



BP ISI
YOGYAKARTA

Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

MULTI PERAN
DESAIN
KOMUNIKASI
VISUAL
DALAM
PERKEMBANGAN
DISIPLIN ILMU
DAN TEKNOLOGI

Studio Parsuki
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

20 September 2021

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**Multi Peran Desain Komunikasi
Visual Dalam Perkembangan Disiplin
Ilmu dan Teknologi**

**Studio Parsuki, Gedung Lt. 3 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas
SeniRupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
20 September 2021.**



**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2021**

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Multi Peran Desain Komunikasi Visual Dalam Perkembangan Disiplin Ilmu dan Teknologi

**Studio Parsuki, Gedung Lt. 3 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas SeniRupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
20 September 2021.**

ISBN:

978-623-5884-16-5

Editor

Daru Tunggul Aji
Kadek Primayudi
Arief Agung Suwasono

Reviewer

Indiria Maharsi
P. Gogor Bangsa
Terra Bajraghosa

Desain Sampul

Edi Jatmiko

Layout

Edi Jatmiko
Alit Ayu Dewantari

Penyelenggara

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Penerbit

BP ISI Yogyakarta

2021

Sambutan Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Assalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh, Salam sejahtera, Om Swuastiastu,

Salam Budaya.

Puji syukur marilah senantiasa kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Seminar Nasional Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas SeniRupa, ISI Yogyakarta dengan tema “Multi Peran Desain Komunikasi Visual Dalam Perkembangan Disiplin Ilmu dan Teknologi” dapat terselenggara dengan baik.

Desain Komunikasi Visual menjadi salah satu disiplin ilmu yang tidak bisa dilepaskan dengan disiplin ilmu yang lain. Dalam perancangan maupun pengkajian, DKV hampir selalu memerlukan perspektif dari banyak disiplin. Dalam keilmuannya, DKV tidak hanya berorientasi pada aspek teknis, namun juga aspek sosial, ekonomi, budaya dan politik.

Sebagai sebuah pengetahuan yang dinamis, Desain Komunikasi Visual, tidak hanya menawarkan sebuah solusi dalam bidang seni rupa dan desain, akan tetapi juga sekaligus sadar akan potensi dalam aplikasi pengetahuannya. Dalam bidang Desain Komunikasi Visual, kompleksitas permasalahan seni dan desain tak menampik akan bersentuhan dengan disiplin pengetahuan lain (multi disiplin), di mana cipta karya dari Desain Komunikasi Visual adalah hasil kreatif yang akan ditujukan untuk masyarakat industri dan masyarakat pada umumnya.

Sebagai bagian dari Institusi Seni Indonesia Yogyakarta, DKV ISI YK selama ini fokus pada pengembangan keilmuan desain komunikasi visual yang berdasar pada riset. Riset-riset dalam DKV tidak hanya berorientasi pada Dimensi kesenian saja, namun juga melibatkan keilmuan sosial, humaniora serta teknologi, seperti komunikasi, sosiologi, antropologi, sastra, filsafat, sains, kajian budaya, sejarah, dan teknologi informasi.

Karya karya Desain Komunikasi Visual tidak hanya berbicara tentang aspek kreatifitas, inovasi dan invensi, akan tetapi juga membicarakan tentang alih wahana, di mana gagasan dan konsep tentang media menjadi bahasan di dalam perancangan Desain Komunikasi Visual. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses pengkajian dan perancangan karya DKV memang kompleks dan tidak bisa berdiri sendiri. Dalam menuju capaian ”yang visual” tersebut tentu saja banyak aspek yang bisa dibicarakan dari ragam perspektif.

Dengan potensi dan kompleksitas Desain Komunikasi Visual inilah, perlu di didiskusikan secara akademik bagaimana pegetahuan Desain Komunikasi Visual dapat menjawab tantangan, perkembangan teknologi informasi dan perkembangan komunikasi di dalam masyarakat.

Seminar nasional kali ini menghadirkan penyaji dari ragam disiplin keilmuan dan di dimaksudkan sebagai ruang diskusi antar akademisi, praktisi, maupun mahasiswa sehingga dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan disiplin keilmuan desain komunikasi Visual. Mengingat perkembangan media komunikasi yang semakin berkembang, dan kehidupan sosial masyarakat juga berkembang, maka tidak ada pilihan lain bagi DKV untuk mengembangkan persepektifnya. Sehingga dapat menjadi masukan bagi para akademisi, praktisi, dan mahasiswa dalam merancang perspektif yang lebih luas lagi.

Ucapan selamat dan terima kasih disampaikan kepada para panitia, penulis/pemakalah, juga tak lupa rasa terimakasih disampaikan kepada Dr.(Cand) M. Faizal Rochman (Institut Seni Indonesia Yogyakarta), Dr.Listia Nataadjaja, MT., M.Des. (UniVersitas Kristen Petra Surabaya), Dr. Filosa Gita Sukmono, M.A (UniVersitas Muhhamadiyah Yogyakarta). Semoga seminar kali ini dapat memberi kebermanfaatn, baik dalam ruang lingkup akademik maupun non akademik.

Wassalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh, Om Santi, Santi
Santi Om, Salam Budaya.

Yogyakarta, 22 November 2021

Kaprodi DKV, FSR, ISI Yogyakarta

Daru Tunggul Aji, S.S., M.A

SAMBUTAN KETUA PANITIA

Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Salam Sejahtera untuk kita semua.

Yang saya hormati,
Rektor ISI Yogyakarta, Prof. Dr. Agus Burhan, M.Hum.
Dekan Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta, Dr. Timbul Raharjo, M.Hum,
Ketua Jurusan Desain, FSR ISI Yogyakarta, Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.,
Para Pembicara Utama : Dr. Listia Natadjaya, MA., MT; Dr. Filosa Gita Sukmono, MA; Dr (can) Faizal Rochman, MT; dan Para penyaji makalah dalam seminar nasional

Puji dan Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya sehingga kami atas nama Prodi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dapat menyelenggarakan acara seminar nasional dengan tema “Multi Peran Desain Komunikasi Visual Dalam Perkembangan Ilmu dan Teknologi”. Seminar ini kami selenggarakan dalam rangka untuk memperluas wawasan tentang keilmuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual dalam bidang kajian atau penelitian maupun penciptaan karya desain, serta memperdalam dimensi keilmuan desain yang tidak dapat dipisahkan dengan ilmu pengetahuan lain dalam rangka menjadikan bidang Desain Komunikasi Visual menjadi keilmuan yang mandiri.

Ditengah-tengah situasi covid 19, dan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat, serta persiapan penyelenggaraan seminar yang begitu singkat, kami telah menerima 19 artikel yang akan dipresentasikan dalam acara seminar nasional ini, yang berasal dari 6 perguruan tinggi serta 1 sekolah menengah atas. Semua artikel ini akan dipublikasikan dalam bentuk prosiding online.

Kami mengucapkan terimakasih yang mendalam atas partisipasi dari penulis dan penyaji, dengan harapan artikel yang dimuat dalam prosiding ini

dapat menjadi sumber pengayaan keilmuan. Dan Kami juga berharap dengan adanya seminar nasional ini dapat menumbuhkan semangat untuk meneliti dan menulis artikel ilmiah sebagai sebuah profesi pendidik.

Kami berharap acara ini mampu memperkuat jalinan kerjasama dan jejaring antar peneliti, pendidik, maupun institusi. Akhir kata kami selaku panitia seminar mohon maaf jika ada ketidaknyamanan dalam seminar nasional ini. Wassalamualaikum Warahmatulahi wabarakatuh.

Yogyakarta, 20 September 2021

**Susunan Panitia Seminar Nasional Desain Komunikasi Visual
(SEMNASDKV) 2021**

Penasihat

Dr. Timbul Raharjo, M.Sn.

Penanggung Jawab

Daru Tunggul Aji, S.S., M.A

Ketua

Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn.

Sekretaris

F. Sherly Taju, S.Sn., M.A

Bendahara

Heningtyas Widowati, S.Pd., M.Pd

Koordinator Acara

Alit Ayu Dewantari, S.Sn., M.Sn

Koordinator Sekretariat

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn

Koordinator Tim Teknis

Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn

Koordinator Prosiding

F. Sherly Taju, S.Sn., M.Sn

Publikasi dan Dokumentasi

F. Sherly Taju, S.Sn., M.Sn

Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn

Alit Ayu Dewantari, S.Sn., M.Sn

Moderator:

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds

Terra Bajraghosa, S.Sn., M.Sn

Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn

Susunan Acara

SEMINAR NASIONAL DKV, 2021

Desain Komunikasi Visual Dalam Ruang Disiplin Ilmu, Teknologi dan Industri

20 September 2021

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

Hari/Tanggal	Waktu/Jam WIB	Acara	Pengisi	Keterangan
Senin, 20 September 2021	08.30 – 09.00	peserta masuk ke meeting room		
	09.00 – 09.30	salam dari MC Indonesia Raya	Alit Ayu D.	
		Sambutan Ketua	Arief Agung S.	
		Sambutan (Kajur Desain) sekaligus membuka seminar	Martino Dwi N.	
		penutup sesi pembukaan	Alit Ayu D.	
Join Zoom Meeting. https://us02web.zoom.us/j/87370280566?pwd=YkpoSnVaVU5zOFVFaW5BYjUyRFdrZz09 Meeting ID: 873 7028 0566 Passcode: SEMNASDKV				
	09.30 – 11.30	Keynote presentation: 1. Dr. Filosa Gita Sukmono, MA. 2. Dr. Listia Natadjaja, MT., M.Des. 3. Dr. (cand.) Faizal Rochman, S.Sn., MT.	Moderator: Andika Indrayana Host: Andi Haryanto Co.Host: Daru Tunggul A.	Keynote speaker, 20'. 60' diskusi
	11.30 – 12.30	Ishoma		
Senin, 20 September 2021	12.30 – 13.45	Seminar Room 1 12.30 – 13.45	Moderator: Terra Bajraghosa	Presentasi Pre-recorded Video, 15'. Diskusi 1 sesi
		Ariani Rahman, S.Sn, M.Ds (12.30-12.45)	Host: Andi Haryanto Co.Host:	

