Trickster* bisa berada di sisi baik atau sisi jahat. Dalam kedua situasi itu, ia mencoba untuk membalikkan cerita ke arah yang menguntungkannya.

Setelah menentukan arketipe karakter, langkah berikutnya adalah melengkapi informasi karakter dengan 5W+1H, yakni : 1) *Who*? (siapa nama karakter? apa yang sedang kita bicarakan tentang karakter ini?); 2) *What*? (apa yang sedang karakter kerjakan di dalam cerita?); 3) *When*? (kapan kisah ini berlangsung?); 4) *Where*? (Di mana kisah berlangsung); 5) *Why*? (Apa yang memotivasi karakter untuk melakukan sesuatu di dalam cerita?); 6) *How*? (bagaimana karakter melakukan sesuatu itu?). Selanjutnya adalah membuat *Character development worksheet* yang berisi deskripsi dari karakter yang diciptakan. Deskripsi tersebut terdiri dari : 1) *Basic Statistics*; 2) *Distinguishing Features*; 3) *Social Characteristics*; 4) *Attributes* dan *Attitudes*; 5) *Emotional Characteristics*; dan 6) *Spiritual Characteristics*.

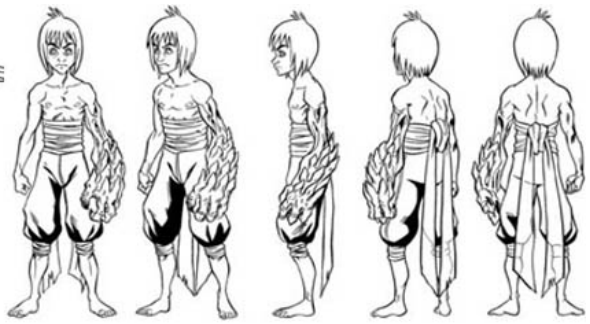
Setelah menentukan arketipe, melengkapi informasi karakter (5W+1H), dan membuat *Character development worksheet*, yang kesemuanya itu disebut oleh Tillman (2011:32) sebagai *Characters Involvement in The Story*, maka selanjutnya adalah tahap visualisasi. Tahap visualisasi diawali dengan menentukan bentuk dan siluet (*shape and silhouettes*) berdasarkan *characters involvements* (konsep) yang telah ditentukan. Bentuk dalam hal ini merupakan bentuk tubuh (dan juga anggota badan lainnya) secara garis besar, dan juga menentukan atribut yang bersifat fisikal (semisal *spiked brecelets*, atau *robotics*). Dalam menentukan bentuk karakter ini, dilakukan eksplorasi terhadap bentuk-bentuk yang mungkin, dan pada akhirnya dipilih satu bantuk yang paling memungkinkan dalam merepresentasikan konsep yang telah ditentukan. Dalam tahap ini juga ditentukan *style* (gaya) gambar yang akan dipergunakan. Tahap visualisasi selanjutnya adalah menentukan "WOW Factor" dari karakter yang diciptakan. *WOW Factor* adalah adalah sesuatu yang harus mampu dicapai oleh *character designer*. Hal tersebut adalah satu hal tentang desain karakter yang telah dibuat, yang mampu menghentikan orang-orang dan membuat mereka terperanjat (Tillman, 2011:124). Pendeknya, *WOW Factor* adalah sesuatu yang mampu mengatraksi pemirsa, namun harus tetap rasional.

Setelah menentukan *WOW Factor*, yang harus dilakukan adalah membuat gambar *three-point "T" turnaround*, dan *five-point*, yang merupakan standard industri *game*, animasi, dan dan komik. Proses ini dilanjutkan dengan membuat gambar

setidaknya 4 *action poses*, berikut dengan gambar *facial expressions*. Gambar *action poses* dan juga *facial expressions* membantu untuk mengetahui emosi dan juga *moods* karakter yang dirancang secara fisikal/visual. Yang terakhir, ditutup dengan pembuatan gambar *model sheet*, yang merupakan kombinasi dari *turnaround*, *facial expressions, head turns, action poses*, dan beberapa deskripsi penting dari karakter yang dirancang.

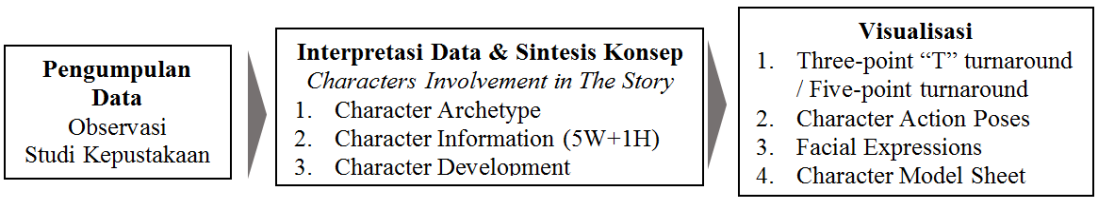


Gambar 3. Gambar three-point T turnaround
(Sumber : Tillman, 2011:136)



Gambar 4. Gambar five-point turnaround
(Sumber : Tillman, 2011:138)

Dalam menyusun/mensintesis konsep karakter, tentunya diperlukan data. Adapun data diperoleh dengan teknik pengumpulan data kualitatif, observasi dan studi kepustakaan. Obsevasi atau pengamatan dilakukan terhadap *gulungan*, dan tiap-tiap gambar (*jagong*) Wayang Beber Pacitan untuk mendapatkan data berupa bentuk, dan atribut fisikal tokoh wayang yang akan dirancang. Di samping itu pengamatan juga dilakukan terhadap dokumenter pementasan WBP untuk mendapatkan data berupa atribut mental dari tokoh yang akan dirancang, dan juga pakem kisah Jaka Kembang Kuning. Adapun studi kepustakaan dilakukan terhadap beberapa dokumen untuk mendapatkan data mengenai pakem kisah Jaka Kembang Kuning. Dokumen tersebut berupa catatan pelaku dan pegiat WBP, dan juga penelitian terdahulu mengenai WBP. Dari pemaparan metode perancangan, maka dapat disusun bagan alir perancangan sebagaimana bagan 1.



Bagan 1. Bagan Alir Perancangan
(Sumber : diolah dari Tillman (2011))

3. ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

3.1. Pengumpulan Data

3.1.1. Kisah Jaka Kembang Kuning

Wayang Beber dengan lakon Jaka Kembang Kuning terdiri dari 6 *gulungan*, yang di setiap *gulungan*nya terdiri dari 4 adegan (*jagong*), sehingga secara keseluruhan terdiri dari 24 adegan (*jagong*). Dalam makalah ini, ringkasan cerita dari lakon tersebut diperoleh dari studi kepustakaan terhadap hasil penelitian Tabrani (2009:146-157) tentang pagelaran *dhalang* Ki Sarnen Gunacarita di tahun 1981, dan studi bahasa rupa Wayang Beber. Studi kepustakaan juga dilakukan terhadap catatan R.M. Sayid (1980:19-22) mengenai *Pakem Wayang Beber Lampahan Jaka Kembang Kuning*. Di samping melakukan studi kepustakaan, juga dilakukan pengamatan terhadap video dokumenter pagelaran Wayang Beber dengan *dhalang* Rudhi Prasetyo dalam acara *The* Panji/Inao Tradition in South East Asia, yang digelar oleh SEAMEO SPAFA (Sou*th-e*ast Asian Regional Centre for Archaeology and Fine Arts, di bawah Sou*the*ast Asian Ministers of Education Organization) di Bangkok, Thailand, pada tanggal 5 Maret 2013. Adapun ringkasan dari kisah lakon Jaka Kembang Kuning terangkum dalam uraian berikut ini. "G: merupakan *gulungan*, dan "J" merupakan *jagong*, jika G2.J1., artinya adalah *gulungan* 2, *jagong* 1.

Prabu Brawijaya, Raja Kediri, mengadakan sayembara, barang siapa yang berhasil menemukan Dewi Sekartaji, jika laki-laki akan dinikahkan, jika perempuan dijadikan saudara. Datanglah Jaka Kembang Kuning (JKK) untuk mengikuti sayembara, diikuti oleh Klana Sewandana yang datang untuk melamar Sekartaji. Namun sayang, lamaran Klana batal karena Sekartaji masih raib (G1.J1). JKK beserta punakawan Ki Naladerma dan Ki Tawangalun berkelana mencari Dewi Sekartaji. Di tengah perjalanan mereka bertemu dengan 3 ksatria (G1.J2). Dewi Sekartaji bersembunyi di rumah Tumenggung Cona Cani di Paloamba. Mengungkapkan keenggangannya menikah dengan Klana Sewandana (G1.J3). JKK berserta punakawan bermain (mengamen) *trebang kentrung*, dan secara tidak sengaja bertemu dengan Dewi Sekartaji, saat memainkan trebang kentrung dari pasar menuju Tumenggungan (G1.J4). JKK kembali ke Kade*manga*n, menghadap pamannya Ki Demang Kuning, melaporkan bahwa Dewi Sekartaji telah ditemukan. Ki Naladerma diutus menemui Ratna Mindaka, dan Ki Tawangalun diutus menemui Prabu Brawijaya di Kediri (G2.J1). Ratna Tenggaron utusan Klana tiba di kediaman Ratna Mindaka untuk menyampaikan lamaran Klana. Namun lamaran ditolak, keduanya bersitegang (G2.J2). Akhirnya terjadi perkelahian diantara kedua kubu, Ratna Mindaka dan Ratna Tenggaron (G2.J3). Setibanya Ki Tawangalaun di Kediri, terjadi keributan, Klana tidak terima atas ditemukannya Dewi Sekartaji oleh JKK (G2.J4).

Akhirnya, Klana mengonfrontasi Prabu Brawijaya di Istana, lalu menantang kubu JKK untuk melakukan perang tanding (G3.J1). Kubu JKK diwakili oleh Ki Tawangalun, sedangkan dari kubu Klana Sewandana diwakili oleh Patih Kebo Lorodan (G3.J2). JKK yang sedang menunggu di Kade*manga*n mendapat laporan dari Ki Naladerma dan Ki Demang Kuning mengenai situasi di Kediri, maka ia segera berangkat ke Kediri menyusul Ki Tawangalun (G3.J3). Sementara JKK dalam perjalanan, perang tanding telah pecah, Ki Tawangalun berhasil dikalahkan oleh Kebo Lorodan (G3.J4). JKK dan Ki Naladerma akhirnya datang, Ki Tawangalun yang terluka segera dikirim ke Tumenggungan Paloamba untuk berobat kepada Ni Cona Coni (G4.J1). Sementara itu di alun-alun Kediri, JKK segera menghabisi Kebo Lorodan. Klana menjadi semakin marah, dan menyatakan perang kepada Kediri (G4.J2). Raden Gandarepa menuju Kade*manga*n Kuning untuk meminta bantua JKK dalam menghadapi Klana. JKK dan para rekan sepakat untuk membantu Kediri (G4.J3). Senapati Sedahrama utusan Kediri pergi ke Tumenggungan Paloamba untuk meminta Dewi Sekartaji pulang ke Kediri, dan memberikan senjata pusaka ke Ki Tawangalun yang pada saat itu telah sembuh dari luka (G4.J4).

Perang besar tinggal menggunggu waktu saja. Klana Sewandana dengan dirias oleh Ratna Tenggaron menyamar menjadi Raden Gandarepa, untuk menyusup ke Kediri, mengetahui peraasaan Sekartaji terhadapnya (G5.J1). Dengan menyamar sebagai Raden Gandarepa, Klana menysup ke keputren, namun naas, penyamarannya terbongkar, ia lari dari Kediri (G5.J2). Perang besar antara Kediri dan Sabrang telah pecah, Klana Sewandana terpenggal oleh sabetan pedang Ki Tawangalun yang pada saat itu, benar-benar tak terkalahkan (G5.J3). Kemenangan diraih oleh pihak Kediri. Raden Gandarepa, Ki Naladerma, dan Ki Tawangalun memboyong wanita-wanita Klana ke Kediri (G5.J4). Raden Gandarepa membawa wanita-wanita Klana, termasuk Ratna Tenggaron menghadap Prabu Brawijaya, sebagai tanda kemenangan (G6.J1). JKK, Ki Naladerma, Ki Tawangalun, dan Ratna Tenggaron menghadap Prabu Brawijaya. Prabu Brawijaya mengumumkan pernikahan JKK dengan Dewi Sekartaji (G6. J2). Persiapan pesta pernikahan dimulai, Dewi Sekartaji dirias oleh Dewi Kili Suci, dan didampingi kakaknya Raden Gandarepa (G6.J3). Akhirnya JKK dan Dewi Sekartaji menikah. Setelah Sekartaji mengandung, JKK membawa Sekartaji untuk tinggal di Jenggala (G6.J4).

3.1.2. Identifikasi Bentuk dan Atribut Fisikal/Visual

Dalam mengidentifikasi atribut fisikal/visual dilakukan pengamatan terhadap *gulungan* Beber Pacitan. Pengamatan dilakukan terhadap Wayang Beber Pacitan arsip/koleksi Museum Panji-Yayasan Inggil Malang pada *gulungan* 6, *jagong* 4. Dari pen-

gamatan tersebut didapatkan bentuk figur Jaka Kembang Kuning beserta atribut fisikal/visual. Salim (2012), dalam kajiannya *Warna Sunggingan Dan Komposisi Wayang Beber Pacitan*, mengungkapkan bahwa tokoh-tokoh dalam WBP menggunakan atribut tertentu sebagai tanda atas kedudukan atau golongan tokoh dalam cerita. Beragam atribut yang dipergunakan oleh tokoh WBP terdiri dari : 1) *jamang*; 2) *seritan*; 3) *garuda mungkur*; 4) sumping; 5) *subang*; 6) kalung; 7) *ulur-ulur*; 8) kelat bahu; 9) gelang; 10) keris; 11) selendang; 12) *pasemekan*; 13) *pending*; 14) *dodot*; 15) baju; (16) celana pendek; 17) pakaian perang. Sedangkan dalam kemunculannya di WBP, JKK mengenakan : 1) *seritan*; 2) *sumping*; 3) *subang*; 4) kelat bahu; 5) selendang; 6) gelang; 7) keris; dan juga 8) *dodot*. Hanya saja pada *gulungan* 5, *jagong* 3, pada saat adegan perang besar (*prang ageng*), JKK mengenakan pakaian perang berupa semacam jubah, yang hanya menutup sebagian dada bagian atas saja, sebagaimana Ki Tawangalun.

Gambar 5. Wayang Beber Pacitan, gulungan 6 – jagong 4.
(Sumber : Koleksi Museum Panji Malang, Yayasan Inggil Malang)

Gambar 6. Bagian kepala figur Jaka Kembang Kuning dalam Wayang Beber Pacitan.
(Sumber : Syarifuddin-Yayasan Inggil Malang)

Terkait dengan visualisasi karakter WBP, kajian yang dilakukan oleh Grahita & Komma (2014), dalam judul *Identification of The Character Figures Visual Style in Wayang Beber of Pacitan Painting*, memuat catatan ikonografi tentang figur karakter yang mengkategorisasikan watak karakter WBP berdasarkan ukuran tubuh, bentuk mata, tipe mulut, dan sudut kemiringan kepala. Bentuk mata, terdiri dari 7 bentuk utama (stilisasi), yakni : 1) *gabahan*; 2) *kedhelen*; 3) *kadhondongan*; 4) *pananggalan*; 5) *kelipan*; 6) *telengan*; dan 7) *plelengan*. Bentuk mulut, terdiri dari : 1) *salitan*; 2) *gusen*; 3) *mrenges*; 4) *mringis*; 5) *anjeber*; 6) *mesem*; dan 7) ngablak. Bentuk hidung terdiri dari : 1) *wali miring*; 2) *bentulan*; 3) *pangotan*; 4) *palokan*; 5) *bruton*; 6) *sumpel*; 7) *terong glatik*; 8) *cempaluk*; 9) *terong kopek*; dan 10) *pisekan*. Sedangkan sudut kemiringan kepala, terdiri dari : 1) *lanyap*; 2) *longok*; dan 3) *luruh*. Lebih lanjut, dalam kajian tersebut, Grahita & Komma (2014) mengelompokkan tipe figur menjadi 8 kategori (tipe I - VIII). Dalam kategori tersebut, JKK masuk dalam kategori II, dengan ukuran

tubuh kecil, bentuk mata gabahan, bentuk mulut salitan, bentuk hidung wali miring, dan sudut kemiringan kepala longok. Kategori II ini merupakan kategori karakter dengan watak *gagah* (ksatria) (Grahita & Komma, 2014).

3.2. Interpretasi Data & Sintesis Konsep

3.2.1. *Character Archetype*

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Tillman (2011:12-23) bahwa ada 6 arketipe karakter yang paling sering atau populer dipergunakan dalam merancang karakter saat ini, yakni : 1) *The Hero*; 2) *The Shadow*; 3) *The Fool*; 4) *The Anima*/*Animus*; 5) *The Mentor*; 6) *The* Trickster. *The Hero* didefinisikan sebagai seseorang yang sangat berani, tidak mementingkan diri sendiri, dan bersedia membantu orang lain tidak peduli apa pun resiko/biayanya. Arketipe *hero* dapat ditemukan pada karakter JKK, dan menjadi yang paling dominan. Hal ini dapat dilihat dari : 1) keberaniannya untuk mengikuti sayembara; 2) keberaniannya dalam berkelana; 2) keberaniannya menghadapi Patih Kebo Lorodan; 3) keberanian dan ketulusannya membantu Kediri dalam perang besar melawan Klana Sewandana; 4) ketulusannya dalam menolong Ki Tawangalun; 5) ketulusannya terhadap Dewi Sekartaji. Ikonografi JKK dalam WBP juga mengarah kepada arketipe *hero*, yang dalam kajian oleh Grahita & Komma (2014), masuk dalam kategori II yakni karakter dengan watak *gagah* (ksatria).

3.2.2. *Character Information*

Berdasarkan lakon Jaka Kembang Kuning, dan juga pengamatan terhadap bentuk dan atribut fisikal/visual, maka dapat dijabarkan character information sebagai berikut.

Tabel 1. Character Information

No.	Informasi
1.	*Who*? (Siapa?)
	Karakter dengan *hero* archetype ini bernama Jaka Kembang Kuning (JKK), dengan panggilan (*nickname*) "Jaka" atau "*Dyan* Jaka". Beberapa orang menyebut sebagai Panji Jaka Kembang Kuning, dan tidak lain adalah Panji Asmarabangun, atau Inu Kertapati, atau Inao. Dalam narasi roman Panji, Panji Asmarabangun (dan juga JKK tentunya) merupakan putera mahkota kerajaan Jenggala, putra dari Raja Lembu Amiluhur. JKK adalah kekasih (istri, ketika telah menikah) dari Dewi Sekartaji (Galuh Candrakirana).

2.	*What*? (Apa yang dilakukan karakter itu dalam kisah?)
	Dyan Jaka, dengan menyamar menjadi pengamen trebang kentrung, berkelana bersama dua orang punakawan-nya, Ki Naladerma dan Ki Tawangalun, untuk mencari Dewi Sekartaji yang hilang. Setelah menemukan Dewi Sekartaji di Tumenggungan Paloamba, masalah belum usai. Ia harus menolong Ki Tawangalun, dan bertarung melawan Kebo Lorodan, utusan Klana Sewandana yang tidak terima jika Sekartaji ditemukan oleh Dyan Jaka, karena Klana ingin menikahi Sekartaji. Meskipun Dyan Jaka telah memperoleh kemenangan dengan menghabisi Kebo Lorodan, Kediri harus menghadapi perang besar melawan Sabrang. Dyan Jaka membantu Kediri dalam peperangan itu, dan Klana pun tewas di tangan Ki Tawangalun. Kediri pun meraih kemenangan, dan Dyan Jaka menikah dengan Sekartaji.
3.	*When*? (Kapan *setting* waktu dalam kisah tersebut?)
	Dari segi sejarah, di dalam Negarakrtagama dan juga Calon Arang, dikisahkan bahwa Airlangga, raja Kahuripan (1019–1045 M), melalui bantuan Mpu Bharada, oleh karena pertikaian, lalu membagi kerajaan menjadi dua. Panjalu (Pangjalu) dengan pusat di Daha (Kediri), dan Jenggala berpusat di Kahuripan (Sumarno, 2009). Panji Asmarabangun seringkali dihubungkan dengan Sri Kameswara (Kamiswara), Raja yang memerintah Panjalu di tahun 1115-1130 M, setelah ayahnya Sri Jayawarsa (Lembu Amiluhur, memerintah Panjalu di tahun 1104-1115 M). Untuk mengakhiri pertikaian antar dua kerajaan, ia menikahi putri dari Jenggala bernama Sri Kirana (Dewi Candrakirana, atau Dewi Sekartaji). Hal ini tentunya bertentangan dengan kisah Panji yang menyebutkannya terbalik, yakni Panji dari Jenggala, dan Sekartaji dari Kediri (Panjalu). Setelah bersatunya dua kerjaan itu, Kediri dipimpin oleh Prabu Sri Aji Jayabaya tahun 1135 M, dan mengalami masa keemasan. Oleh karena JKK merupakan putera mahkota, maka setidaknya kisah terjadi pada masa Lembu Amiluhur menjadi raja, yakni antara 1104-1115 M.
4.	*Where*? (Di mana *setting* tempat dalam kisah tersebut?)
	Di wilayah kerajaan Panjalu dan kerajaan Jenggala, yakni di Jawa Timur, sebagian wilayah Jawa Tengah, dan DIY.

Gambar 7. Wilayah kerajaan Panjalu (Kediri) dan Jenggala pada Abad ke-11 sampai ke-13.

(Sumber : Dibuat berdasarkan "Atlas Sejarah Indonesia dan Dunia", PT Pembina Peraga Jakarta 1996, oleh Gunawan Kartapranata, under CC BY-SA 4.0)

5	*Why*?, *How*? (Apa motivasi karakter yang dirancang dalam melakukan segala upaya dalam cerita?, dan bagaimana caranya?)

	Sebelum Sekartaji menghilang, telah disebutkan bahwa Sekartaji dan JKK adalah sepasang kekasih. Maka dari itu, ketika Dyan Jaka mengamen di Tumenggungan, ia dapat dengan mudah mengenali Sekartaji. Namun semua seolah-olah tidak mengetahui hubungan keduanya, bahkan Prabu Brawijaya, ayah Sekartaji. Motivasi utama tentunya adalah ketulusan cintanya terhadap Sekartaji, meskipun sebagai putera mahkota, sangat mungkin akan menyeret Jenggala dalam perang antara Kediri (Panjalu) dan Sabrang. Motivasi yang kedua, jika memang dihubungkan dengan Sri Kameswara, maka upaya-upaya yang dilakukan oleh Dyan Jaka adalah untuk menyatukan dua kerajaan yang terpisah semenjak pemerintahan kakeknya, Airlangga. Pun dalam kisah ini, Jenggala dan Panjalu memiliki musuh bersama, Sabrang dengan rajanya Klana Sewandana. Dari situ, dapat diidentifikasi bahwa tujuan dari Dyan Jaka adalah menikahi Sekartaji, dan mempersatukan Jenggala dan Panjalu. Untuk mencapai dua tujuan itu, ia berkelana, melakukan penyamaran, bermain musik, dan juga bertarung di pihak Kediri dalam perang melawan Sabrang.

3.2.3. *Character Development Worksheet*

Character development worksheet dipergunakan untuk membantu memahami karakter dengan lebih baik, karena lembar kerja ini memberikan deskripsi yang baik tentang karakter yang sedang dirancang (Tillman, 2011:29-30). Sebagaimana gagasan Tillman, berdasarkan data yang telah diperoleh, deskripsi karakter dapat dijabarkan dalam tabel-tabel berikut.

Tabel 2. Character Development Worksheet

Basic Statistics	
Name	Dyan Jaka
Real Name	Jaka Kembang Kuning
Alias	Panji Asmarabangun
Age	28
Height	160 cm
Weight	55 kg
Sex	Male
Race	Melayu Mongoloid, Deutro-Melayu
Eye Color	Dark brown
Hair	Dark bronze - black
Nationality	Jenggala Kingdom
Skin color	Olive, moderate brown
Shape of face	Rounded shape, but he has a square jaw.
Social Characteristics	
Hometown	Kahuripan, *the* capital of Jenggala Kingdom
Current Residence	Kade*mangan* Kuning, one of *the* districts of *the* Panjalu (Kediri) Kingdom
Occupation	as a Prince of Jenggala Kingdom, but when in disguise, he as a *trebang* musician.
Talents	Music, dance, and martial arts
Family Status	Son of Lembu Amiluhur (King of Jenggala)
Emotional Characteristics	
Introvert/ Extrovert?	*Introvert*, deal with conflict
Fear	Bad things happen to Sekartaji
Motivation	Create peace to everyone to enjoy
Happiness	Playing music, married with Sekartaji, win *the* battle
Realtionship	Dyan Jaka is really good with people, especially his *punakawan*, Ki Tawangalun, and Naladerma

Distinguishing Features	
Clothing	seritan, sumping, subang, kelat bahu, selendang, gelang, keris, dodotan.
Mannerisms	Javanese classic feodalism, lord, *gagah*, nobelty
Habits	No bad habits
Health	Perfect health
Hobbies	Playing music (trebang)
Favorite Sayings	*"Sir putih rena mulya jati, mulya saking Gusti"*
Disabilities	No disabilities
Greatest Flaw	Sentimentality
Best Quality	Musicality, martial arts, self-defense supernatural power.
Attributes and Attitudes	
Educational Background	Royal educational institution by Mpu Dharmaja
Intelligence Level	110 (above average)
Short-term Goal	Find Sekartaji and marry her, defeat Kebo Lorodan, with Kediri royal army defeat Klana and his troops
Long-term Goal	Unites *the* two kingdoms, Panjalu and Jenggala
Self-esteem	Dyan Jaka sees himself as a royal knight with great moral responsibility.
Confidence	Average confidence
Emotional state	Ruled by emotion, *ther*efore he is sentimental.
Spiritual Characteristics	
Does *the* character believe in a supreme being?	Yes, Jaka believes in God, he is Hinduism. In *the* Smaradahana, written by Mpu Dharmaja, Dyan Jaka (Kameswara) is *the* incarnation of *the* god Kama (Kamadeva). Kama or Manmatha is *the* Hindu god of human love.

Data sejarah yang berhasil dihimpun menunjukkan beberapa hal yang bertentangan dengan kisah (lakon) JKK dalam WBP. Semisal Prabu Brawijaya adalah Raja Kediri, padahal Brawijaya adalah Raja Majapahit. Di samping itu, jika memang Panji Asmorobangun (JKK) adalah Kameswara, maka ia bukanlah berasal dari Jenggala, namun sebaliknya, ia adalah putera mahkota, atau Raja Panjalu (Kediri). Oleh karena konteks perancangan ini bukan untuk mencari titik temu atau fakta sejarah, maka kisah JKK dipergunakan sebagai dasar perancangan karakter sebagaimana adanya, tanpa adanya pengkoreksian sejarah. Data sejarah dipergunakan untuk melengkapi informasi karakter Dyan Jaka agar lebih mudah dipahami. Mengenai tinggi dan berat badan karakter Dyan Jaka berukuran 160 cm dan 55 kg, didasarkan atas penelitian Syaifudin, dkk. (1996) dalam judul *Studi Antropometrik Manusia Jawa dalam Rangka Penyusunan Manusia Acuan Indonesia*, yang menyatakan bahwa Berat dan tinggi tubuh rata-rata laki-laki dewasa Jawa (21-40 tahun) masing-masing adalah 55,73 ± 2,56 kg dan 160,90 ± 2,97 cm, sedangkan berat dan tinggi tubuh wanita dewasa Jawa adalah 49,67 ± 2,46 kg dan 151,27 ± 2,01 cm. Adapun warna kulit didasarkan atas skala Von Luschan dalam Jablonski & Chaplin (2000:57-106), di mana warna kulit orang Jawa berada dalam skala 21-27, atau type IV, yakni *olive* atau *moderate brown*. Mengenai karakter Dyan Jaka yang merupakan titisan Dewa Kama, didasarkan atas Soekmono (1973:57-58), yang menyatakan bahwa dalam masa pemerintahan Kameswara (1115-1130 M) Mpu Dharmaja telah menggubah kitab Smaradahana. Dalam kitab itu sang raja (Kameswara) dipuji sebagai titisan Dewa Kama.

3.3. Visualisasi

3.3.1. Pemilihan Gaya

Gaya gambar yang dipilih dalam perancangan ini adalah gaya gambar *Manga*. Istilah "*manga*" dapat mengacu kepada dua hal, pertama, *manga* sebagai gaya gambar yang dikembangkan di Jepang pada akhir abad ke-19, yang kedua, *manga* sebagai komik yang dibuat di Jepang, oleh komikus (*manga*ka) yang berasal dari Jepang, dan berbahasa Jepang (Lent, 2001:3-4). Penggunaan istilah "*manga*" mulai populer sejak akhir abad ke-18 melalui beragam publikasi. Awalnya *manga* dikembangkan dari perpaduan antara *ukiyo-e* dan gaya kartun luar, di masa setelah Perang Dunia II. *Ukiyo-e* adalah seni lukis tradisonal Jepang dengan medium cat di atas kayu, biasanya menggambarkan pemandangan atau obyek lainnya (Soeherman, 2007:3-13). Lebih spesifik, pemilihan gaya yang dipergunakan dalam perancangan karakter ini adalah *shonen manga*, yakni *manga* dengan dengan karakteristik gambar yang lebih maskulin.

Pemilihan gaya ini didasarkan atas pertimbangan bahwa berdasarkan survey

yang dilansir oleh NTV Sekai Banzuke (ranking dunia), pada Jumat (29/11/2013), di tahun 2013 Indonesia menduduki peringkat pembaca *manga*, atau komik Jepang, terbanyak kedua di dunia setelah Finlandia (Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Indonesia Peringkat ke-2 Pembaca *manga* Terbanyak di Dunia, http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/11/29/indonesia-peringkat-ke-2-pembaca-*manga*-terbanyak-di-dunia. Editor: Widiyabuana Slay). Penjualan komik Jepang di Indonesia meningkat 17 kali lipat dibandingkan tahun 2003 (sepuluh tahun dari 2013). Lebih lanjut dijelaskan bahwa rata-rata di Indonesia, seseorang membaca 3,11 buku komik (*manga*), atau sekitar 3 buku per orang. *Survey* tersebut menunjukkan bagaimana *manga* menjadi begitu populer bagi pembaca komik di Indonesia. Pemilihan gaya *manga* dalam perancangan karakter ini tidak dimaksudkan untuk menghilangkan sisi "ke-Indonesia-an" karakter tersebut, namun lebih kepada sebagai strategi mendekatkan kebudayaan tradisi kepada kalangan muda Indonesia melalui medium yang disukai (populer) di kalangan muda. Hal ini juga dilakukan oleh komikus Indonesia, semisal Is Yuniarto dalam dua karyanya, yakni The Grand Legend Ramayana dan Garudayana, serta Akhmad Fadly dalam karyanya Sampana. Adapun Garudayana dan Sampana, keduanya terpublikasi dalam *platform webcomics* lokal, yakni CIAYO Comics.

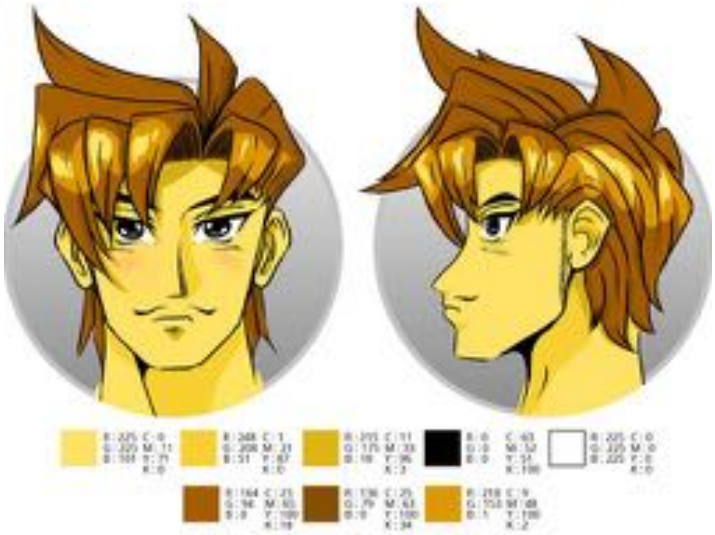
Lagipula, menjadikan gaya gambar sebagai acuan untuk menentukan ke-Indonesia-an sebuah komik ini cukup menyulitkan, karena pengaruh beragam kebudayaan yang saling bersilang sengkarut dalam teknik penciptaan karya para komikus di Indonesia. Namun ada beberapa kriteria yang dapat dijadikan acuan untuk mendefinisikan kata "Indonesia" dalam frasa "komik Indonesia", yakni 1) Komikus tersebut adalah orang Indonesia (warga negara Indonesia); 2) Menggunakan latar tempat, waktu, atau peristiwa di Indonesia; 3) Karakter dan perwatakan tokoh khas Indonesia. Iwan Gunawan, seorang kritikus komik Indonesia, sekaligus akademisi Institut Kesenian Jakarta mengungkapkan bahwa sejauh komik tersebut diterbitkan pertama kali di Indonesia, dan oleh penerbit Indonesia, maka komik tersebut adalah komik Indonesia (Nirwana, 2018:58).