		Yurif Setya Darmawan (12.45-13.00)	Daru Tunggul A.	90'
		Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. (13.00-13.15)		
		Arya Pageh Wibawa (13.15-13.30)		
		Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn. (13.30-13.45)		
Join Zoom Meeting. https://us02web.zoom.us/j/87370280566? pwd=YkpoSnVaVU5zOFVFaW5BYjUyRFdrZz09 Meeting ID: 873 7028 0566 Passcode: SEMNASDKV				
		Seminar Room 2 12.30 – 13.45	Moderator: Edi Jatmiko	Presentasi Pre- recorded Video, 15'. Diskusi 1 sesi 90'
		Muhammad Umar Hadi, M.S. (12.30- 12.45)	Host: Andi Haryanto	
		Pungky Febi Arifianto, M.Sn (12.45.13.00)	Co.Host: Kadek Primayudi	
		Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. (13.00- 13.15)		
		FX Widyatmoko, S.Sn., M.Sn. (13.15- 13.30)		
		Maria Wahyuni (13.30- 13.45)		
		Pengumuman The Best Paper dan Sertifikat secara simbolis Penutupan oleh (Ketua) MC menutup acara	Arief Agung S. Alit Ayu D.	E-Sertifikat

MAIN PRESENTER

SEMINAR NASIONAL DKV, 2021

Desain Komunikasi Visual Dalam Ruang Disiplin Ilmu, Teknologi dan Industri

20 September 2021

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

NO	NAMA	INSTITUSI	JUDUL ARTIKEL
1	Dr. Listia Natadjaja, MT., M.Des.	Universitas Kristen Petra, Surabaya	Kolaborasi Dalam Ruang Multi Disiplin Ilmu Melalui SerVice-Learning Di Era Pandemi
2	Dr. Filosa Gita Sukmono, M.A.	Universitas Muhamadiyah Yogyakarta	Desain Komunikasi Visual dalam Lingkaran Ilmu Komunikasi
3	M. Faizal Rochman. S.Sn., M.A ; Drs. Arif Agung Suwasono. M.Sn	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Industri Mainan Sebagai Alur Utama Ide Bisnis Animasi

ORAL PRESENTATION

SEMINAR NASIONAL DKV, 2021

Desain Komunikasi Visual Dalam Ruang Disiplin Ilmu, Teknologi dan Industri

20 September 2021

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

NO	N A M A	INSTITUSI	JUDUL ARTIKEL
1	Ariani Rahman, S.Sn, M.Ds. Imam Santosa, Achmad Haldani, Destiarmand, Agus Sachari.	Institut Teknologi Bandung	Representasi Identitas Perempuan Karo Pada Foto Sampul Buku Indonesia 500 <i>Early Postcards</i>
2	Yurif Setya Darmawan Yasraf Amir Piliang Acep Iwan Saidi Intan Rizky Mutiaz	Institut Teknologi Bandung	Peranan Komunitas Fotografi Di Indonesia Dalam Industri Fotografi Analog Di Era Digital
3	Hartono Karnadi, S.Sn., M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Desain Komunikasi Visual Di Antara Industri Dan Teknologi
4	Arya Pageh Wibawa Imam Santosa Setiawan Sabana Achmad Haldani Destiarmand	Institut Teknologi Bandung	Mitologi Motif Poleng Sudhamala Pada Desain Kemasan “Awani Bali”
5	Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Daya Tarik Desain Kemasan Minuman Mineral Terhadap Tingkat Keputusan Konsumen Dalam Pembelian

6	Muhammad Umar Hadi, M.S.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Berfikir DiVergen dan KonVergen dalam perancangan poster sebagai media komunikasi Visual
7	Pungky Febi Arifianto, M.Sn.	UniVersitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya	Pendidikan Desain Komunikasi Visual Dalam Era Society 5.0
8	Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Studi Penerapan Indirect Mediatization Pada Puisi “Hujan Bulan Juni” Karya Sapardi Djoko Damono
9	FX Widyatmoko, S.Sn., M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Desain Buku Yang Kian Visual
10	Maria Wahyuni Imam Santosa Irfansyah I Nyoman Larry Julianto	Institut Teknologi Bandung Institut Seni Indonesia Denpasar	Peranan New Media Pada Pelestarian Budaya Pertanian Di Museum Subak Tabanan Bali
11	Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Jejak InoVasi Teknologi, Sebagai Upaya Pelestarian dan Pengembangan Wayang Beber
12	Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Golden Ratio, Konstata Matematika Dalam Rancang Grafis
13	Terra Bajraghosa, S.Sn., M.Sn.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Komik Mandiri, Ragam Kreasi Komik Independen Indonesia Pasca 2010

Daftar ISI

Sambutan Ketua Program Studi	3
Sambutan Ketua Panitia.....	5
Susunan Panitia	7
Susunan Acara.....	8
Daftar Isi	13
Mitologi Motif Poleng Sudhamala Pada Desain Kemasan “Awani Bali” Analisis Semiotika Roland Barthes	15
Arya Pageh Wibawa ¹), Imam Santosa ²), Setiawan Sabana ³), Achmad Haldani Destiarmand ⁴)	
Studi Penerapan Indirect Mediatization Pada Puisi “Hujan Bulan Juni” Karya Sapardi Djoko Damono	31
Petrus Gogor Bangsa	
Peranan <i>New Media</i> Pada Pelestarian Budaya Pertanian Di Museum Subak Tabanan Bali	32
Maria Wahyuni ^{1*} , Imam Santosa ² , Irfansyah ³ , I Nyoman LarryJulianto ⁴	
Desain Komunikasi Visual Di Antara Industri Dan Teknologi	53
Hartono Karnadi	
Berfikir Divergen Dan Konvergen Dalam Perancangan Poster Sebagai Media Komunikasi Visual	65
Umar Hadi	
Daya Tarik Desain Kemasan Minuman Mineral Terhadap Tingkat Keputusan Konsumen Dalam Pembelian	79
Prayanto Widyo Harsanto, Jalung Wirangga Jakti	
Jejak Inovasi Teknologi Sebagai Upaya Pelestarian Dan Pengembangan Wayang Beber	101
Indiria Maharsi	
Desain Buku Yang Kian Visual	115
Fx Widyatmoko	
Representasi Identitas Perempuan Karo Pada Foto Sampul Buku Indonesia 500 <i>Early Postcards</i>.....	149
Ariani ^{1*} , Imam Santosa ² , Achmad Haldani Destiarmand ³ , AgusSachari ⁴	

Wayang Kekayon Khalifah	163
Lutfianto	
Peranan Komunitas Fotografi Di Indonesia Dalam Industri Fotografi Analog Di Era Digital.....	179
Yurif Setya Darmawan, Yasraf Amir Piliang, Acep Iwan Saidi,Intan Rizky Mutiaz	

Mitologi Motif Poleng Sudhamala pada desain kemasan “Awani Bali” Analisis Semiotika Roland Barthes

**Arya Pageh Wibawa¹⁾, Imam Santosa²⁾, Setiawan Sabana³⁾,
Achmad Haldani Destiarmand⁴⁾**

^{1,2,3,4} Program Studi Doktor Ilmu Seni Rupa dan Desain
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Teknologi Bandung

e-mail: 37020005@mahasiswa.itb.ac.id

Abstrak

“Awani Bali” merupakan salah satu perusahaan kuliner oleh-oleh khas Bali yang memproduksi selai dengan rasa buah-buahan. Perusahaan ini berdiri sejak 2007 hingga sekarang dan berada di dataran tinggi Bali, desa luwus, kabupaten Tabanan. Desain kemasan produk oleh-oleh kuliner menggunakan bentuk motif poleng. Penggunaan motif poleng sudhamala sebagai desain kemasan merupakan keunikan tersendiri dari perusahaan ini. Motif poleng yang dikenal di Bali terdiri dari tiga jenis yaitu poleng Rwa Bhineda, poleng Sudhamala, dan poleng Tridatu. Poleng Rwa Bhineda merupakan poleng yang terdiri dari warna hitam dan putih. Poleng Sudhamala merupakan poleng yang terdiri dari warna hitam, abu-abu, dan putih. Sedangkan poleng Tridatu merupakan poleng yang terdiri dari warna merah, hitam, dan putih. Bagi masyarakat Bali, motif poleng merupakan motif yang dihormati dan sakral. Penggunaan motif poleng pada desain kemasan produk kuliner tentunya akan menimbulkan pergeseran makna. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan makna baru dari motif poleng pada desain kemasan produk oleh-oleh khas Bali. Metode yang digunakan adalah semiotika dengan analisa menggunakan teori Roland Barthes. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa makna denotasi dari motif poleng sudhamala adalah motif kotak-kotak seperti papan catur dengan warna yang terdiri dari hitam, abu-abu, dan putih. Sedangkan mitosnya adalah produk yang higienis, sehat, dan aman.

Kata Kunci: Awani Bali, Motif Poleng, Poleng *Sudhamala*, Roland Barthes

Latar Belakang

Motif poleng adalah motif kotak-kotak yang menyerupai papan catur, dengan kombinasi warna hitam, putih, merah dan abu-abu. Kombinasi warna motif poleng memiliki nama, makna dan fungsi yang berbeda-beda dalam kehidupan umat Hindu di Bali (Sari, 2013). “Poleng” dalam bahasa Bali berarti warna hitam putih bercorak kotak seperti papan catur. Motif Poleng adalah suatu motif yang memiliki dua warna berseberangan yang dikomposisikan secara seimbang dan teratur (Hassan, 2015). Masyarakat Bali sangat mengenal motif poleng. Motif poleng secara umum terbagi menjadi tiga yaitu: poleng *Rwa Bhineda*, poleng *Sudhamala*, poleng *Tridatu*. Poleng *Rwa Bhineda* adalah motif poleng dengan pola hias kotak-kotak dengan warna hitam dan putih. *Rwa Bhineda* secara harfiah bermakna “dua perbedaan yang berjalan harmonis” yang mengajarkan bahwa dua hal yang bertolak belakang harus saling menyeimbangkan (Kirti, 2019:117). Poleng *Sudhamala* adalah motif poleng dengan warna hitam, putih dan peralihan hitam dan putih yakni abu-abu. *Sudhamala* berasal dari dua kata yaitu “*Suda*” yang berarti mengurangi atau menghilangkan, dan “*Mala*” yang berarti penyakit (Sarwono, 2017). Makna filosofis *Sudhamala* adalah sang peruwat atau pembersih segala dosa. Makna lain dari *Sudhamala* adalah membersihkan atau menghilangkan noda (Ratih, Putra, & Utama, 2019). Poleng *Tridatu* adalah motif poleng dengan warna hitam, putih, dan merah (Rupawan, 2008:5-7). Secara etimologi, *Tridatu* berasal dari kata “*Tri*” yang berarti tiga, dan “*Datu*” yang berarti raja, jadi *Tridatu* berarti tiga raja. Tiga raja disini adalah tiga Dewa utama dalam agama Hindu yaitu Brahma, Wisnu, Siwa (Paramita, 2020). Dewa Brahma disimbolkan dengan warna merah, Dewa Wisnu disimbolkan dengan warna hitam, dan Dewa Siwa disimbolkan dengan warna putih. Berikut adalah gambar bentuk motif poleng yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Motif Poleng Rwa Bhineda, Sudhamala, dan Tridatu

Dalam kehidupan sehari-hari, motif poleng banyak dijumpai pada busana *pecalang/pacalang*, *palinggih*, *jro dalang*, dan *arca*. Pecalang/pacalang adalah satuan tugas (satgas) keamanan tradisional masyarakat Bali yang mempunyai wewenang untuk menjaga keamanan dan ketertiban wilayah, baik di tingkat banjar pakraman dan atau wilayah desa pakraman berdasarkan Peraturan Daerah ProVinsi Bali Nomor 3 tahun 2001 pasal 1 ayat 17. Menurut *Lontar Purwadigama* disebutkan ada dua jenis pecalang yaitu *pecalang sekala* dan *pecalang niskala*. *Pecalang sekala* adalah pecalang yang kelihatan secara kasat mata sedangkan *pecalang niskala* adalah pecalang yang diyakini ada secara spiritual. Dalam lontar tersebut juga dikatakan bahwa seorang pecalang setidaknya-tidaknya mengenakan *udeng/destar* (ikat kepala) dengan bentuk khusus yang berbeda dengan *udeng* yang digunakan patih sebagai pejabat kerajaan, *mawastra akancut nyotot pertiwi* (memakai kain dengan ujung kain yang menusuk tanah), *makampuh poleng* (memakai saput poleng), *ayungkalit keris* (menyelipkan keris di pinggang), dan *masumpang waribang* (menyelipkan bunga kembang sepatu/*pucuk rejuna* yang berwarna merah di telinganya) (Rupawan, 2008:60). Pemakaian motif poleng pada pecalang sebagai simbol kepecalangan (petugas keamanan adat) mengandung makna kekuatan, keangkeran, kemampuan sebagai penjaga, kewibawaan dalam mengemban tugas, juga kebijaksanaan dan kenetralan (tidak memihak) (Rupawan, 2008:63). Pemakaian motif poleng yang paling umum digunakan oleh pecalang adalah motif poleng *sudhamala*, atau motif poleng *Tridatu* dengan hiasan tepi dibawahnya yang memiliki makna bahwa pecalang adalah manusia biasa yang memiliki batas-batas kemampuan tertentu, artinya tepi itu merupakan batas kemampuan manusia (Rupawan, 2008:61).



Gambar 2. Busana Pecalang Lengkap
(Sumber: <https://merahputih.com/post/read/pecalang-gagah-amankan-nyepi>)

Penggunaan motif poleng pada arca memiliki makna yang sama dengan pecalang karena keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai penjaga keamanan. Masyarakat Bali mengenal ada dua jenis pecalang yaitu *pecalang sekala* dan *pecalang niskala*. Arca diyakini sebagai *pecalang niskala*. Arca berbeda dengan patung yang biasanya dijual di jalanan. Arca merupakan sebuah simbol atau wujud yang digunakan sebagai media pemujaan oleh umat Hindu. Sebuah patung dapat menjadi sebuah arca jika sebelumnya dilakukan upacara penyucian yaitu *mlaspas* atau *ngenteg linggih*. Masyarakat Bali banyak menghias arca dengan motif poleng. Arca-arca yang dihias dengan motif poleng diantaranya adalah arca di persimpangan jalan, arca-arca penjaga pintu gerbang pura (*dwarapala*), arca-arca di ujung jembatan, arca yang dipasang di *ulun pangkung* (di hulu jurang) dan arca-arca ditempat lainnya. Arca yang paling sering dililit

Palinggih adalah bangunan suci yang dimiliki umat Hindu, yang merupakan tempat pemujaan Tuhan atau manifestasi-Nya. Kata *palinggih* berarti bangunan tempat men-*sthana*-kan Sang Hyang Widhi, manifestasi-Nya atau roh suci leluhur (*Atma Siddha Devata*) (Titib, 2003:103). *Palinggih-palinggih* yang dihias dengan motif poleng yaitu *palinggih tunggun karang* (bangunan suci yang berfungsi sebagai penjaga pekarangan rumah), *palinggih ngerurah* (salah satu bangunan di mrajan/hulu pekarangan rumah), *palinggih pesedahan* (salah satu bangunan suci di Pura), *palinggih ulun pangkung* (tempat suci di ujung jurang), *palinggih* di

persimpangan jalan, dan palinggih-palinggih lain yang berfungsi sebagai tempat pemujaan Tuhan dalam manifestasinya sebagai penjaga (Rupawan, 2008:65).



Gambar 3. *Palinggih Tunggun Karang*

(Sumber:

<https://www.kompasiana.com/santidiwyarhi/552c96056ea834cf778b4590/ngias-padma-jelang-galungan>)

Pada *palinggih tunggun karang*, jika motif poleng yang digunakan adalah motif poleng *sudhamala*, yaitu yang berwarna putih, abu-abu, dan hitam, maka dari cerminan tiga warna itu diharapkan kekuatan Tuhan atau manifestasi-Nya yang dipuja disana mengetahui baik buruknya, aman dan kacau, sebagai *Rwa Bhineda*. Selanjutnya berdasarkan pengetahuan *Rwa Bhineda* itu diharapkan Beliau menjembatani keduanya supaya memberikan kehidupan yang dinamis bagi manusia. Warna abu-abu merupakan peralihan dari hitam dan putih, sebagai penghubungnya, yang mengandung makna mengubah kekacauan menjadi keamanan yang dinamis untuk kepentingan hidup manusia (Rupawan, 2008:67).

Pertunjukan wayang kulit merupakan pertunjukan tradisional masyarakat Bali yang cukup dikenal. Selain sebagai hiburan, wayang kulit juga menjadi bagian ritual umat Hindu Bali. Menurut Jro Dalang Ida Bagus Rai

Keramas (Karang, 1996:42) disebutkan ada tiga jenis pementasan wayang kulit yaitu wayang kulit biasa, wayang kulit *sudhamala*, dan wayang kulit *sapuh leger*. Pementasan wayang sapuh leger dalam masyarakat Bali ditujukan untuk anak yang lahir pada hari yang dianggap keramat yaitu pada waktu *wuku wayang*. Menurut lontar *Sapuh Leger* dan *Dewa Kala*, Batara Siwa memberikan izin kepada Dewa Kala untuk memangsa anak/orang yang dilahirkan pada wuku Wayang. Atas dasar isi lontar tersebut, apabila diantara anaknya ada yang dilahirkan pada wuku Wayang, demi keselamatan anaknya itu, masyarakat Bali yang beragama Hindu berusaha mengupacarainya dengan didahului mementaskan wayang Sapuh Leger berikut aparatusnya dipersiapkan jauh lebih banyak (berat) dari perlengkapan sesajen jenis wayang lainnya (Juliawan, 2020). Dalam pementasannya, jro dalang menggunakan motif poleng sudhamala untuk melakukan penyucian, yaitu pembebasan (*pengrwatan*) dari gangguan roh jahat bagi anak kecil yang lahir pada wuku wayang.