3.3.2. Bentuk Wajah beserta Atribut Fisikal

Bentuk wajah menurut Tillman (2011: 67-74) dapat didasarkan pada bentuk-bentuk geometris seperti lingkaran, bujur sangkar, dan segitiga. Bentuk bujur sangkar menyiratkan stabilitas, kepercayaan, kejujuran, perlindungan, dan ketegasan, bentuk lingkaran menyiratkan keanggunan, kenyamanan, perlindungan, dan kreativitas, sedangkan bentuk dasar segitiga menyiratkan keagresifan, enerjik, ketegangan, dan konflik. Dalam karakter yang dirancang, dipergunakan kombinasi dari bentuk

lingkaran dan bujur sangkar. Secara umum, bentuk kepala lingkaran, lalu menyerupai bujur sangkar pada bagian rahang. Hal ini didasarkan atas pertimbangan bahwa karakter JKK dalam WBP, dalam karegori Grahita dan Komma (2014), masuk dalam kategori II, yakni karakter dengan ukuran tubuh kecil, bentuk mata gabahan, bentuk mulut *salitan*, bentuk hidung *wali miring*, dan sudut kemiringan kepala *longok*. Kategori II ini merupakan kategori karakter dengan watak *gagah* (ksatria). Artinya, disamping berwatak ksatria, JKK juga memiliki dimensi watak lembut dan kreatif (oleh karena seorang pemusik/seniman), namun tidak agresif sebagaimana Klana Sewandana.

Bentuk mata *gabahan*, dan mulut *salitan* ini, di dalam pakem penggambaran WBP dikhususkan untuk karakter protagonis yang tidak agresif. Sehingga bentuk mata dan mulut pada karakter Dyan Jaka yang dirancang juga tidak terlalu besar, namun dengan mempertebal garis kelopak mata untuk memunculkan efek keanggunan. Pada wajah karakter juga ditambahkan kumis tipis, meskipun pada karakter JKK dalam WBP tidak hal tersebut tidak nampak, hal ini dilakukan untuk memunculkan kesan kewibawaan, disamping sebagai ciri khas laki-laki Jawa. Kumis tipis berupa garis (kurva lengkung) ini dapat ditemui pada topeng Panji Asmarabangun dalam Wayang Topeng Malangan.

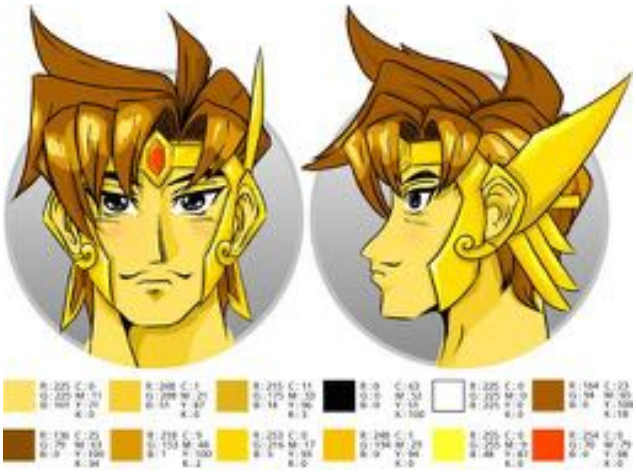


Gambar 8. Bentuk wajah karakter Dyan Jaka setelah dilakukan re-stilisasi dan deformasi, berserta skema warna yang dipergunakan. (Sumber : dokumen peneliti)

Mengenai bentuk rambut, jika mengacu kepada bentuk asli figur JKK dalam WBP, maka dalam karakter Dyan Jaka telah dilakukan deformasi sepenuhnya. Deformasi dipahami sebagai transformasi sebuah benda dari kondisi semula ke kondisi terkini. Makna dari "kondisi" dapat diartikan sebagai serangkaian posisi dari semua partikel yang ada di dalam benda tersebut. Bentuk rambut pada karakter yang dirancang menjadi sama sekali berbeda, dengan acuan gaya rambut *Harajuku*, yang memang

cukup digemari oleh kalangan muda Indonesia. Tidak hanya bentuk rambut yang mengalami deformasi, begitu juga dengan warna rambut yang berwarna coklat tua. Mengenai bentuk wajah dan skema warna dapat dilihat pada gambar 4.

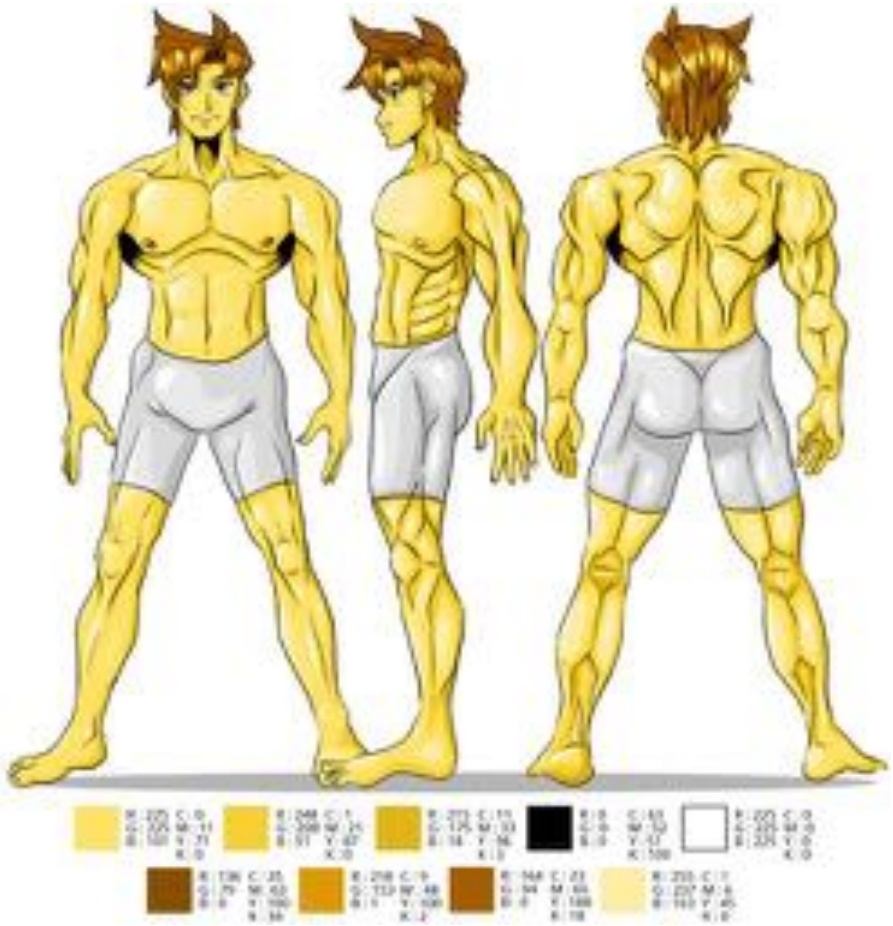
Dalam hal atribut fisikal yang ada pada wajah, juga dilakukan stilisasi dan deformasi. Atribut sumping yang dipergunakan oleh karakter JKK pada wajah dalam WBP, dalam karakter yang dirancang dihadirkan kembali dalam bentuk yang lebih deformatif dan populer, dengan sumber inspirasi karakter Pegasus Seiya Omega (Saint Seiya Omega – Toei Animation, 2012), dan juga karakter robotik AV-98 Ingram (Patlabor Reboot – Studio Khara, 2016). Mengacu kepada dua karakter tersebut, maka dilakukan distorsi terhadap daun sumping yang dalam bentuk aslinya kecil (pada bentuk figur asli JKK dalam WBP), menjadi lebih besar dan menjuntai ke atas. Di samping itu, untuk menjadikan bentuk sumping yang besar menjadi lebih seimbang, ditambahkan *facial armor*. Dengan demikian, keberadaan sumping yang besar menjadi lebih "masuk akal". Dengan bentuk yang baru ini, diharapkan atribut fisikal yang dikenakan oleh karakter yang dirancang ini mampu menarik minat kalangan muda.



Gambar 9. Bentuk wajah karakter Dyan Jaka setelah dilakukan re-stilisasi dan deformasi, serta ditambahkan *facial armor* beserta skema warna yang dipergunakan.
(Sumber : dokumen peneliti)

3.3.3. Bentuk Badan beserta Atribut Fisikal (*3 Point – Turnaround*)

Pada bentuk figur karakter JKK dalam WBP, pada dasarnya bertelanjang dada, mengenakan *dodot*, serta mengenakan beberapa atribut seperti *seritan*, *subang*, kelat bahu, selendang, gelang, dan juga keris. Bentuk tubuh pada karakter yang dirancang secara umum kekar (berotot). Distorsi (*exaggeration*) ini dilakukan untuk memunculkan kesan gagah sebagaimana karakter JKK dalam WBP, serta *character archetype* yang telah ditentukan sebelumnya, yakni *The Hero*. Di samping itu karakter ini juga mencoba untuk mendekati bentuk figur karakter *superhero* Marvel dan DC yang sebagian besar bertubuh kekar dan cukup digemari oleh kalangan muda.



Gambar 10. Bentuk badan karakter Dyan Jaka setelah dilakukan re-stilisasi dan deformasi, berserta skema warna yang dipergunakan.
(Sumber : dokumen peneliti)

Atribut seperti *seritan*, *subang*, kelat bahu, selendang, dan gelang yang nampak pada figur JKK dalam WBP dilakukan deformasi dan distorsi dengan sumber inspirasi karakter Pegasus Seiya Omega (Saint Seiya Omega – Toei Animation, 2012), sehingga menjadi sebuah bentuk *body armor* yang melapisi bagian bahu, dada, tangan, dan juga kaki. Dalam perwujudannya, dipergunakan teknik pewarnaan yang mampu memunculkan tekstur maya material logam (perunggu). Deformasi yang telah dilakukan ini ditujukan sebagai pemutakhiran visualisasi figur WBP dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang menarik minat kalangan muda saat ini, meskipun faktanya, pakaian perang prajurit Kerajaan Kediri atau Majapahit tidak demikian. Namun, meskipun dalam bentuk yang sepenuhnya deformatif, ciri khusus Wayang seperti *endhong* dan keris menjadi atribut yang signifikan, dan dipertahankan untuk memberikan identitas "Ksatria Jawa" pada karakter yang dirancang. Meskipun *endhong* tidak dijumpai pada figur JKK dalam WBP, namun *endhong* dapat dijumpai pada Wayang Kulit dan Wayang Topeng Malangan. Baik dalam Wayang Kulit maupun Wayang Topeng

Malangan, keris diselipkan pada pinggang bagian belakang, namun dalam karakter Dyan Jaka, keris diletakkan pada sisi kiri bagian depan, yang menunjukkan sikap "siap berperang" atau berduel. Keris pada karakter tersebut menggunakan warangka Ladrang Surakarta yang memiliki bentuk lebih besar dibanding 3 jenis warangka lainnya (Ladrang Yogyakarta, Gayaman Surakarta dan Yogyakarta). Di samping itu, bentuk *godhongan* warangka yang meliuk ke atas mampu memberikan kesan anggun, dan selaras/seirama dengan atribut lainnya yang juga berbentuk kurva. Oleh karena atribut yang cukup signifikan dalam membentuk identitas Ksatria Jawa, bentuk warangka keris dipertahankan sebagaimana aslinya, tidak dilakukan distorsi ataupun deformasi. Adapun *dodotan*, dilakukan distorsi dengan menambahkan elemen logam yang sama dengan *body armor*, namun warna yang digunakan tetap menggunakan warna merah, sebagaimana warna yang dikenakan oleh JKK dalam WBP.

Gambar 10. Bentuk badan karakter Dyan Jaka setelah dilakukan re-stilisasi dan deformasi, dan ditambahkan body armor dengan tekstur maya logam perunggu,berserta skema warna yang dipergunakan.
(Sumber : dokumen peneliti)

4. SIMPULAN

Dari uraian dan proses perancangan karakter, dan penggunaan metode perancangan karakter Tillman yang terdiri dari tahap : 1) Menentukan arketipe karakter; 2)

Melengkapi informasi karakter; 3) Medeskripsikan karakter; dan tahap 4) Visualisasi karakter, maka didapatkan konsep dan visualisasi karakter. Konsep karakter berupa arketipe karakter "*The Hero*", yang didefinisikan sebagai seseorang yang sangat berani, tidak mementingkan diri sendiri, dan bersedia membantu orang lain. Karakter dengan *hero archetype* ini bernama Jaka Kembang Kuning (JKK), dengan panggilan (*nickname*) "Jaka" atau "Dyan Jaka", yang juga merupakan kekasih (istri, ketika telah menikah) dari Dewi Sekartaji (Galuh Candrakirana). Di samping itu, Dyan Jaka adalah putera mahkota kerajaan Jenggala, putra dari Raja Lembu Amiluhur. *Setting* tempat karakter Dyan Jaka adalah di Kerajaan Kediri, Jawa, dengan *setting* waktu antara tahun 1104-1115 M, pada masa pemerintahan Raja Lembu Amiluhur, dan juga menjelang bersatunya Kerajaan Panjalu (Kediri) dengan Jenggala. Motivasi yang paling utama karakter Dyan Jaka dalam membantu Kediri berperang melawan Kerajaan Sabrang (Klana Sewandana) adalah ketulusan cintanya terhadap Sekartaji. Motivasi yang kedua, jika memang dihubungkan dengan Sri Kameswara, maka upaya-upaya yang dilakukan oleh Dyan Jaka adalah untuk menyatukan dua kerajaan yang terpisah semenjak pemerintahan kakeknya, Airlangga. Karakter Dyan Jaka dirancang dengan karakteristik sikap yang ksatria, sensitif, *introvert*, dan sangat dikendalikan oleh emosi, yang disamping menguasai ilmu beladiri dan *kanuragan*, juga piawai dalam menari dan bermain musik.

Adapun visualisasi dari konsep karakter tersebut, dengan menggunakan gaya gambar *manga* didapatkan bentuk wajah berserta atribut fisikal (visual), dan bentuk badan beserta atribut fisikal. Pemilihan gaya ini didasarkan atas pertimbangan bahwa berdasarkan survey yang dilansir oleh NTV Sekai Banzuke, Indonesia menduduki peringkat pembaca *manga*, atau komik Jepang, terbanyak kedua di dunia setelah Finlandia. Penggunaan gaya gambar *manga* ini lebih kepada sebagai strategi mendekatkan kebudayaan tradisi kepada kalangan muda Indonesia melalui medium yang disukai (populer). Dalam karakter yang dirancang, dipergunakan kombinasi dari bentuk lingkaran dan bujur sangkar. Secara umum, bentuk kepala lingkaran, lalu menyerupai bujur sangkar pada bagian rahang. Pada wajah karakter juga ditambahkan kumis tipis meskipun pada karakter JKK dalam WBP tidak hal tersebut tidak nampak, hal ini dilakukan untuk memunculkan kesan kewibawaan, disamping sebagai ciri khas laki-laki Jawa. Mengenai bentuk rambut, dalam karakter Dyan Jaka telah dilakukan deformasi sepenuhnya. Bentuk rambut pada karakter Dyan Jaka menjadi sama sekali berbeda, dengan acuan gaya rambut *Harajuku*, yang memang cukup digemari oleh kalangan muda Indonesia. Atribut sumping yang dipergunakan oleh karakter JKK pada wajah dalam WBP, dalam karakter Dyan Jaka yang dirancang dihadirkan kembali da-

lam bentuk yang lebih deformatif dan populer, beserta *facial armor*, dengan sumber inspirasi karakter Pegasus Seiya Omega. Bentuk tubuh pada karakter yang dirancang secara umum kekar (berotot). Distorsi (exaggeration) ini dilakukan untuk memunculkan kesan gagah sebagaimana karakter JKK dalam WBP, serta *character archetype* yang telah ditentukan sebelumnya, yakni *The Hero*. Atribut seperti *seritan*, *subang*, kelat bahu, selendang, dan gelang yang nampak pada figur JKK dalam WBP dilakukan deformasi dan distorsi menjadi sebuah bentuk *body armor* yang melapisi bagian bahu, dada, tangan, dan juga kaki. Di samping dilengkapi dengan *endhong* pada *body armor*, dalam karakter Dyan Jaka juga dikenakan keris dengan warangka Ladrang Surakarta untuk menunjukkan identitas Ksatria Jawa. Dengan bentuk figur karakter Dyan Jaka yang didapatkan dengan melakukan deformasi dan distorsi (mendekati figur karakter *superhero* populer) dari bentuk figur asli karakter Jaka Kembang Kuning dalam Wayang Beber, karakter baru ini diharapkan mampu menarik minat kalangan muda.

Karakter Dyan Jaka yang telah dirancang ini, pada nantinya akan di implementasikan dalam medium *webcomic*s, yang tentunya merupakan sebuah proses tersendiri. Namun sebelum itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap karakter ini, guna mencapai bentuk yang optimal. Adapun evaluasi dengan mengunakan metode evaluasi desain, beserta *re-desain* karakter, akan dilakukan sebagai tahap lanjutan dari perancangan ini.

DAFTAR RUJUKAN

Eisner, Will. (2000), *Comics & Sequential Art, Poorhouse Press*, Florida

Enawaty, Eny & Hilma Sari. (Januari 2010), "Pengaruh Penggunaan Media Komik Terhadap Hasil Belajar Siswa SMA Kelas X SMA Negeri 3 Pontianak pada Materi Larutan Elektrolit dan Nonelektrolit", dalam *Jurnal Pendidikan Matematika dan IPA*, I/1, Universitas Tanjungpura, Pontianak.

Grahita, Banung & Toshihiro Komma. (September 2014), "Identification of The Character Figures Visual Style in Wayang Beber of Pacitan Painting, dalam *International Journal of Asia Digital Art & Design*, XVIII/3, Asia Digital Art and Design Association, Tokyo.

Haryanto, S. (1988), *Pratiwimba Adhiluhung : Sejarah dan Perkembangan Wayang*, Penerbit Djambatan, Jakarta.

Holt, Claire. (1967), *Art in Indonesia: Continuities and Change* atau *Melacak Jejak Perkembangan Seni di Indonesia*, terjemahan R.M. Soedarsono. (2000), MSPI, Bandung.

Nirwana, Aditya. (2018), *Menimbang Sandhora : Telaah Komik Teguh Santosa*, Ma Chung Press, Malang.

Salim. (Juni 2012), "Warna Sunggingan dan Komposisi Wayang Beber Pacitan", dalam *Canthing, Jurnal Seni ASDI (Akademi Seni dan Desain Indonesia) Surakarta*, I/1, Akademi Seni dan Desain Indonesia, Surakarta

Sayid, R.M. (1980), *Bauwarna Kawruh Wayang : Sejarah Wayang Beber*, Reksa Pustaka Pura Mangkunegaran, Solo.

Soeherman, Bonnie. (2007), *Mastering Manga Character*, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Soekmono. (1973), *Pengantar Sejarah Kebudayaan Indonesia 2*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

Suswita, Deti. (Januari 2013), "Efektifitas Media Komik Untuk Meningkatkan Kemampuan Membaca Pemahaman Bagi Anak Tunagrahita Ringan", dalam *E-JUPEKhu, Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus,* I/1, Jurusan Pendidikan Luar Biasa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, Padang.

Syaifudin, dkk. (20-21 Agustus 1996), "Studi Antropometrik Manusia Jawa Dalam Rangka Penyusunan Manusia Acuan Indonesia", dalam *Prosiding Presentasi Ilmiah Keselamatan Radiasi dan Lingkungan*, PSPKR Batan, Jakarta.

Tabrani, Primadi. (2009), *Bahasa Rupa*, Penerbit Kelir, Bandung.

Tillman, Bryan. (2011), *Creative Character Design*, Focal Press, Oxford.

Warto. (Januari 2012), "Wayang Beber Pacitan : Fungsi, Makna, dan Usaha Revitalisasi", dalam *Paramita, Historical Studies Jurnal*, XXII/1, History Department, Faculty of Social Science collaborated with the organizers of Indonesia Historians Society (IHS), UNS, Semarang.

Widajanti, Laksmi, dkk. (Juli 2009), "Pengaruh Komik Makanan Jajanan Sehat dan Bergizi untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Anak Sekolah Dasar", *dalam The Indonesian Journal of Public Health,* VI/1, Universitas Airlangga, Surabaya.

TRANSFORMASI PRODUK TRADISIONAL LISUNG SEBAGAI ELEMEN DEKORATIF INTERIOR

Savitri, Nani Sriwardani
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung
Jalan Buah Batu No.212, Bandung 40265, Indonesia
avisavitri@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan jaman mengakibatkan produk tradisional yang terdiri dari berbagai macam alat dan perangkat tradisonal menjadi terpinggirkan. Kemajuan jaman mengakibatkan berkembangnya sistem baru yang lebih cepat dan praktis untuk digunakan, hal ini mengakibatkan punahnya perangkat tradisional yang sebelumnya digunakan sebagai perangkat sehari-hari. Lisung merupakan produk tradisional berupa wadah yang digunakan untuk menumbuk padi. Lisung terbuat dari kayu gelondongan yang dikeruk hingga berlubang menyerupai parit. Dahulu lisung merupakan bagian yang sangat penting dalam proses penggilingan padi. Sekarang setelah teknologi berkembang, lisung tidak lagi digunakan oleh masyarakat desa. Lisung sekarang banyak diperjual belikan sebagai dekorasi untuk rumah. Salah satu cara untuk mengangkat kembali produk tradisional agar tetap dapat digunakan adalah dengan cara memberikan fungsi baru terhadap produk tradisional tersebut. Produk dapat digunakan sebagai elemen dekoratif dengan cara mengubah dan memberikan fungsi baru pada produk, namun dengan tetap mempertahankan material dan bentuk utama dari produk tersebut. Fungsi lisung yang pada mulanya sebagai wadah untuk menumbuk padi, dapat bertransformasi menjadi fungsi lain yang lebih praktis dan dapat digunakan sehari-hari, seperti tempat duduk, wadah pot tanaman dan sebagainya. Material alami yang ada pada produk tradisional secara estetika dapat menjadi nilai tambah apabila perabot tersebut dimanfaatkan sebegai elemen dekoratif pada ruangan dengan konsep interior kontemporer. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan mengenai transformasi pada bentuk produk tradisional sehingga tetap dapat digunakan dan dilestarikan.

Kata Kunci: Produk Tradisional, Lisung, Elemen Dekoratif

TRANSFORMATION OF A TRADITIONAL PRODUCT: LISUNG, AS DECORATIVE ELEMENT IN INTERIOR

ABSTRACT

Progress at this time is making traditional products, which consisting of many traditional technical tools and devices, be marginalised. Progress resulting in new system development which is faster and practical to used daily, this is resulting in extinction of traditional equipments that had been used daily. Lisung is a traditional product consist of a container used to pound rice. Lisung made of timber that has been dredged to hollow resembling a ditch. Before, lisung is very important in the process of rice mill. Now that developing technology , lisung no longer used by villagers. Now a lot of lisung traded as decoration for the house. One way to reappointed traditional products to continue being used, is by giving new functions to the traditional products. The product can be used as decorative element by changing and giving new functions to the products , but with continue to maintain the material and the principal form of that product. Which were originally lisung function as a container for rice pounding, could be transformed into another function that is more practical and can be daily , for instance as the seating place , a pot herbs etc. Natural material in traditional products aestheticly can be

added value, when that products are used as decorative element at rooms with the concept of the contemporary interior. The result of this research is expected to provided input on the transformation of a traditional products, so as to keep the traditional product can still be used and conserved.

Keywords: Traditional Products, Lisung, Decorative Element

PENDAHULUAN

Kebudayaan di Indonesia merupakan kebudayaan yang kaya akan tata cara dan tradisi. Penelitian ini merupakan salah satu upaya untuk menjaga kelestarian kebudayaan melalui seni rupa dan desain. Seiring dengan kemajuan jaman, maka perabot tradisional yang terdiri dari berbagai macam alat dan perangkat tradisonal akan semakin terpinggirkan. Kemajuan jaman mengakibatkan berkembangnya material baru seperti plastik, alumunium dan berbagai jenis logam industri yang lebih tahan lama dan praktis untuk digunakan. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya pemakai alat tradisional, sehingga mengakibatkan punahnya perangkat tradisional yang sebelumnya digunakan sebagai perangkat sehari-hari untuk memasak, bertani, bermain dan sebagainya. Perabot tradisional biasanya dibuat dari bahan alami yang dibuat dengan material yang tersedia di sekitar kampung tradisional. Bahan yang digunakan terdiri dari kayu, bambu utuh serta olahan dari kayu dan bambu.

Salah satu cara untuk mengangkat kembali perabot tradisional agar tetap dapat digunakan adalah dengan cara memberikan fungsi baru terhadap perabot tradisional tersebut. Perabot dapat digunakan sebagai elemen dekoratif dengan cara mengubah dan memberikan fungsi baru terhadap perabot, namun dengan tetap mempertahankan material dan bentuk utama dari perabot tersebut. Material alami yang ada pada perabot tradisional secara estetika dapat menjadi nilai tambah apabila perabot tersebut dimanfaatkan sebegai elemen dekoratif pada ruangan.

Gambar 1: Ilustrasi produk tradisional dari bambu, dari kiri ke kanan: keranjang, sarang burung, ayakan dan nyiru.
Sumber: dokumen pribadi. 2018

Produk Tradisional Lisung

"Lisung (Sunda) atau lesung, lumpang, adalah wadah untuk menumbuk padi yang terbuat dari kayu gelondongan yang dibuat persegi panjang. Bagian tengahnya dikeruk sehingga menjadi legok, menyerupai parit. Di kedua ujungnya ada yang diberi lubang berdiameter sekitar 20 cm dan ada yang tidak. Demikian pula di bagian ujung pucuknya, ada yang diberi lengkungan yang disebut gelung dan ada yang polos. Lisung selalu berpasangan dengan halu (Sunda) atau alu. Panjangnya bermacam-macam, tergantung dari panjang dan besarnya kayu yang dibuatnya. Dalam peribahasa Indonesia kita mengenal ungkapan lesung pipit, artinya pipi yang dekik. Lisung, terkait dengan tradisi masyarakat desa yang sering dihubungkan dengan berbagai ritus kehidupan seperti khitanan, perkawinan, gusaran, panen, dan sebagainya. Pada zaman dahulu, lisung, selain berfungsi secara praktis sebagai wadah untuk menumbuk padi, bunyi tumbukannya juga berfungsi sebagai tanda bagi seseorang yang akan mengadakan kenduri. Bunyi tumbukan lisung yang nyaring itu disebut Tutunggulan. Ketika teknologi penggilangan padi belum berkembang seperti sekarang ini, lisung mempunyai peran yang sangat vital untuk pengadaan beras. Akan tetapi, ketika teknologi tersebut semakin berkembang pesat, dan kemudahan pengadaan beras semakin cepat pula, kini lisung menjadi barang langka dan antik. Bahkan di beberapa tempat (toko barang antik misalnya), lisung diperjualbelikan atau menjadi hiasan interior rumah. Akhirnya, lisung hampir tidak pernah difungsikan lagi sebagai alat untuk menumbuk padi, bahkan barangnya pun sudah jarang ditemukan. Lisung, sesekali dapat disaksikan penggunaannya pada acara-acara tertentu, misalnya dalam upacara adat Seren Taun di Cigugur, Kabupaten Kuningan, atau dalam hiburan Tutunggulan dan Gondang…" (Toto Amsar Suanda, http://www.disparbud.jabarprov.go.id/wisata/ensiklo-det.php?id=30&lang=id)

Gambar 2. Lisung di Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar, masih digunakan sehari-hari untuk menumbuk padi
(sumber: dokumen pribadi, 2018)

Lokasi penelitian tempat survey produk lisung adalah Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar yang terletak di Kampung Sukamulya Desa Sirnaresmi, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi. Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar dipilih sebagai lokasi penelitian produk tradisional karena Kampung ini biapun tetap menjaga ciri khas sebagai kampung tradisional namun juga membuka diri terhadap perkembangan teknologi luar. Pada Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar, yang masih menjaga kearifan Kampung tradisional sunda, produk tradisonal tersebut masih digunakan sebagai perangkat untuk melakukan aktivitas sehari-hari, seperti memasak nasi, bercocok tanam dan sebagainya.

Di Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar, pengolahan padi mulai dari menanam, memanen, menyimpan sehingga mengolah beras sampai menjadi nasi masih harus dilakukan dengan cara tradisional. Di kampung tersebut beras merupakan sumber utama kehidupan yang harus ditanam secara gotong royong oleh penduduk, diolah secara bersama dan dimanfaatkan untuk kepentingan penduduk kampung itu sendiri. Beras di kampung tersebut tidak boleh diperjualbelikan. Oleh karena itu perangkat seperti leuit (lumbung padi), lisung (alat untuk menumbuk padi), dandang atau se'eng (alat untuk memasak nasi) masi digunakan sebagai perangkat sehari-hari.

Lisung di Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar merupakan wadah untuk menumbuk padi yang terbuat dari kayu mahoni, memiliki lubang seperti parit yang berbentuk persegi, serta lubang bulat di sebelahnya. Pasangan lisung, yaitu halu merupakan alat untuk menumbuk padi yang terbuat dari kayu yang panjang seperti tongkat. Selain sebagai penumbuk padi, lisung dan halu di Ciptagelar digunakan juga sebagai bagian dari upacara adat dan kesenian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode eksperimen. Lingkup penelitian ini terdiri dari menganalisa tinjauan potensi dan masalah yang ada, mengumpulkan informasi, sampai membuat desain. Eksperimen dilakukan pada desain lisung kontemporer.

Metoda Pembahasan

- Mengidentifikasi objek penelitian, yaitu produk tradisional
- Menganalisa perubahan bentuk dan perubahan fungsi pada produk tradisional
- Menerapkan metoda pada perancangan produk
- Menghasilkan desain produk untuk elemen dekoratif pada interior

Metoda Pengumpulan Data

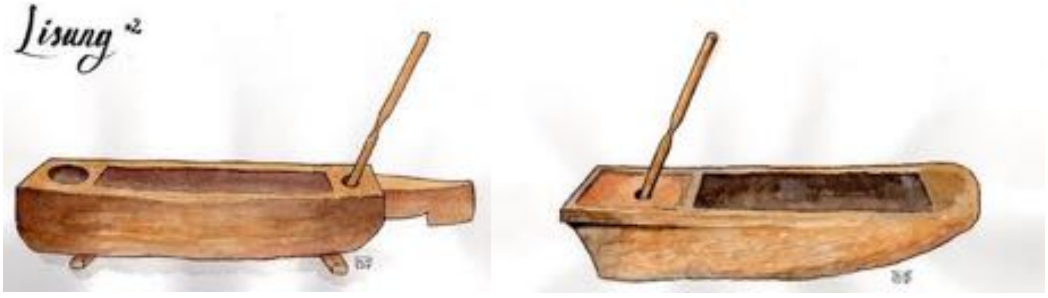
- Survei di lapangan, mendokumentasikan aktivitas dan produk yang dijadikan sampel dengan foto dan sketsa, mengidentifikasi potensi transformasi fungsi dan bentuk dari produk tersebut

Lokasi Penelitian

- Lokasi survey adalah Kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar di Kabupaten Sukabumi, sebagai lokasi penelitian produk tradisional. Pada Kampung Kasepuhan Ciptagelar, yang masih menjaga kearifan Kampung tradisional sunda, produk tradisonal tersebut masih digunakan sebagai perangkat untuk melakukan aktivitas sehari-hari, seperti memasak nasi, bercocok tanam dan sebagainya.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Tahap analisa awal yaitu menganalisa data Lisung sebagai produk tradisional. Data ini diperoleh berdasarkan analisa terhadap survey di lapangan. Untuk melalukan transformasi terhadap produk maka dilakukan perubahan bentuk dan fungsi pada produk tradisional. Aplikasi dari transformasi produk tersebut dilakukan pada salah satu produk tradisional yaitu lisung, untuk menciptakan sebuah desain baru dari produk tradisional yang diubah fungsi dan bentuknya menjadi elemen dekoratif interior



Gambar 3: Ilustrasi Lisung
Sumber: dokumen pribadi. 2018

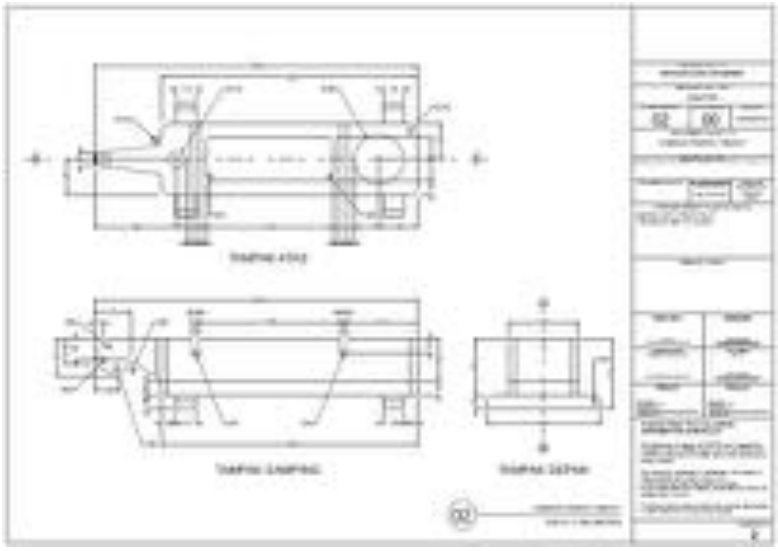
Transformasi lisung dilakukan dengan cara berusaha mempertahankan material asli lisung, yaitu dengan menggunakan material kayu. Biarpun jenis kayu yang digunakan dapat berbeda dari lisung yang asli. Sementara bentuk dari lisung masih mempertahankan bentuk dasar yang mendekati aslinya, namun dengan penyesuaian dimensi dan penambahan/ pengurangan bentuk disesuaikan dengan beragam kebutuhan. Sedangkan fungsi lisung berubah menjadi fungsi lain yang lebih familiar dan dapat digunakan sehari-hari oleh banyak orang. Berikut eksperimen sketsa perubahan lisung sehingga menjadi produk untuk elemen dekoratif interior.