“Awani Bali” merupakan salah satu sektor industri kecil yang memproduksi produk kuliner oleh-oleh khas Bali. Produk “Awani Bali” berupa selai dengan rasa buah-buahan untuk kebutuhan wisatawan. Produk-produk kuliner “Awani Bali” menggunakan buah-buahan segar yang diproduksi oleh para petani lokal Bali yang selanjutnya dikemas secara modern. Perusahaan “Awani Bali” terletak di dataran tinggi Bali, desa luwus, kabupaten Tabanan. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2007 hingga sekarang. Hasil produk dari perusahaan “Awani Bali” ini hanya didapatkan pada beberapa hotel mewah. Produk-produk yang dihasilkan oleh “Awani Bali” telah mendapatkan penghargaan. Produk “Awani Bali” dikemas dengan menggunakan pembungkus berbentuk motif poleng. Penggunaan motif poleng sebagai pembungkus merupakan hal yang unik dari perusahaan ‘Awani Bali’. Motif poleng banyak digunakan oleh masyarakat Bali untuk tujuan ritual agama, tetapi oleh perusahaan “Awani Bali” telah digunakan sebagai pembungkus oleh-oleh kuliner. Tentunya hal ini menjadi permasalahan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Bali yang sangat menghormati motif poleng sebagai motif yang disakralkan.



Gambar 4. Motif Poleng sebagai Desain Kemasan Produk “Awani Bali”
(Sumber : <https://www.semarto.com/store/82/awani-tropical-jam>)

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan menggunakan metode semiotika dengan menggunakan teori Roland Barthes. Roland Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjukkan tingkatan makna (Pawito, 2007:163). Sistem pemaknaan tingkat pertama disebut dengan denotatif, dan sistem pemaknaan tingkat kedua disebut dengan konotatif. Denotatif mengungkapkan mengungkapkan makna yang terlihat jelas secara kasat mata, artinya makna denotatif adalah merupakan makna yang sebenarnya. Sedangkan konotatif atau pemaknaan tingkat kedua mengungkapkan makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Berbeda dengan mitos, yang ada dan berkembang dalam benak masyarakat karena adanya pengaruh sosial atau budaya masyarakat itu sendiri akan sesuatu, dengan cara memperhatikan dan memaknai korelasi antara apa yang terlihat secara nyata (denotatif) dengan tanda apa yang tersirat dari hal tersebut (konotatif) (Kusuma & Nurhayati, 2017). Penggunaan istilah mitos (*myth*) untuk menjelaskan cara sebuah kebudayaan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek realitas atau alam. Mitos dalam pandangan Barthes adalah bagaimana orang berpikir tentang sesuatu dan menuangkannya ke dalam cerita atau sebuah tipe wicara. Dengan cara ini, orang-orang di dalam sebuah kebudayaan dapat mengonseptualisasikan atau memahami sebuah fenomena yang ada di dalam kehidupannya (Piliang & Jaelani, 2018:114).

Pembahasan

Mitologi dapat diartikan sebagai kajian tentang mitos. Mitos berasal dari bahasa Yunani “*muthos*” yang berarti “kata”, “tuturan”, “cerita para dewa”. Menurut Wheelwright (Noth, 2006:381), mitos bisa didefinisikan sebagai cerita atau kumpulan unsur-unsur cerita yang dianggap sebagai pengungkapan, dan oleh karena itu melambangkan secara implisit, aspek-aspek tertentu yang terletak mendalam dalam eksistensi manusia dan trans-manusia. Mitos dalam arti lebih luas berarti pernyataan, sebuah cerita atau alur suatu drama (Roibin, 2010). Mitologi atau mitos merupakan kumpulan cerita tradisional yang biasanya diceritakan dari generasi ke generasi di suatu bangsa atau rumpun bangsa (Wadiji, 2011:10-11). Mitos mempunyai fungsi diantaranya (Simon, 2006:45) :

- a. Proses penyadaran akan kekuatan ghaib. Mitos bukanlah informasi tentang kekuatan ghaib, tetapi cara mengantisipasi, mempelajari, dan berelasi dengannya.
- b. Memberi garansi bagi kekinian. Mitos merepresentasikan pelbagai peristiwa yang pernah ada, dan mengandung saran serta antisipasi bagi kekinian.
- c. Mitos merentangkan cakrawala epistemologis dan ontologis tentang realitas. Mitos memberikan penggambaran tentang dunia, tentang asal-mulanya, tetapi buka seperti ilmu sejarah modern.

Ruang dan waktu mitologis hanyalah konteks untuk berbicara tentang awal dan akhir, atau asal-muasal dan tujuan kehidupan, dan bukan ruang dan waktu faktual.

Mitologi merupakan salah satu hasil kebudayaan yang sudah lama tertanam pada pola pikir dari sebagian masyarakatnya. Namun karena derasnya pengaruh kebudayaan lain, maka terjadilah perubahan-perubahan meski berjalan dengan lambat dan juga memerlukan waktu yang cukup lama. Lama kelamaan terjadilah perpaduan antara budaya lama dengan budaya yang mempengaruhinya, sehingga muncul bentuk baru sebagai bentuk sinkretisme, wujud baru sebagai hasil penyesuaian (Ponimin, 2005). Dalam kehidupan masyarakat modern, mitos memiliki makna yang berbeda. Mitos dalam masyarakat modern adalah sebuah tipe wicara atau ujaran. Mitos hidup di dalam bahasa. Apapun di dunia ini memiliki kemungkinan untuk menjadi mitos ketika

ia dibicarakan. Dalam pandangan Barthes, mitos tidak dapat didefinisikan sebagai sebuah objek dari pesannya, tetapi dari cara bagaimana pesan ini diujarkan atau disampaikan. Ia menjadi penting bukan karena objeknya, idenya, atau konsepnya, melainkan pada cara ia diwicarakan atau diujarkan (Piliang & Jaelani, 2018:112).

Dalam kehidupan keseharian masyarakat Bali, penggunaan simbol-simbol dan kain tenun dalam berbagai ritual keagamaan Hindu sudah sering dilakukan. Penggunaan simbol-simbol dan kain tenun dalam kegiatan ritual dimaksudkan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berbagai simbol-simbol keagamaan itu dari bentuk dan bahannya yang sangat sederhana sampai kepada yang sangat kompleks dapat dijumpai penjelasan atau keterangannya dalam kitab suci Veda dan susastra Hindu termasuk pula dalam berbagai lontar yang kini ada di Bali (Titib, 2003:67). Untuk dapat memfungsikan simbol-simbol keagamaan tersebut dalam sebuah rangkaian upacara tertentu, maka simbol tersebut harus dilakukan upacara penyucian terlebih dahulu. Bila simbol tersebut berupa sebuah bangunan maka perlu dilakukan upacara penyucian yang disebut “*Pamlaspas*” atau “*Mlaspas*”. *Pamlaspas* atau *Mlaspas* berasal dari kata “*plaspas*” yang artinya menyucikan atau mengepaskan. Upacara tersebut umumnya dilanjutkan dengan “*Ngenteg Linggih*” yakni memantapkan “*Sthana*” deVata yang dipuja melalui bangunan suci yang baru dibangun atau direnovasi.

Salah satu simbol-simbol keagamaan Hindu yang ada di Bali adalah warna. Warna memiliki arti penting dalam kegiatan ritual agama Hindu. Beberapa warna memiliki makna tersendiri dalam kehidupan ritual masyarakat Bali. Makna ini biasanya dikaitkan dengan Dewa dan arah mata angin. Berikut adalah penggunaan warna jika dikaitkan dengan Dewa dan arah mata angin :

Tabel 1. Dewa, Arah Mata Angin, dan Warna

Nama	Arah Mata Angin	Warna
Dewa Iswara	Timur	Putih
Dewa Maheswara	Tenggara	Ungu/Jambon
Dewa Brahma	Selatan	Merah/Dadu
Dewa Rudra	Barat Daya	Jingga/Merah Muda
Dewa Mahadewa	Barat	Kuning
Dewa Sangkara	Barat Laut	Hijau

Dewa Wisnu	Utara	Hitam
Dewa Sambu	Timur Laut	Biru
Dewa Siwa	Tengah/Pusat	Pancawarna/Brumbun (perpaduan warna 4 penjurur mata angin)

(Sumber: Hassan, 2015; Darmaprawira, 2002:157)



Gambar 5. Dewata Nawa Sanga (Dewa, Arah Mata Angin, dan Warna)

(Sumber : <https://yanartha.wordpress.com/dewata-nawa-sanga-adalah-semilan-penguasa-di-setiap-penjuru-mata-angin/>)

Sehingga warna merupakan bagian terpenting dalam kehidupan ritual masyarakat Bali. Masyarakat Bali tidak boleh meletakkan warna pada sembarang tempat karena akan memiliki makna yang berbeda.

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa kedudukan motif poleng dalam agama Hindu di Bali sangat penting, kepentingannya sejalan dengan warna-warna lainnya yang menjadi simbolik dari Dewata Nawa Sanga. Kedudukan motif poleng dikatakan penting karena selalu dipakai oleh orang-orang tertentu yang mempunyai tugas khusus yang keberadaannya memang

dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat. Kepentingan pemakaian motif poleng juga terlihat pada pemakaian di tempat-tempat yang disakralkan seperti pada arca *dwarapala*, arca-arca penjaga tempat yang dianggap angker seperti *ulun pangkung*/hulu jurang, persimpangan jalan, dan lain-lainnya.

Kemasan didefinisikan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah-kemas atau pembungkus untuk suatu produk (Harminingtyas, 2013). Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirimkan, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (DeVi & Muallimah, 2019). Kemasan berguna untuk (Shimp, 2003:307) : 1) Menggambarkan perhatian pada sebuah merek; 2) Memisahkan merek dari kumpulan produk yang kompetitif pada poin-pembelian; 3) Menyesuaikan harga/nilai bagi konsumen; 4) Menandakan/mengartikan berbagai fitur dan keuntungan merek; 5) Memotivasi pilihan merek konsumen. Kemasan juga merupakan media komunikasi antara produsen dan konsumen. Komunikasi dihadirkan melalui elemen-elemen Visual kemasan yang membangun sebuah citra produk didalam benak masyarakat. Pada desain kemasan “Awani Bali” sebuah komunikasi yang ingin dibangun adalah bahwa produk ini merupakan produk asli Bali dengan menampilkan motif poleng *sudhamala*.



Gambar 6. Motif Poleng Sudamala sebagai kemasan produk “Awani Bali”

Motif poleng *sudhamala* dipilih sebagai elemen Visual adalah untuk mengkomunikasikan tentang identitas perusahaan yang berasal dari Bali. Motif poleng *sudhamala* ini sudah sangat dikenal oleh wisatawan sebagai sebuah identitas. Wisatawan dapat menjumpai motif poleng *sudhamala* hampir disetiap tempat di Bali. Selain itu, penggunaan nama “Awani” yang berasal dari bahasa Kawi yang berarti “Bumi” yang mencerminkan penghormatan perusahaan pada tanah Bali (Sari, 2013). Sehingga dapat dikatakan bahwa makna denotasi dari elemen Visual motif *sudhamala* adalah sebuah desain kemasan dari perusahaan “Awani Bali”. Sedangkan makna konotatifnya adalah sebagai sebuah identitas perusahaan yang berasal dari Bali. Penggunaan motif poleng *sudhamala* oleh perusahaan tentunya juga digunakan untuk membangun mitos didalam kemasannya. Hal ini disebabkan karena motif poleng *sudhamala* yang pada awalnya dianggap sebagai sebuah budaya dalam masyarakat Bali dieksploitasi, didistorsi, dimanipulasi atau dirampok untuk kepentingan citra produk makanan “Awani Bali”. Mitos selalu menempatkan atau menjadikan sesuatu yang dibuat atau diproduksi menjadi sesuatu yang tampak alami. Mitos selalu menjadikan sesuatu yang dibuat oleh manusia sebagai sesuatu yang hadir begitu saja dan harus kita terima sebagai hal yang alamiah (Piliang & Jaelani, 2018:119). Motif poleng *sudhamala* yang awalnya dianggap sebagai sesuatu yang sakral selanjutnya menjadi sesuatu yang tampak alami hadir didepan kita semua. Sehingga motif poleng *sudhamala* yang hadir dalam desain makanan diposisikan sebagai produk yang higienis sehingga aman untuk dikonsumsi. Masyarakat Bali yang ingin mengkonsumsi produk makanan dari “Awani Bali” tidak perlu merasa khawatir akan produk makanan “Awani Bali”. Terjadi proses naturalisasi pada motif poleng *sudhamala*. Sesuatu yang sebelumnya kultural menjadi natural.

Terjadinya proses naturalisasi pada motif poleng *sudhamala* disebabkan oleh akulturasi budaya yang terjadi sebagai dampak dari pariwisata di Bali. Ada dua hal yang berkaitan dengan dampak pariwisata yaitu aspek-aspek sosial budaya, dan sikap para intelektualnya (Raharjo, Munandar, & Zuhdi, 1998:119-123). Aspek sosial budaya terdapat delapan dampak sosial budaya yaitu 1) Orientasi masyarakat bergeser dari usaha mementingkan kepentingan hidup ke arah mencari “kesenangan”hidup; 2) berkembangnya kebudayaan turistik; 3) Munculnya pemahaman agama secara rasional; 4) Kelembagaan Subak menjadi berkurang peranannya. 5) Terjadinya alih profesi dari pertanian ke sektor

nonpertanian; 6) Transformasi dari ekonomi primer meloncat ke ekonomi tersier; 7) Meningkatkan tingkat kejahatan di Bali sesudah memasuki tahun 1970-an; 8) Kebebasan pers menjadi terlambat. Sedangkan sikap para intelektualnya terbagi menjadi sangat khawatir, tidak terlalu khawatir, sama sekali tidak khawatir. Sikap sangat khawatir diwakili oleh kelompok yang menganggap kebudayaan Bali sebagai sesuatu yang harus dijaga dari kemungkinan-kemungkinan perubahan. Sikap tidak khawatir diwakili oleh kelompok yang menganggap perubahan yang terjadi hanya pada wilayah permukaan sedangkan jiwa dan rohnya masih tetap Bali. Sikap sama sekali tidak khawatir menganggap bahwa perubahan adalah keniscayaan, suatu kepastian yang tidak hanya dapat dikenakan kepada kebudayaan Bali, tetapi kebudayaan umat manusia sebagai keseluruhan. Dalam perkembangannya, kategori sikap intelektual yang kedua dan ketiga cenderung mendominasi pemikiran tentang nasib kebudayaan Bali dan sikap intelektual pertama semakin ditinggalkan karena dianggap sebagai kelompok pesimistis, tidak realistis dan bersifat romantis melihat kebudayaan Bali.

Kesimpulan

Mitologi merupakan sebuah proses yang secara konsisten menjadikan sesuatu yang “*culture*” menjadi “*nature*” atau secara sederhana menjadikan yang sosial, kultural, ideologis, historis, menjadi “*natural*”. Hal ini terjadi dengan cara mengeksploitasi, mendistorsi, dan memanipulasi simbol-simbol budaya yang ada didalam masyarakat. Motif poleng *sudhamala* sebagai salah satu simbol budaya masyarakat Bali telah bergeser maknanya sehingga menjadi sebuah mitos. Makna baru dari motif poleng *sudhamala* yang menempel pada desain kemasan produk “Awani Bali” adalah higienis dan aman untuk dikonsumsi. Pergeseran makna yang terjadi pada motif poleng akibat adanya akulturasi budaya yang terjadi sebagai dampak dari pariwisata di Bali.

Referensi

- Darmaprawira, S. (2002). *Warna : Teori dan KreatiVitas Penggunaannya Edisi ke-2*. Bandung: Penerbit ITB.
- DeVi, S. C., & Muallimah, H. (2019). Perancangan Kemasan sebagai Media Promosi Borondong Majalaya. *Jurnal Kreatif*, Vol. 1, No. 01, 38-45.

- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produk melalui Model View dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rokok Kreteg Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, 1-18.
- Hassan, R. P. (2015). Analisa Visual Motif Poleng pada Dodotan Bima Wanda Lindu Panon Jogjakarta. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, Vol. 3, No. 1, 1-9.
- Juliawan, I. N. (2020). Mitologi Pementasan Wayang Sapuh Leger dalam Estetika Hindu. *Widyacarya: Jurnal Pendidikan, Agama & Budaya*, Vol. 4, No. 2, 74-82.
- Karang, I. N. (1996). Fungsi Wayang Kulit Sapuh Leger dalam Upacara Otonan Bayi yang Lahir pada Wuku Wayang di Banjar Penatahan Desa Susut Kecamatan Bangli. Singaraja: STKIP Agama Hindu Singaraja.
- Kirti, I. P. (2019). *Bhaerawa adalah Jalanku*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusuma, P. K., & Nurhayati, I. K. (2017). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Ritual Otonan di Bali. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol. 1, No. 2, 195-217.
- Noth, W. (2006). *Semiotik*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Paramita, E. P. (2020). Simbolisasi Benang Tri Datu sebagai komunikasi kultural umat Hindu berdasar telaah teori komunikasi. *Widya Sandhi*, Vol. 9, No.2, 1705-1718.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Piliang, Y. A., & Jaelani, J. (2018). *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda & Makna*. Yogyakarta: Aurora.
- Ponimin. (2005). Konsep Mitologi Hindu dalam Kesenirupaan Wayang Kulit Purwa. *Jurnal Bahasa dan Seni*, Tahun 33, No. 2, 283-293.
- Raharjo, S., Munandar, A. A., & Zuhdi, S. (1998). *Sejarah Kebudayaan Bali: Kajian Perkembangan dan Dampak Pariwisata*. Jakarta: Proyek Inventarisasi dan Dokumentasi Sejarah Nasional Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Ratih, I. A., Putra, A. P., & Utama, P. K. (2019). Upacara Sapuh Leger Sebagai Aplikasi Ajaran Manusa Yadnya di Lingkungan Padang Griya Kelurahan Padangsambian Denpasar Barat. *Widya Duta*, Vol. 14, No. 1, 77-93.
- Roibin. (2010). Agama dan Mitos: Dari Imajinasi Kreatif Menuju Realitas yang Dinamis. *El-Harakah: Jurnal Budaya Islam*, Vol. 12, No. 2, 85-97.
- Rupawan, I. K. (2008). *Saput Poleng dalam Kehidupan Beragama Hindu di Bali*. Denpasar: Pustaka Bali Post

- Sari, N. L. (2013). Representasi Motif Poleng pada Kemasan Awani. *Segara Widya*, Vol. 1, No. 1, -.
- Sarwono, O. (2017, September 03). Sang Sudamala. Retrieved from [mediaindonesia.com: https://mediaindonesia.com/read/detail/120615-sang-sudamala](https://mediaindonesia.com/read/detail/120615-sang-sudamala)
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu, Edisi ke-5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Simon, F. (2006). *Kebudayaan dan Waktu Senggang*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Titib, I. M. (2003). *Teologi & Simbol-Simbol dalam Agama Hindu*. Surabaya: Paramita.
- Wadiji. (2011). *Akulturasi Budaya Banjar di Banua Halat*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Studi Penerapan Indirect Mediatization pada Puisi “Hujan Bulan Juni” Karya Sapardi Djoko Damono

Petrus Gogor Bangsa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

correspondent author: gogorbangsa@isi.ac.id

Kata kunci : *indirect mediatization*, puisi, alih media

Abstrak:

Mediatisasi adalah sebuah proses di mana masyarakat menjadi semakin tunduk dan bergantung dalam menggunakan media. Menurut Winfried Schulz ada empat proses di mana media mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi : *extention*, *substitution*, *amalgamation*, dan *accommodation*. Sedangkan menurut Stig HjarVard mediatisasi terbagi menjadi dua: *direct* dan *indirect*. Schulz menggunakan konsep mediatisasi untuk menentukan peran media dalam perubahan di masyarakat dalam arti luas. Sebagai subjek penelitian ini adalah puisi berjudul “Hujan Bulan Juni” karya Sapardi Djoko Damono yang mengalami pengalihan media menjadi berbagai jenis, seperti: komik dan Video klip lagu. Paper ini ingin membedah proses mediatisasi dari kriteria *indirect* dan menjelaskan keempat proses media mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan puisi tersebut. Data dikumpulkan dengan cara pengamatan lapangan dan studi literatur selama bulan Juni hingga Juli 2021. Data kemudian diperbandingkan dan dianalisa dengan empat proses media menurut Winfried Schulz.