Gambar 4: Ilustrasi Lisung berukuran kecil yang terbuat dari kayu. Berfungsi sebagai *desk accessories*, tempat penyimpanan *handphone* dan *stationary* seperti pensil dan klip kertas.
Sumber: dokumen pribadi. 2018

Gambar 5: Ilustrasi Lisung berukuran sedang yang terbuat dari kayu. Berfungsi sebagai tempat penyimpanan pot tanaman serta aksesoris untuk perawatannya
Sumber: dokumen pribadi. 2018

Gambar 6: Ilustrasi Lisung berukuran besar yang terbuat dari kayu. Berfungsi sebagai tempat duduk, bak tanaman dan dudukan tiang lampu.
Sumber: dokumen pribadi. 2018

Tahap berikutnya yaitu pembuatan *prototype* dari produk lisung yang telah didesain sebelumnya. Untuk itu perlu dibuat gambar kerja terukur agar memudahkan pengerjaan *prototype*. Gambar kerja terdiri dari gambar tampak atas, gambar tampak samping, dan gambar tampak depan.



Gambar 7: Gambar kerja Lisung, terdiri dari gambar tampak atas, tampak samping dan tampak depan
Sumber: dokumen pribadi. 2018

Setelah ada gambar kerja, maka dimulai proses pembuatan *prototype* Lisung dengan menggunakan kayu palet. Pembuatan *prototype* pertama yaitu miniatur lisung dengan dudukan pensil, wadah *handphone*, wadah klip dan dudukan kabel. Pada *prototype* kedua hampir sama dengan *prototype* satu namun dudukan kabel diperbanyak menjadi dua buah.

Gambar 8: Prototype Lisung 1 dan Prototype Lisung 2 dari kayu palet
Sumber: dokumen pribadi. 2018

SIMPULAN

Produk tradisional merupakan produk yang menunjukan kearifan lokal dan kekayaan budaya di Indonesia. Namun produk tradisional yang menggunakan bahan material alami seperti kayu dan bambu tidak lagi efektif untuk dapat digunakan secara luas, terutama diluar dari kampung-kampung tradisional. Di masa depan ada indikasi bahwa produk tersebut akan kalah bersaing dan tidak diproduksi lagi oleh masyarakat di kampung tradisional. Agar dapat bersaing dengan produk di perkotaan maka produk tersebut perlu berubah peruntukkannya sehingga menjadi produk kekayaan lokal yang

tidak tergantikan. Untuk itu perlu dilakukan perubahan fungsi dan bentuk untuk mengubah produk tersebut menjadi produk yang dapat bersaing. Ilmu desain merupakan ilmu yang dapat memberikan konstribusi pada pelestarian budaya lokal. Ilmu desain menganalisa kelebihan dan kekurangan pada produk tradisional yang ada, kemudian merancang desain baru pada produk tradisional, sehingga dapat digunakan oleh para pengguna baru. Setelah mengalami penyesuaian pada desain maka produk tradisional tetap dapat dimanfaatkan, dengan memiliki fungsi baru sebagai elemen dekoratif pada interior ruangan.

DAFTAR RUJUKAN

Salura, Purnama (2015). *Sundanese Architecture*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2015.

Suanda, Toto Amsar. http://www.disparbud.jabarprov.go.id/wisata/ensiklo-det.php?id=30&lang=id

DESAIN BENTUK *CALONGCONG* SEBAGAI TRANSMISI NILAI KEGOTONGROYONGAN DI MASYARAKAT

Zaini Alif, Savitri, Nia Emilda
Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung
Jl. Buah Batu No. 212 Bandung Kota Bandung Kode Pos 40116 Indonesia
E-mail: kolecer@gmail.com; avisavitri@gmail.com; 87niaemilda@gmail.com

ABSTRAK

Calongcong merupakan salah satu permainan tradisional yang berasal dari Kampung Bolang Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat. Material dari mainan *Calongcong* ini terbuat dari bahan bambu berbentuk anyaman yang menyerupai binatang. Penjelasan tentang *Calongcong* termaktub dalam naskah *Siksa Kanda Ng Karsian* yang memaparkan tentang kegiatan bersih desa bersama dengan menggunakan media permainan *Calongcong* yang disebut dengan *Ngamunikeun Lembur* yang sarat dengan nilai gotong royong. Bentuk mainan *Calongcong* memerlukan desain yang baru agar tetap dapat dimanfaaatkan oleh masyarakat sebagai salah satu upaya untuk memunculkan kembali nilai-nilai budaya dan kearifan lokal (*reinventing culture)*, terutama nilai gotong royong dalam masyarakat. Tujuan dari penelitian ini ialah melestarikan permainan calongcong untuk membentuk nilai gotong royong, untuk itu perlu untuk memperoleh wawasan tentang bentuk mainan dan permainan *Calongcong* dimasa lampau, sehingga dapat merancang kembali bentuk mainan dan permainan *Calongcong* dalam bentuk yang lebih kontemporer, sehingga dapat dikembalikan sebagai salah satu kearifan lokal yang ada di Kabupaten Subang dan Jawa Barat.

Kata Kunci: Desain Bentuk Calongcong, Nilai Gotong Royong

The Design Form of Calongcong as The Transmission of Value of Mutual Cooperation in The Society

Calongcong is one of the traditional games from Kampung Bolang, Kabupaten subang of West Java Province. Material of calongcong toys made from bamboo wicker that shaped resembling an animal. An explanation of calongcong included in the Siksa Kanda Ng Karsian manuscript that explains the village cleaning activity with using media game calongcong called Ngamunikeun Lembur that is loaded with the value of mutual cooperation in the society. The form of a Calongcong toy need new design to be able to continuously used by the community as an effort to bring cultural value and local wisdom (reinventing culture), especially the value of mutual cooperation in the society. The purpose of this research is to preserve the game of calongcong to form of mutual cooperation, in order to do that it need to obtain information on the toys and game of Calongcong in the past, to redesign the toys and game calongcong in a more contemporary forms, so that Caloncong could return to become one local wisdom of Kabupaten Subang and West Java.

Keywords: Design Form of Caloncong, Mutual Cooperation in The Society

PENDAHULUAN

Jawa Barat dikenal sebagai salah satu provinsi yang kaya akan keragaman kesenian tradisional. Setiap daerah di Jawa Barat memiliki perbedaan kesenian tradisional antara satu dengan yang lainnya baik dari segi penyajian, fungsi, maupun tujuan dari kesenian tersebut. Demikian halnya seni permainan *Calongcong* yang dimiliki oleh masyarakat Kampung Bolang. Kampung Bolang terletak di desa Cibuluh Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang yang memiliki karakteristik sebagai wilayah dengan potensi alam yang sangat indah dan dengan iklim yang sejuk.

Gambar 1.
Peta Kampung Bolang Desa Cibuluh Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang
(Sumber: www.google.co.id/maps/place/Subang+Regency,+West+Java, 2017)

Gambar 2
Kampung Bolang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

Keindahan alam dan iklim sejuk yang dimiliki Kampung Bolang mendukung keberadaan seni permainan *Calongcong* sebagai potensi strategis daya tarik wisata permainan tradisional yang ada di Kampung Bolang. Seni permainan *Calongcong* perlu dilestarikan dengan pertimbangan bahwa pada saat ini generasi muda terutama anak-anak sudah banyak yang tidak mengenal permainan tradisional sebagi bagian dari budaya, untuk itu diperlukan upaya untuk mengenalkan kembali sekaligus melestarikan

permainan tradisional sebagai bagian dari budaya yang dimiliki oleh masyarakat, seperti halnya pelestarian seni permainan *Calongcong* ini. Sebagaimana dijelaskan oleh Hari Poerwanto (2010) bahwa manusia dan kebudayaan merupakan kesatuan yang tidak terpisahkan, sementara itu pendukung kebudayaan adalah makhluk manusia itu sendiri. Pelestarian seni permainan *Calongcong* ini juga sesuai dengan karakteristik dari masyarakat Sunda, dipaparkan oleh Harso (Koentjaraningrat, 2004) bahwa "… tipe ideal orang Sunda sebagai manusia yang optimis, suka dan mudah gembira".

Eka Drajat Wiarto, dkk. (2010) menjelaskan bahwa permainan dapat membentuk karakter, "…bermain membentuk karakter". Karena nilai-nilai pembiasaan dan pelajaran dapat diinternalisasikan melalui permainan. Demikian halnya dengan seni permainan *Calongcong* yang bisa dijadikan sebagai media internalisasi nilai gotong royong bagi masyarakat. Beberapa tokoh masyarakat adat Kampung Bolang menyebutkan bahwa seni permainan *Calongcong* merupakan cikal bakal seni *Sisingaan* yang ada di wilayah Kabupaten Subang.

Seni permainan *Calongcong* ini sudah ada sebelum masa kemerdekaan, disebut sebagai *Calongcong Kukudaan,* masyarakat Kampung Bolang pada saat itu menjadikan seni permainan *Calongcong Kukudaan* sebagai suatu pertunjukan untuk merayakan khitanan anak, merupakan wujud dari rasa syukur dan kebahagiaan atas bertambahnya usia anak dan momentum bagi anak memasuki fase kehidupan yang baru. Sebelum tahun 1960-an seni permainan *Calongcong* ini marak dimainkan oleh masyarakat Kampung Bolang, namun sekitar tahun 1970-an istilahnya perlahan digantikan dengan Sisingaan.

Seni Calongcong terbuat dari material bambu seperti bentuk anyaman di daerah Sunda: *carangka, kolanding, boboko, aseupan,* dan *jobong,* yang menyerupai binatang dan digotong oleh 4 orang.

Gambar 3.
Properti Seni Permainan *Colongcong*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

Ada beberapa jenis *Calongcong*, yaitu: 1) *Calongcong Babadak* digunakan untuk menahan longsor tanah, biasanya dipakai untuk persawahan dan pertanian; 2) *Calongcong Hayam* digunakan untuk keranjang ayam, dan 3) *Calongcong Kukudaan* digunakan untuk pertunjukan pada saat perayaan khitanan anak. Dari karakteristik ketiga jenis *Calongcong* yang dimainkan oleh 4 orang dengan menggotong anyaman bambu, memberikan deskripsi bahwa ada nilai-nilai luhur yang terdapat pada seni permainan *Calongcong,* salah satunya ialah nilai gotong royong dalam memelihara dan menjaga keseimbangan lingkungan dan alam, karena *Calongcong* dapat dijadikan sebagai media informasi untuk mengajak masyarakat melakukan kegiatan bersih desa secara bersama-sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode eksperimen. Eksperimen dilakukan pada material bamboo sebagai bahan utama untuk membuat produk mainan *Calongcong.* Adapun tahapan yang dilakukan ialah sebagai berikut:

1. Eksperimen awal
   Pada tahap awal, didesain *prototype* (bentuk) dan material, berupa standar produk mainan *Calongcong* dari data dan narasumber yang ada.
2. Pengamatan
   Pada tahap pengamatan diharapkan menemukan metode atau teknik yang tepat untuk mempertahankan kekuatan material yang digunakan sesuai dengan tatanan nilai budaya.
3. Hipotesis awal
4. Hipotesis awal dilakukan atas hasil observasi.
5. Uji kelayakan
   Pada tahapan uji kelayakan, produk mainan diuji kelayakannya baik terkait material, teknik, maupun pemanfaatannya sebagai media transmisi nilai kegotongroyongan di masyarakat.
6. Verifikasi
7. Merumuskan dan membuat kesimpulan.
8. Evaluasi
   Tahapan evaluasi merupakan tahapan yang menjelaskan terkait konsep dan detail pengerjaan, baik dari segi estetis, material, teknis, dan *finishing,* serta aplikasinya sebagai media transmisi nilai kegotongroyongan di masyarakat.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Seni Calongcong terbuat dari material bambu, menyerupai bentuk anyaman di daerah sunda seperti carangka, kolanding, boboko, aseupan, jobong. Menyerupai binatang dan digotong oleh 4 orang. Pembuatan seni calongcong oleh penggiat komunitas budaya di kampong Bolang, Cibuluh-Tanjungsiang secara umum masih mencampuradukkan material industri dan alami.

Seni permainan *Calongcong* dalam hal konstruksinya dapat dikategorikan dibagi ke dalam tiga jenis konstruksi calongcong, namun dalam hal teknik anyamannya satu sama lain tidak ada perbedaan.

Jenis Calongcong	Fungsi
1. Calongcong Babadak	Jenis Calongcong yang digunakan untuk menahan longsor tanah, biasanya dipakai untuk persawahan dan pertanian.
2. Calongcong Hayam	Jenis Calongcong yang biasanya digunakan untuk keranjang ayam.
3. Calongcong Kukudaan	Jenis Calongcong yang dipakai atau digunakan pada saat perayaan khitan anak,

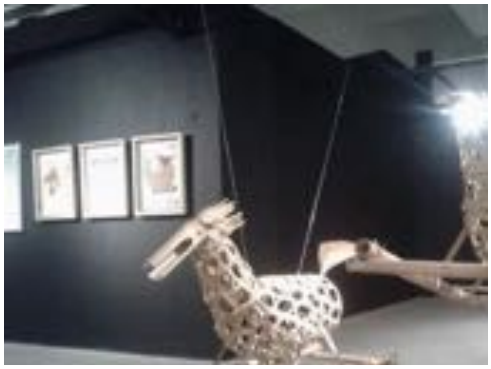
Seni permainan *Calongcong* kukudaan terakhir kali digunakan pada tahun 1960, masyarakat Kampung Bolang Desa Cibuluh Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang pada saat itu menggunakan *Calongcong* kukudaan untuk merayakan atas khitanan anak-anak oleh kedua orang tuanya. Wujud tersebut sebagai tanda rasa syukur dan kebahagiaan, karena fase hidup anak-anaknya mulai bertambah usia. Sebelum tahun 1960, seni permainan *Calongcong* marak digunakan oleh masyarakat, karenanya situasi sosial dan politik pasca-1960, turut serta mempengaruhi berkembang hidupnya seni calongcong kukudaan, seni calongcong kukudaan pelan-pelan digantikan oleh Sisingaan, yang popular pada tahun 1970-an.

Gambar 4.
Contoh anyaman *Calongcong* memakai media daun janur
(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2017)

Gambar 5.
Proses pembuatan anyaman calongcong
(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2017)

Gambar 6.
Detail buntut anyaman *Calongcong*
(Sumber: dokumentasi penelitian, 2017)

Ada dua jenis *Calongcong* yaitu *Calongcong* jantan dan *Calongcong* betina. Dalam pelaksanaan permainan *Calongcong* ini dibawakan oleh empat orang dan diiringi oleh masyarakat yang membawa berbagai alat-alat kebersihan dan bersama "bersih-bersih desa" mengikuti *Calongcong* tersebut, kegiatan ini dinamakan *Ngamunikeun Lembur.*



Gambar 7. Mainan *Colongcong*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

Gambar 8.
Mainan *Colongcong*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

Permainan *Calongcong* ini sarat dengan nilai gotong royong yang dapat dijadikan sebagai suatu upaya *reinventing culture* sehingga dapat memunculkan kembali nilai-nilai kearifan lokal yang ada di masyarakat.

SIMPULAN

Kampung Bolang Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat merupakan sebuah wilayah yang menaruh perhatian terhadap pengembangan permainan tradisional salah satunya ialah permainan *Calongcong.* Material mainan *Calongcong* terbuat dari bahan bambu berbentuk anyaman dan menyerupai binatang. Permainan *Calongcong* digunakan dalam kegiatan bersih desa yang disebut dengan *Ngamunikeun Lembur.* Penjelasan tentang kegiatan ini terdapat pada naskah *Siksa Kanda Ng Karsian.* Pengembangan desain mainan *Calongcong* perlu dilakukan agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai salah satu upaya untuk memunculkan kembali nilai-nilai budaya (*reinventing culture*), terutama nilai kegotongroyongan di masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

Koentjaraningrat. (2004), *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia,* Djambatan, Jakarta.

Poerwanto, Hari, (2010), *Kebudayaan dan Lingkungan*: *dalam Perspektif Antropologi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Wiarto, Eka Drajat, (2010), *Pendidikan Karakter: Kumpulan Pengalaman Inspiratif,* Kemendiknas RI, Jakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH/ PENGHARGAAN

Peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia;
2. LPPM Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung;
3. Pemerintah Kabupaten Subang;
4. Masyarakat Kampung Bolang Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang.

ANTARA KEKINIAN DAN TRADISI: TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PEMBELAJARAN SENI BUDAYA DI SMA

Condro Wiratmoko
Pascasarjana Pendidikan Seni Budaya, Universitas Negeri Surabaya
Gedung K9 Kampus UNESA
Ketintang, Surabaya, 60231, Indonesia
condwier@gmail.com

ABSTRAK

Seni budaya merupakan salah satu materi wajib dalam pembelajaran di SMA yang bertujuan mendorong siswa untuk mengekspresikan gagasan berkreasi dan mengapresiasi seni. Melalui pembelajaran seni budaya siswa juga diajarkan mengeksplorasi, melakukan pengamatan proses, teknik, menggali nilai-nilai budaya seni tradisi serta keindahan alam sekitar. Salah satu materi yang diajarkan dalam mata pelajaran seni budaya di SMA adalah batik. Pada zaman sekarang mengajar batik yang notabene adalah seni tradisi, mampu diajarkan dengan cara yang kekinian. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan teknologi digital di abad 21 penting untuk dimanfaatkan dalam proses pembelajaran seni budaya melalui materi-materi seni tradisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengenalkan pembelajaran seni budaya dengan mengkolaborasikan antara materi seni tradisi dan teknologi.

Metode penelitian ini menggunakan eksperimen pembelajaran seni budaya dengan materi batik di SMA Negeri 2 Surabaya. Langkah pembelajaran ini merujuk kurikulum 2013 dengan kompetensi dasar pengetahuan dan kompetensi dasar keterampilan. Kompetensi dasar pengetahuan berkaitan dengan teori-teori melalui materi batik dan kompetensi dasar ketrampilan melalui materi praktek menggambar motif batik digital dengan menggunakan *software design coreldraw* dan *adobe photoshop*.

Hasil penelitian ini adalah karya-karya motif batik baru yang kreatif dan inovatif melalui pembelajaran seni budaya berbasis teknologi digital. Hasil karya motif batik digital merupakan hasil dari penelitian siswa berkaitan dengan sumber inspirasi yang dikembangkan seperti ikon kota dan tema-tema lainya. Pembelajaran ini tidak hanya menekankan siswa untuk bisa menggambar motif digital tetapi juga menekankan aspek pengetahuan siswa dalam menuliskan sebuah konsep dari sumber inspirasi yang dikembangkan menjadi motif batik.

Kata kunci: Seni budaya, Pembelajaran, Teknologi, Batik

Now and Then: Digital Technology in Learning Culture and Arts for Senior High School

ABSTRACT

Art and culture is one of the compulsory subjects in senior high school level which aims to encourage the students in expressing their idea of creating and appreciating art. Through art and culture learning, students are taught how to explore, to observe the processes and techniques, and to explore the cultural values, tradition-arts, and local natural beauty. One of the materials taught in art and culture subjects in senior high school is batik. Nowadays, teaching batik which is well-understood tradition-art, is able to be delivered in a modern way. This proves that the development of digital technology in 21st century is important to be utilized

in learning art and culture subject through the materials of tradition-art. The purpose of this study is to introduce the art and culture subject by collaborating between the material of art and technology tradition.
The research method used was experiment of art and culture learning with Batik as the material chosen in Senior High School 2 Surabaya. The learning step referred to curriculum 2013; the current curriculum with the basic competencies knowledge; theories about Batik and basic skills competence; practicing drawing digital Batik using coreldraw as software design and adobe photoshop.
The results of this research were creative and innovative new batik motifs through art and culture digital technology learning process. The results were the students' research deal with developed sources, such as icons of the city, and other themes. This learning does not only emphasize the students to draw the digital motif, but also to emphasize the knowledge and to deliver a concept from the inspiration sources which was developed into batik motif.

Keywords : Art culture, Learning, Technology, Batik

PENDAHULUAN

Pembelajaran guru di sekolah dengan menggunakan teknologi belum sepenuhnya bisa disebut pembelajaran kekinian. Seorang guru mengajar dengan menggunakan LCD membuat presentasi dengan menggunakan laptop sudah dipersepsikan bahwa pembelajaran tersebut kekinian. Persepsi seperti ini masih sering menjadi pemahaman yang kurang tepat tentang pembelajaran masa kini. Pembelajaran pada dasarnya melibatkan berbagai metode, dari metode lama seperti ceramah sampai yang paling baru seperti simulasi dan percobaan ilmiah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Jika guru mengajar masih mengedepankan peran yang berpusat pada guru *(teacher centered and teacher oriented)* dengan menggunakan ceramah, walaupun guru itu menggunakan kecanggihan teknologi tetap saja model pembelajaran itu lama. Karena pembelajaran tersebut akan menyebabkan siswa bersifat pasif hanya menjadi pendengar yang baik dengan materi yang diajarkan. Sedangkan pembelajaran kekinian mengedepankan peran aktif siswa dalam mencari pengetahuan, keterampilan dan sikap, serta mengubah orientasi kegiatan belajar mengajar dengan memanfaatkan teknologi dalam proses pembelajaran.

Di Indonesia perkembangan teknologi sudah menjadi kajian dalam penelitian dan pengembangan desain pembelajaran. Salah satu hasilnya adalah menekankan pada kemampuan guru dalam mengunakan teknologi dan memanfaatkannya ke dalam desain pembelajaran. Dukungan pemerintah dalam meningkatkan kompetensi tersebut dengan mengadakan kegiatan berupa pelatihan guru-guru dalam desain pembelajaran berbasis teknologi. Pelatihan awal guru di sekolah pendidikan di Universidad Católica de la Santísima Concepción Chile, berpartisipasi selama 2014 dalam tantangan pelaksanaan pendidikan berdasarkan model pedagogis dan strategi pengajaran seperti permainan peran dan pembelajaran berbasis masalah. Melalui pengamatan langsung dan

blog, hasilnya menunjukkan bahwa peserta memiliki domain penting dalam interaksi pedagogi dan teknologi. Meskipun ada kesulitan teknis dalam program tersebut, siswa menekankan bahwa pengalaman telah mendukung sepanjang praktik mengajar guru, dan itu memungkinkan untuk memperkuat konten subjek, yang menimbulkan tantangan intelektual dan teknologi yang sangat memotivasi. Upaya Pemerintah Chili untuk memperkuat profesi mengajar (MINEDUC, 2011), dan kualitas pelatihan awal sebagai kunci untuk meningkatkan hasil belajar siswa, pengetahuan penilaian dan keterampilan lulusan program pendidikan guru belum sukses. Ada konsensus tentang pentingnya strategi pelatihan awal guru di bawah asumsi bahwa ini bisa berpengaruh pada prestasi akademik siswa dalam sistem sarjana (Sotomayor, Parodi, Coloma, Ibañez, & Cavada, 2011). Dalam konteks ini harus menambahkan heterogenitas dan keragaman siswa yang besar, tantangan yang harus ditanggapi dengan tepat oleh para guru. Beberapa negara menyadari situasi ini, dan dengan demikian mereka telah mereformasi sistem pendidikan mereka. Tedesco (2011) menunjukkan bahwa kesadaran telah dikemukakan tentang kompleksitas dan kesulitan besar mengubah pola dalam fungsi sistem pendidikan. Sedangkan fakta di Indonesia, pelatihan guru dalam menghadapi perkembangan teknologi belum sepenuhnya merata. Beberapa faktor menjadi penyebabnya diantaranya adalah akses teknologi itu sendiri belum menjangkau seluruh daerah di Indonesia, daya dukung kompetensi guru yang kurang terhadap perkembangan teknologi, dan kurangnya eksperimen desain pembelajaran yang dilakukan guru dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Oleh karena itu untuk menghadapi kemajuan jaman yang terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, maka ke depan pemerintah harus mempersiapkan generasi calon guru yang memiliki kompetensi menggunakan teknologi dalam pembelajaran. Hal ini didasarkan oleh fakta bahwa perkembangan teknologi saat ini berpengaruh terhadap karakter peserta didik dan desain pembelajaran guru juga harus efektif.

Berbagai disiplin ilmu telah mengilhami para ahli untuk menciptakan proses belajar mengajar yang sistematik, efektif dan efisien. Fokus perhatian tertuju pada cara terbaik membuat peserta didik aktif menemukan sendiri cara terbaik dalam mendapatkan pengetahuan, ketrampilan dan sikap perilaku yang dibutuhkan. Peran guru tidak lagi dominan memimpin proses belajar peserta didik melainkan membantu peserta didik dengan menyediakan berbagai alternatif sumber belajar yang lebih sistematik.Peralihan peran guru itu melahirkan konsep dari pengajaran menjadi pengajaran. Pembelajaran yang baik itu dirancang dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis dan setiap langkah itu dilaksanakan atas dasar teori dari berbagai disiplin ilmu (Saparman, 2012 : 13-14)

Siswa di masa kini datang dari latar belakang yang berbeda dan lebih beragam diband-

ing masa lalu. Perlu adanya upaya bersama dalam keberagaman tersebut dengan memenuhi kebutuhan siswa dengan kebutuhan yang lebih terfokus dalam penyesuaian pendekatan dalam proses pembelajaran. Dunia saat ini sangat dipengaruhi oleh teknologi dan teknologi dapat menjadi alat yang kuat dalam meningkatkan pembelajaran siswa. Tetapi pada dasarnya teknologi hanyalah alat dan penggunaan dalam proses pembelajaran perlu sebuah desain pembelajaran yang tepat. Guru harus mampu memahami materi yang diajarkan dan mampu mempresentasikan materi untuk lebih mudah dipahami oleh siswa. Guru juga harus punya strategi mengajar yang bisa diterima lebih mudah oleh siswa dalam memenuhi pembelajaran yang berbeda. Strategi mengajar merupakan pendekatan yang umum mengajar yang berlaku semua bidang materi, topik dengan menyesuaikan perkembangan siswa.

Pembelajaran di Indonesia era perkembangan teknologi digital saat ini terus mengalami perubahan. Perubahan tersebut ditandai dengan berkembangnya desain dalam pembelajaran melalui pemanfaatan teknologi digital. Kemajuan teknologi digital mendukung perubahan dalam desain pembelajaran masa kini sehingga menambah lebih banyak inovasi guru dalam pembelajaran melalui materi kepada siswa yang mayoritas lahir sebagai generasi perkembangan teknologi. Walaupun belum sepenuhnya merata, tetapi perkembangan teknologi digital di Indonesia dapat dilihat dari semakin meningkatnya penggunaan internet khususnya dikalangan siswa. Sekolah saat ini sudah banyak yang memiliki akses internet yang mudah dan sudah dimanfaatkan misalnya, menjadi *e-book, e-learning* dan Ujian Nasional Berbasis Komputer (UNBK). Perkembangan teknologi digital dalam proses pembelajaran mampu membuat pembelajaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai sumber belajar yang melimpah bagi siswa. Sumber belajar memiliki peran yang penting dalam proses belajar dan kehadiran teknologi digital sangat mendukung kemudahan siswa untuk belajar. Peran guru dalam desain pembelajaran salah satunya adalah mempertimbangkan bagaimana proses pembelajaran yang akan diterapkan melalui sumber belajar berbasis teknologi digital dapat diterima dan efektif dengan menyesuaikan segala hal yang berhubungan dengan pembelajaran.

Teknologi digital sebagai program inovasi nilai artistik bagi komunitas masyarakat, bahwa peran seni rupa dan desain sangat sentral apabila bisa masuk ke dalam jantung proses ekonomi dalam rangka perjalanan evolusi manusia. Teknologi digital menjadi program yang mengakselerasi masuknya seni ke dalam pusat proses ekonomi. Tidak saja menjadi bagian dari artifak seni, teknologi digital juga memfasilitasi organisasi manusia dalam menghasilkan *masterpieces* (mahakarya). Perkawinan seni dan teknologi digital memungkinkan seni rupa dan desain menjadi pembangun kemakmuran (*wealth generator*) dalam era ekonomi kreatif kini. Dengan *software* yang tepat, daya

kreatif masyarakat dapat digalang ke dalam mass *co-creation* dari karya seni yang inovatif. Menjadikan masyarakat Indonesia, yang sebagian besar ada di pedesaan, sebagai *co-creator* seni inovatif adalah kunci kemakmuran bangsa, sekaligus menjadi *masterpiece* pendidikan seni rupa dan desain Indonesia (Armein ZR. Langi 2007 dalam Sunarya, 2014:56).

Kemajuan teknologi tentunya berpengaruh terhadap pembentukan karakter siswa baik di sekolah maupun di luar sekolah. Arus perubahan yang semakin cepat, dapat membawa pengaruh yang positif dan negatif. Contohnya adalah dalam melestarikan keragaman kesenian dan kebudayaan melalui materi pelajaran seni budaya di sekolah. Pembelajaran seni budaya di sekolah dalam kemajuan teknologi digital saat ini memiliki peran yang penting oleh karena itu perlunya perubahan pembelajaran seni budaya di sekolah sebagai salah satu strategi keseimbangan antara kebudayaan dan teknologi yang sejalan dengan tujuan pembelajaran seni. Penerapan pembelajaran seni budaya berbasis teknologi juga harus mempertimbangkan jenjang sekolah, kondisi sekolah, sumber daya manusia dan materi pembelajaran yang dipilih guru.

Sekolah Menengah Atas (SMA) sebagai salah satu contoh jenjang yang tepat pembelajaran dengan materi berbasis teknologi. Pendidikan di SMA merupakan jenjang strategis bagi pembekalan dan pengembangan individu untuk dapat meraih masa depan yang lebih baik. Para siswa SMA adalah para remaja yang begitu lulus sekolah akan memasuki fase kritis ambang dunia orang dewasa. Kualitas pengalaman belajar yang diperoleh di SMA akan sangat menentukan keberhasilan mereka dalam menempuh jenjang pendidikan tinggi dan kehidupan selanjutnya. Atas dasar itu, pendidikan di SMA memang harus ada perubahan. Tetapi, perubahan itu tidak boleh *superficial*, tambal sulam, dan hanya berada pada tataran sistem operasi. Perubahan itu harus bersifat sistemik, integratif, dan holistik. Oleh karena itu pula, perlu untuk dilakukan penataan menyeluruh terhadap pembelajaran di SMA khususnya dalam pembelajaran seni budaya. Upaya itu dimaksudkan agar pendidikan dan keluarannya selalu dapat memperbaharui diri dalam menghadapi berbagai perubahan yang sedang dan akan terjadi. Muatan pelajaran seni budaya sebagaimana dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan tidak hanya terdapat dalam satu mata pelajaran karena budaya itu sendiri meliputi segala aspek kehidupan. Dalam mata pelajaran seni budaya, aspek budaya tidak dibahas secara tersendiri tetapi terintegrasi dengan seni. Karena itu, mata pelajaran Seni Budaya pada dasarnya merupakan pendidikan seni yang berbasis budaya. Dalam kurikulum 2013 pembelajaran seni budaya di sekolah terdiri dari 4 materi meliputi (1) Seni rupa, (2) seni musik (3) Seni tari dan (4) Seni Teater. Alokasi waktu proses pembelajaran yang diberikan dalam setiap minggunya 2 jam pelajaran dengan setiap jam pelajaran

45 menit. tetapi dari 4 materi tersebut tidak semuanya diajarkan oleh guru, akan tetapi sekolah hanya diwajibkan memberikan dua materi yang dipilih untuk diajarkan dan disesuaikan dengan kondisi sekolah.

Guru dituntut untuk bisa menerapkan proses pembelajaran yang efektif dengan segala fasilitas yang ada. Guru juga harus kreatif untuk mampu menerapkan model pembelajaran yang bervariasi sehingga mampu menjadikan siswa lebih kreatif, dan inovatif. Salah satu desain pembelajaran yang dirancang dalam pembelajaran seni budaya berbasis teknologi digital melalui materi batik. Batik menjadi salah satu materi yang ada di dalam pembelajaran seni budaya di SMA. Batik mempunyai nilai filosofis dan estetik melalui keragaman motifnya dan di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis batik yang memiliki motif, corak dan arti yang berbeda dan sudah menjadi identitas dari suatu daerah. Salah satu bentuk pembelajaran batik di sekolah yang sudah dilakukan guru mengacu kepada tujuan pembelajaran seni budaya yaitu melaksanakan praktek. Pembelajaran praktek batik di SMA sebenarnya kurang efektif dan mengalami kesulitan dalam proses pembelajaran. Permasalahan terjadi karena beberapa faktor misalnya, pertama kondisi sekolah yang tidak mempunyai ruang khusus untuk praktek membatik. Kedua waktu pembelajaran yang pendek 2x45 menit dengan jumlah siswa dalam satu kelas banyak, siswa akan kesulitan menghasilkan karya yang maksimal. Kemudian dalam kurikulum 2013 rata-rata sekolah menerapkan sistem *fullday school* sehingga sangat sulit untuk mencari waktu untuk meyelesaikan tugas praktek di luar jam pembelajaran.

Dengan pendekatan berbasis teknologi digital beberapa masalah yang ada dalam pembelajaran seni tradisi seperti halnya batik, mendukung adanya perubahan dengan desain pembelajaran baru yang bisa berkolaborasi antara tradisi dan teknologi. Pembelajaran praktek membatik yang sebelumnya menuntut menghasilkan produk batik kini bisa menekankan pada salah satu aspek materi yakni menggambar motif berbasis digital. Melihat kondisi permasalahan yang ada maka pembelajaran seni budaya dengan memadukan kecanggihan teknologi digital sangatlah diperlukan pada saat ini. Pemanfaatan teknologi digital yang tepat dalam pembelajaran apresiasi dan ekspresi menjadikan siswa mempunyai pengalaman baru dengan menggunakan teknologi secara positif, mengikuti perkembangan zaman yang berbasis teknologi digital dan modern dengan tidak melupakan nilai-nilai seni tradisi. Hal ini menekankan bagaimana pentingnya budaya tradisi seperti batik untuk terus dilestarikan melalui pembelajaran di sekolah seiring berkembangnya teknologi digital.