Pengantar

Mediatisasi telah muncul sebagai agenda penelitian baru untuk mempertimbangkan kembali mengenai peran dan pengaruh media dalam budaya dan masyarakat. Secara khusus, konsep mediatisasi dapat dipergunakan untuk memahami bagaimana media menyebar, terjalin dan mempengaruhi

bidang atau institusi sosial lainnya (HjarVard, 2013:1), misalnya seni. Dalam tradisi penelitian yang sangat berbeda, penelitian terhadap khalayak dengan orientasi studi budaya adalah kebalikannya, yaitu untuk mempelajari apa yang "dilakukan orang dengan media". Menurut paradigma penelitian ini, orang yang menggunakan media adalah mereka yang aktif dan kompeten, dan mereka mampu menggunakan media dalam praktik sehari-hari mereka sendiri, serta untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (HjarVard, 2013:2).

Sonia LiVingstone menyebutkan mediatisasi adalah *meta-process* di mana praktik dan relasi sosial sehari-hari dibentuk oleh teknologi mediasi dan organisasi media. Media bukan hanya teknologi yang dapat dipilih oleh sekelompok masyarakat atau individu untuk digunakan atau sebaliknya tidak digunakan sesuai keinginan mereka. Kehadiran media telah menjadi kondisi struktural bagi praktik sosial dan budaya, baik dalam lingkup budaya tertentu maupun dalam masyarakat secara keseluruhan (LiVingstone, 2009).

Paper ini ingin menunjukkan bahwa hampir semua aspek kehidupan akan termediatisasi. Orang-orang tidak hanya mengakses satu atau dua media saja dalam kesehariannya, namun sudah multi media. Mereka tidak lagi hanya membuka buku, tetapi juga perkakas digital (*gadget*) seperti *smartphone* atau komputer *laptop*. Kita tidak bisa lagi lepas dari paparan media. Sebagai contoh, teleVisi, media sosial, dan media *over the top* merupakan bagian dari media, baik dalam kehidupan personal maupun praktik. Berbagai praktik dan relasi sosial dibangun dan dilakukan Via media. Dengan demikian media telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat saat ini.

Sebagai subjek penelitian ini adalah puisi berjudul "Hujan Bulan Juni" karya Sapardi Djoko Damono (1989) yang kemudian diterbitkan oleh penerbit Grasindo pada tahun 1994. Pada tahun 2013 dicetak ulang sebagai buku kumpulan puisi dengan judul yang sama bersama dengan karya puisinya yang lain. Puisi ini mengalami beberapa *indirect mediatization*, yang pertama pada tahun 1990 puisi ini digubah menjadi sebuah lagu yang dinyanyikan oleh Ari Malibu dan Reda Gaudiamo. Kemudian dialihmediakan menjadi sebuah komik oleh Mansjur Daman pada tahun 2013. Pada tahun 2015 oleh pengarangnya, puisi ini diadaptasi menjadi sebuah novel dengan judul "Hujan Bulan Juni", dan tahun 2017 menjadi sebuah film layar lebar karya sutradara Reni Nurcahyo Hestu Saputra.

Hujan Bulan Juni

tak ada yang lebih tabah
dari hujan bulan Juni
dirahasiakannya rintik rindunya
kepada pohon berbunga itu

tak ada yang lebih bijak
dari hujan bulan Juni
dihapusnya jejak-jejak kakinya
yang ragu-ragu di jalan itu

tak ada yang lebih arif
dari hujan bulan Juni
dibiarkannya yang tak terucapkan
diserap akar pohon bunga itu

(1989)

— *Sapardi Djoko Damono*

Metodologi

Paper ini ingin membedah proses mediatisasi dengan kriteria *indirect* dan menjelaskan keempat proses media mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan puisi tersebut. Data dikumpulkan dengan studi literatur selama bulan Juni hingga Juli 2021. Data kemudian diperbandingkan dan dianalisa dengan empat proses media menurut Winfried Schulz, yaitu: *extention*, *substitution*, *amalgamation*, dan *accommodation*.

Tinjauan Pustaka

Puisi “Hujan Bulan Juni” karya Sapardi Djoko Damono ini sudah banyak diperbincangkan dan menjadi objek penelitian – khususnya dengan pembahasan dalam ranah sastra. Dari sekian banyak penelitian, ada beberapa yang menyinggung permasalahan mediatisasi, seperti penelitian dari Mulyo Hadi Purnomo dan Untung Kustoro (2018) berjudul “Transformasi Hujan Bulan Juni

Karya Sapardi Djoko Damono”. Penelitian ini membahas transformasi bentuk dari puisi menjadi novel dengan judul yang sama.

Penelitian berikutnya dari Dini Faisal, Utami Dewi Pramesti, dan Yulianti Rasyid dengan judul “Lingual to Visual Transformation of *Hujan Bulan Juni*” berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu tentang transformasi puisi menjadi sebuah komik pendek. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih pada proses *indirect mediatization* dari puisi menjadi komik dan Video klip lagu.

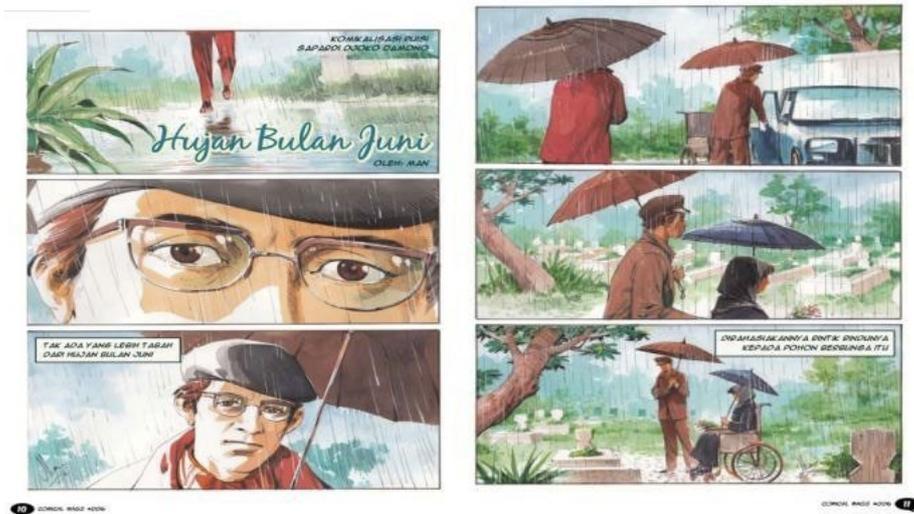
Indirect Mediatization

Indirect mediatization adalah ketika aktivitas tertentu semakin dipengaruhi sehubungan dengan bentuk, konten, organisasi, atau konteksnya oleh simbol atau mekanisme media. Mengakses dan menikmati sebuah puisi bukan lagi sekedar dengan cara membaca dan mendengarkannya saja, akan tetapi juga mendapatkan eksposur yang besar dengan novel, komik, Video klip hingga film. Bentuk-bentuk *direct* dan *indirect mediatization* sering kali bekerja dalam sebuah kombinasi, sehingga tidak selalu mudah untuk membedakannya. Mediatisasi tidak langsung tidak serta merta mempengaruhi bagaimana orang melakukan aktivitas tertentu (Hjarvard, 2013:20 – 21).

Winfried Schulz (dalam Hjarvard, 2013:10 – 11) mengembangkan tipologi proses mediasi dan mengidentifikasi empat jenis proses dimana media mengubah komunikasi dan interaksi manusia. Pertama, mereka memperluas kemampuan komunikasi manusia baik dalam ruang dan waktu (*extention*); dan kedua, media menggantikan kegiatan sosial yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka (*substitution*). Ketiga, media memicu penggabungan kegiatan, karena komunikasi tatap muka digabungkan dengan komunikasi termediasi, dan media menyusup ke dalam kehidupan sehari-hari (*amalgamation*). Keempat, para pemain di berbagai sektor harus menyesuaikan perilaku mereka untuk mengakomodasi penilaian, format, dan rutinitas media (*accommodation*).

Penerapan *Indirect Mediatization* pada “Hujan Bulan Juni” pada Komik

Puisi “Hujan Bulan Juni” mengalami proses *indirect mediatization* ke dalam bentuk komik. Alih media ini dilakukan oleh komikus Mansjur Daman pada tahun 2013. Komikusnya menyebut proses ini sebagai “komikalisasi puisi”. Mansjur Daman menginterpretasikan puisi karya Sapardi Djoko Damono dalam 4 halaman yang masing-masing terdiri dari 3 panel. Ada tiga tokoh dalam komik ini: (1) seorang perempuan berkursi roda; (2) lelaki berkaca mata, bermantel merah dan bertopi pet; (3) serta seorang sopir laki-laki. Stanza pertama dari puisi tersebut diVisualkan ke dalam dua halaman pertama. Halaman pertama berisi dua baris stanza pertama: *tak ada yang lebih tabah / dari hujan bulan Juni* diVisualkan seorang laki-laki berkacamata, memakai mantel merah dan bertopi pet berpayung berjalan di tengah rintik hujan (**Gambar 1**), digambarkan dalam 3 panel dengan teknik *zoom in*.



Gambar 1.

Gambar 2.

Halaman kedua merupakan Visualisasi dari baris ketiga dan keempat dari stanza pertama: *dirahasiakannya rintik rindunya / kepada pohon berbunga itu*. Visualnya berupa dalam suasana hujan seorang perempuan berziarah ke sebuah pemakaman diantar sopir. Sementara lelaki bermantel merah dan bertopi

mengamatinya dari kejauhan. Perempuan berkursi roda tersebut membawa seikat bunga (**Gambar 2**).

Stanza kedua ditafsirkan secara Visual pada halaman ketiga: *tak ada yang lebih bijak / dari hujan bulan Juni / dihapusnya jejak-jejak kakinya / yang ragu-ragu di jalan itu*. Adegannya adalah lelaki bermantel merah dan bertopi masih mengamati perempuan di atas kursi rodanya dari kejauhan (**Gambar 3**).



Gambar 3.



Gambar 4.

Halaman keempat yang merupakan Visualisasi stanza ketiga: *tak ada yang lebih arif / dari hujan bulan Juni / dibiarkannya yang tak terucapkan / diserap akar pohon bunga itu*. Adegan pada panel pertama adalah si perempuan meletakkan seikat bunga ke atas nisan, kemudian pada panel kedua dia beranjak pergi sementara lelaki bermantel merah tadi tetap mengamatinya. Pada panel ketiga, lelaki bermantel merah mengambil bunga yang berada di atas nisan tadi saat si perempuan pergi menjauh (**Gambar 4**).

Penerapan *Indirect Mediatization* pada “Hujan Bulan Juni” pada Video Klip Lagu

Ada beberapa Versi lagu untuk musikalisasi puisi “Hujan Bulan Juni”, namun untuk penelitian ini dipilih satu lagu yang dinyanyikan oleh Ari Malibu dan Redha Gaudiamo. Video klip yang dibuat oleh sketsagram rekaVisual untuk lagu ini mengambil adegan dari potongan komik karya Mansjur Daman. Panel demi panel ditayangkan dengan transisi *fly in* bersama dengan bait demi bait puisi.

Kesimpulan

Dalam tipologi proses mediasi dan empat jenis proses identifikasi Schulz dalam *indirect mediatization* puisi “Hujan Bulan Juni” dapat disimpulkan bahwa: *indirect mediatization* puisi tersebut menjadi komik dan Video klip dapat memperluas kemampuan komunikasi manusia baik dalam ruang dan waktu (*extention*). Media berupa komik dan Video klip tersebut dapat menggantikan kegiatan membaca dan menikmati puisi secara konvensional menjadi melibatkan lebih banyak indera dan perasaan (*substitution*). Kemudian media menggabungkan berbagai kegiatan, karena membaca dan menikmati puisi digabungkan dengan komunikasi termediasi berupa komik dan Video klip lagu, dan media menyusup ke dalam kehidupan sehari-hari (*amalgamation*). Berikutnya para penggubah media telah menyesuaikan perilaku mereka untuk mengakomodasi format dan watak media tersebut (*accommodation*).

Daftar Pustaka

- Damono, Sapardi Djoko. (2013) *Hujan Bulan Juni - Sepilihan Sajak*. Jakarta: Gramedia.
- HjarVard, Stig (2013) *The Mediatization of Culture and Society*, New York: Routledge.
- LiVingstone, S. (2009) "On the Mediation of EVerything: ICA Presidential Address 2008," *Journal of Communication* 59 (1): 1-18.

PERANAN *NEW MEDIA* PADA PELESTARIAN BUDAYA PERTANIAN DI MUSEUM *SUBAK* TABANAN BALI

Maria Wahyuni^{1*}, Imam Santosa², Irfansyah³, I Nyoman
Larry Julianto⁴

^{1*} Faculty of Visual Arts and Design, Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesa Tho.10, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.
37020009@mahasiswa.itb.ac.id ; taferil234@gmail.com

^{2, 3} Faculty of Visual Arts and Design, Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesa Tho.10, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.

⁴ Faculty of Arts and Design, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Thusa Indah, Sumerta, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80235.

Abstrak

Museum memiliki peran sebagai wadah pengkajian, pendidikan, dan kesenangan. Museum juga sebagai lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, serta mengkomunikasikan kepada masyarakat. Museum *Subak* Tabanan dengan berbagai koleksinya menjadi pusat media komunikasi informasi yang berfokus pada refleksi kritis dan diskusi teoritis serta sikap dan perilaku yang berkaitan dengan pelestarian warisan budaya dunia *Subak* Bali. Hal ini sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kemampuan memahami fakta kehidupan masyarakat pertanian Bali di *Subak* secara holistik. Kegiatan pelestarian budaya pertanian yang dilakukan di museum adalah bentuk rekontekstualisasi yang menghubungkan pengetahuan dan pengalaman di masa lampau dengan pengetahuan baru atau yang ada di masa sekarang. AktiVitas rekontekstualisasi yang ada di Museum *Subak* dipresentasikan melalui media artifak termasuk koleksi alat dan peralatan atau perangkat pertanian serta dokumentasi foto. Di lain pihak, perkembangan desain komunikasi Visual yang melibatkan teknologi digital, internet, perangkat berbasis aplikasi dan gawai memberikan suatu kebaruan produksi konten pada suatu media komunikasi (*new media*). Penelitian deskriptif kualitatif ini memberikan

analisis interpretatif peluang *new media* yang dapat memfasilitasi serta mendukung pelestarian budaya pertanian di Museum *Subak* melalui proses adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi informasi berbasis digital, internet, dan perangkat komputer.

Keywords—budaya pertanian, museum *subak*, *new media*, pelestarian budaya

Abstract

Museums serve as a forum for research, education, and recreation. Museums protect, develop, and use collections before communicating with the public. The Subak Bali Tabanan Museum's collections serve as information and communication media hubs, focusing on critical reflection and theoretical debate. These attitudes and behaviours are related to preserve and safeguard Subak Bali's global cultural heritage. Moreover, it is an effort to comprehend the practicality of the Balinese agricultural community in Subak holistically. The preservation and safeguarding activities perform at the Subak Bali Tabanan Museum serve as a recontextualization medium, connecting past knowledge and experience with new or existing knowledge in the present. Artefacts from the Museum's recontextualization activities, such as a collection of agricultural machinery and photo documentation, are displayed. On the other hand, the advancement of visual communication design through digital technology practices such as the internet, mobile applications, and gadgets provides a novelty in the content production of new media. The purpose of this qualitative descriptive research is to provide an interpretive analysis of new media opportunities that can facilitate and support the preservation of agricultural culture at the Subak Museum through an adaptation process to the development of digital-based information communication technology, the internet, and computer equipment.

Keywords: agricultural culture, new media, safeguarding, subak museum

PENDAHULUAN

Peradaban manusia merupakan kesatuan interaksi sistem sosial dan sistem budaya yang dijadikan pedoman untuk melangsungkan kehidupan dan bertahan hidup. Pewarisan peradaban yang telah dilakukan secara turun-menurun dari generasi sebelumnya memberikan deskripsi proses transformasi karakter budaya atau jati diri suatu bangsa. Keragaman bukti peradaban bangsa Indonesia dapat dipelajari melalui warisan budaya benda dan takbenda yang terdapat di museum. Museum dan koleksinya memberikan kesempatan kepada

masyarakat untuk mengenal, mempelajari, dan memahami identitas bangsanya sekaligus sebagai salah satu bentuk pelestarian budaya. Museum mendukung pembentukan karakter generasi muda melalui konsep ruang publik yang menyenangkan untuk memperoleh informasi masa lalu dan perjalanan sejarah dari keberadaan artefak yang terdapat di bangunan museum.

Museum *Subak* Tabanan Bali yang berlokasi di Banjar Anyar, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, telah dibangun sebagai salah satu langkah inisiatif untuk mendukung tindakan pelestarian dan pemeliharaan warisan budaya *Subak*. Museum *Subak* Tabanan ini adalah museum pertanian di Bali yang resmi dibuka pada tanggal 13 Oktober 1981 oleh Professor Ida Bagus Mantra, Gubernur Bali pada saat itu. Museum *Subak* merupakan sumber informasi pelaksanaan kegiatan organisasi *Subak* berdasarkan hukum adat yang tumbuh berkembang dari kebiasaan hidup pada masyarakat Hindu Bali dengan penyajian substansi Tri Hita Karana (THK) yaitu *Parhyangan*, *Palemahan* dan *Pawongan* melalui representasi perangkat kebendaan.