Pembelajaran seni berbasis teknologi diberikan karena adanya beberapa faktor yang menjadi pertimbangan, antara lain daya dukung sekolah dengan segala fasilitasnya misalnya adanya lab komputer yang memadai sehingga ada kemudahan siswa untuk

praktek baik individu maupun kelompok. Daya dukung siswa misalnya rata-rata siswa memiliki laptop sendiri sehingga bisa dilakukan pembelajaran di dalam kelas. Peran guru dalam hal ini mengatur bagaimana pembelajaran bisa menjembatani keterbatasan prasarana, baik dari kondisi sekolah maupun siswa. Keterbatasan perangkat seperti kurangnya jumlah komputer atau laptop yang tidak mencukupi dari jumlah siswa, maka pembelajaran dibuat kelompok. Dari kegiatan ini diharapkan ketika mereka lulus melanjutkan maupun tidak melanjutkan ke perguruan tinggi, mereka memiliki kompetensi dan kemampuan yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan bagi dirinya maupun orang lain yakni dalam bidang desain.

TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PENDIDIKAN SENI

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah alat canggih yang memfasilitasi proses pengajaran dan pembelajaran di era digital baru. Monterroso dan Escutia (2014) menunjukkan bahwa pendidikan tinggi di abad ke dua puluh satu tidak dapat dipahami tanpa menggunakan teknologi. Ini adalah tantangan bagi para guru untuk menerapkan inovasi pendidikan, penggunaan keuntungan yang mereka tawarkan untuk mengoptimalkan pembelajaran, mempromosikan pembelajaran kolaboratif dan kooperatif, dan pengembangan keterampilan baru dan keterampilan kognitif siswa yang akan menghadapi masa depan profesional mereka. Perkembangan teknologi dalam seperempat abad terakhir memacu pengembangan pekerjaan berorientasi pengetahuan, model bisnis, dan paradigma kemasyarakatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hal ini terutama berlaku untuk sektor pendidikan, di mana perubahan dalam teknologi (perluasan komputasi, perangkat portabel dan infrastruktur telekomunikasi) dan pengenalan layanan berbasis Internet, seperti jejaring sosial mengubah perilaku dan interaksi di antara para pendidik dan siswa (Stantchev, Colomo-Palacios , Soto-Acosta, & Misra, 2014).

Pendidikan seni adalah “pendidikan dengan seni’ dan membahas secara dalam “seni dalam pendidikan’; di dalamnya akan mengungkap keperanan seni dalam pendidikan, serta pentingnya pembelajaran seni dalam konteks kurikulum utuh. Ide ini mendapat rujukan dari psikoanalisis tulisan Sigmund Freud (1856-1939), dimana pendidikan kesenian di sekolah formal ditujukan untuk membangun, mengembangkan dan memotivasi pertkembangan jiwa. Perkembangan yang dimaksudkan adalah terpenuhinya keseimbangan mental anak didik sehingga siap menerima regenerasi seni melalui dasar pikuran dan perasaan. Untuk menguatkan gagasann ini dikemukakan pendidikan seni tradisi yang pernah dilakukan oleh para pendahulu bangsa Indonesia (setelah merdeka) dengan mengasimilasikan dengan konsep pendidikan modern (Pamadhi, 2012 : 5). Dari pernyataan diatas sudah jelas bahwa pendidikan seni tidak tertutup dengan

hadirnya perkembangan teknologi. Pendidikan seni harus mampu beradaptasi dengan konsep pendidikan yang modern seiring dengan berkembangnya teknologi yang masuk dan berkolaborasi dalam pembelajaran seni. Kurikulum 2013 yang diterapkan di Indonesia saat ini juga sangat terbuka dengan konsep pembelajaran seni yang lebih modern. Pembelajaran dalam konteks Kurikulum 2013 diorientasikan untuk menghasilkan insan Indonesia yang produktif, kreatif, inovatif, dan afektif melalui penguatan sikap (tahu mengapa), keterampilan (tahu bagaimana), dan pengetahuan (tahu apa) yang terintegrasi. Orientasi ini dilandasi oleh adanya kesadaran bahwa perkembangan kehidupan dan ilmu pengetahuan abad ke-21, telah terjadi pergeseran ciri dibanding dengan abad sebelumnya. Sejumlah ciri abad ke-21 tersebut adalah bahwa abad ke-21 merupakan abad informasi, komputasi, otomasi, dan komunikasi (Abidin, 2017:17)

Pendidikan seni sebagai usaha untuk mendidik peserta didik untuk berkembang dalam menuangkan ide gagasannya ke dalam apresiasi dan kreasi karya seni. Hal ini dilakukan untuk membekali peserta didik mengetahui materi ilmu-ilmu seni melalui pengalaman estetik, dan pengalaman artisitik melalui pembelajaran seni yang baru. Materi seni rupa merupakan salah satu aspek materi pendidikan seni yang diajarkan dalam pendidikan formal dan non formal melalui pembelajaran seni budaya. Beberapa materi dalam pendidikan seni rupa meliputi keterampilan menggambar, menanamkan kesadaran nilai budaya tradisi, mengembangkan kemampuan apreasiasi seni rupa, memberikan kesempatan pada peseta didik untuk mengaktualisasikan diri, dan penguasaan disiplin ilmu yang berbeda. Interdisiplinaritas dalam pembelajaran seni budaya dalam perkembangan teknologi digital merupakan salah satu pendekatan yang bisa dilakukan guru dalam memberikan materi dengan disiplin ilmu berbeda. Perkembangan teknologi digital melalui kecanggihan *software* sebagai media ekspresi dan sangat mendukung interdisiplinaritas dalam pembelajaran seni budaya melalui materi tradisi dan teknologi. Dukungan lain, hadirnya media sosial seperti halnya *instragram, facebook twitter* dan media sosial lainnya juga bisa sebagai media ekspresi dalam menunjukan hasil karya siswa kepada masyarakat luas.

Potensi berkembangnya teknologi dan jaringan internet saat ini dalam proses pembelajaran seni menuntut bahwa lingkungan pendidikan juga harus berkembang melalui materi yang diajarkan. Penciptaan pengaturan pendidikan dengan berbasis teknologi dapat menghasilkan tambahan dalam menerapkan metode yang sudah lama di dalam pembelajaran seni. Guru menjadi fasilitator dalam lingkungan yang hidup di dunia teknologi, meninggalkan peran tradisional mereka sebagai pemancar konsep atau konten belaka. Guru di dunia teknologi bertindak sebagai panduan memberikan petunjuk untuk memecahkan masalah yang dihadapi, dan mereka adalah teman siswa, sehingga membimbing proses dalam lingkungan belajarnya. Menurut Pellas (2014), instruktur

dan pengawas harus didorong untuk memahami keterlibatan siswa dengan artefak di lingkungan ini, materi pembelajaran, dan belajar melalui alur kerja kolaboratif-interaktif. Anderson (1987) mengungkapkan bahwa, kemajuan kemampuan komputer secara cepat berinteraksi dengan individu, menyimpan dan memproses informasi dan bergabung dengan media lain untuk menampilkan serangkaian besar stimulasi (rangsangan) audiovisual menjadikan komputer media yang dominan dalam pembelajaran (Prastowo, 2016:537). Guru seni dalam proses pembelajaran bukan hanya sekedar tranformasi dari nilai kebudayaan saja, tetapi bagaimana cara memperbarui dan memperkaya makna seni budaya dalam pembelajaran seni seiring dengan perkembangan teknologi yang berdampak pada kurangnya minat peserta didik terhadap seni tradisi. Hal ini mendasari guru untuk merubah pola pembelajaran dengan kolaborasi antara seni tradisi dan perkembangan teknologi.

DESAIN PEMBELAJARAN SENI BATIK DENGAN TEKNOLOGI

Desain pembelajaran merupakan suatu prosedur yang terdiri dari langkah-langkah, di dalamnya terdiri dari analisis, merancang, mengembangkan, menerapkan dan menilai hasil belajar (Seels & Richey, AECT 1994). Hal tersebut juga dikemukakan oleh Morisson, Ross & Kemp (2007) yang mendefinisikan desain pembelajaran sebagai suatu proses desain yang sistematis untuk menciptakan pembelajaran yang lebih efektif dan efisien, serta membuat kegiatan pembelajaran lebih mudah, yang didasarkan pada apa yang kita ketahui mengenai teori-teori pembelajaran, teknologi informasi, sistematika analisis, penelitian dalam bidang pendidikan, dan metode-metode manajemen (Handayani, dkk, 2009). Tujuan sebuah desain pembelajaran adalah untuk mencapai solusi terbaik dalam memecahkan masalah dengan memanfaatkan sejumlah informasi yang tersedia. Dengan demikian, suatu desain muncul karena kebutuhan manusia untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi.

Desain dalam pembelajaran seni dapat dikaitkan dengan beberapa hal, karena seni bersifat multi disipliner. Pendidikan seni melalui pembelajaran seni di sekolah bukan merujuk pada pembelajaran kepada calon praktisi. Pembelajaran seni lebih dari sekedar menciptakan sebuah karya dan mengerti tentang seni itu sendiri. Oleh karena itu sangat mungkin jika pembelajaran seni mampu memberi wacana spiritual baru, moral, dan keterampilan dalam menjalani kehidupan di masyarakat yang terus mengalami perubahan dalam perkembangan teknologi. Pendidikan seni di Indonesia melalui pembelajaran seni budaya di sekolah dalam konteks pembangunan budaya sebenarnya sangat sesuai untuk diterapkan. Hal ini berangkat dari pandangan bahwa pembelajaran seni budaya sebagai bentuk menjunjung tinggi nilai-nilai tradisi kebudayaan di Indonesia. Oleh karena itu pembelajaran seni rupa di sekolah juga tidak lepas dari materi penge-

tahuan seni tradisi dan ketrampilan berkarya seni rupa tradisi.

Batik menjadi salah satu materi melalui pembelajaran seni budaya memberi pemahaman pentingnya nilai tradisi sebagai warisan nenek moyang untuk dikembangkan dan dilestarikan.Oleh karena digitalisasi motif batik dalam pendidikan seni budaya sebagai media kreasi peserta didik untuk mewujudkan karya-karya baru melalui desain motif batik dalam mengembangkan nilai budaya tradisi seiring perkembangan zaman modern. Kecanggihan *software* desain saat ini sangat mendukung dalam proses pembelajaran membuat motif batik berbasis digital di sekolah. Membuat motif batik berbasis digital dalam prosesnya tidak lepas dari menggambar manual, pengetahuan membuat konsep desain motif batik, dan juga proses membuat produk batik. Kemudahan dari pembelajaran yang diterapkan memudahkan siswa bisa membuat banyak variasi dari desain motif batik sesuai dengan konsepnya. Hasil pembelajaran membuat desain motif batik berbasis digital juga bisa dikembangkan menjadi produk batik sesuai dengan teknik-teknik dalam membuat batik. Pada dasarnya pembelajaran membuat motif berbasis digital hanya sebatas teknik membuat desain motif batik yang lebih efektif dan efisen dalam pembelajaran seni budaya di sekolah. Hasil dari pembelajaran berbasis teknologi digital diharapkan dapat mendorong kreatifitas dan membentuk sikap positif siswa dalam rangka pembelajaran seni budaya seiring berkembangnya teknologi.

Pembelajaran ini didasarkan pada pengembangan batik secara modern yang sudah memasuki ranah kolaborasi dengan ilmu dan teknologi untuk menghasilkan sebuah produk batik modern dengan motif batiknya. Mengeksplorasi desain motif batik yang dapat diaplikasikan pada produk batik atau dimanfaatkan untuk memperkaya motif batik lndonesia. Pembelajaran ini melalui materi seni rupa yakni dengan cara memainkan unsur visual dari ikon budaya, mengembangkan sistem penduplikasian dalam penciptaan motifnya dengan memanfaatkan media baru. Namun secara mendasar istilah batik kini dikaitkan dengan tuntutan masa datang sebagai wujud pengaruh kemodernan. Kata batik lalu menjadi acuan masyarakat terhadap jenis, bentuk pola motif dan gaya motif seperti yang ditampilkan oleh rupa pola pada kain batik, walaupun tidak menggunakan lilin sebagai teknik rintang warna, misalnya dengan teknik cetak saring, cetak digital, komputerisasi, atau bordir. Adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, akan memperluas lingkup percepatan perkembangan di dunia perbatikan. Meluasnya bidang kegunaan batik pun telah membuka kemungkinan yang banyak bagi peranan baru batik di dalam masyarakat penggunanya. (Sunarya, 2014:55).

Motif batik adalah kerangka gambar yang mewujudkan tema, citra, dan kesan batik secara menyeluruh sebagai kesatuan utuh karya batik yang terdiri atas susunan titik, garis, bidang, tekstur, dan warna yang khas (Sunarya, 2014:58). Motif pada batik harus mampu memberikan keindahan jiwa, susunan ornamen dan tata warnanya

mampu memberikan gambaran yang utuh, sesuai dengan paham kehidupan (Kusrianto, 2013:3).Susanto (1980:261) berpendapat bahwa unsur-unsur motif batik dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

1. Ornamen utama/pokok adalah suatu ragam hias yang menentukan motif sebuah batik mempunyai makna, sehingga dalam pemberian nama motif batik berdasarkan jiwa dan arti lambang yang ada pada motif tersebut.
2. Ornamen tambahan/isian motif yaitu ornamen yang tidak mempunyai arti dalam pembentukan motif dan berfungsi sebagai pengisi bidang.
3. Isen-isen motif batik yaitu unsur-unsur garis dan titik atau ornament tertentu yang berfungsi sebagai pengisi untuk melengkapi motif secara keseluruhan sehingga menimbulkan keindahan pada motif secara keseluruhan Isen dapat berbentuk titik dinamakan "cecek" dan garis yang dinamakan "sawut". Ornamen yang berfungsi sebagai isen berupa cabang-cabang tumbuh-tumbuhan yaitu daun, bunga, dan batang (Susanto,1980:231).

Penggolongan motif batik menurut Susanto (1980:215-231) dibagi menjadi tiga golongan yaitu :

1. Golongan geometris adalah golongan motif yang mudah dibagi-bagi menjadi bagian-bagian yang disebut rapor. Golongan geometris ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu pertama yang rapornya berbentuk seperti ilmu ukir biasa, dengan bentuk segi empat, segi empat panjang dan lingkaran. Kedua tersusun dalam garis miring, sehingga rapornya berbentuk belah ketupat.
2. Golongan non geometris yaitu motif batik yang tersusun atas ornamen tumbuh-tumbuhan, meru, pohon hayat, candi, binatang, burung, garuda ular atau naga, dalam susunan tidak teratur menurut bidang geometris meskipun dalam satu kain batik akan terjadi pengulangan motif tersebut

Pembelajaran seni budaya dengan materi motif batik digital merubah posisi batik sebagai seni tradisi ke dalam dunia modern tidak bisa dihindari lagi dan dianggap suatu yang salah. Peran teknologi melalui pembelajaran ini adalah memberi pelajaran tentang melestarikan budaya tetap eksis ditengah perkembangan teknologi digital. Melalui materi pembelajaran seni budaya ini peserta didik diharapkan memberi pemahaman pentingnya nilai tradisi sebagai warisan nenek moyang untuk dikembangkan dan dilestarikan. Pembelajaran desain motif batik digital dalam pendidikan seni budaya sebagai media kreasi peserta didik untuk mewujudkan karya-karya baru dalam mengembangkan nilai budaya tradisi seiring perkembangan zaman. Pembelajaran seni budaya dengan berbasis teknologi merupakan pengembangan proses pembelajaran

yang didasarkan dari pembelajaran kurikulum 2013. Kompetensi dasar yang digunakan dalam pembelajaran ini adalah menganalisis konsep, unsur, prinsip, bahan dan teknik dalam berkarya seni rupa.dan membuat karya seni rupa dua dimensi dengan memodifikasi objek.

Pembelajaran ini secara teknik membutuhkan kecanggihan perangkat lunak atau *software*, tanpa adanya *software design* maka pembelajaran ini tidak bisa dilakukan. *Software* menurut Roger S. Pressman (2002:10), yang dimaksud dengan perangkat lunak atau *software* adalah sebuah perintah program dalam sebuah komputer, yang apabila dieksekusi oleh usernya akan memberikan fungsi dan unjuk kerja seperti yang diharapkan oleh usernya. Pernyataan ini menggambarkan bahwa *software* berfungsi untuk memberi perintah komputer, agar komputer dapat berfungsi secara optimal, sesuai dengan kemauan user yang memberikan perintah. Oleh karena itu dalam pembelajaran ini perlu didukung oleh adanya *software design* seperti *coreldraw* dan *adobe photoshop* untuk mengolah desain motif batik. *Coreldraw* merupakan sebuah program komputer untuk melakukan editing pengolahan gambar pada garis vector dan warna. *Coreldraw* sering digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan di bidang publikasi atau percetakan maupun bidang yang lain yang butuh proses visualisasi. Sebagai aplikasi desain, *coreldraw* merupakan suatu program yang memungkinkan seseorang membuat sebuah karya seni profesional, mulai dari yang simpel seperti logo sederhana hingga ilustrasi teknis yang rumit atau kompleks dengan pemrosesan visual. *coreldraw* menyediakan tool dan efek yang membuat bekerja efisien untuk menghasilkan sebuah gambar berkualitas tinggi.

Selain *coreldraw* pembelajaran ini juga membutuhkan *software adobe photoshop* yaitu salah satu *software* yang dipakai dalam dunia publikasi, fotografi, video dan juga bidang berorientasi visual lainnya. *Photoshop* juga berguna untuk mengelolah gambar berbasis bitmap yang mempunyai tool dan efek yang lengkap sehingga dapat menghasilkan gambar atau foto yang berkualitas tinggi. Kelengkapan fitur yang ada dalam *photoshop* inilah yang akhirnya membuat *software* ini banyak digunakan untuk desiner grafis profesional. Pembelajaran berbasis digital dalam menggambar motif ini menggabungkan kerja kedua *software* tersebut. Kolaborasi antara kedua *software* digunakan dengan kebutuhan dan fungsinya untuk dimaksimalkan di dalam pembelajaran.

LANGKAH PEMBELAJARAN MOTIF BATIK DIGITAL

Pembelajaran ini tetap sesuai dengan tuntutan di dalam pembalajaran kurikulum 2013 yakni kompetensi dasar yang diberikan. Kompetensi dasar pengetahuan merujuk pada teori yang dijelaskan dan pemberian tugas secara terstruktur kepada siswa. Kompetensi dasar ini menuntut siswa mencari pengetahuan dari berbagai sumber berkaitan den-

gan batik. Alokasi waktu dalam kompetensi dasar pengetahuan kurang lebih membutuhkan 4x45 menit atau 2 kali pertemuan tatap muka. Kompetensi dasar pengetahuan pembelajaran ini dapat diuraikan sebagai berikut :

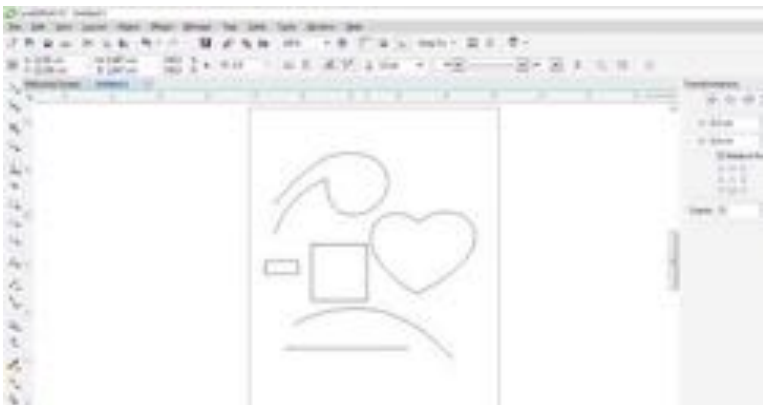
1. Siswa diberikan materi batik nusantara dengan penugasan mengamati dan menganalisis motif batik Nusantara, terkait dengan sumber inspirasi, struktur pembuatan desain motif batik sampai dengan proses dalam pembuatan batik yang diperoleh dari berbagai sumber belajar.
2. Siswa diberikan untuk penelitian berkaitan dengan sumber inspirasi yang bisa dikembangkan menjadi motif batik. Sumber inspirasi bisa diperoleh dari lingkungan sekitar misalnya ikon-ikon kota dan sebagainya

Kompetensi dasar keterampilan merujuk praktek kerja siswa dalam membuat motif berbasis digital. Kompetensi ini kelanjutkan dari komptensi dasar pengetahuan. Langkah pembelajaran dalam kompetensi keterampilan ini meliputi :

1. Hasil penelitian siswa berkaitan dengan sumber inspirasi dilanjutkan dengan penugasan membuat karya sketsa motif batik dengan teknik manual mengunakan kertas gambar, pensil dan *drawing pen*.

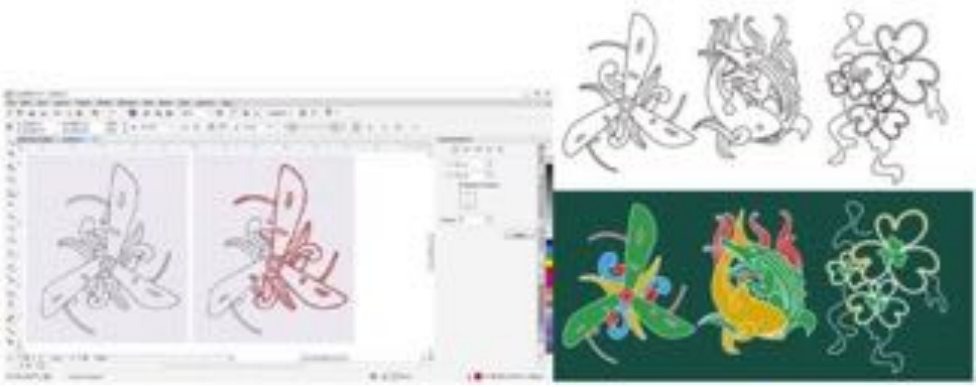
Gambar 1.
Sumber inspirasi yang dikembangkan dari ikon Kota Surabaya ke dalam sketsa
(monumen kapal selam, patung Surabaya dan daun semanggi

2. Sketsa motif kemudian discan atau difoto.
3. Menerapakan pembelajaran dasar seni rupa (Unsur dan prinsip seni rupa) melalui pembelajaran desain grafis. Siswa berlatih memahami *software* desain grafis dasar melalui praktek sesuai dengan arahan guru.



Gambar 2.
Latihan dasar memahami *software* desain *coreldraw* dengan membuat garis dan bidang (*tracing*)

4. Hasil scan atau foto desain motif batik manual yang dibuat kemudian diolah melalui pembelajaran digital menggunakan *software coreldraw*, proses ini dinamakan *tracing* atau menggambar ulang dari sketsa manual. Siswa diajarkan untuk mengolah komposisi desain motif batik dan warna.



Gambar 3.
Proses *tracing* dan hasil gambar digital menggunakan *software coreldraw*

Gambar 4.
Komposisi motif batik digital yang sudah di repetisi

5. Setelah komposisi dan warna desain motif batik sudah jadi, kemudian diterapkan dalam bentuk *Mock up* baju.

Mock-up adalah manipulasi seorang desainer untuk menunjukan hasil desain jika di aplikasikan di media publikasi. Dalam hal ini misalnya desain desain baju, maka *mock-up* yang dibuat adalah *mock-up* desain baju, sebuah desain baju yang kita gambarkan bagaimana hasil desain jika telah dibuat menjadi baju asli. *Mock-up* merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia desain, karena dianggap dapat membantu untuk mensimulasikan desain yang kita buat ke dalam *realistic design* dengan kata lain, *mock-up* membantu untuk mengetahui gambaran desain kita apa bila telah diaplikasikan ke dalam dunia nyata. Proses membuat mock up menggunakan *software photoshop* dengan syarat yang harus dipenuhi untuk menghasilkan *mockup* yang bagus dan realis meliputi; (1) objek gambar atau baju yang digunakan harus berwarna putih polos, (2) Tekstur atau lipatan dari baju harus terlihat jelas, (3) Tampilan baju bagian depan atau belakang tidak dalam sudut perspektif. Dalam membuat mock-up ini memaksimalkan baju seragam putih siswa, difoto menggunakan kamera *handphone* kemudian melalui proses edit terlebih dahulu untuk menghilangkan *badge* sehingga benar-benar putih polos. Sebelum proses mengaplikasikan motif pada mock-up, terlebih dahulu menyiapkan motif yang sudah di komposisikan melalui repetisi menggunakan *software coreldraw* kemudian di eksport dengan format JPEG atau PNG. Kelebihan dari *mock-up* ini adalah kemudahan membuat beberapa komposisi motif dan perpaduan warnanya.

Gambar 5.
Proses *mock-up* menggunakan *software photoshop* dengan seragam siswa

Gambar 6.
Hasil *mock-up* baju motif batik Surabaya

Gambar 6.
Hasil *mock-up* baju motif batik dengan sumber inspirasi kelinci

Dari hasil karya siswa tidak hanya bisa ditampilkan dalam bentuk *mock-up* saja, tetapi juga bisa diproduksi menjadi produk batik atau tekstil dengan memperhatikan beberapa ketentuan. Desain yang dibuat harus menyesuaikan teknik produksi, yakni menggunakan teknik batik tulis, cap atau tekstil motif batik (batik printing). Beberapa ketentuan jika desain diproduksi meliputi; (1) jika diproduksi menjadi batik tulis maka yang harus disesuaikan adalah komposisi ukuran dalam bentuk lembaran kain. Jika pola motif sama, maka hanya perlu mengatur komposisi pola penyusunan repetisi atau pengulangan desain motifnya di lembaran kain. Jika motif bebas maka yang harus disesuaikan adalah pola desain pembagian komposisi pada produk (baju). Bagian-bagian baju (depan samping kanan, kiri, lengan, kerah, saku, dan bagian belakang) yang dipola dalam lembaran kain untuk proses selanjutnya yaitu mencanting, (2) jika diproduksi menjadi bentuk batik cap maka yang harus disiapkan adalah pola desain yang akan diterapkan pada besi plat sebagai acuan desainnya yang ukurannya sudah disesuaikan. Setelah besi plat sudah jadi maka tinggal menyusun motif pada lembaran kain dengan

teknik cap, (3) jika diproduksi menjadi batik printing (tekstil motif batik) maka dari pembuatan motif batik digital sudah disesuaikan ukuran motif, warna dan komposisi menggunakan ukuran lembaran kain. Kemudian diterapkan dalam proses selanjutnya pembuatan batik printing.

Hasil desain pembelajaran ini tidak hanya menuntut siswa bisa membuat desain motif batik berbasis digital, tetapi ada tuntutan lain yang akan menambah nilai dari hasil karyanya. Hasil lain tersebut berupa deskripsi konsep dari karya motif batik yang dibuat dan dituliskan berdasarkan sumber inspirasi beserta maknanya. Hal ini sangat mendukung konsep pembelajaran literasi melalui visual, selain berkarya siswa juga dituntut mampu untuk menuliskan konsepnya. Dari hasil karya desain motif batik digital dan penulisan konsep tersebut bisa menjadi sebuah kumpulan karya yang dibukukan.

Gambar 7.
Desain pembelajaran desain motif batik digital dijadikan buku

KESIMPULAN

Guru dituntut untuk bisa menerapkan proses pembelajaran yang efektif dengan segala fasilitas yang ada. Guru juga harus kreatif untuk mampu menerapkan model pembelajaran yang bervariasi sehingga mampu menjadikan siswa lebih kreatif, dan inovatif. Kemajuan teknologi digital mendukung perubahan dalam desain pembelajaran masa kini dan menambah lebih banyak inovasi guru dalam pembelajaran. Perkembangan teknologi digital dalam proses pembelajaran mampu membuat pembelajaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai sumber belajar yang melimpah bagi siswa. Sekolah Menengah Atas (SMA) sebagai salah satu contoh jenjang yang tepat pembelajaran dengan materi berbasis teknologi. Pendidikan di SMA

merupakan jenjang strategis bagi pembekalan dan pengembangan individu untuk dapat meraih masa depan yang lebih baik.

Batik menjadi salah satu materi seni tradisi yang ada di dalam pembelajaran seni budaya di SMA. Materi Batik melalui pembelajaran seni budaya memberi pemahaman pentingnya nilai tradisi sebagai warisan nenek moyang untuk dikembangkan dan dilestarikan. Pembelajaran seni budaya di sekolah dalam kemajuan teknologi digital saat ini memiliki peran yang penting oleh karena itu perlunya perubahan pembelajaran seni budaya di sekolah sebagai salah satu strategi keseimbangan antara kebudayaan dan teknologi yang sejalan dengan tujuan pembelajaran seni. Guru seni budaya dalam proses pembelajaran bukan hanya sekedar tranformasi dari nilai kebudayaan saja, tetapi bagaimana cara memperbarui. dan memperkaya makna seni budaya dalam pembelajaran seni seiring dengan perkembangan teknologi yang berdampak pada kurangnya minat peserta didik terhadap seni tradisi. Dengan pendekatan berbasis teknologi digital beberapa masalah yang ada dalam pembelajaran seni tradisi seperti materi batik, mendukung adanya perubahan dengan desain pembelajaran baru yang bisa berkolaborasi antara tradisi dan teknologi. Pembelajaran ini secara teknik didukung oleh kecanggihan perangkat lunak melalui *software design* dengan menggunakan *coreldraw* dan *photoshop.*

Pembelajaran seni budaya dengan berbasis teknologi merupakan pengembangan proses pembelajaran yang didasarkan pembelajaran dalam kurikulum 2013. Desain pembelajaran berbasis teknologi melalui materi tradisi memberikan pembelajaran tentang melestarikan seni budaya tradisi tetap eksis ditengah perkembangan teknologi digital. Melalui materi pembelajaran seni budaya ini peserta didik diharapkan memberi pemahaman pentingnya nilai tradisi sebagai warisan nenek moyang untuk dikembangkan dan dilestarikan. Hasil desain pembelajaran ini tidak hanya menuntut siswa bisa membuat desain motif batik berbasis digital melalui keterampilan praktek, tetapi siswa juga dituntut untuk mampu menulis sebuah deskripsi konsep dari karya motif batik yang dibuat berdasarkan sumber inspirasi beserta maknanya. Oleh karena itu dari hasil desain pembelajaran ini memberi pemahaman penting bahwa kemampuan siswa berkarya menggambar harus juga diikuti dengan kemampuan belajar siswa menuliskan sebuah konsep yang merupakan bagian dari gerakan literasi melalui visual.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, Kusrianto.2013. *Batik Filosofi, Motif dan Kegunaan*. Yogyakarta : C.V Andi Offset

Hajar, Pamadhi. 2012 *Pendidikan Seni Hakikat Kurikulum Pendidikan Seni, Habitus Seni dan Pengajaran Seni.* Yogyakarta : UNY Press

Handayani, D.dkk. 2009. *Perencanaan Desain Pembelajaran. Bahan Ajar untuk Diktat E-Training PPPPTK TK dan PLB*

M.Atwi, Suparman. 2012. *Desain Instruksional Modern.* Jakarta : Erlangga

M.Jazuli. 2008. *Paradigma Kontekstual Pendidikan Seni.* Surabaya : Unesa University Press

MINEDUC. (2011). Estándares orientadores para egresados de carreras de pedagogía en educación general básica. Santiago: LOM Ediciones. Retrieved from <http://www.evaluacioninicia.cl/docs/libro-estandaresbasica.pdf>.

Moeljadi, Pranata. 2010. *Teori Multimedia Intruksional.* Malang. Universitas Negeri Malang Fakultas Sastra Jurusan Seni dan Desain

Monterroso, E., & Escutia, R. (2014). Educación Inmersiva: enseñanza práctica del derecho en 3D. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 9 (2), 83–100. 2011

Munir. 2013. *Multimedia Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan.* Bandung : Alfabeta

Sewan, Susanto S. Teks. 1980. *Seni Kerajinan Batik Indonesia.* Yogyakarta : Balai Penelitian Batik dan Kerajinan.

Tedesco, J. C. (2011). Los desafíos de la educación básica en el siglo XXI. Revista Iberoamericana de Educación, 55, 31–47. Retrieved from <http://www.rieoei.org/ rie55a01.pdf>.

Pellas, N. (2014). The influence of computer self-efficacy, metacognitive selfregulation and self-esteem on student engagement in online learning programs: Evidence from the virtual world of second life. Computers in Human Behaviour, 35, 157–170.

Stantchev, V., Colomo-Palacios, R., Soto-Acosta, P., & Misra, S. (2014). Learning management systems and cloud file hosting services: A study on students' acceptance. Computers in Human Behavior, 31, 612–619.

Andi, Prastowo. 2016. *Pengembangan Bahan Ajar Tematik*. Jakarta : Kencana

Yan Yan, Sunarya.2014. *Batik Digitalisasi Kreatif Motif Dalam Gaya Desain Dunia*. Bandung : Institut teknologi Bandung

Yunus, Abidin. 2014. *Desain Sistem pembelajaran Dalam Konteks Kurikulum 2013*. Bandung : PT Refika Aditama

PEMANFAATAN IMAJI FIGUR-FIGUR BUDAYA SEBAGAI METODE BERKARYA SENI BERTEMAKAN IDENTITAS

Nabila Warda Safitri
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Jl.Raya Kampus Unesa Lidah Wetan, Surabaya, 60213, Indonesia
E-mail : nabilawarda13@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu kompleksitas karya seni terletak pada praktek penciptaanya. Dalam praktek penciptaan karya seni pada dasarnya memiliki regularitas yang di dasari oleh *common sense* (nalar wajar), dalam proses permulaan, produksi, hingga pada apresiasinya. Di dalam sejarah kesenirupaan Indonesia, persoalan itu hadir dalam suatu prinsip yang disebut modernisme. Modernisme yang terjadi di Indonesia melalui pengaruh orang barat telah menstrukturkan kebudayaan lokal pada identifikasi yang khas dan tentunya selalu menginspirasi. Penelitian ini melihat pemanfaatan budaya melalui figur-figurnya, pada praktek penciptaan karya seni yang di tawarkan oleh metodologi visual. Dalam hal ini agaknya imaji tentang figur-figur budaya yang telah di tampilkan melalui sebuah karya seni akan menimbulkan makna baru, namun tidak menghilangkan makna-makna dalam konteks sebelumnya.

Kata kunci : Imaji figur budaya, identitas, praktek penciptaan, metodologi visual.

Utilization Of Imagines Cultural Figures As A Method Of Art – Themed Art Identity

One of the complexities of the work of art lies in the practice of its creation. In the led - practice the creation of work of art basically has a regularity that is based on common sense, in the process of beginning, production, to the appreciation. In the history of Indonesian art, the issue is present in a principle called modernism. Modernism occuring in indonesia through western influences has structured local cultures on unique identification and certainly inspired. This study looks at the use of culture figures, in the led-practice of creating artwork offered by visual metodologies. In this case it seems that the image of the cultural figures that have been shown through a work of art will create a new meaning, but not eliminate the meaning in the previous context.

Kata kunci : Culture figures imagine, identity, led - practice, visual methodology.

PENDAHULUAN

Berbicara tentang seni, seni memang memiliki kekhasan kodratinya sendiri, jika kita ingin melihat lebih jauh tentang nilai seni perlulah kita untuk melihat keterikatan sekaligus perbedaan yang rinci antara seni dengan pemaknaan – pemaknaan yang lain, antara lain sains, filsafat, dan agama. Dalam praktek penciptaan karya tentunya di batasi oleh regularitas yang di dasari oleh '*common sense'* dalam permulaan, proses produksi hingga pada proses apresiasinya. Bentuk presentasi hasil penciptaan seni (work of art) tidak dianggap setara seperti kegiatan keimuan yang di dasarkan

pada publikasi jurnal ilmiah. Penciptaan seni baru dianggap sebagai kegiatan keilmuan yang berkualifikasi ilmiah apabila dipresentasikan dan di desiminasikan dalam bentuk jurnal ilmiah. Sementara, bentuk presentasi seni bukan hanya terbatas pada penulisan dalam jurnal ilmiah, tetapi melalui pameran, pergelaran, festival, dsb (Djatiprambudi,2017:24). Meskipun demikian dalam proses penciptaan seni hampir mirip seperti kegiatan ilmiah dalam hal ini nalar wajar (*common sense*) dalam penciptaan seni itu dapat disamakan dengan batasan masalah dalam penelitian, lebih jauh batasan masalah dalam proses penciptaan karya seni, yaitu pada tataran tema. Tema sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pokok pikiran atau bisa dikatakan juga dasar cerita (yang di percakapkan, yang dipakai sebagai dasar mengarang, mengubah sajak, dan sebagainya).

Persoalan identitas sebagai tema dalam seni rupa global adalah persoalan yang telah lama hadir bahkan dalam sejarah seni rupa barat telah tampak pada sekitar abad ke 17 melalui gambar – gambar representasi sehari – hari. Persoalan ini lah yang kemudian mengglobal hinga membuat suatu perkara yang pelik yaitu modernitas. Dalam menanggapi identitas begitu banyak pendapat yang di lontarkan mengenai identitas yang semua itu bergantung dari kepentingan dan tujuan dari pembicaraanya. Pertama, identitas yang diartikan dengan "gaya". Artinya bila seseorag sudah kelihatan mempunyai gaya dala karyanya, dan kelihatan "consisten" pada "gaya" tersebut, dia bisa dianggap telah mempunyai identitas. Bahwa gaya yang dipunyai itu merupakan hasil jiplakan, ataupun hasil tiruan,barangkali tidak usah terlalu sering di persoalkan. Kedua, identitas yang berarti penemuan diri seseorang yang tercermin dari karyanya. Celakanya penemuan diri seseorang ini sering dianggap sebagai sesuatu yang tetap, sehingga pendapat ini pun menginginkan adanya kesamaan pola dalam berkarya. Bahwa identitas itu berkaitan dengan manusia yang belum mati, belum berhenti dan masih hidup dan berkembang, tidak pernah terjangkau oleh pengertian tersebut. Ketiga, identitas yang diberi pengertian keaslian atau originalitas yang dapat diartikan bahwa identitas itu di mulai dari diri seseorang dan berakhir dalam dirinya sendiri. Barangkali maksudnya suatu keaslian yang sangat jauh dari hakikat kehidupan yang selalu berkembang, atau semacam keaslian yang primitif (G.Sidharta,1979:9). Dalam sejarah seni rupa Indonesia tema identitas selalu dilihat pada reaksi keberadaan seni tradisi yang telah ada pada masyarakat Indonesia terhadap perubahan yang terjadi oleh pengaruh modernisme yang di bawa oleh bangsa barat. menurut Sanento Yuliman terdapat persoalan yang sama pada perkembangan seni rupa yang disebut sebagai perkembangan seni rupa lama dan seni rupa baru. Persoalan – persoalan tersebut bertumpu pada pertanyaan – pertanyaan mengenai keberadaan dan eksistensi seni di Indonesia yang mempersoalkan definisi seni rupa Indonesia itu sendiri. Persoalan itu menurut Sanento

Yuliman arena suatu prinsip, yaitu prinsip modernisme.

Tema identitas dalam perkembangan yang mutakhir dapat di simpulkan sebagai perkembangan wacana yang muncul pasca Perang Dunia I dengan munculnya kemerdekaan yang menjadi dialektika antara keberadaan budaya lama dengan kemajuan modernisasi pengaruh budaya barat dan hal ini menghasilkan kemunculan nilai – nilai lokal dalam cara – cara penyampaian yang modern.

Pemanfaatan imaji figur budaya dalam penciptaaan karya seni rupa sangat mempengaruhi perkembangan seni rupa karena dengan memanfaatkan imaji figur budaya dapat terkandung nilai lokal dan modernitas dalam suatu karya seni yang dihasilkan. Hal ini juga bisa kita lihat melalui karya – karya Heri dono. Tampilan visual yang menggunakan imaji figur budaya juga bisa dilihat melalui karya – karya beberapa seniman besar Indonesia lainnya seperti Nasirun, Entang Wiharso. Nampaknya penggunaan imaji figur budaya dalam penciptaan karya seni sudah di pikirkan oleh sosok Jim Supangkat dalam artikelnya yang berjudul Wabon Senrabu (wayang boneka seni rupa baru), dimana media baru dalam angan –angan jim ini adalah boneka sebesar manusia. Dalam karya yang dihadirkan jim semacam pertunjukan boneka yang sudah umum kita lihat seperti pertunjukan puppet yang menggunakan tali, pertunjukan boneka jepang yang tradisional, bunraku dan tentu saja wayang (Jim Supangkat : 1979,137). Dari apa yang di katakan jim sosok boneka yang menjadi angan – angan Jim merupakan hasil imaji dari figur – figur budaya dengan ada nya pola pikir yang baru dan sedikit perubahan pada figur tersebut akan memberikan suatu makna baru pada Wabon Serbabu.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian – penelitian seni rupa sebelumnya umumnya memiliki kecenderungan untuk melihat karya seni sebagai imaji dan kemudian di bacalah karya seni seni tersebut melalui interprestasi. Dengan hal demikian maka pada dasar nya penelitian tersebut tidaklah melihat karya seni dari sudut lain misalnya tidak melihat proses pembuatan karya seni dan juga tidak melihat inspirasiserta kerumitan proses tersebut. Perkembangan mutakhir seni kini telah menghasilkan teori – teori yang memperluas kajian imaji karya seni dengan berbagaimacam pendekatannya. Salah satu teori adalah metodologi visual yang di kemukakan oleh Gillian Rose (2001) dimana Rose mengungkapkan hubungan antara visual karya dengan interpretasi pada makna visual dan makna sosial melalui pendekatan semiotika.

Teori metodologi visual Rose lebih jauh tidak hanya memperkarakan imaji – imaji pada karya seni, melainkan imaji dalam bentuk yang lebih luas. Rose melihat imaji sebagai kumpulan situs, pertama, situs imaji itu sendiri menghasilkan wacana

tentang makna formal dan makna – makna visual, kedua, situ produksi yang melibatkan pemahaman di balik terciptanya suatu imaji, dan ketiga, situs pemirsa dalam hubungan sosiologis antara pemirsa dan imaji yang menghasilkan gambaran akan "modal zaman" pada kekuatan teknologinya, wacana formal dan makna sosial suatu imaji.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Berdasarkan pandangan rose (2001) yang melihat keberadaan imaji dan hubugannya dengan konteks produksi dan konteks sosial, dapat dikatakan bahwa imaji tidak dapat di pisahkan dari konteks pembuatannya dan konteks pemirsanya. Lebih lanjut Rose mengemukakan bahwa kesemuannya merupakan suatu yang ia sebut sebagai kekuatan sosial dari imaji.

Di era informasi yang akan segera berkembang jadi era globalisasi. Para futuris meramalkan bahwa di era globalisasi ini suatu produk tidaklah cukup bila hanya memenuhi standart internasional, sebab jika hanya begitu maka produk negara maju dengan keunggulan pengalaman dan hitech nya akan melibas prodk negara yang sedang berkembang. Para futuris juga meramalkan bahwa dimasa depan suatu produk harus memiliki warna lokal. Dalam persaingan era globalisasi ini, negara sedang berkembang meneliti dan mempelajari tradisi nya bukan hanya secara fisik melainkan menggali pula konsep – konsep yang mendasarinya dan memanfaatkannya untuk meningkatkan mutu produk dimasa depan. Dan gambaran itu juga agaknya berlaku pada produk kesenirupaan yaitu karya seni.

Seperti telah di paparkan sebelumnya telah di katakan bahwa imaji tentang figur – figur budaya terkandung nilai lokal dan modernitas dalam suatu karya seni yang di hasilkan dengan demikian agaknya penggunaan imaji figur budaya dalam penciptaan karya seni dapat meningkatkan mutu di masa depan. Artikel ini pada dasarnya adalah suatu paparan pendekatan terhadap pemanfaatan imaji dalam proses berkarya seni imaji figur budaya dalam pandangan rose memiliki modalitas sosial yang dapat menggambarkan keberadaan imaji dalam konteks zaman terkini. Lebih lanjut hasil dari imaji tersebut di transfer melalui media media yang di gunakan untuk berkarya misalnya kanvas, atau di terapkan melalui karya – karya intermedia. Pada karya Heri dono misalnya karya – karya nya yang erat dengan imaji wayang secara konseptual heri dono menyampaikan beberapa gagasan dari dunia animistik melalui interaktivitas karya seni instalasinya, Heri Dono juga menumbuhkan elemen gerak dan suara sebagai salah satu karakteristik penciptaan instalasinya, yang mungkin terkait dengan besarnya pengaruh pertunjukan di awal proses kreatif nya. Tampaknya memang heri dono tertarik dengan hal – hal demikian karena adanya hubungan antara pencipta dan

apresiatornya dalam tampilan karya – karyanya. Penggunaan imaji dari kesenian tradisional seperti wayang di gunakan sebagai media provokasi untuk mengatasi masalah global tentang isu kemanusiaan , sosial dan politik. Seni instalasi Heri dono memberikan contoh terbaik tentang upaya kreatif pemanfaatan imaji keseniantradisional yang berakar kuat di indonesia. Dengan demikian seperti apa yang dilakukan Heri Dono tersebut dilakukan untuk mereduksi situs yang di sebut Rose sebagai *Sites Of Production*. Di indonesia sendiri jika kita menggunakan imaji figur budaya dalam karya akan menciptakan suatu identitas tersendiri pada karya nya seperti jika kita melihat pada karya heri dono yang memanfaatkan imaji wayang maka kita akan melihat ciri yang khas tersendiri dan tentunya sangat berbeda dengan imaji wayang yang di ciptakan oleh seniman yang lainnya.

SIMPULAN

Dalam pandangan metodologi visual Gillian rose yang memandang imaji dalam situs makna imaji dan makna sosial yang terkait juga dengan situs pembuatannya dalam kerangka produksi, pemanfaatan imaji secara langsung di mungkinkan untuk terjadi. Pemanfaatan ini menyebabkan terjadinya pergeseran pada wilayah situs yang dikemukakan rose sebagai situs produksi dengan memberikan makna – makna imaji dan konteks sosialnya untuk tetap berada pada makna dan konteks yang melekat sebelumnya. Dalam hal ini isu dan tema tentang kebudayaan. Dengan hal ini meskipun terjadi pergeseran makna tapi pemanfaatan imaji tersebut tidak menghilangkan makna sebelumnya. Dan dalam hal ini tentunya akan membutuhkan penelitian yang lebih lanjut.

DAFTAR RUJUKAN

Asikin, Hasan
2001 *Dua Seni Rupa* (serpihan tulisan Sanento Yuliman). Jakarta : Penerbit Kalam.

Djati Prambudi, Djuli
2017 *Penciptaan Seni sebagai Penelitian*. Disampaikan dalam seminar nasional "Membangun Inovasi Melalui Riset Berbasis Seni Dan Desain"di selenggara kan oleh Uniersitas Negeri Surabaya.

Rose, Gillian
2001 *Visual Methodologies : An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London : Sage publication.

Supangkat, Jim
1979 *Gerakan Seni Rupa Baru Indonesia*. Jakarta : Penerbit Gramedia.

Tabrani, Primadi
2005 *Bahasa Rupa*. Bandung : Penerbit Kelir.

SPANDUK WARUNG MAKAN PINGGIR JALAN SEBAGAI PERTUNJUKAN KONTEMPORER

Moch.Enrich Noval H
Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya, Jl. Lidah Wetan, Surabaya (60213), Indonesia
E-mail : enrichnh@gmail.com

ABSTRAK

Terdapat salah satu bentuk *indigenous art* di sekitar kita yaitu spanduk warung makan pinggir jalan. Spanduk warung makan pinggir jalan kini hadir sebagai ajang pameran kontemporer di ruang publik. Hal tersebut dikarenakan spanduk yang dilihat sebagai karya seni tersebut hadir secara ikonik dan memberikan pengalaman estetik bagi audiens jalanan. Pemilihan media, teknik, figur, bahkan warna yang terkesan monoton dan seragam justru menjadikan hal ini sebagai sebuah kultur dan identitas yang menubuh pada setiap pengusaha warung makan pinggir jalan. Sudut pandang penelitian ini adalah melihat bagaimana kehadiran spanduk pada warung makan pinggir jalan dapat bertransformasi sebagai pameran kontemporer dalam ruang publik. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukan keterkaitan spanduk warung makan dengan prinsip karya dan pagelaran seni kontemporer. Penelitian ini menggunakan perpektif seni kontemporer, pertunjukan dari Richard Schechner, dan data akan dikaji dengan perspektif encoding Stuart Hall untuk melihat respon audiens terhadap spanduk warung makan pinggir jalan. Hasil penelitian menunjukkan fungsi lain spanduk warung makan pinggir jalan dalam prespektif kontemporer, mampu mempertunjukkan metafora kesederhanaan dan penguat budaya, serta menjadi sebuah pilihan media baru dalam pagelaran dan penciptaan karya seni kontemporer.

Kata kunci : Kontemporer, Spanduk, Budaya, Pertunjukan

Street Food Banner as a Contemporary Performance

There is one form of indigenous art around us that is banners roadside food stalls. The roadside food stall banners are now present as contemporary exhibitions in public spaces. This is because the banners viewed as artwork are present in an iconic manner and provide an aesthetic experience for street audiences. The selection of media, techniques, figures, even colors that seem monotonous and uniforms actually make this as a culture and identity that growing at every street food stalls businessman. The point of view of this research is to see how the presence of banners on roadside food stalls can be transformed as contemporary exhibitions in public spaces. This study aims to show the linkage banner of food stalls with the principles of works and contemporary art performances. This study uses a contemporary art perspective, a performance from Richard Schechner, and the data will be studied with Stuart Hall's encoding perspective to see the audience's response to a roadside food stall banner. The results show another function of street bourgeois street banner in a contemporary perspective, capable of demonstrating the metaphor of simplicity and cultural reinforcement, as well as being a new media choice in the performance and creation of contemporary artwork.

Keywords : Contemporary, Banner, Culture, Performance

PENDAHULUAN

Seni pada dewasa ini bukan lagi soal keindahan, seni yang sekarang lebih keluar dari kerangkah indah yang telah ditanamkan oleh para pendahulu. Seni juga merupakan

persoalan akan pemaknaan pengalaman, seni sebagai nilai, dan erat kaitanya dengan beragam aspek kehidupan. Hal tersebut menjadikan setiap orang memiliki beragam penilaian terhadap sebuah karya seni berdasarkan pengalaman masing-masing. Dari banyaknya keterkaitan seni dengan beragam aspek kehidupan, menjadikan seni sangat cair, berada dan hadir hampir di seluruh kegiatan kita, tumbuh dan berkembang dengan disengaja maupun tidak disengaja, sampai kehadirannya sering tidak kita sadari. Berangkat dari pemahaman dan permasalahan tersebut, saya mendapati sebuah kegiatan *indegenous art* yang kehadirannya sangat dekat dengan kita, yaitu spanduk warung makan pinggir jalan. Biasanya menggunakan material kain dengan teknik lukis yang menampikan figur dan bentuk produk yang ditawarkan para pedagangnya. Keragaman bentuk dan tampilan spanduk warung makan pinggir jalan dipengaruhi oleh beragamnya produk, budaya, dan tujuan dari para pedagangnya.

Selain sebagai media promosi, spanduk warung makan pinggir jalan juga memiliki peran sebagai sebuah karya seni. Prinsip karya seni kontemporer sangat melekat pada spanduk warung makan pinggir jalan. jika kehadirannya sangat sering kita jumpai di berbagai tempat, ini berpotensi menjadikan kehadiran mereka sebagai sebuah ajang pameran dan pertunjukan seni kontemporer diruang publik yang bersifat *mobile*. Serta spanduk warung makan pinggir jalan yang dilihat sebagai karya seni ini hadir secara ikonik dan memberikan sebuah pengalaman estetik bagi audien jalanan.

Sebagai sebuah seni yang memiliki unsur lokal, karena memunculkan visual khas yang bisa mendiskripsikan asal daerah, budaya dan berbagai produk mereka. Spanduk warung makan pinggir jalan kini bertransformasi menjadi sebuah kultur dan identitas yang menumbuh pada para pedagang warung makan pinggir jalan, hal ini dikarenakan keidentikan pada spanduk warung makan pinggir jalan tumbuh dari kesamaan latar belakang dan hubungan antar para pedagangnya. Keidentikan tersebut berupa pemilihan media, teknik, figur, bahkan warna yang terkesan monoton dan seragam.

Dari keidentikan ini juga mampu mengkontruksi prespektif masyarakat tentang penggunaan spanduk warung makan pinggir jalan sebagi simbol daerah tertentu, simbol masakan tertentu, dan simbol budaya masyarakat tertentu. Selain itu budaya yang terbentuk di masyrakat ini juga mampu merepresentasikan sebuah bentuk dari kesederhanaan dan sebagai media penguat bangsa melalui eksistensinya di dalam kehidupan bermasyarakat dan sebagai sebuah salah satu seni *everyday life* yang diterapkan, dikonsumsi, dan diciptakan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitaif dengan bantuan survei. Survei yang ditujukan kepada responden berisi pertanyaan terkait hubungan spanduk warung makan Lamongan dengan karya seni. Yang mana dari pertanyaan tersebut diharapkan bisa membantu menemukan hubungan spanduk dengan karya, pameran dan pertunjukan seni. Selain itu di hadirkan pula foto dari berbagai warung makan pinggir jalan yang di kumpulkan selama bulan Juli di kota Surabaya dan Sidsoarjo. Survei dilakukan dengan menggunakan *google form* yang disebarkan ke 18 responden dengan latar belakang yang beragam, antara lain: mahasiswa, praktisi seni, pedagang, siswa SMA, perawat, dan pelayan restoran. Hasil dari *google form* digunakan sebagai dasar analisis penulis terhadap fenomena keterkaitan spanduk sebagai sebuah karya, pameran dan pertunjukan seni kontemporer. Pembacaan dilakukan menggunakan prespektif kontemporer, *decoding* dan *encoding* milik Stuart Hall serta prespektif pertunjukan dari Richard Schechner.

PEMBAHASAN

Jika kita melihat 15 sampai 20 tahun kebelakang, penggunaan spanduk pada warung makan pinggir jalan terasa belum ramai seperti sekarang. Apabila dicermati, hal ini dipengaruhi oleh jumlah pedagang yang menawarkan produknya di pinggir jalan terbilang minim dan sedikit. Lantaran akses dan kegiatan di jalanan tidak ramai seperti sekarang dan ditambah kurangnya daya beli masyarakat terhadap produk yang dijajakan, menjadikan warung makan pinggir jalan jarang dijumpai pada waktu itu. Namun apa bila kita perhatikan semenjak tahun 2000 sampai 2005 perekomian negara kita mulai merangkak naik, pembangunan mulai terasa di daerah-daerah, dan para pedagang kaki lima pun berlahan muncul dan menumbuh di berbagai kota besar. Seperti di Surabaya, hampir di berbagai sentra kuliner, sudut taman kota, dan banyak tempat lainya yang menjadi titik dagang mereka. Begitu juga dengan spanduk warung makan pinggir jalannya yang juga mulai menunjukan keragaman, berbagai macam konsep yang dipilih para pedagang seolah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka memenangkan persaingan mencari pelanggan.

Dibalik fungsinya sebagai media promosi spanduk tersebut memiliki makna dan tujuan tersendiri, seperti spanduk warung makan asal Lamongan yang identik dan terlihat sama antara pedagang satu dan yang lain. Menurut beberapa sumber, alasan penggunaan spanduk pada warung makan pinggir jalan khas Lamongan yang identik dilatarbelakangi oleh banyaknya orang-orang Lamongan yang memiliki keinginan marantau dan membuka warung tenda di kota-kota besar, ditambah tidak sedikit dari

mereka yang masih memiliki hubungan kekerabatan dan keterikatan satu sama lain. Hal tersebut yang menjadikan mereka berusaha mencari dan membuat media untuk menunjukan identitas dan menjaga hubungan antar mereka sebagai pedagang pendatang di tempat perantauan mereka masing masing.

Oleh karenanya dipilih spanduk sebagai media promosi yang dirasa ringan dan mampu untuk menunjukan identitas para pedagang warung makan pinggir jalan asal Lamongan. Dengan ciri-ciri berbahan kain, menggunakan teknik lukis manual, dominan warna cerah dan stabilo, serta memunculkan figur dan objek terkesan tidak realistis pada setiap kehadiranya ditengah masyarakat, pengemasan media promosi sebagai penguat identitas pada spanduk diharapkan mampu untuk mengkonstruksi presepsi masyarakat akan asal dan hubungan antar para pedagang asli Lamongan. Seiring berjalannya waktu, spanduk khas Lamongan yang awalnya menjadi sebuah identitas untuk para pedagang asli Lamongan mulai berkembang dan dikenal masyarakat, bukan hanya sebagai identitas asal para pedagang namun mulai menjadi trademark untuk produk yang di tawarkan pada pedagang warung makan pinggir jalan, seperti pecel lele, seafood khas lamongan, dan soto lamongan.

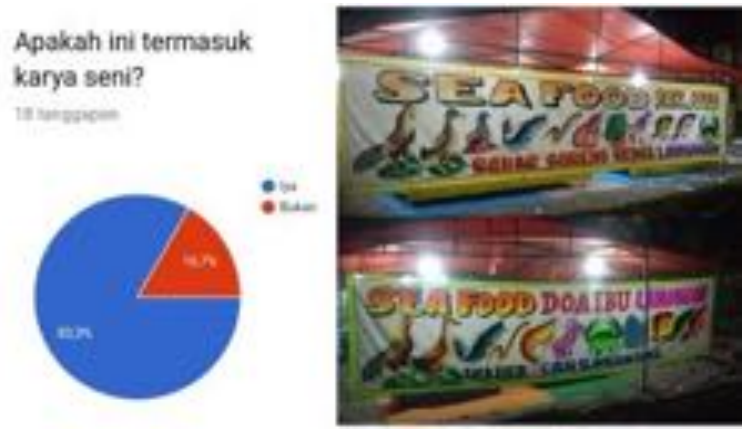
Alasan penggunaan spanduk khas Lamongan pada warung makan mereka juga dipengaruhi pertimbangan seputar material, teknik pembuatan, dan pemilihan warna yang bertujuan memberikan kemudahan pada mereka saat berdagang. Seperti penggunaan kain sebagai bahan dasar spanduk yang memudahkan meraka memasang dan melepas spanduk pada tenda saat berdagang, penggunaan teknik lukis dipilih agar cat pada tulisan dan gambar bisa lebih awet dan tahan lama, serta pemilihan warna cerah dan stabilo bertujuan untuk memberikan kesan terang dan menyala pada warung mereka saat berdagang di malam hari. Dan biasanya para pedangan warung makan pinggir jalan asli Lamongan memesan spanduk pada satu pengerajin yang sama, ini juga menjadi alasan kenapa visual yang ada di spanduk identik dan terkesan seragam antara pedagang satu dan yang lain.

Semakin berjalannya waktu penggunaan spanduk pada warung makan pinggir jalan seperti menjadi sebuah kebutuhan dan keharusan untuk para pedagang asli Lamongan, dalam sistem perdagangan yang telah lama meraka bangun menjadikan spanduk seolah penting dalam membranding identitas maupun produk mereka, serta secara tidak langsung melibatkan mereka dalam sebuah komunitas yang besar dan megakar di masyarakat, menjadikan penggunaanya sebagai sebuaah budaya lokal yang cukup kuat dan terasa di masyarakat.

Berangkat dari kedekatan penulis dengan spanduk warung makan pinggir jalan yang terkonstruksi menjadi sebuah *idegenous art* pada lingkungan tampat tinggalnya, menjadikan spanduk warung makan pinggir jalan dirasa memiliki peran lebih sebagai sebuah karya seni kontemporer, karena menurut penulis seni kontemporer adalah karya seni yang mampu meleburkan batasan antara kelas-kelas pada berbagai macam karya seni, tidak ada aturan dan ketentuan yang membatasi setiap pelakunya dalam berkarya dan berkrativitas, dan sebagai bentuk karya yang merakyat, semua hal itu menjadi satu melekat pada spanduk warung makan yang hadir dan berkembang disekiling kita. Visual yang digunakan menjadi sebuah ikon yang identik dan melahirkan sebuah identitas yang khas, serta mampu mengkonstruksi sebuah makna baru dalam penyampainnya ke audien. Semakin kesini spanduk warung makan pingir jalan disrasa semakin berkesempatan menjadi sebuah media atau opsi berkesenian baru yang merujuk pada prinsip praktik seni kontemporer dalam penciptaan sebuah karya seni yang mapan.

Dengan banyaknya spanduk warung makan pinggir jalan di kota-kota besar menjadikan kehadiran mereka hampir mirip dengan karya *street art* yang bertebaran di sudut-sudut kota, namun spanduk warung makan pinggir jalan hadir dengan kemaasan dan nuansa tradisi lokal yang cukup kental, kehadiran mereka pula bisa dairtikan menjadi sebuah pameran dan pertunjukan kontemporer yang bisa dinikmati publik di berbagai tempat dan bisa berpindah-pindah.

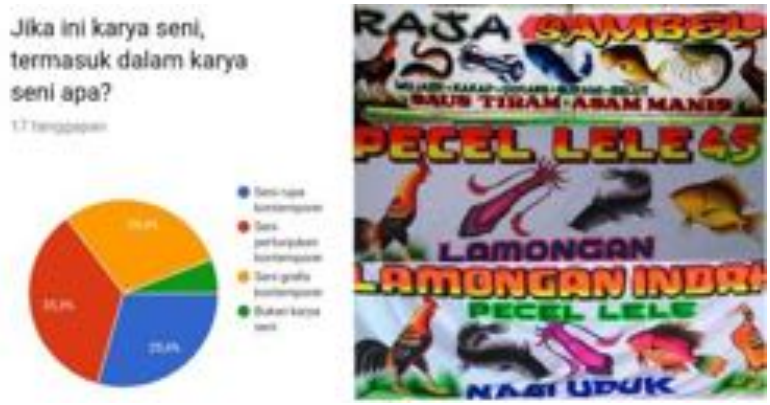
Ini dibuktikan dari riset penulis terhadap spanduk warung makan pinggir jalan dengan metode encoding Stuart hall pada beberapa responden tentang keterkaitan spanduk dengan karya seni dan spanduk sebagai sebuah karya seni menggunakan kuisioner online pada tanggal 24 juli 2018 kepada 18 responden.



Gambar 1: spanduk warung makan jalan dan diagram hasil survei

Pada gambar ini penulis menampilkan spanduk warung makan pinggir jalan yang sering dijumpai di berbagai sudut kota-kota besar dan menanyakan apakah spanduk termasuk sebuah karya seni. sebanyak 83,3% menyatakan bahwa spanduk tersebut

termasuk karya seni.



Gambar 2: spanduk warung makan jalan dan diagram hasil survei

Pada gambar ini penulis menampilkan beberapa macam spanduk warung makan pinggir jalan dan menanyakan peran spanduk warung makan sebagai kelompok karya seni apa. pada pertanyaan kedua 35,3% menytakan spanduk warung makan pinggir jalan sebagai seni pertunjukan kontemporer, 29,4% sebagai seni grafis kontemporer, 29,4% sebagai seni rupa kontemporer, dan 5.9% sisanya bukan merupakan karya seni.

Gambar 3: manipulasi spanduk warung makan jalan dan diagram hasil survei

Pada gambar ini penulis menampilkan manipulasi gambar spanduk warung makan pinggir jalan yang di dipamerkan dalam sebuah galeri seni dan menanyakan apakah spanduk tersebut bisa dikatakan sebagai sebuah karya seni, 94,4% menyatakan spanduk bisa dikatakan sebagai karya seni.

Gambar 4: pendapat responden

Gambar 5: pendapat responden

Dari hasil survei keseluruan menyatakan spanduk bisa dikatakan sebagai karya seni. Hal tersebut dikarenakan sebagian jawaban setuju bahwa spanduk dilahat sebagai sebuah karya seni karena dinilai memiliki makna lebih dari sekedar media promosi, menjadi sebuah trademark dan identitas kultural, memunculkan pengalaman esteik publik, serta menggunakan teknik yang sama dengan pengerjaan karya seni lukis. Melalui survei ini juga bisa dilihat bahwa penilaian responden terhadap spanduk sebagai karya seni mengacu pada fungsi seni dan teknik penciptaan karya seni. Jika dilihat melalui prespektif fungsi seni fenomena ini relevan dengan peryantaan Dharsono (2004:31) bahwa karya seni secara teoritis memiliki tiga macam fungsi, yaitu fungsi personal, fungsi fisik, dan fungsi sosial, Yang masing-masing fungsi tersebut teresemat pada penilain responden terhadap spanduk seabagai karya seni.

Berdasarkan penilaian responden terhadap keterkaitan spanduk sebagai karya seni juga dilihat dari prespektif seni rupa dan teknik penciptaan yang merujuk pada penggunan teknik lukis. Jika melihat dari prespektif seni rupa, para pembuatnya memasukan unsur-unsur seni rupa pada spanduk warung makan piggir jalan sesuai pemaknaan dan interpretasi mereka masing-masing. Melalui prespektif ini spanduk bisa di katagorikan sebagai karya lukis seperti pendapat The Liang Gie (1996: 97) yang menyatakan definisi seni lukis sebagai hasil karya dua dimensional yang memiliki unsur warna, garis, ruang, cahaya, bayangan, tekstur, makna, tema, dan lambang. Sementara pendapat Dharsono (2004: 36) yang mengatakan bahwa seni lukis dapat dikatakan sebagai suatu ungkapan pengalaman estetik seseorang yang dituangkan dalam bidang dua dimensi (dua matra), dengan mengunakan medium rupa, yaitu warna, garis, tekstur, bidang dan sebagainya. Keduanya berpendapat bahwa karya seni lukis diciptakan berdasarkan prinsip-prinsip seni rupa yang menguatkan pendapat bahwa spanduk sebagai karya seni.

Apabila dilihat dari perspektif seni kontemporer, memandang segala sesuatu berpotensi menjadi karya seni yang memiliki makna, tujuan, dan nilai tersendiri, begitu juga dengan Spanduk yang memiliki tujuan antara lain menumbuhkan dan mengembangkan media layanan komunikasi yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, menjadi sebuah karya yang memicu persepsi, perdebatan, dialog, dan kreativitas. Serta dengan mengacu pada prinsip bahwa karya seni kontemporer bebas dan tanpa batasan baik secara visual maupun pemaknaan, mampu menciptakan tanda, perspektif, juga penafsiran baru terhadap sebuah pandangan permasalahan yang diangkat dalam karya. Dari analisis tersebut mampu memperkuat argumen penulis akan spanduk warung makan pinggir jalan sebagai karya seni kontemporer.

Lalu dengan banyaknya spanduk warung makan pinggir jalan sebagai karya seni kontemporer yang dekat dengan kita dan sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti menjadikan mereka seolah berkembang sebagai ajang pameran dan pertunjukan seni kontemporer, dengan menyugukan karya secara terpisah dan bersifat mobile atau bisa berpindah-pindah. Alasan yang menjadikan spanduk warung makan pinggir jalan sebagai kegiatan seni yang mobile atau berpindah-pindah dikarenakan jam dagang mereka yang tertentu, tidak berada di satu tempat atau bangunan yang tetap, juga para audiennya cenderung para pengguna jalan yang hanya hilir mudik. Kegiatan pameran dan pertunjukan seni kontemporer ini bisa kita temukan di berbagai tempat dengan kemasan, tampilan, dan nuansa yang berbeda, namun secara visual masih terkesan identik. Untuk para audien jalanan yang menyadari kehadiran spanduk warung makan pinggir jalan, seolah akan mendapatkan kesan, pemaknaan, dan pengalaman estetik yang beragam. Seperti menurut (Schechner,1988), (Schechner dkk 1990), dan (Turner,1986) yang mana dari tiga kajian tersebut, pertunjukan dibagi berdasarkan prinsipnya menjadi ritual, *performance art* (seni pertunjukan), *event of culture* (kegiatan menyangkut peristiwa budaya*)*, dan *entertaiment* (hiburan). Dan dari kajian tersebut menjadikan argumen terkait spanduk juga bisa menjadi ajang pameran dan pertunjukan kontemporer semakin kuat.

Jika memandang fenomena spanduk warung makan menggunakan prespektif kontemporer kita juga mampu menemukan fakta bahwa spanduk warung makan pinggir jalan ini juga mampu menjadi sebuah bentuk metafor dari kesederhaan, ditengah maraknya penggunaan digital print dan digital desain, mereka para pedagang warung makan pinggir jalan masih setia dan bangga menggunakan spanduk kain dengan teknik pengerjaan secara manual ini, meskipun terkesan kuno dan ketinggalan jaman untuk para pedagang warung makan pinggir jalan spanduk kain khas mereka sudah menjadi sebuah budaya dan identitas yang tumbuh dan memperkuat eksistensi mereka di tengah himpitan persaingan dagang di suatu daerah, terlepas dari fungsinya selama ini yang menjadi media promosi, spanduk warung makan pinggir jalan juga menunjukan rasa persatuan dan kekompakan antar sesama pedagang warung makan pinggir jalan. Serta penggunaan spanduk ini juga menurut beberapa sumber menjadikan sarana pelestarian dan penguat budaya lokal dan tradisional yang semakin lama eksistensinya semakin berkurang di tengah masyarakat.

SIMPULAN

Dari tulisan ini memunjukan bahwa spanduk warung makan pinggir jalan merupakan sebuah karya seni sekaligus ajang pameran dan pertunjukan seni kontemporer. Dikatakan demikian karena spanduk memiliki tujuan dan sebagai tanda terkait gejala serta peristiwa yang ada di masyarakat yang coba disampaikan kembali ke publik dengan gaya visual yang identik dan khas mereka, kehadiran spanduk warung pinggir jalan yang sangat dekat menjadikannya sangat mungkin untuk dikonsumsi, diciptakan dan dilakukan oleh masyarakat.

Spanduk warung makan pinggir jalan sebagai penguat identitas dan budaya lokal, dengan maraknya penggunaan spanduk oleh para pedagang warung makan pinggir jalan menjadikan identitas akan suatu kelompokmatau produk semakin kuat dan mengakar di masyarakatnya,serta dari penggunaannya yang semakin bertumbuh menajadikan spanduk sebagai sebuah budaya lokal yang kental akan aroma tradisi suatu bangsa.

DAFTAR KAJIAN

Sony Kartika, Dharsono. (2004), *Seni Rupa Modern*, Rekayasa Sains, Bandung

Schechner, Richard. (1988), *Performance Theory*, Routledge, New York & London

Schechner, Richard & Willa Appel. (1990), *By Mean of Performance: Intercultural Studies of Theatre and Ritual*. Cambridge University Press, Cambridge

The, Liang Gie. (1996), *Filsafat Seni Sebuah Pengantar,* PBIB, Yogyakarta

Turner, Victor. (1986), *The Anthropology of Performance,* PAJ Publications, New York

FILM ANIMASI TEKNIK *MACHINIMA* SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DIGITAL PADA MATERI PEWARNAAN BATIK ALAMI

Denik Ristya Rini, S.Pd., M.Pd.
Jurusan Seni dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang
denik.ristya.fs@um.ac.id / dira.denik@yahoo.com

ABSTRAK

Pembelajaran di era saat ini harus menyesuaikan dengan perkembangan IPTEKS yang berkembang pesat. Generasi muda saat ini lebih familiar dengan penggunaan teknologi berbasis digital. Oleh karena itu, diperlukan media pembelajaran yang berbasis digital. Hal ini bertujuan agar peserta didik dapat memiliki ketertarikan terhadap materi yang disampaikan dan dapat menyerap dengan mudah materi di dalamnnya. Berangkat dari hal tersebut maka penulis menciptakan suatu media pembelajaran berbasis teknologi digital untuk menyampaikan materi pewarnaan batik tulis dengan pewarna alami. Pewarnaan alami pada batik perlu dipelajari untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup. Seperti yang sudah diketahui, kebanyakan pengajar dalam penyampaikan materi pembelajarannya hanya menggunakan media pembelajaran berupa media konvensional. Pembelajaran dengan metode ceramah umumnya kurang diminati oleh peserta didik, karena media pembelajaran tersebut terkesan monoton. Maka, dalam kesempatan kali ini peneliti mengembangkan media pembelajaran berbasis film animasi dengan teknik *machinima.* Media ini dinilai cukup inovatif bagi peserta didik karena peserta didik bisa belajar dengan menonton pemutaran sebuah film animasi. Peserta didik tidak lagi diharuskan untuk mempelajari materi pembelajarannya dengan buku-buku yang tebal.
Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana prosedur perancangan media pembelajaran berbasis film animasi untuk mata pelajaran Seni Budaya materi Pewarnaan Alami Pada Batik Tulis dengan teknik *machinima*? Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian pengembangan. Hasil dari penelitian ini adalah media pembelajaran pewarnaan alami pada batik tulis berupa film animasi dengan teknik *Machinima*. Prosedur perancangan media berbasis film animasi ini dipaparkan secara mendetail muali dari tahap awal hingga akhir pembuatan. Media pembelajaran berbasis film animasi dengan teknik *Machinima* ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan peserta didik untuk mendapatkan media pembelajaran yang sesuai dengan kemajuan teknologi digital saat ini.

Kata Kunci : Tehknologi digital, film animasi, *machinima*, pewarnaan alami, batik tulis

MACHINIMA IN ANIMATION MOVIE AS DIGITAL EDUCATION MEDIA FOR BATIK NATURAL COLOURING LEARNING

ABSTRACT

Learning in the current era must adapt to the rapid development of science and technology. The younger generation is now more familiar with the used of digital-based technology. Therefore, a digital-based learning media is required. It is intended that learners can have an interest in the material delivered and can easily absorb the material inside. Departing from it then the authors create a learning media based on digital technology to deliver batik coloring material with natural dyes. Natural coloration in batik needs to be studied to preserve the environment. Natural coloration in batik needs to be studied to preserve the environment. As already known, most teachers in the delivery of learning materials only use the media in the form of conventional media. Learning by lecture method is generally less desirable by learners, because the learning media seem monotonous. So, in this case the researchers developed an animation-based learning media with machinima techniques. This media is considered quite innovative for learners because learners can learn by watching the screening of an animated film. Learners are no longer required to study their learning materials with thick books. The

formulation of the problem of this research is How the procedure of designing animated film-based learning media for subjects Art Culture material natural dye on Batik Tulis with machinima technique? The research method used in this research is development research method. The result of this research is the instructional media of natural dye on batik tulis in the form of animation film with Machinima technique. The design procedure of animated film based media is described in detail from the beginning to the end of the making process. Learning media based on animated film learning with Machinima technique is expected to meet the needs of learners to get the learning media in accordance with the advancement of digital technology today.

Keywords: Digital technology, animation film, machinima, natural dye, batik

PENDAHULUAN

Pembelajaran di era saat ini harus menyesuaikan dengan perkembangan IPTEKS yang juga semakin berkembang pesat. Berdasarkan tuntutan zaman seorang pengajar dituntut harus mampu mengikuti perkembangan-perkembangan teknologi saat ini. Tak terkecuali di dunia pendidikan, seorang pengajar dimana peserta didik yang dihadapi adalah generasi-generasi masa kini yang biasa disebut dengan generasi abad 21 yang sangat dekat dengan dunia tekhnologi. Dalam dunia pendidikan seorang pengajar harus mampu untuk mencipakan media pembelajaran terkini yang sekiranya disukai atau banyak diminati oleh peserta didik. Pembuatan media pendidikan tidak semata-mata hanya sebagai sarana penyampaian materi pelajaran kepada peserta didik, tetapi pengajar dalam merancang harus menciptakan suatu media pembelajaran yang sekiranya diminati dan mampu menciptakan ketertarikan pada peserta didik.

Seperti yang sudah diketahui, kebanyakan pengajar dalam penyampaikan materi pembelajarannya hanya menggunakan media pembelajaran berupa media konvensional. Pembelajaran dengan metode ceramah umumnya kurang diminati oleh peserta didik, karena media pembelajaran tersebut terkesan monoton. Maka, dalam kesempatan kali ini peneliti mengembangkan media pembelajaran berbasis film animasi dengan teknik *machinima.* Media ini dinilai cukup inovatif bagi peserta didik karena peserta didik bisa belajar dengan menonton pemutaran sebuah film animasi. Peserta didik tidak lagi diharuskan untuk mempelajari materi pembelajarannya dengan buku-buku yang tebal.

Pemilihan animasi sebagai media pembelajaran didasarkan karena animasi merupakan salah satu media hiburan yang berkembang dengan pesat di Indonesia. Tercatat animasi pertama Indonesia diproduksi pada tahun 1950-an. Film animasi pertama di Indonesia tersebut berjudul: Si Doel Memilih. Animasi ini dibuat oleh seniman Dukut Hendrotomo yang sempat menimba ilmu di studio Walt Disney Amerika (Ardiyansyah, n.d.). Dalam perjalananya animasi Indonesia terus berkembang sampai saat ini ditandai dengan munculnya studio-studio animasi yang tersebar di seluruh Indonesia.

Banyaknya studio animasi juga berdampak pada mulai banyaknya serial animasi yang ditayangkan oleh televisi-televisi nasional. Walaupun jumlahnya masih kalah dengan serial animasi impor, namun dapat dipastikan di beberapa stasiun televisi memiliki setidaknya satu judul serial animasi yang ditayangkan secara rutin bersanding dengan serial animasi impor.

Machinima yang berasal dari gabungan kata *machine dan cinema* merupakan teknik pembuatan animasi secara real time menggunakan bantuan perangkat lunak komputer (Lowood & Nitsche, 2011). Perangkat lunak yang digunakan adalah perangkat lunak yang mendukung *real time rendering*. Selama ini penggunaan perangkat lunak yang mendukung *real time rendering* lebih banyak digunakan dalam pembuatan game, khususnya untuk membuat potongan-potongan adegan animasi di dalam game.

Machinima jarang digunakan karena memiliki beberapa kelemahan antara lain tidak bisa menghasilkan kualitas gambar sebaik animasi dengan teknik konvensional. Hal ini dikarenakan proses render dilakukan secara langsung sehingga penggunaan efek-efek visual tidak bisa maksimal untuk menjaga agar jumlah framenya tetap ideal. Kelemahan-kelemahan tersebut sebenarnya bisa tertutupi dari cepatnya proses produksi dan biaya yang rendah (Hancock & Ingram, 2007, p.14).

Dari hasil pencarian di situs berbagi video youtube, animasi berbasis machinima didominasi oleh karya-karya yang memanfaatkan perangkat lunak game dan lingkungan virtual sebagai media pembuatnya. Menggunakan cara seperti ini rawan bermasalah dengan lisensi karena semua objek dan karakter yang digunakan bukan buatan sendiri melainkan berasal dari perangkat lunak tersebut. Cara yang lebih aman adalah dengan menggunakan *game engine.* Dengan cara ini semua objek animasi dibuat sendiri sehingga dapat mengurangi resiko permasalahan lisensi dan menambah kreatifitas dalam pembuatan animasi (Wardhana, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media pembelajaran berbasis film animasi tentang pewarnaan alami pada batik tulis dengan teknik machinima. Penggunaan teknik machinima bertujuan agar biaya produksi animasi bisa ditekan sehingga nantinya animasi yang sekarang merupakan media hiburan berbiaya tinggi dapat diaplikasikan di banyak bidang khususnya bidang pendidikan.

Kata "media" berasal dari bahasa latin *"medius"* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach & Fly (1971) yang dikutip oleh Arsyad (2002) mengatakan bahwa media jika dipahami secara garis besar adalah manusia atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap. Dari deskripsi diatas dapat disimpulkan media pembelajaran adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan, mengantarkan pesan-pesan pengajaran.

Proses belajar tersebut dipengaruhi oleh lingkungannya, jika diselenggarakan disekolah maka proses tersebut dipengaruhi oleh murid, guru, perpustakaan, kepala sekolah, bahan atau materi pembelajaran, berbagai sumber belajar dan fasilitas. Perkembangan IPTEK pun mempengaruhi proses belajar karena semakin berkembangnya IPTEK, makin mendorong upaya-upaya pembaharuan dalam pemanfaatan hasil teknologi dan prosesnya. Guru sebagai mediator dalam proses pembelajaran juga dituntut untuk mampu menggunakan alat-alat yang tersedia untuk mengembangkan ketrampilan dalam menggunakan alat-alat yang tersedia untuk mengembangkan ketrampilan dalam membuat dan menggunakan media pembelajaran. Untuk itu guru harus memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup luas tentang media pembelajaran.

Machinima berasal dari gabungan dua kata yaitu *machine* dan *cinema*. Istilah ini pertama kali digunakan pada akhir tahun 1990an (Hancock & Ingram, 2007; Snelson, 2010; Thomas, 2014). Film animasi berbasis machinima pertama dibuat menggunakan perakat lunak game Quake dengan judul "Diary of Camper" (Snelson, 2010:16).

Film animasi berbasis machinima pada awalnya dibuat dengan merekam potongan-potongan adegan yang terjadi pada game dan merangkainya sehingga membentuk sebuah alur cerita. Hal tersebut diakibatkan munculnya fitur perekaman gambar dan adegan pada game 3D yang memungkinkan pemain dapat merekam adegan dalam game yang dimainkannya(Carroll & Cameron, 2005:3). Menurut (Marino, 2004 : 1) machinima adalah campuran dari beberapa platform kreatif seperti pembuatan film, animasi dan teknologi game.

Kelebihan pembuatan animasi dengan machinima dipaparkan oleh (Morozov, 2008:5898) yaitu menawarkan kemungkinan kreatifitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pembuatan film konvensional. Selain itu (Johnson & Pettit, 2012:44) mengungkapkan bahwa machinima memiliki potensi untuk mewujudkan cerita, karakter, plot dan fantasi menjadi kenyataan.

Kotribusi dari hasil penelitian pengembangan ini adalah Pengembangan media pembelajaran inovatif yang sesuai dengan kemajuan perkembangan IPTEKS dalam rangka menunjang proses pembelajaran. Hasil penelitian pengembangan ini dapat digunakan sebagai referensi dan acuan untuk penelitian sejenis pada bidang-bidang lain untuk mengembangkan media pembelajaran.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian dan pengembangan ini, adalah penelitian pengembangan dengan model tahap R&D oleh Borg & Gall (1989), yang menyatakan bahwa ada sepuluh langkah dalam pelaksanaan *research and development*, yaitu: (1) *Research and information collecting*, (2) *Planing*, (3) *Developmen*

preliminary form of product, (4) *Preliminary field testing*, (5) *Main product revision*, (6) *Main field testing*, (7) *Operational product revision*, (8) *Operational field testing*, (9) *Final product revision*, (10) *Dissemination and implementation*.

Penggunaan pendekatan penelitian dan pengembangan dengan model *R & D* karena model ini dipandang tepat untuk mengembangkan sebuah media pembelajaran sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pada mata pelajaran Seni Budaya khususnya materi Seni Batik.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Penelitian ini menghasilkan sebuah produk media pembelajaran berbasis Film Animasi dengan teknik *Machinima*. Dalam tahapan penelitian khususnya pada tahap perancangan media pembelajaran animasi menghasilkan beberapa hasil sebagai berikut :

1. Ide Cerita

Ide cerita film animasi yang akan dibuat mempertimbangkan beberapa hal antara lain target audien, konten cerita dan ciri khas Indonesia. Dari beberapa pertimbangan tersebut maka dihasilkanlah sebuah ide cerita berbentuk sinopsis yang berisi Judul dan Ringkasan cerita.

Judul animasi dibuat semenarik mungkin supaya mudah diingat oleh penonton. Karena harus mempertimbangkan target audien dan ciri khas Indonesia ada beberapa ide yang akan dikembangkan lebih lanjut. Ide pertama adalah tentang karakter yang akan bermain. Nantinya karakter akan terdiri dari manusia dan hewan yang bertingkah laku seperti manusia. Dua jenis karekter ini akan berperan layaknya orang tua dan anak.

Untuk karakter hewan akan dipilih hewan khas Indonesia dengan alternatif pilihan antara lain badak bercula satu, orang utan dan macan tutul. Dari tiga pilihan tersebut, dipilih hewan orang utan dengan pertimbangan secara anatomi hampir mirip manusia sehingga nantinya akan lebih mudah dibuat karakter animasinya. Karakter hewan akan dibuat berpasangan karena akan memerankan karakter orang tua. Untuk nama karakter akan dipilh nama yang merepresentasikan orang utan yaitu Otan dan Otin.

Untuk karakter manusia akan menampilkan sosok anak-anak berusia 5 tahunan dengan pertimbangan supaya bisa dinikmati mulai anak-anak sampai remaja. Untuk jenis kelamin dipilih perempuan karena konten batik identik dengan perempuan dan masih jarang film animasi yang menampilkan tokoh utama perempuan. Nama karakter dipilih yang singkat dan mudah diingat yaitu Mira yang berarti putri. Nama ini menggambarkan bahwa karakter utamanya adalah seorang anak perempuan.

Judul film animasi sendiri akan memuat nama karakter agar *image* karakter

lebih kuat karena menjadi bagian dari Judul. Selain nama karakter, judul animasi akan ditambah 1 atau 2 kata yang memperkuat cerita. Kata tambahan untuk judul animasi akan mengambil seting lokasi dari animasi yaitu di sebuah hutan pinggir kota/hutan lindung. Seting hutan dipilih karena Indonesia juga terkenal akan hutannya yang hijau. Kata tambahan untuk judul dipilih kata diwana yang berarti di hutan. Sehingga judul animasinya akan berbunyi Mira Diwana.

Setelah menentukan Judul dan karakter utama, maka dibuatlah sinopsis cerita untuk memberikan gambarang secara ringkas tentang jalannya cerita animasi. Berikut adalah sinopsi cerita Mira Diwana.

Sinopsis
Mira Diwana

Suatu hari Mira mengunjungi Otan dan Otin dengan memakai baju batik baru yang bagus. Mira terlihat sangat senang dan memamerkan baju barunya ke Otan dan Otin. Otan dan Otin pun senang melihat Mira mengenakan batik yang notabene merupakan baju tradisional. Dalam kegembiraan itu tak sengaja Otan menumpahkan makanan/minuman ke baju baru Mira. Mirapun menangis sejadi jadinya. Otin yang melihat kejadian itu langsung marah dan menyuruh Otan mencuci pakaian Mira ke Sungai.

Otan paling tidak suka disuruh mengerjakan pekerjaan ibu-ibu karena dia akan malu jika dilihat oleh binatang lain. Tapi karena Otan juga takut dengan Otin, mau tidak mau diapun berangkat ke sungai dengan perasaan dongkol. Otin dan Mira yang menunggu dirumah terkejut karena Otan tiba-tiba pulang dengan tergopoh-gopoh dan menyuruh Otin dan Mira untuk melihat sesuatu di sungai.

Mereka bertigapun bergegas ke sungai dan terkejut karena melihat air sungai yang berubah warna menjadi kehitaman. Otan panik karena ikan-ikan marah-marah karena kulitnya berubah warna. Melihat ada yang tidak beres, Otin segera memeriksa sekeliling dan menyadari bahwa itu semua akibat dari batik yang direndam sehingga warnanya luntur mencemari sungai. Otin segera mengangkat batik tadi dan sungaipun berangsur menjadi jernih kembali.

Mira yang tahu bajunya luntur kembali menangis sekeras-kerasnya. Otin menjadi marah kepada Otan karena dia menjadi penyebab semua kejadian ini. Melihat Otan dimarahi ikan-ikan tertawa mengejek sehingga Otanpun menjadi semakin malu dan dongkol pada ikan-ikan. Otin segera membujuk mira bahwa nanti akan dibuat baju batik baru dirumah yang lebih bagus. Mirapun menurut dan mereka berduapun kembali kerumah demikian pula para ikan-ikan yang kembali ke tempat masing-masing. Otan yang masih dongkol karena ditertawakan mencelupkan lagi kain batik ke sungai sehingga badan ikan-ikan menjadi kehitaman lagi. Spontan para ikan-ikan marah-marah namun Otan sudah berlari menjauh sambil tertawa puas karena berhasil mengerjai para ikan-ikan tadi.

Ketika membuka pintu rumah, Otan terkejut karena Otin sudah menunggu di balik pintu sambil memasang wajah galak. Otan semakin kaget ketika Otin memberikan secarik kertas yang berisi benda yang harus dia cari secepatnya di hutan. Karena Otan masih capek dan malas dia tidak memperdulikan perkataan Otin. Namun Otan terkejut karena Mira tiba-tiba menangis keras minta baju batik baru. Melihat tangisan Mira Otin kembali meminta Otan untuk mencari benda tadi secepatnya. Otan yang panik karena tangisan Mira bergegas keluar untuk mencari bahan tadi di hutan.

Tak lama Otan kembali pulang dengan membawa benda yang diminta. Otin segera mengolah benda tadi dan ternyata benda tadi dijadikan bahan pewarna batik alami. Otin pun segera mewarnai kain batik dibantu oleh Otan. Setelah jadi, Mira suka dengan hasilnya namun dia meminta dibuatkan 1 lagi, Otin kembali menulis benda lain dan meminta Otan untuk mencarinya. Setelah dibuatkan baju kedua ternyata Mira tidak cocok. Tanpa pikir panjang Otin menyuruh Otan untuk mencari lagi sampai 3 kali bolak balik namun Mira masih tidak cocok. Otan dan Otin kebingungan dan menanyakan keinginan Mira. Ternyata Mira ingin dibuatkan rok karena sudah dibuatkan baju sebelumnya. Mendengar perkataan Mira Otan dan Otin jadi lemas karena tak menyangka.

2. Desain Karakter

Mira

Anak perempuan berusia 5 tahun yang lincah dan menggemaskan yang dididik di lingkungan moderen sehingga kurang mengenal kebudayaan tradisional dan tata krama.

Otan dan Otin

Sepasang Orang Utan yang merupakan hewan koleksi taman safari DIWANA (Dari Bahasa Sansekerta yang berarti Di Hutan) yang cerdas dan memegang teguh budaya dan tata krama karena dulu pernah dipelihara oleh keluarga bangsawan.

3. Naskah/Skenario

Tahap ketiga dari praproduksi animasi adalah pembuatan naskah/skenario. Naskah merupakan pejabaran dari sinopsis yang telah dibuat sebelumnya. Dalam sebuah naskah, informasi yang disajikan antara lain adalah scene, penjelasan shot dan teknik pengambilan gambar. Pergantian scene ditunjukkan dengan

MIRA DIWANA

1. INT. PAGI HARI. RUMAH ATO DAN ATI.

LS
ATI DAN ATO DUDUK DI SOFA MENONTON TELEVISI.

MS
ATI NONTON SAMBIL MENYULAM.

MS
ATO NONTON DENGAN MALAS-MALASAN. ATO MENGANGKAT REMOT DAN MENGGANTI CHANNEL.

CU
TV MENAMPILKAN VIDEO KLIP MUSIK HIP HOP.

MS GROUP
ATO MEMPERLIHATKAN EKSPRESI KETIDAKSUKAAN. ATI GELENG-GELENG KEPALA. ATO MENGGANTI CHANNEL.

CU
TV MENAMPILKAN VIDEO KLIP GIRLBAND K-POP.

MS GROUP
ATO DAN ATI MEMPERLIHATKAN EKSPRESI KETIDAKSUKAAN.

CU
TV MENAMPILKAN VIDEO KLIP GIRLBAND K-POP. (ZOOM IN SALAH SATU PENARI, FADE) SALAH SATU PENARI BERUBAH MENJADI MIRA. MIRA MENARI K-POP DENGAN BUSANA SEKSI.

MS GROUP
ATO MENGAYUN-AYUNKAN TANGAN DI UDARA BERUSAHA MENGHAPUS BAYANGAN BURUK.

FS GROUP
ATO DAN ATI SEDIH. MIRA MUNCUL DENGAN RIANG DI ANTARA ATO DAN ATI.

MS
MIRA HERAN MELIHAT ATO DAN ATI YANG SEDANG BERSEDIH.

FS GROUP
ATO DAN ATI MELIHAT MIRA, LALU SALING PANDANG. ATO DAN ATI SEKETIKA JADI RIANG KEMBALI.

MS GROUP
ATI MENUNJUK BAJU BATIK YANG DIPAKAI MIRA.

FS
MIRA MEMAMERKAN BAJU BARUNYA.

LS
ATO MENGANGKAT MIRA DAN BERPUTAR-PUTAR SAKING GEMBIRANYA.

XCU
KETIKA MENURUNKAN MIRA, TANPA SENGAJA TANGAN ATO MENYENGGOL GELAS KOPI DI MEJA.

MS FROUP
ATO MELIHAT BAJU MIRA. ATO TAMPAK TERKEJUT.

XCU
ADA TUMPAHAN KOPI DI BAJU MIRA.

MS
MIRA MELIHAT BAJUNYA YANG TERTUMPAHI KOPI. LALU MULAI MENANGIS KERAS.

POV ATO
ATI MENATAP ATO DENGAN MARAH.

MS
ATO TAMPAK TAKUT DAN MENYESAL.

[INSERT]

FS
ATI MEMEGANGI BAJU MIRA YANG TERTUMPAHI KOPI. (CAMERA PAN) MIRA MASIH MENANGIS.

FS GROUP
ATI MENYORONGKAN BAJU MIRA KE ARAH ATO, MENUNTUTNYA UNTUK BERTANGGUNG JAWAB. ATO TAMPAK OGAH-OGAHAN SAMBIL MENUNJUK KE ARAH TELEVISI, YANG SEDANG MENAMPILKAN ACARA KESUKAANNYA.

FS
MIRA MENANGIS SEMAKIN KERAS.

MS, POV ATO
ATI MENOLEH DAN MENATAP ATO DENGAN RAUT MUKA SERIUS.

MS
ATO PASRAH, MENGHEMBUSKAN NAPAS BERAT.

FS
ATO BERANJAK DARI TEMPAT DUDUKNYA DAN MENGAMBIL BAJU MIRA DARI TANGAN ATI. ATO OUT FRAME.

FS GROUP
ATI MENGGENDONG MIRA DAN BERUSAHA MENENANGKANNYA.

MS
TANGIS MIRA MULAI MEREDA.

FS FROUP
ATI MENDUDUKKAN MIRA DI KURSI DI DEPAN TELEVISI.
LS
TERDENGAR SUARA PINTU DIBUKA DAN DITUTUP DENGAN KERAS. ATO IN FRAME DENGAN TERGOPOH-GOPOH.

MS
ATI MELIHAT ATO DENGAN TERKEJUT.

2. EXT. PAGI HARI. DI TEPI SUNGAI.

LS
ATI, MIRA, DAN ATO BERDIRI DI BIBIR SUNGAI. MEREKA BERDUA MELIHAT KE ARAH SUNGAI

CU
AIR SUNGAI TAMPAK KEHITAMAN.

FS GROUP
DI SEBERANG SUNGAI, BEBERAPA EKOR IKAN TAMPAK MARAH-MARAH KARENA KULIT MEREKA JADI KEHITAM-HITAMAN.

FS GROUP
ATO MEMPERLIHATKAN BAJU MIRA YANG WARNANYA LUNTUR.

XCU
CAT KAIN YANG LUNTUR MENETES-NETES KE TANAH.

FS FROUP
MELIHAT BAJU BARUNYA LUNTUR, MIRA MENANGIS SEMAKIN MENJADI-JADI. ATI MEMARAHI ATO SAMBIL MENGACUNG-ACUNGKAN JARI TELUNJUKNYA.

FS GROUP
ATI MENGGENDONG MIRA DAN MEMBAWANYA MENUJU RUMAH.

FS GROUP
IKAN-IKAN TERTAWA MENGEJEK ATO.

MS
ATO JENGKEL KARENA MENJADI BAHAN TERTAWAAN.

3. EXT. SIANG HARI. DI HUTAN.

MS
ATO MEMEGANG SECARIK KERTAS. IA BERULANG KALI MELIHAT KE ARAH POHON DAN TANAMAN DI SEKITARNYA, LALU MELIHAT KEMBALI KERTAS DI TANGANNYA.

POV ATO
CAMERA PAN KANAN DAN KIRI MEMPERLIHATKAN TANAMAN DI SEKITAR ATO.

MS
ATO MELIHAT KERTAS DI TANGANNYA SAMBIL GARUK-GARUK KEPALA.

4. EXT. PAGI HARI. DI DEPAN RUMAH. FLASHBACK.

LS
ATO BERJALAN MENUJU RUMAH DENGAN LESU SAMBIL MEMEGANGI BAJU MIRA YANG LUNTUR.

FS
ATO MEMBUKA PINTU RUMAH.

POV ATO
BEGITU PINTU DIBUKA, ATI SUDAH BERDIRI DI DEPANNYA DENGAN KEDUA TANGANNYA BERKACAK PINGGANG. DI TANGAN KANANNYA TERDAPAT SECARIK KERTAS.

MS, OVERSHOULDER ATO
ATI MEMBERIKAN SECARIK KERTAS KEPADA ATO DENGAN TEGAS.

MS
ATO HERAN, LALU MEMBACA ISI KERTAS.

POV ATO
DENGAN TEGAS, ATI MENUNJUK KE ARAH HUTAN. MENYURUH ATO AGAR PERGI KE SANA, LALU MENUTUP PINTU DENGAN KERAS.

5. EXT. SIANG HARI. DI DEPAN RUMAH.

LS
ATO BERJALAN MENUJU PINTU RUMAH SAMBIL MEMBAWA BAHAN-BAHAN YANG TELAH IA DAPATKAN DARI HUTAN.

MS, OVER SHOULDER ATO
ATO BERDIRI DI DEPAN PINTU. TANGANNYA HENDAK MENGETUK PINTU. PINTU TERBUKA SEBELUM IA MENGETUK. ATI BERDIRI DI BALIK PINTU.

MS
ATI MENYODORKAN TANGANNYA MEMINTA APA YANG SUDAH IA SURUHKAN.

MS, OVER SHOULDER ATO
ATO MEMBERIKAN BAHAN-BAHAN YANG IA BAWA KEPADA ATI.

ATI MENERIMANYA DENGAN SENYUM LEBAR.

XCU
BAHAN-BAHAN ALAMI PEWARNA KAIN BATIK
☐ KAYU JATI UNTUK PEWARNA MERAH KECOKELATAN.
☐ KAYU NANGKA UNTUK PEWARNA KUNING MUDA.
☐ DAUN TEH UNTUK MENGHASILKAN WARNA COKELAT.
☐ DAUN ALPUKAT UNTUK MENGHASILKAN WARNA HIJAU KECOKELATAN.
☐ KUNYIT UNTUK PEWARNA KUNING.
☐ MANGGIS UNTUK PEWARNA KEUNGUAN.
☐ RUMPUT MALU UNTUK MENGHASILKAN WARNA KEHIJAU-HIJAUAN.

MS
ATI MENGGAMBAR MOTIF PADA KAIN/BAJU MENGGUNAKAN CANTING.

FS
ATO MEMASUKKAN BAHAN-BAHAN ALAMI YANG SUDAH DITUMBUK KE DALAM BAK-BAK YANG TELAH TERSEDIA.

FS
ATI MERENDAM KAIN/BAJU YANG TELAH SELESAI DICANTING KE DALAM BAK.

LS
ATI MENJEMUR KAIN/BAJU YANG SELESAI DIRENDAM.

6. INT. SORE HARI. DALAM RUMAH.

MATAHARI BERGERAK DAN MENUNJUKKAN BAHWA HARI TELAH BERANJAK SORE.

FS
MIRA TERTIDUR DI KURSI DEPAN TELEVISI.

MS GROUP
ATI MEMBANGUNKAN MIRA PELAN-PELAN.

MS
MIRA BANGUN.

MS GROUP
ATI MENUNJUK KE ARAH KIRI (ATO). (CAMERA PAN LEFT) ATO MEMEGANG BAJU BATIK BARU.

CU
MIRA TERPERANJAT BAHAGIA.
WOOOOOW!

FS
MIRA MEMAKAI BAJU BARUNYA.

LS GROUP
DENGAN BAHAGIA, MIRA MEMUTAR-MUTAR BADANNYA SAMBIL MENGAGUMI BAJU BARUNYA. SEMENTARA ATO DAN ATI MELIHATNYA DENGAN SENANG.

4. Storyboard/Key *Pose Animatic*

Tahap keempat dari praproduksi animasi adalah pembuatan storyboard/*key pose animatic*. Karena film yang akan dibuat adalah animasi tiga dimensi, maka pada tahap ini yang dibuat adalah *key pose animatic*. *Key pose animatic* adalah menyusun pose-pose kunci dari karakter sekaligus mengatur kamera dan properti. Hasil dari *key pose animatic* adalah kumpulan pose gambar yang akan dijadikan acuan bagi animator untuk membuat animasi. Berikut adalah tampilan dari *key pose animatic.*

Gambar 1. Cuplikan Film Animasi Miradiwana

SIMPULAN

Dalam produksi media pembelajaran berbasis animasi teknik machinima dibutuhkan beberapa perencanaan antara lain (1) Menentukan konsep film animasi (2) Penyesuaian tahapan produksi untuk mengakomodasi teknik machinima (3) Penyesuaian pembuatan aset-aset animasi dan (4) Pemilihan perangkat lunak machinima yang sesuai.

DAFTAR RUJUKAN

Hancock, H., & Ingram, J. (2007). *Machinima for dummies*. Hoboken, N.J: Wiley.

Lowood, H., & Nitsche, M. (Eds.). (2011). *The machinima reader*. Cambridge, Mass: MIT Press.

Snelson, C. (2010). Virtual Movie Sets and Branching Video: Developing Interactive Educational Machinima with Second Life and YouTube. Presented at the Conference Proceedings, 15th Annual TCC Online Conference, 20-22 April 2010. Retrieved from http://etec.hawaii.edu/proceedings/2010/Snelson.pdf

Marino, P. (2004). *3D Game-Based Filmmaking: The Art of Machinima*. Scottsdale, Arizona: Paraglyph Press.

Wardhana, M. I. (2017). *Identifikasi Proses Produksi Animasi Berbasis Machinima Dalam Peningkatan Efisiensi Produksi*. Malang: Universitas Negeri Malang.

EMPOWERING DYSLEXIA TOWARD PATTERN CREATION IN FASHION DESIGN

Geraldus Sugeng Suprayitno
Fashion Design Bisnis, Universitas Ciputra
Jl. Citraland Cbd Boulevard, Indonesia
sugeng.suprayitno@ciputra.ac.id

ABSTRACT

People with dyslexia can work and synergize with life and society. Although initially can only be known with less usually spelling people in reading and writing. This backwardness can be diverted into activities that are useful for the sufferer so that they can feel the advantages of skills in this life of the community. The result of this explorative research is expected to be the next base in developing the potential of people with dyslexia as well as providing insight and positive influence to the community, especially parents. Parents can support their children and direct them into more useful activities and make collaboration into areas of mutual support for common progress and for the future of their children. The results obtained are collaborative designs whose product are acceptable to public. The participation of the exhibition to be held at the embassy in New York, USA in August 2018 support by the ministry of Education.

Keyword: Dyslexia, fashion design, ready to wear

I.PENDAHULUAN

Banyaknya anak-anak di Indonesia yang menjadi fokus utama pendidikan pada saat ini terutama demi masa depan mereka. Pendidikan akademis merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan untuk kinerja mereka dikemudian hari. Tetapi permasalahan yang terjadi tidak semua anak indonesia dikategorikan pandai dengan hanya pertama mereka bisa menulis ataupun membaca. Pada awalnya banyak anak yang tidak dapat membaca atau menulis dikategorikan bodoh, tetapi alhasil banyak orang tua yang tidak mengetahui adanya suatu penyakit yang disebut Disleksia. Disleksia awalnya dianggap suatu penyakit difabel yang sangat hina dan sangat mengganggu keberadaanya. Disleksia adalah sebuah gangguan dalam perkembangan akademis anak untuk membaca dan menulis yang terjadi pada usia 7 hingga 8 tahun. Semua ditandai dengan kesulitan belajar membaca dengan lancar dan kesulitan dalam memahami meskipun normal atau diatas rata-rata.

Sehingga dapat mempengaruhi hubungan dengan orang lain dan kinerja dalan setiap aktifitas belajar (Bolhasan,2009).Kesulitan membaca menjadi masalah ekstrim seperti decode fonologi (surat suara). Pola gangguan yang tidak dapat membaca disebut disleksia (Vellutino et al,2004). Pada akhirnya siswa yang menderita disleksia mempunyai kecenderungan terlihat bodoh didepan teman-teman (Borton, 2003).

Kebanyakan penelitian tentang perkembangan disleksia banyak di dominasi oleh teori visual dan perkembangannya adalah asumsi bahwa pemrosesan visual adalah perbedaan individu dalam akuisisi membaca (Goswani, 2008). Perkembangan era modern sekarang melakukan terapi dengan memberikan ketrampilan yang sifatnya seperti melukis sehingga dapat memberikan ketenangan dari para penderita namun dapat memberikan nilai lebih dalam seni lukis. Penyandang disleksia saat ini hanya dapat fokus dengan kegiatan non-akademis yaitu melukis yang sifatnya abstrak- ekspresionisme. Pengalihan kegiatan akademisnya dapat memjadikan si anak bisa menentukan pembentukan karakter sehingga penderita disleksia dapat fokus dan memberikan rasa nyaman dan khusunya bisa memberikan arti yang berbeda dengan dihargainya lukisan dari si anak tersebut. Perasaan apresiasi terhadap lukisan terutama pada hasil karya si anak dapat memberikan rasa kepuasaan dan meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Hasil karya merupakan ide dari apa yang dilihat kesehariannya yang berisi luapan perasaan akan berbagai kegiatan ataupun masalah yang dihadapi selama kesehariannya dan terlebih lagi dapat dijadikan motif cetak kain untuk produk pakaian siap pakai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kreasi ragam pola motif yang dihasilkan dari kolaborasi anak-anak disleksia dengan desainer fesyen di Indonesia. Penelitian ini akan bermanfaat sebagai inspirasi tindakan nyata untuk mengembangkan anak-anak disleksia sekaligus dapat menjadi dasra untuk penelitian sejenis selanjutnya

II. LATAR BELAKANG TEORI

2.1 Mengenai Disleksia

Dysleksia adalah gangguan dalam perkembangan baca-tulis yang umumnya terjadi pada anak menginjak usia 7 hingga 8 tahun (medica store: dyslexia, gangguan membaca). Ditandai dengan kesulitan belajar membaca dengan lancar dan kesulitan dalam memahami meskipun normal atau di atas rata-rata.

aspek kognitif penderita disleksia yaitu Pendengaran, Penglihatan, dan Perhatian.

Kurangnya pengetahuan tentang Dysleksia dan bagaimana cara mendukung penderita Dysleksia dapat membuat sianak menjadi terkucilkan dan merasa bodoh. Apalagi ditunjang oleh orang tua yang kurang wawasan akan anaknya yang bisa saja menjadi salah satu pemicu melihat anaknya yang malah belajar.Setelah melalui tahapan wawasan dan pengertahuan akan adanya disleksia dapat membuat orang tua lebih yakin untuk mendukung proses pendidikan si-anak. dengan kesan terbelakang cara berpikir secara akademis. Pelampiasan emosi si penderita berbeda-beda salah satunya adalah dengan mengalihkan kreatifitas sehingga penderita menghasilkan hasil seni lu-

kis yang bersifat ekspresionisme berisi ungkapan perasaan keseharian. Lewat lukisan mereka dapat meluapkan perasaan dan memberikan rasa nyaman dengan dipuji atau dihargai sehingga tingkat kepuasaan dan memperbaiki diri menjadi meningkat.

Gambar : koleksi Aqil Prabowo
Sumber : Instagram (aqil_poplop12)

Gambar : koleksi Aqil Prabowo
Sumber : Instagram (aqil_poplop12)

Gambar Aqil Prabowo adalah salah satu lukisan aliran ekspresionisme yang berisikan kejadian dan aktifitas yang berisikan luapan perasaan. Aqillurachman Prabowo adalah salah satu dari penyandang Disleksia, Disgrafia, dan Diskalkulia. Ketiga keterbatasan gangguan tersebut membuat Aqil tidak bisa mengikuti pelajaran akademik.Keseharian Aqil adalah penderita disleksia dari kecil yang awalnya tidak diketahui oleh ibunya, padahal hasil penelitian bahwa disleksia bisa penyakit turunan dari orang tua.

2.2 Fesyen Desain dan pengaplikasian pola

Fashion design diera digital ini sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang dan bisa menjadi pengaplikasian *style* atau gaya. Menurut Gini Stephen dalam bukunya" *Fashion From Concept to Costumer"* mendefinisikan bahwa fashion dan mode adalah gaya yang sedang terpopuler pada saat tertentu. Pengaplikasian motif seni lukis pada umumnya dapat menjadikan corak motif yang sangat diminati pada saat ini. Barnard,Malcolm (Malcolm,2007) Pakaian adalah perlambang jiwa dan fashion adalah mengenai busana.

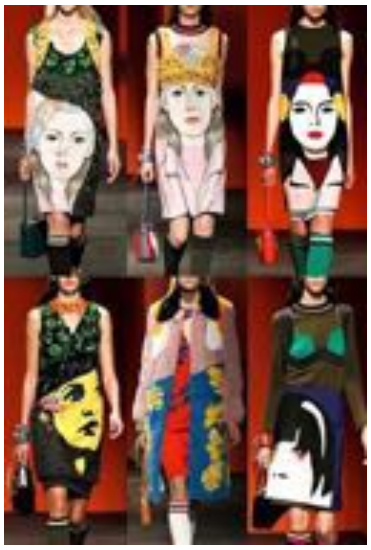


Foto: Koleksi Prada 2014
Sumber: google

Foto: koleksi Celine, Prada, Chanel
Sumber: google

Beberapa koleksi designer luar negri telah lama melirik dan mencoba mengaplikasikan hasil lukisan tangan pada motif bahan sehingga dapat menjadi salah satu trend atau ciri khas pada tahun dibuatnya. Koleksi ini dapat menjadi nilai jual yang tinggi apabila dihubungkan dengan tujuan visi-misi dari desainer, sebagai contoh produk limited yang terbatas hanya untuk koleksi tertentu saja. Koleksi dengan motif lukisan banyak dipakai dan dibuat oleh desainer dengan tujuan memberikan atau menyuarakan ide-ide atau kritikan pada era tahun 1980 dimana tren Pop Art menjadi salah satu hasil karya yang bisa bersinergi dalam dunia fesyen. Dalam dunia Fesyen beberapa koleksi desainer selalu menggunakan permainan motif yang sifatnya abstrak dan berbentuk lukisan.

Variasi aliran seni lukisan banyak dipakai beberapa desainer sepert koleksi 2014 prada, Koleksi celine,Prada,Chanel dengan penerapan peletakan motif yang bervariatif. Karakter Pop-art yang banyak dikeluarkan beberapa desainer sebagai wujud mengeluarkan ekspresi dari desainer ataupun pelukisnya.

Pengapikasian pola sifatnya random atau disusun secara acak atau dapat disusun kedalam bentuk portrait sebagai center-point pada busana agar terlihat motif gambar lebih dominan dan lebih terlihat berkarakter.

Gambar.
Koleksi Chistoper kane
Sumber : google

Gambar.
Koleksi Versace 1991
Sumber : google

Foto : Philip Colbert
Sumber : google

Beberapa Koleksi Philip Colbert menunjukan pengaplikasian motif pada busananya. Philip Colbert adalah salah satu seniman dan desainer yang berasal dari Inggris yang tinggal di London. Philip Colbert bekerja media seni lukis, patung, pakaian. Banyak karya seni yang telah dihasilkan oleh Philip Colbert dan dipamerkan di Tate modern, sebagai bagian dari acara The World Goes Pop.

2.3 Fesyen sebagai Produk siap Pakai

Produk siap pakai

Menurut Hadisurya, Pambudy & Jusuf (2010:177) pakaian *ready to wear*/siap pakai adalah busana yang bisa langsung dipakai dengan mudah tanpa harus melakukan pengukuran badan dan memesan desainnya terlebih dahulu. Busana siap pakai juga tidak membutuhkan *fitting* berkali-kali untuk diseuaikan dengan ukuran tubuh seseorang. Seiring waktu busana siap pakai bisa langsung memberikan pengaruh postif dimasyarkat. Busana siap pakai hendaknya dapat nyaman dipakai sehingga memudahkan di pembeli atau pemakai agar nyaman dalam memakai busana tersebut.

Produk siap pakai dapat dibeli dengan sistem *online* ataupun *offline* dibutik tertentu yang menyediakan jasa *offline selling* dimana customer bisa langsung memesan dan membeli busana secara langsung dan tepat sesuai keinginan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif menggunakan metode observasi dan studi literatur, teknik mengumpulkan data diperoleh dari studi literature dari beberapa pendapat para ahli. Menurut Gay & Diehl (1992) “Metode penelitian observasi survey merupakan metode yang digunakan sebagai kategori umum penelitian yang menggunakan kue-

sioner dan wawancara". Obyek penelitian adalah karya dari beberapa *expert* yaitu seperti desainer Lenny Agustin, artis Deddy Corbuzier, Ibu Amalia Prabowo. Beberapa *extreme user* adalah para artis yang ikut mendukung gerakan solidaritas disleksia, para pencinta fesyen, sosialita sehingga mampu memberikan wawasan yang mendalam dalam bermasyarakat. Beberapa aktifitas dan karya mereka sudah dapat mewakili aspresiasi suatu karya yang mampu memberikan nilai sosial bagi pemakai yang mempunyai hasil karya dari penderita disleksia.

IV. PEMBAHASAN

Beberapa contoh desainer yang menggunakan motif lukis pada busana siap pakai adalah:

4.1 Lenny Agustin

Salah satu contoh pengaplikasian lukisan anak penderita disleksia yang menjadi aspirasi motif pada busana sehingga motif terlihat lebih energik dan muda. Selain itu aspriasi ini membuat anak disleksia selalu merasakan dihargai apalagi sampai menjadi motif cetak pada busana siap pakai. Salah satu desainer yang konsentrasi dalam mendukung disleksia adalah Lenny Agustin.

Lenny Agustin adalah salah satu dari fashion desainer Indonesia yang ahli dibidang desain. Lenny Agustin juga seorang penulis buku, pengajar. Lenny Agustin memiliki pengalaman selama 15 tahun di bidang desain khususnya pola aplikasi motif dan kain tradisional Indonesia.

Lenny Agustine dikenal oleh banyak orang dengan prestasi yang diraih yaitu dengan menjadi juara utama pada Lomba Merancang Busana perkawinan Internasional. Lenny Agustine sangat mencintai kekayaan budaya nusantara,seperti kesenian tradisional, kerajinan tangan,dan lain-lain. Oleh sebab itu Lenny agustin selalu memasukan unsur local pada karyanya. Lenny Agustin menyukai kain batik,tenun,songket dan kain tradisional lainnya sebagai material yang dipilih untuk merealisasikan karya-karyanya. Lennya Agustine mengkombinasikan dengan aplikasi-aplikasi unik yang menjadi ciri khas dari karya-karyanya.

Kreatifitas karya Lenny Agustin selalu diminati dengan karakter yang berjiwa muda, energik serta selalu bernuansa ciri khas Indonesia dengan aksen aplikasi yang unik serta bersifat handmade.Lenny Agustin merupakan salah satu desainer dari Indonesian Fashion Chamber yang konsen akan budaya Indonesia dan merupakan designer yang pernah membuat koleksi busana bersama salah satu anak disleksia dengan thema : Monster. Beberapa koleksinya juga dipakai oleh artis pemain dalam Film yang mengulas tentang penyandang disleksia salah satunya Atiqah Hasiholan, Rio Dewanto.

Penerapan Pola

Penerapan pola abstrak lukisan menggunakan teknik cetak atau yang biasa disebut *digital print.* Yang awalnya berasal dari lukisan di pindahkan ke format cetak digital sehingga bisa langsung dapat dicetak dibahan katun untuk koleksi Lenny Agustine. Karakter gambar ada yang sifatnya hanya untuk pengaplikasian atau yang dicetak secara *full.*

Skema warna

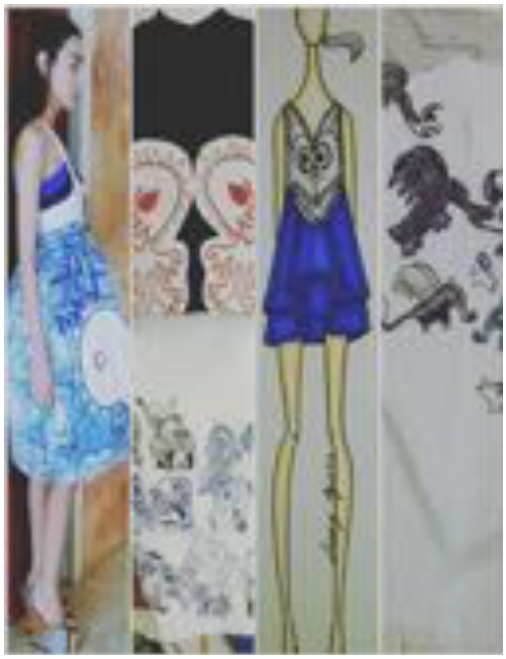
Untuk koleksi warna pada koleksi Lenny Agustin banyak menggunakan hanya 2 warna dengan penggunaan warna dasar yang berbeda-beda hanya format gambar dibuat menggunakan tinta hitam. Teknik Monokrom warna netralsangat bagus untuk pengaplikasian untuk koleksi yang bertema "Monster"

Banyak dari koleksi Lenny yang dihasilkan dengan permainan warna dari Hitam-putih dan penambahan warna biru secara monokrom sehingga warna koleksi terlihat lebih dinamis dalam permainan beberapa warna yang terlihat beragam.

Aplikasi Pada Material

Pengaplikasian motif pada material katun dengan teknik cetak digital dapat terlihat lebih eksklusif dan terlihat mempunyai *signature* yang berbeda dari koleksi Lenny agustine. Pengaplikasian motif ini terlihat lebih muda dan bersifat energik dari sipemakainya. Penerapan aplikasi motif pada material terlihat abstrak agar supaya tidak mengurangi keorisionalitas dari gambar anak-anak disleksia

Gambar : koleksi lenny Agustin
Sumber : foto pribadi



Gambar : proses pembuatan
Sumber : foto pribadi

4.2 Geraldus Sugeng

Salah satu desainer yang juga mengaplikasikan motif lukisan adalah Geraldus sugeng yang koleksinya mengangkat seni lukis dari anak disleksia. Geraldus Sugeng adalah desainer dari Indonesia yang konsen akan perkembangan pendidikan dan dunia mode saat ini dan mempunyai banyak kontribusi dalam bidang fashion seperti show di London dan New York. Geraldus Sugeng mendesain produk siap pakai dengan tema Neo Balance yang mengimplementasikan lukisan anak disleksia pada awal tahun 2018.

Penerapan Pola

Penerapan beberapa lukisan dari Aqil Prabowo pada pola motif abstrak hitam-putih dengan dasar berwarna *lime-yellow* dapat menjadi spot letak yang bagus dan bervariasi pada beberapa koleksi dari Geraldus Sugeng koleksi 2017 dengan tema Neo-Balance. Penerapan pola dengan teknik penyatuan beberapa gambar yang terlihat setema. Koleksi yang berwarna merah menjadi terlihat lebih fokus dengan karakter anak yang tercipta dari hasil yang berbeda.

Skema Warna

Teknik penerapan lukisan yang menggunakan warna monokrom hitam-putih dengan permainan ditorsi gambar membuat lukisan terkesan lebih muda dan mempunyai karakter yang sifatnya lebih muda, berenergi untuk sipemakai.

Beberapa gambar banyak mengambil warna solid primer dari merah,biru dan kuning sebagai warna yang mem[punyai karakter mendasar dari setiap warna yang ada.

Gambar : Koleksi Geraldus Sugeng 2018
Sumber : Instagram (@geraldussugeng)

Gambar : Koleksi Geraldus Sugeng 2018
Sumber : Instagram (@geraldussugeng)

KESIMPULAN

Penderita Disleksia yang awalnya kurang mendapatkan perhatian dan terkesan terlihat bodoh karena terbatasnya dapat membaca sehingga merasa dihargai, dan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan orang tua agar dapat melihat atau memahami kondisi psikis anak. Dalam hal ini kondisi si anak dapat membaik dan maju terus sampai bisa bekerja. Dalam hal ini tidak lepas peran desain motif dan desainer dalam mengaplikasikan motif dari lukisan tersebut.

Aliran seni lukis juga banyak dipakai beberapa desainer dan banyak yang dipopulerkan oleh nama-nama desainer level national ataupun dunia. Untuk kedepannya peneliti mengenai memberdayakan disleksia terhadap pembuatan pola dalam design mode sangatlah berguna dan penting untuk diteliti lebih lanjut sebagai bentuk aspirasi untuk pembelajaran dan pengetahuan untuk keluarga ataupun di masyarakat.Hasil eksplorasi desain pola dan mengkolaborasikan kedalam bentuk fesyen juga memberikan ide dan dapat saling berkontribusi sehingga bisa memberikan pandangan positif dalam dunia fesyen. Hasil motif yang sudah diaplikasikan kedalam busana siap pakai dapat memberikan pengaruh positif dari masyarakat sekaligus memberikan validasi pasar. Seiring dengan berkembangnya dunia digital busana siap pakai dapat lebih diterima dimasyarakat sehingga penyampaian pesan lewat motif pada busana siap pakai seyognya bisa diterima oleh masyarakat. Dari hasil penelitian ini akhirnya dapat memberdayakan penyandang disleksia sehingga dikemudian hari mereka dapat bekerja dan diterima dimasyarakat dengan segala kemampuan mereka. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya penerapan seni lukis penyandang disleksia pada penerapan desain motif. Dan terdapat hasil yang signifikan antara pengalihan kegiatan untuk penyandang disleksia dengan adanya pengarahan kegiatan seni lukis pada penderita.

DAFTAR PUSTAKA

Arifah A. Riyanto, Teori Busana, Penerbit Yampemdo Bandung 2003,hal 1.

Azmira Via. 2015. *Anak Hiperaktif*. Yogjakarta: Andi Offset.

Barnard, Malcom. 1996. *Fashion as Communication*. London: Routledge.

Creswell, John W. 1994. *Research Design, Qualitative and Quantitative Approach*. California: Sage Publications.

Delphie Bandi. 2009. *Layanan Perilaku anak hiperaktif*. Yogjakarta: PT. Intan Sejati.

Gini Stephen Frings, Fashion From Concept to Consumer, Prentice Hall, Indiana, 1998 hal 46.

Hadisurya,Irma & Ninuk Mardiana Pambudy. 2011, *Kamus Mode Indonesia*. Jakarta: gramedia Pustaka Utama.

Ibrahim.2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sue Jenkyn Jones, *Fashion design*, Laurence King Publishing, London, 2002.

PENGEMBANGAN DESAIN TEKSTIL MENGGUNAKAN TEKNIK *SUMINAGASHI* PADA PEMBUATAN SCARF MODEREN

Fabio R Toreh
Universitas Ciputra
fabio.toreh@ciputra.ac.id

ABSTRACT

Suminagashi adalah teknik metode pewarnaan menggunakan cat yang mengambang dengan bantuan media air pada tekstil. Kain sebagai bahan utama untuk pembuatan scarf memerlukan penambahan nilai agar dapat menjadi sebuah produk yang mempunyai karakter khas dan mempunyai daya jual yang tinggi. Teknik *Suminagashi* sebenarnya berasal dari Jepang dan sudah diterapkan selama berabad-abad, dan selalu menggunakan teknik yang sama. Tujuan eksplorasi *Suminagashi* kali ini adalah pengembangan dari teknik yang sebelumnya sudah ada dengan melakukan penggabungan beberapa teknik pewarnaan kain lainnya disertai kolaborasi dan pemberdayaan ibu-ibu dari kelurahan Made. Ke depan, penelitian ini maka peneliti akan mendapatkan teknik-teknik pewarnaan *Suminagashi* yang baru sekaligus pengembangan kemampuan ibu-ibu dari kelurahan Made.Penelitian dilaksanakan berupa observasi, studi literatur dan tahapan desain. Observasi dilaksanakan selama 2 bulan dalam sebuah industrial project antara Universitas Ciputra dengan PT. Gistex. Studi literatur dilakukan pada berbagai media cetak dan media elektronik. Setelah tahapan ini maka dilakukan tahapan desain dengan mengikutsertakan ibu-ibu dari kelurahan Made sebagai salah satu upaya pemberdayaan masyarakat di sekitar Universitas Ciputra. Adapun hasilnya adalah penemuan teknik *Suminagashi* baru yang dapat diajarkan pada mahasiswa Universitas Ciputra, sebagai penambahan bekal untuk teknik pengolahan bahan tekstil.

Keywords : pewarnaan kain, eksplorasi tekstil, *suminagashi* , water floating dyeing

1. Pendahuluan

Eksplorasi terhadap tekstil sudahlah sangat sering dilakukan, terutama karena kain merupakan salah satu kebutuhan yang tergolong kedalam kebutuhan primer manusia. Sejak dari dahulu kebudayaan kita telah melakukan pengolahan terhadap kain yang kemudian selalu berkembang mengikuti jaman dan terpengaruh dengan perkembangan teknologi. Semakin moderen jaman maka teknik pengolahan kain pun semakin variatif dan berkembang. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan teknik printing pada kain yang semakin detail dan mengalami percepatan dalam proses pembuatannya. Didalam sebuah hasil cetak kain semakin dituntut untuk memperhatikan perpaduan antara corak, warna, dan teknik untuk lebih menambahkan nilai estetis dari kain yang hendak dibuat.

Teknik *Suminagashi* ternyata juga sudah dikenal oleh kebudayaan lain seperti Turki dan China. Bangsa Turki mengenal dengan nama ‘Ebru’ yang memiliki arti ‘berawan’.

Ebru umumnya digunakan untuk mewarnai sampul dari naskah atau sebuah kitab.

Suminagashi sebenarnya adalah teknik tradisional Jepang yang sudah memiliki usia lebih dari 800 tahun, dimana awalnya sempat menjadi rahasia dari keluarga Hiroba yang akhirnya terbuka pada saat era meiji. Pada awalnya teknik ini hanya dikenal dengan media kertas sehingga sering disebut *paper marbling*. Penggunaan teknik *Suminagashi* menghasilkan corak dan warna yang variatif dan menyerupai marmer dan mineral. Teknik ini menampilkan sebuah aluran indah yang mengalir dan membentuk seperti aliran tinta, dimana untuk pewarnaan dengan teknik ini tidak dapat diulang untuk membuat bentuk yang sama persis sehingga menambah nilai dari kain yang sudah terolah tersebut.

Mathison membagi teknik *marbling* menjadi 2 kategori berdasarkan penggunaan material dan teknik yang digunakan, yaitu : *Marbling* tradisional yang masih menggunakan metode serta bahan yang hampir sama dengan bahan zaman dahulu dan *Marbling* alternatif yang mengalami penyesuaian dan perkembangan dalam proses dan penggunaan material. (Mauer – Mathison, 1999:27-32). Hingga saat ini teknik *Suminagashi* masih mengalami perkembangan dalam kedua bidang tersebut.

Penelitian ini dibuat oleh peneliti dengan tujuan agar dapat menambah wawasan dan dapat digunakan sebagai acuan untuk referensi yang akan memberikan inspirasi teknik *dyeing* alternative menggunakan tinta diatas air. Teknik *Suminagashi* diharapkan dapat tereksplorasi dan dapat diperkenalkan kepada masyarakat umum.

Gambar 1.1 : Hasil *Suminagashi* karya mahasiswa Universitas Ciputra
(Sumber : Marini Yunita Tanzil 2018)

2. Studi Literatur

2.1 Material

Berdasarkan studi dari beberapa buku yang berisi tentang teknik dan pewarnaan menggunakan teknik ini, banyak disebutkan bahwa material dari tinta, kain dan media air sangatlah mempunyai pengaruh yang besar terhadap hasil pewarnaan teknik *Suminagashi*. Sebagian besar menyebutkan bahwa teknik ini berfungsi secara maksimal dengan menggunakan material dari kain yang terbuat dari *Polyester* dan *Silk*. Dikarenakan hal tersebut maka teknik ini sangat cocok untuk diterapkan pada *industrial project* dengan PT. Gistex guna membantu mahasiswa Universitas Ciputra agar dapat mengolah bahan yang diberikan sebagai bantuan media ajar dari PT.Gistex , yakni berupa bahan *Polyester* untuk mendapatkan sentuhan personal dan kreatif. Berdasarkan drapperie dari bahan tersebut maka bahan yang paling sesuai untuk pembuatan scarf menggunakan *cleona* satin dan *santa monica*. Bahan ini juga harus diproses melalui proses terlebih dahulu agar memudahkan masuknya pigment warna ke dalam bahan kain dan agar tidak mudah luntur.

Merujuk pada tulisan Aldi Hendrawan yang diterbitkan pada Jurnal *Panggung* Volume 27, nomor 1 tahun 2017 yang mengangkat judul Pergeseran Teknik dan Material Marbling pada Tekstil sebagai Konsekuensi dari Perkembangan dan Inovasi. Hendrawan melampirkan beberapa hasil uji coba dengan menggunakan media gel tapioka pada media air, sedikit lebih rumit dikarenakan gel tapioka atau maizena tersebut harus diaduk dengan merata dan setelah pencelupan maka gel tersebut akan melekat pada kain.

Perihal tinta yang digunakan dapat memiliki beberapa tekstur yang sangat beragam baik dari segi merek dan kualitas. Cat yang digunakan dapat menggunakan cat minyak, cat khusus (*marbling paint*), cat *Acrylic* hingga cat kuku. Cat *Acrylic* menjadi pertimbangan utama dikarenakan lebih sering ditemui dan lebih cocok digunakan bersama dengan kain *Polyester*.

2.2 Teknik

Suminagashi memiliki beberapa teknik dasar hingga teknik tingkat tinggi di dalam cara pengapkliasian tinta di atas media air. Untuk penelitian ini akan diajarkan hanya beberapa teknik dasar , yaitu :

- Cincin : Teknik ini membentuk lingkaran didalam lingkaran lainnya, pembuatannya adalah dengan meneteskan tinta pada tempat yang sama berulang kali
- Bunga : Teknik ini dibuat dengan meneteskan tinta dari tempat yang tinggi sehingga cipratan dari tinta tersebut terlihat seperti bunga

- Alur : Dengan bantuan gagang kuas maka cat dapat diatur dan dibentuk seperti mempunyai alur tersendiri
- Sisir : Teknik ini tercipta dengan menggunakan bantuan sisir dari paku yang kemudian digeserkan ke satu arah maupun dua arah.

Gambar 2.1 : Contoh Teknik Cincin dan Teknik Bunga
(Sumber : Marini Yunita Tanzil 2018)

2.3 Tren motif dan print secara global

Berdasarkan acuan dari sebuah web untuk trend www.weconnectfashion.com , hingga tahun 2019 mendatang motif yang dihasilkan dari teknik *Suminagashi* akanlah sangat tepat menjawab permintaan pasar dunia untuk tren print baik untuk busana maupun aksesoris wanita.

Pada tahun 2018 akan dimulai dengan pengaruh air terhadap motif kain. Corak dan warna yang ditampilkan oleh beberapa seniman dunia mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap dunia fesyen. Tokoh-tokoh seperti Karen Kane dan Megan Weston menciptakan motif yang mempunyai alur dengan *silhouette* yang menyerupai aliran air maupun riak air. Motif-motif ini memiliki unsur tak beraturan, asymetris dan dipadu dengan warna unik.

Gambar 2.2 : Tren Print Motif dan Warna 2018
(Sumber : www.weconnectfashion.com 2017)

Sedangkan tahun 2019 akan sarat dengan motif yang beralur bagaikan mineral. Perpaduan wama yang membentuk corak *marbling* dapat terlihat dengan sangat jelas. Paul Juno juga mengangkat motif yang sangat menyerupai motif dari teknik *Suminagashi*.

Gambar 2.3 : Tren Print Motif clan Wama 2019
(Sumber: www.weconnecttashion.com 2018)

3. Metode Penelitian

Penelitian akan dilakukan menggunakan metode kwalitatif dan menggunakan studi kasus untuk dapat memecahkan masalah hingga dapat secara khusus digunakan untuk mengembangkan eksplorasi teknik *Suminagashi* dalam proses pengapliksian tinta ke media air.

Gambar 3.1 : Skema Penelitian

Studi kasus diterapkan pada mahasiswa Universitas Ciputra dari angkatan 2016 pada semester 5, dimana mahasiswa akan dituntut untuk melakukan kolaborasi melalui sebuah kegiatan *industrial project* dengan melakukan penyampaian *skill* pewarnaan diatas air untuk mengembangkan kreatifitas ibu-ibu dari kelurahan Made. Kegiatan ini akan memenuhi permintaan dari PT. Gistex yang akan berperan sebagai klien utama.

Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas Ciputra angkatan 2016 yang sudah pernah mendapatkan pengajaran teknik dasar pewarnaan *Suminagashi*, dimana sebagian telah membuat grup bisnis dengan penjualan *twilly* serta *scarves* bermotif *Suminagashi*.

Objek penelitian adalah pengembangan desain dari teknik *Suminagashi*
Koleksi data diambil dari obesrvasi, dokumentasi dan interview mendalam pada sebagian mahasiswa Universitas Ciputra. Penelitian ini berlangsung selama 2 bulan dari bulan Juni 2018 hingga Juli 2018.

Poin analisa untuk studi ini adalah sebagai berikut
3.1 Poin Analisa untuk interview

No	Daftar Pertanyaan
1	Bagaimana karakteristik dari pewarnaan menggunakan teknik *Suminagashi*?
2	Aspek apa sajakah yang mempengaruhi pembuatan teknik *Suminagashi*?
3	Motif atau warna apakah yang mendorong penjualan kain *Suminagashi*?

Tabel 1 : Analisa untuk wawancara

3.2 Poin analisa untuk teknik *Suminagashi*

No	Variabel / Elemen	Pertanyaan utama
1	**Material**	
a	Kain	Kain apakah yang dapat diimplementasikan pada *Suminagashi*?
b	Tinta	Tinta apakah yang dapat diimplementasikan pada *Suminagashi*?
c	Media Air	Media air dengan solusi apakah yang dapat diimplementasikan pada *Suminagashi*?
2	**Teknik**	
1	Bentuk	Siluet apakah yang dapat diimplementasikan pada *Suminagashi*?
2	Warna	Warna apakah yang dapat diimplementasikan pada *Suminagashi*?
3	Teknik pencelupan	Teknik pencelupan apakah yang dapat diimplementasikan pada *Suminagashi*?

Tabel 2 : Variabel untuk teknik *Suminagashi*

Ketepatan dalam studi kasus ini mengikuti protocol studi kasus (Yin 2006) ,dimana peneliti telah memformulasikan poin analisa pada table diatas. Sebagai tambahan, terdapat studi di lapangan termasuk penulisan dari laporan penelitian. Sementara validasi dari penelitian berikut adalah melalui pengumpulan dari beberapa sumber data, baik melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dari hasil karya mahasiswa.

4. Diskusi

4.1 Analisa hasil wawancara

Wawancara terhadap subjek penelitian menghasilkan hal sebagai berikut :

- *Suminagashi* memiliki karakteristik motif yang sangat terpengaruh dari bentuk cairan. Hal ini disebabkan teknik ini merupakan *water floating dyeing*.
- Banyak hal yang mempengaruhi hasil dari teknik ini : bahan baku utama (yaitu tinta, media air dan kain), pengaplikasian tinta, keseimbangan dan kerataan pencelupan kain, dll
- Dari penggunaan warna serta coraknya *Suminagashi* dapat dibuat menjadi 2 buah produk ,yaitu : *Scarves* (dengan warna-warna cerah dan motif yang variatif) dan produk busana (dengan warna-warna yang senada)

4.2 Analisa dari teknik *Suminagashi*

a) Analisa dari Elemen Material

- Kain : Setelah melakukan percobaan terhadap kain natural dan kain Polyester , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kain natural tidak terlalu cocok untuk pewarnaan menggunakan teknik ini, kecuali kain sutra.
- Tinta : Cat akrilik lebih dapat digunakan baik menggunakan media air dengan beberapa solusi apabila dibandingkan dengan cat lainnya
- Media air : Media air harus diolah dan dicampur secara merata menggunakan beberapa solusi. Berdasarkan hasil komparasi dengan percobaan dari penulis lain , maka menggunakan gel tapioka tidak terlalu tepat.

Gambar 4.1 : Menggunakan media Karagen dan cat Akrilik (Sumber : Marini Yunita Tanzil 2018)(Kiri) dan Gambar 4.2 : Menggunakan media gel Tapioka dan tinta pigment (Sumber : Hendrawan,Aldi.2017) (Kanan)

b) Analisa dari elemen Teknik

- Siluet : Pada dasarnya *Suminagashi* membentuk siluet marbling , namun apabila dilakukan secara perlahan dan mendetail beberapa seniman Jepang dapat membentuk bunga, dll
- Warna : Teknik *Suminagashi* dapat dibuat menggunakan warna cerah maupun pastel, hal ini hanya dipengaruhi oleh banyak sedikitnya campuran tinta. Untuk permintaan dari PT. Gistex adalah warna yang lebih muda dengan pencampuran warna yang lebih sedikit agar dapat lebih digunakan untuk pangsa pasar Asia.

Gambar 4.3 dan Gambar 4.4 Hasil Karya Mahasiswa Universitas Ciputra dengan warna pastel (Sumber : Marini Yunita Tanzil 2018)

- Teknik Pencelupan : Setelah melakukan banyak pencelupan kreatifitas mahasiswa Universitas Ciputra yang menemukan bahwa ternyata *Suminagashi* tidak harus dicelupkan seluruh nya. Hal ini menyebabkan teknik baru yang serupa dengan *Spot printing*, dimana hanya sebagian area saja yang dicelup agar masih dapat terlihat minimalist

Gambar 4.5 : Penggunaan teknik celup hanya pada ujung dari Scarf saja , hasil karya dari mahasiswa Universitas Ciputra. (Sumber : Marini Yunita Tanzil 2018)

5. Konklusi dan penelitian selanjutnya

Suminagashi adalah sebuah teknik yang masih dalam tahap pengembangan untuk implementasi menggunakan media kain, berikut adalah beberapa saran yang dapat diperhatikan bagi penulis lain agar dapat lebih memaksimalkan eksplorasi teknik pewarnaan ini :

- Optimalisasi dari penggunaan teknik ini adalah melalui uji coba terus menerus, baik dari segi penggunaan bahan maupun teknik pencelupan
- Teknik ini masih dapat digabungkan dengan teknik pewarnaan yang lain , seperti : Batik, *Foiling*, dan lain sebagainya
- Penggabungan dengan teknik jahit baik tangan ataupun mesin juga dapat menjadi alternatif unik, seperti : bordir, *felting*, dan lainnya

6. Referensi

Hendrawan, Aldi. (2017). Pergeseran teknik dan material marbling pada tekstil sebagai konsekuensi dari perkembangan dan inovasi. *Jurnal Seni dan Budaya Panggung Vol.27 No.1, Maret 2017*
Diunduh 05 Juli 2018 dari https://simlitmas.isbi.ac.id/e jurnal/index.php/panggung/article/view/228/251

Mauer-Mathison, Diane.(1999),*The Ultimate Marbling Handbook: A Guide to Basic and Advanced Techniques for Marbling Paper and Fabric*.
Watson-Guptill Publications.

Robinson, Stuart.(1969), *A history of dyed textiles: dyes, fibres, painted bark, batik, starc- resist, discharge tie-dye, further sources for research*.
London : Studio Vista.

Chambers, Ann.(1991),*Suminagashi* : *The Japanese Art of Marbling*.
Thames & Hudson.

Miura, Einen.(1991),*The Art of Marbled Paper : Marbled Patterns and how to make them*.
Kodanscha Amer Inc.

Pattern People (05 Juli 2018), *Women's Print and Color Trend Guide F/W 2018-19*. *https://www.weconnectfashion.com/articles/women-s-print-and-color-trend-guide-f-w-2018-19*

Pattern People (05 Juli 2018), Men's & Women's Print and Color Trends F/W 2017-18. *https://www.weconnectfashion.com/articles/men-s-women-s-print-and-color-trends-f-w-2017-18*

UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA PENGRAJIN PATUNG BERBASIS LIMBAH DI DESA SINGAPADU KALER, GIANYAR, BALI

Ni Putu Ayu Sintya Saraswati[1], Pande Ketut Ribek[2]
[1)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, Unmas Denpasar,
Jl Kamboja No 11A, Denpasar Utara, 80233, Indonesia
[2)]Program Kemitraan Masyarakat, Universitas Mahasaraswati Denpasar,
Jl Kamboja No 11A, Denpasar Utara, 80233, Indonesia
Email: sintyasaraswati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Desa Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar merupakan salah satu jalur pariwisata yang sering dilewati dan dikunjungi oleh wisatawan yang membeli dan memesan patung. Salah satu karya seni unggulan di desa Singapadu adalah karya seni patung casting berbasis limbah yang terbuat dari paras putih. Mengingat proses produksi seni patung berbasis *home industry*, maka eksistensi usaha ini harus mendapat perhatian dan dukungan. IRT Kadek Fernandes Kumara dan IRT Ketut Sukarsana merupakan industri rumah tangga yang memproduksi patung casting. Terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh kedua mitra yang terdiri dari aspek produksi, manajemen dan pemasaran. Tujuan program ini adalah untuk memberikan pembinaan serta pendampingan kepada kedua mitra dalam menyusun laporan keuangan berupa kas masuk dan keluar, serta memberikan penyuluhan dan monitoring bagi mitra dalam menggunakan serta mengaplikasikan website dan media sosial sebagai sarana promosi serta pengadaan beberapa peralatan dalam menunjang proses produksi. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka solusi yang dapat diberikan adalah pengadaan peralatan, penyuluhan dan pendampingan. Dalam hal peralatan berupa pengadaan paket silikon, mesin molen, mesin pembuka baut, troli, rak pajangan, masker, slop tangan, kartu nama serta drum besar. Dalam hal penyuluhan dan pendampingan berupa pendampingan dalam penataan layout patung, perancangan SOP, penyuluhan pembukuan sederhana dan pendampingan serta monitoring penggunaan website dan media sosial sebagai sarana pemasaran *online.* Pelaksanaan program kemitraan masyarakat sudah dirasakan manfaatnya bagi kedua mitra berupa peningkatan produksi patung serta peningkatan penjualan. Kedua mitra diharapkan terus meningkatkan kinerjanya serta terus berinovasi sehingga mampu menghasilkan karya seni patung yang bernilai jual tinggi. Dengan begitu dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Patung, Karya Seni, Promosi, Penjualan, Pendapatan

EFFORTS TO INCREASE REVENUE BASED LEARNING ENTERPRISES OF WASTE STEPS IN SINGAPADU KALER VILLAGE, GIANYAR, BALI

The village of Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar is one of the tourist routes that are often skipped and visited by tourists who buy and order statues. One of the leading artworks in Singapadu village is a waste-based casting sculpture made from white face. Given the process of sculpture production based on home industry, the existence of this business should receive attention and support. IRT Kadek Fernandes Kumara and IRT Ketut Sukarsana are home industries producing casting statues. There are several problems experienced by the two partners that consist of aspects of production, management and marketing. The purpose of this program is to provide guidance and assistance to the two partners in preparing financial statements in the form of cash in and out, and provide counseling and monitoring for partners in using and applying websites and social media as a means of promotion and procurement of some equipment to support the production process. Based on the problems faced, then the

solution that can be given is the procurement of equipment, counseling and mentoring. In the case of equipment in the form of procurement of silicon package, molen machine, bolt opener, trolley, display rack, mask, hand slop, business card and big drum. In terms of counseling and assistance in the form of mentoring in the arrangement of layout sculpture, design of SOP, simple bookkeeping counseling and assistance and monitoring the use of websites and social media as a means of online marketing. Implementation of community partnership program has been felt for both partners in the form of increased production of sculpture and increased sales. Both partners are expected to continue to improve its performance and continue to innovate so as to produce sculpture artwork that is worth high selling. That way can improve the welfare of the surrounding community.

Keywords: *Sculpture, Art, Promotion, Sales, Revenue*

PENDAHULUAN

Bali dikenal dengan sebutan pulau dewata, pulau seribu pura dan terkenal dengan adat istiadat, seni serta budaya yang masih sangat kental. Seiring banyaknya turis lokal maupun mancanegara yang berkunjung, kerajinan khas Bali seperti pernak pernik berbahan dasar stone, limbah stone, perak, kain tenun dan kain batik, sampai ke kerajinan lukisan pun selalu ludes diborong wisatawan. Mengutip dari www.medanbisnisdaily.com, www.nusabali.com, www.beritasatu.com dan beberapa artikel yang berkaitan, devisa dari industri kecil wilayah Bali mencapai angka fantastis, yaitu tertinggi di sektor kerajianan rumah tangga mencapai US$ 103,136 juta atau andilnya 35,49%. Selain itu terdapat 17 hasil industri kerajinan lainnya yang berhasil menembus pasaran luar negeri dan semua berasal dari sentuhan tangan-tangan terampil perajin dan seniman Bali.

Salah satu karya seni yang cukup menarik minat para wisatawan adalah karya seni patung. Menurut Soenarso dan Soeroto (1996) seni patung adalah semua karya dalam bentuk meruang sedangkan menurut Mikke Susanto (2011: 296), seni patung adalah sebuah tipe karya tiga dimensi yang bentuknya dibuat dengan metode subtraktif (mengurangi bahan seperti memotong, menatah) atau aditif (membuat model lebih dulu seperti mengecor dan mencetak). Seni patung menjadi pilihan terbaik para wisatawan saat berkunjung ke Bali. Kerajinan patung yang menembus pasaran luar negeri tersebut sebagian besar digeluti para perajin dan seniman daerah pedesaan Kabupaten Gianyar. Kabupaten lainnya antara lain Badung, Klungkung, Tabanan yang juga mulai mengembangkan kerajinan seni patung berbasis *mass product* namun belum berhasil menembus pasar eksport, masih berorientasi pasar lokal. Dengan demikian, Gianyar merupakan etalase berbagai macam produk kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat sekitarnya. Salah satu kerajinan seni yang masih dominan di sukai oleh konsumen adalah produk seni berbasis casting, yang memiliki harga murah, desain bervariasi serta pengerjaannya tidak terlalu lama.

Produk seni patung casting menjadi hasil produksi di daerah Gianyar. Menurut Mudana (2007), Desa Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar merupakan salah satu jalur pariwisata yang sering dilewati bahkan dikunjungi oleh wisatawan yang membeli dan memesan patung. Salah satu karya seni unggulan di desa Singapadu adalah karya seni patung casting berbasis limbah yang terbuat dari paras putih. Mengingat proses produksi seni patung berbasis *home industry*, maka eksistensi usaha ini harus mendapat perhatian dan dukungan sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sebagai mata pencaharian utama dan melaksanakan program ekonomi kerakyatan yang dicanangkan pemerintah.

IRT Kadek Fernandes Kumara dan IRT Ketut Sukarsana merupakan industri rumah tangga yang memproduksi patung casting berupa Patung Budha, Ganesha, Dewi dan lain-lain, produksi yang paling dominan adalah patung casting Budha, dimana patung yang diproduksi terbuat dari limbah serbuk paras putih. IRT Kadek Fernandes Kumara dan IRT Ketut Sukarsana sama-sama mengawali usaha ini pada tahun 2010 di Banjar Silakarang, Kecamatan Sukawati. Berdasarkan pengamatan serta wawancara awal tim terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh kedua industri rumah tangga yang terdiri dari aspek produksi, manajemen dan pemasaran. Kedua IRT belum menerapkan sistem pembukuan yang baik dan benar sehingga tidak mengetahui keuntungan dan kerugian yang dialami. IRT Kadek Fernandes Kumara membutuhkan perbaikan layout patung agar tertata lebih rapi, silicon untuk menambah variasi patung, membutuhkan mesin molen, slop tangan, masker, troli, drum dan SOP untuk memperlancar dan mempermudah proses produksi. Sedangkan IRT Ketut Sukarsana membutuhkan mesin bosch pembuka baut, masker, slop tangan, drim, silikon untuk membantu agar lebih mudah dalam proses produksi, IRT Ketut Sukarsana juga membutuhkan kartu nama, website, media sosial sebagai sarana promosi kedepannya agar mampu meningkatkan penjulan patung. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2007). Semakin tinggi volume promosi dilakukan maka semakin tinggi pula volume penjualan (Pradana, 2014).

Adapun tujuan dari program ini adalah untuk memberikan pembinaan serta pendampingan kepada kedua industri rumah tangga dalam menyusun laporan keuangan berupa kas masuk dan keluar, serta memberikan penyuluhan dan monitoring bagi mitra dalam menggunakan serta mengaplikasikan website dan media sosial sebagai sarana promosi serta pengadaan beberapa peralatan dalam menunjang proses produksi yang

dimana dana bersumber dari Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Ditjen Penguatan Risbang Kemenristekdikti.

METODE

Program Kemitraan Masyarakat melibatkan dua mitra yaitu IRT Kadek Fernandes Kumara dan IRT Ketut Sukarsana, ini dikarenakan dalam operasionalnya kedua mitra masih bersifat *home industry* dan belum menggunakan peralatan secara efisien. Ipteks yang akan ditransfer kepada kedua mitra berupa pengadaan peralatan, penyuluhan dan pendampingan. Dalam hal peralatan berupa pengadaan paket silikon, mesin molen, mesin pembuka baut, rak pajangan, pengadaan masker, selop tangan, troli, SOP, kartu nama serta drum besar. Dalam hal penyuluhan dan pendampingan berupa pendampingan dalam penataan layout patung yang akan dijual, penyuluhan dalam pembuatan pembukuan sederhana dan pendampingan penggunaan website dan media sosial sebagai sarana pemasaran *online.*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan luaran yang dicapai dalam program kemitraan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Pemberian Paket Silikon

Masing-masing mitra diberikan 1 paket silikon. Paket silikon digunakan untuk membuat cetakan patung dari karet silikon. 1 paket silikon dapat menghasilkan 2-4 model cetakan patung. Pemberian paket silikon sangat penting, mengingat harga perpaket sangat mahal, membuat mitra terbatas dalam berinovasi. Dengan diberikannya paket silikon diharapkan mampu meningkatkan kreatifitas serta meningkatkan inovasi masing-masing mitra sehingga lebih banyak model patung yang dapat dijual. Semakin banyak model patung yang dibuat, berarti semakin tinggi nilai seni yang dihasilkan dan para konsumen akan semakin banyak memiliki pilihan. Berikut tampilan satu paket silikon yang diberikan kepada mitra:

Gambar 1.
Pemberian Silikon IRT Kadek Fernandes

Gambar 2.
Pemberian Silikon IRT Ketut Sukarsana

2. Pemberian Mesin Molen

Sebelumnya IRT menggunakan cara manual dalam pencampuran bahan material pembuat patung. Biasaya dibutuhkan waktu 30 menit dalam proses pengadukan dan pencampuran bahan material secara manual, tetapi dengan adanya mesin molen, mitra hanya perlu 5-10 menit dan tidak perlu berfokus pada pencampuran bahan, sehingga mitra dapat mengerjakan pekerjaan lainnya. Selain lebih cepat dan mudah, hasil cetakan dengan molen memberikan hasil cetakan yang sempurna, dibandingkan dengan manual hasil cetakannya lebih banyak yang berlobang. Pemberian mesin molen bertujuan untuk memudahkan mitra dalam mencampurkan bahan material, tenaga dan waktu dalam pengerjaan dapat di minimalisir sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif. Berikut tampilan mesin molen yang diberikan kepada mitra:

Gambar 3.
Pemberian Mesin Molen

Gambar 4.
Pendampingan Penggunaan Molen

3. Pemberian Mesin Pembuka Baut

Mesin pembuka baut sangat bermanfaat bagi mitra karena dapat meminimalisir waktu. Sebelumnya dengan cara manual mitra mampu membuka buat yang ada pada cetakan patung kurang lebih 15 menit, dengan mesin pembuka baut maka mitra hanya perlu 10 detik saja.

Gambar 5.
Penyerahan Mesin Pembuka Baut

Gambar 6.
Pendampingan Penggunaan Mesin

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

4. Pemberian Troli

Troli sangat dibutuhkan bagi mitra. Hal ini disebabkan karena patung yang diproduksi cukup besar dan berat, biasanya patung diangkat dengan tangan secara manual, dan menghabiskan waktu serta tenaga yang cukup banyak. Mitra memerlukan tenaga yang cukup besar untuk mengangkat patung, ini menyebabkan mitra sering merasakan sakit pada bagian pinggang sehingga membuat mitra tidak mampu bekerja dengan efektif. Dengan diberikannya troli diharapkan mampu memudahkan mitra dalam mengangkat patung dan dengan ini dapat mengefisienkan tenaga sumber daya manusia. Berikut tampilan troli yang diberikan kepada mitra:

Gambar 7.
Pemberian Troli

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

5. Pemberian Rak Pajangan

Rak pajangan sangat dibutuhkan bagi mitra, mengingat selama ini mitra hanya memajang patung secara sembarangan dan tidak tertata dengan baik. Dengan diberikannya rak pajangan diharapkan mitra dapat memajang patung sampelnya dengan rapi sehingga dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli. Berikut tampilan rak pajangan patung yang diberikan kepada mitra:

Gambar 8.
Patung Berserakan Sebelum ada Rak

Gambar 9.
Rak Pajangan. Patung lebih rapi

6. Pengadaan Drum Besar

Kami memberikan drum besar kepada para mitra. Sebelumnya, limbah lime stone bertumpuk tidak beraturan serta tidak ada tempat untuk menampung air. Hal ini sangat menganggu pemandangan. Dengan pengadaan drum besar, maka para mitra dapat menampung seluruh limbah yang digunakan dalam pembuatan patung.

Gambar 10.
Pemberian Drim kpd IRT Fernandes

Gambar 11.
Pemberian Drim kpd IRT Sukars

7. Pengadaan Masker dan Slop Tangan

Masker dan slop tangan sangat penting bagi mitra. Ini disebabkan karena selama proses produksi, mitra melakukan kontak langsung dengan bahan material seperti pasir dan batu, selain itu terdapat pula bahan kimia dan banyak debu. Dengan diberikannya masker dan slop tangan maka dapat meminimalisir kecelakaan kerja. Dengan ini dapat meningkatkan keamanan dan menjaga kesehatan para tenaga kerja. Sehingga mitra dapat menekan biaya-biaya yang harus dikeluarkan seperti biaya pengobatan tenaga kerja akibat proses produksi.

Gambar 12.
Pemberian Masker dan Slop Tangan

Gambar 13.
Pemberian Masker dan Slop Tangan

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

8. Pembuatan Kartu Nama

Pembuatan kartu nama bertujuan untuk mendukung mitra dalam melakukan promosi serta memperkenalkan produk yang dimiliki. Kartu nama sebagai suatu sarana yang dapat digunakan untuk memperkenalkan tempat usaha kepada masyarakat. Tampilan kartu nama dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 14.
Kartu Nama Ketut Sukarsana

9. Pembuatan Website dan Media Sosial

Website dan media sosial sangat penting bagi mitra sebagai media promosi. Mengingat mitra hanya memasarkan produk hanya terbatas pasar lokal, maka kami memutuskan untuk memberikan solusi berupa pembuatan website dan media sosial sehingga seluruh dunia dapat melihat karya seni patung yang telah diproduksi oleh mitra. Pemberian website diharapkan mampu meningkatkan penjualan serta pendapatan mitra. Website mitra dapat dikunjungi di laman: www.mangkualitstone.com dengan tampilan sebagai berikut:

Gambar 15.
Tampilan Depan Web

Sumber: www.mangkualitstone.com

Media sosial berupa facebook dan instagram dapat dilihat tampilannya sebagai berikut:

Gambar 16.
Tampilan Facebook

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

Gambar 17.
Tampilan Instagram

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

10. Pemberian Buku Kas

Buku kas sangat penting bagi mitra untuk membantu mitra dalam mencatat transaksi kas masuk dan kas keluar sehingga memudahkan bagi mitra untuk meng-etahui keuntungan dan kerugian usaha.

11. Penataan Layout

Penataan layout sangat diperlukan bagi mitra. Mengingat tempat pemajangan patung yang tidak tertata dengan baik membuat mitra sulit dalam memasarkan produknya, tempat berjualan menjadi jorok dan kusam sehingga kurang mampu menarik pembeli. Solusi yang ditawarkan adalah penataan layout patung agar leb-ih rapi dan bersih sehingga terlihat lebih indah.

Gambar 18.
Layout Patung Kadek Fernandes
Sebelum di tata

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

Gambar 19.
Layout Kadek Fernandes sudah ditata dan dirapikan

Sumber: Dokumentasi Tim (2018)

12. Penyuluhan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana

Penyuluhan serta pendampingan pembuatan pembukuan sederhana akan memberikan pengetahuan bagi kedua mitra tentang kondisi usahanya mengalami keuntungan ataupun kerugian. Pemberian penyuluhan dan pendampingan terbatas kepada kedua mitra terbatas yaitu hanya pada kas masuk dan kas keluar, ini disebabkan karena kedua mitra memiliki transaksi yang masih sederhana dan rendah dalam program laporan keuangan.

Gambar 20. Penyuluhan dan Pendampingan ke 1 Pembukuan Sederhana

Gambar 21. Penyuluhan dan Pendampingan ke 2 Pembukuan Sederhana

Gambar 22.
Penyuluhan dan Pendampingan ke 3 Pembukuan Sederhana

Gambar 23. Penyuluhan dan Pendampingan ke 1 Pembukuan Sederhana

Gambar 24. Penyuluhan dan Pendampingan ke 2 Pembukuan Sederhana

13. Pendampingan Penggunaan Website dan Media Sosial

Penyuluhan dan pendampingan pemasaran produk secara online sangat diperlukan bagi mitra. Ini disebabkan mitra hanya memasarkan produk lewat pasar lokal, dan selama ini mitra kurang faham dalam menggunakan teknologi sehingga mengurungkan niat mitra untuk memasarkan produk karya seninya secara online. Solusi yang kami berikan adalah membantu mitra dalam proses pembuatan media sosial, membantu dalam mengaplikasikan serta mengunggah gambar di facebook dan instagram. Dengan adanya sarana pemasaran secara online diharapkan dapat meningkatkan penjualan mitra.

Gambar 25.
Pendampingan Penggunaan Website ke-1

Gambar 26.
Pendampingan Penggunaan Web ke-2

Gambar 27.
Pendampingan Penggunaan Web ke-3

14. Perancangan SOP

Perancangan SOP diperlukan bagi kedua mitra. SOP menyediakan informasi untuk melakukan suatu pekerjaan dengan benar bagi tiap mitra, dan mempermudah untuk mengevaluasi penerapan yang tidak konsisten dalam kualitas dan kuantitas suatu produk atau hasil akhir.

KESIMPULAN

Pelaksanaan PKM bagi kedua mitra diharapkan dapat memberikan dampak positif serta mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan kedua mitra. Pemberian mesin molen, mesin pembuka baut, troli dan drim dapat membantu mitra dalam proses kelancaran produksi sehingga lebih efektif dan efisien. Penyuluhan buku kas dapat membantu mitra untuk mengetahui keuntungan dan kerugian usaha. Penataan layout patung menjadikan tempat berjualan lebih rapi dan indah untuk dipandang. Selain itu, pemberian kartu nama, pembuatan website serta media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi bagi mitra agar dapat bersaing dan mampu meningkatkan penjualan.

Berdasarkan monitoring tim, pelaksanaan program kemitraan masyarakat sudah dirasakan manfaatnya bagi kedua mitra berupa bertambahnya peningkatan produksi patung, dalam sebulan biasanya mitra mampu menyelesaikan patung budha dengan ukuran 30 x30 cm sebanyak 30 buah, sekarang meningkat menjadi 45-60 buah. Dan

penjualan perbulan biasanya mencapai Rp 7.000.000 sekarang meningkat menjadi rata-rata sebesar Rp. 10.000.000- 15. 000.000 perbulan.

Berdasarkan hal tersebut, saran yang dapat diberikan adalah kedua mitra diharapkan terus meningkatkan kinerjanya serta terus berinovasi sehingga mampu menghasilkan karya seni patung yang bernilai jual tinggi. Dengan begitu dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segenap tim mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu menyukseskan pelaksanaan kegiatan PKM diantaranya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, LPPM Universitas Mahasaraswati Denpasar, kedua mitra yaitu Kadek Fernandes dan Ketut Sukarsana serta tim dosen yang terdiri dari Ni Putu Ayu Sintya Saraswati, Pande Ketut Ribek dan I Wayan Mudana. Akhir kata, semoga program kemitraan masyarakat memberikan manfaat bagi kedua mitra (pengrajin) patung berbasis limbah dan bermanfaat bagi program kemitraan masyarakat selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

Desa Batu Bulan, (2 Mei 2017), http://desabatubulan.com/profil-desa/sejarah-desa-batubulan/

Fajar Bali, (6 Juni 2017), http://fajarbali.com/index.php/berita/67-pojok-desa/343-ukiran-kayu-dan-pertanian-topang-penghidupan-masyarakat-batubulan-kangin.html

Mudana,Wayan. 2007, Dampak Pariwisata Terhadap Seni Patung Tradisional Di Desa Silakarang, Institut Seni Indonesia, Denpasar

Nico, Andrew, Pradana. 2014, Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Cv. Rown Division Surakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Sinar Harapan, (2 Mei 2017), Ekspot Patung Bali, http://sinarharapan.co/news/read/1405/6013/ekspor-patung-bali-raup-devisa-5-juta-dolar

Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Gianya (25 Mei 2017), http://gianyarkab.go.id/index.php/profil/2/Gambaran-Umum

Soenarso dan Soeroto, 1996, Pendidikan Seni Rupa, Widya Duta, Surakarta

Susanto, Mikke, 2011, Diksi Rupa, Yogyakarta,Dicti Art & Djagat Art House.

Tjiptono, Fandi, 2007, Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Penerbit Andy, Yogyakarta.

Wikipedia Kabupaten Giayar, (10 Mei 2017), http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Gianyar

PANITIA SEMINAR NASIONAL 2018
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

NO	NAMA/NIP	PANGKAT/GOL	KETERANGAN
1.	Dr. A.A.Gde Bagus Udayana, S.Sn., M.Si NIP. 197310041999031002	Pembina, IV/a	Penasehat
2.	Dr. Drs. I Gede Mugi Raharja, M.Sn NIP. 196307051990101001	Pembina Utama Muda,IV/c	Ketua
3.	Drs. I Nengah Sudika Negara, M.Erg NIP. 196611031994031003	Pembina, IV/a	Wakil Ketua I
4.	Dra. Ni Made Purnami Utami, M.Erg NIP. 196901021993032001	Pembina Utama Muda,IV/c	Wakil Ketua II
5.	Ni Kadek Dwiyani, S.S., M.Hum NIP. 198101132006042001	Penata, III/c	Wakil Ketua III
6.	I Wayan Nuriarta, S.Pd, M.Sn NIP. 198506242015041001	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sekretaris
7.	Ni Putu Swandayani,SE NIP. 196703041994032001	Pembina Tingkat I, IV/b	Bendahara I
8.	Ida Ayu Putu Sri Citrawati, SE NIP. 198111162005012006	Penata, III/c	Bendahara II
9.	I Ketut Suwitra, SE	Penata Tingkat I,	Koordinator

	NIP. 197904272001121003	III/d	Sekretariat
10.	I Komang Komarayana, SE, M.M NIP. 197905042005011002	Penata, III/c	Sekretariat
11.	I Gusti Ngurah Jelantik Gurwadi NIP. 196503121993031003	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sekretariat
12.	Kadek Ariani, SE	Pramubhakti	Sekretariat
13.	Gede Eka Pramantha, S.Kom.	Pramubhakti	Sekretariat
14.	I Kadek Puriartha, S.Sn., M.Sn NIP. 198602162010121005	Penata, III/c	Koordinator Publikasi dan Dokumentasi
15.	Ketut Hery Budiyana, A.Md NIP. 197611122009121003	Pengatur Tingkat I, II/d	Sie Publikasi dan Dokumentasi
16.	I Kadek Ryan Kurniawan, S.Sn	Pramubhakti	Sie Publikasi dan Dokumentasi
17.	Nyoman Lia Susanthi, S.S., MA NIP. 198210242006042002	Penata Tingkat I, III/d	Koordinator Upacara dan MC
18.	I Made Bayu Pramana, S.Sn. M.Sn NIP. 198410022008121003	Penata Muda, III/a	Sie Upacara dan MC
19.	I Putu Arya Janottama, S.Sn., M.Sn. NIP. 198810022014041001	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sie Upacara dan MC
20.	I Made Denny Chrisna Putra, S.Sn., M.Sn NIP. 198812212015041003	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sie Upacara dan MC

21.	I Putu Susila, S.Sos. NIP. 197111142000031001	Penata Muda, III/a	Koordinator Perlengkapan
22.	I Made Gede Putra Jaya, S.Sn. NIP. 197111062001121002	Penata Tingkat I, III/d	Sie Perlengkapan
23.	I Putu Gede Andy Pandy, S.Sn. NIP. 197411152003121002	Penata Muda, III/a	Sie Perlengkapan
24.	Dewa Gede Eka Putra, SH NIP. 198303122006041002	Penata Muda, III/a	Sie Perlengkapan
25.	I Ketut Mudita, S.Sos NIP. 197002022002121003	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sie Perlengkapan
26.	I Gede Widhiyana Yasa,S.Ds.	Pramu Bhakti	Sie Perlengkapan
27.	I Putu Agastyadi, S.Ds.	Pramu Bhakti	Sie Perlengkapan
28.	I Made Saryana, S.Sn., M.Sn. NIP. 196606241994121001	Pembina, IV/a	Koordinator Proseding
29.	Amoga Lelo Octaviano, S.Sos., M.Sn. NIP. 197710162009121002	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sie Proseding
30.	Wahyu Indira, S.Sn., M.SN NIP. 198505122015041004	Penata Muda Tingkat I, III/b	Sie Proseding
31.	Ni Nyoman Artini, S.Sos. NIP. 196805151993032002	Penata Tingkat I, III/d	Koordinator Konsumsi
32.	I Made Roy Hariata,SE	Pramu Bhakti	Sie Konsumsi

33.	Ni Luh Desi In Diana Sari, S.Sn., M.Sn. NIP. 198212122008012018	Penata, III/c	Notulen
34.	Dsk Pt Yogi Antari Tirta Yasa, S.Sn., M.Sn NIP. 198911152015042003	Penata Muda Tingkat I, III/b	Notulen
35.	I Nyoman Payuyasa, S.Pd., M.Pd. NIP. 199007122015041003	Penata Muda Tingkat I, III/b	Notulen
36.	Alit Kumala Dewi, S.Sn., M.Ds. NIP. 198503172008012002	Penata, III/c	Notulen
37.	I Wayan Eka Yogaswara, A.Md. NIP. 197707012010121002	Pengatur Tingkat I, II/d	Pelaporan
38.	Dr. Drs. I Gede Mugi Raharja, M.Sn NIP. 196307051990101001	Pembina Utama Muda,IV/c	Reviewer
39.	Dr. Drs. I Wayan Mudana, M.Par NIP. 196309101992031004	Pembina Tingkat I, IV/b	Reviewer
40.	Ida Bagus Ketut Trinawindu, S.Sn., M.Erg NIP. 197604012003121002	Penata Tingkat I, III/d	Reviewer
41.	Dr. I Nyoman Larry Julianto, S.Sn., M.Ds NIP. 198307142006041003	Penata, III/c	Reviewer
42.	Dr. Dra. Sri Supriyatini, M.Sn.	Pembina Utama	Moderator

	NIP. 195811181987022001	Muda,IV/c	
43.	Dr. Drs. I Nengah Wirakesuma, M.Sn NIP. 196402211992031003	Pembina Tingkat , IV/b	Moderator
44.	Dr. Drs. I Wayan Suardana, M.Sn NIP. 196312311992031018	Pembina Utama Muda,IV/c	Moderator
45.	Dr. Drs. A.A. Gde Rai Remawa, M.Sn. NIP. 196412311990031030	Pembina Tingkat I, IV/b	Moderator
46.	Dr. Drs. I Wayan Swandi, M.Si. NIP. 195912311992031112	Pembina Tingkat I, IV/b	Moderator
47.	Dr. I Komang Arba Wirawan, S.Sn., M.Si NIP. 197012312003121003	Pembina, IV/a	Moderator