Subak adalah bagian dari budaya pertanian di Bali. *Subak* Bali adalah salah satu perwujudan dari praktik warisan budaya benda dan takbenda sekaligus khasanah pengetahuan dan tataran nilai keseimbangan serta keselarasan pada tiga unsur yaitu: (1) hubungan manusia dengan sang penciptanya atau Tuhan (*Parhyangan*); (2) hubungan manusia dengan manusia (*Pawongan*); (3) hubungan manusia dengan alam lingkungannya (*Palemahan*), yang seluruhnya terdapat pada konsep THK (Budiasa, 2010). Tri memiliki makna tiga; Hita berarti kebahagiaan atau kesejahteraan; dan Karana yang artinya penyebab. THK mengandung arti sebagai tiga penyebab terciptanya kebahagiaan dan kesejahteraan melalui tataran nilai keseimbangan serta keselarasan dari tiga unsur (manusia, Tuhan, dan lingkungan alam). *Subak* tidak hanya sebatas pada sistem pengairan atau suatu institusi atau organisasi yang mengatur keberlangsungan pembagian air di sawah namun juga membangun ekosistem. *Subak* yang berlandaskan prinsip sosio-kultural agraris ekonomis dan religius ini memegang teguh nilai-nilai THK sebagai filsafat yang mengajarkan tentang harmoni. *Subak* sebagai lembaga adat atau organisasi lebih mengutamakan konsensus, efektifitas, manfaat, dan sustainability melalui nilai-nilai kearifan lokal untuk memecahkan masalah yang semakin kompleks di area *Subak*.

Merujuk pada (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, 2015) menjelaskan bahwa museum memiliki tugas pengkajian, pendidikan, dan kesenangan. Museum juga sebagai lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, serta mengkomunikasikan kepada masyarakat. Museum *Subak* Tabanan dengan berbagai koleksinya yang berkaitan dengan implementasi filosofi TKH melalui situs warisan budaya *Subak* Bali menjadi sumber informasi terfokus pada refleksi kritis serta diskusi teoritis sehingga meningkatkan kemampuan untuk memahami fakta secara holistik. Museum *Subak* Tabanan diharapkan dapat memfasilitasi serta mendukung proses pembelajaran yang bermakna di luar kelas atau institusi pendidikan formal lainnya. Pembelajaran yang bermakna melalui adaptasi terhadap perkembangan teknologi modern serta menggunakan kontekstual dan kebudayaan lokal sebagai sumber inspirasi dan motivasi pembelajaran filosofi THK dan konsep *Subak* di museum.

Pembaharuan dan kemajuan teknologi, komunikasi, komputer memberikan peluang baru produksi konten serta transmisi informasi dalam bentuk digital. Digitalisasi adalah proses konvergensi keragaman informasi seperti lisan, tekstual, Visual, audio menjadi suatu sistem data atau aplikasi yang dapat diakses melalui perangkat teknologi. Hasil digitalisasi ini memberikan pengalaman baru pada mode komunikasi yang melibatkan partisipasi dan interaksi individu secara langsung pada gawai atau aplikasi berbasis koneksi internet. Penemuan dan inovasi teknologi informasi dan komunikasi ini menumbuhkan peluang baru manajemen data secara digital untuk meningkatkan efektivitas pelestarian budaya pertanian di Museum *Subak* Tabanan. Kemampuan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi pada museum menjadi bentuk adaptasi serta inisiasi strategi kebaruan media (*new media*) yang menghubungkan eksistensi museum dengan masyarakat sekaligus melindungi koleksi artefak dan data budaya yang telah ada.

LANDASAN TEORI

Museum, mengacu pada *ICOM'S 11th General Assembly* yang diselenggarakan pada tahun 1977, adalah sebuah institusi permanen nirlaba yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang memperoleh, melestarikan, mengkomunikasi berbagai penelitian serta memamerkan warisan benda dan takbenda manusia serta lingkungannya untuk tujuan pendidikan, pembelajaran, dan kesenangan. Museum adalah sebuah institusi yang menceritakan kisah kehidupan manusia, menceritakan proses manusia bertahan di lingkungannya, menampung karya yang diciptakan oleh alam dan manusia, termasuk mewadahi jiwa budaya suatu bangsa.

Keberadaan museum memiliki tujuan (1) merangsang keingintahuan, kepuasan yang meningkatkan pengetahuan; (2) menampilkan budaya estetika yang mampu memberikan sarana pelatihan, cita rasa dan pengembangan apresiasi yang dibudidayakan terhadap suatu keindahan; (3) memberikan kesenangan intelektual dan estetika rekreasi yang bersifat aktif melalui instruksi Visual yang lebih mengesankan dan bertahan lama daripada instruksi lisan. Selain tempat untuk melestarikan benda-benda peninggalan warisan budaya, museum juga digunakan sebagai tempat pemanfaatan benda warisan budaya yang digunakan untuk kepentingan memajukan kehidupan manusia terutama di bidang ilmu pengetahuan. Warisan budaya yang dilestarikan tersebut berguna bagi semua orang yang akan mempelajari budaya bangsanya pada masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

UNESCO menetapkan warisan budaya yang terdiri dari warisan budaya benda dan warisan budaya takbenda. Warisan budaya benda meliputi monumen (arsitektur, karya patung, lukisan monumental, dan sebagainya); kelompok bangunan yang terpisah atau terhubung (konsekuensi terhadap lansekap arsitektur) berupa situs; hasil karya manusia atau gabungan kreasi ciptaan alam dan manusia, termasuk fitur alam, formasi geologis dan fisiografis, situs alam atau area alami; dan warisan budaya takbenda lainnya seperti tradisi lisan, seni pertunjukan dan ritual. Warisan budaya takbenda merupakan aktiVitas budaya yang tak terpisahkan dari masyarakat manusia sebagai pengetahuan atau praktik-praktik mengenai lingkungan hidup dan sosial untuk menghadapi persoalan yang berkaitan dengan kebutuhan dasar dan sosial lintas ruang dan waktu

(praktik tradisional perayaan, pengelolaan air, produksi makanan, pengobatan tradisional, praktik transmisi pengetahuan antar generasi) (UNESCO, 2009).

UNESCO mendefinisikan *Subak* Bali sebagai warisan budaya dunia berupa situs alam berbentuk materi yang mengandung kajian konsep filosofi THK yang perlu dilindungi. THK adalah konsep falsafah hidup meliputi kosmos, theos, antropos, dan logos dengan esensi kearifan lokal dalam bentuk komitmen tinggi terhadap kelestarian alam, rasa religiusitas, subyektifikasi manusia (Windia, dkk., 2018). Lanskap *Subak* yang telah tercantum dalam daftar warisan budaya dunia oleh UNESCO pada tahun 2012 ini terdiri dari jajaran sawah bertingkat dengan sistem *Subak*, pedesaan, Pura dan candi yang berada dalam satu kesatuan ekosistem. *Subak* Bali harus dipertahankan sebagai warisan budaya yang diakui oleh dunia, sebagai lembaga khas dan spesifik Bali, sekaligus alat pemersatu kebudayaan Bali. Jika lanskap *subak* mengalami deteriorasi lahan maka filsafat THK termasuk aktivitas ritual pertanian juga akan perlahan menghilang dan hanya akan menjadi bagian dari tradisi lisan (*folklore*) yang diwariskan secara lisan.



Subak Bali, Jatiluwih

(Sumber: <https://travel.tribunnews.com/2020/06/29/menelusuri-pesona-subak-jatiluwih-bali-warisan-budaya-dunia-unesco-dengan-filosofi-tri-hita-karana>, November 2020)

Mengacu pada glosarium UNESCO, pelestarian warisan budaya memiliki tujuan untuk menghindari kerusakan yang disebabkan oleh faktor

lingkungan atau kecelakaan, yang menimbulkan ancaman di sekitar artefak atau objek yang akan dikonserVasi. Metode dan tindakan pencegahan biasanya tidak diterapkan secara langsung melainkan dirancang untuk mengendalikan kondisi iklim-mikro lingkungan dengan tujuan menghilangkan agen atau unsur berbahaya, yang dapat memiliki dampak sementara ataupun permanen pada kerusakan artefak atau objek warisan budaya. Kondisi iklim-mikro lingkungan adalah kondisi iklim pada suatu ruang yang sangat terbatas dan dipengaruhi oleh suhu udara, kelembaban udara, curah hujan, dan radiasi matahari (R.D. Brown, T.J. Gillespie, 1995). Ada banyak upaya yang dilakukan untuk menentukan metode pelestarian, dokumentasi dan arsip warisan budaya. Berbagai upaya tersebut biasanya mengacu pada karakteristik performatif, monoton, dan usang secara teknis seperti yang dapat ditemui di dalam bangunan museum.

New media sebagai istilah di abad-21 secara umum digunakan untuk mendeskripsikan digital informasi mencakup gambar, teks, data, audio, Visual, gambar bergerak, pengalaman interaktif yang dikembangkan untuk mengakses informasi digital tersebut (Allen-Greil & Snyder-Grenier, 2013). Definisi *new media* ini pun terus mengalami perubahan. Sedangkan menurut (Bennett, 2003) *New media* adalah istilah secara umum yang muncul di awal memasuki abad ke-21 yang melingkupi penggabungan media konvensional seperti film, gambar, musik, lisan dan tulisan, dengan kekuatan interaktif komputer yang disebut dengan konvergensi, perangkat konsumen yang mendukung komputer, dan yang terutama adalah internet. *New media* juga memberikan keleluasaan permintaan akses terhadap suatu konten setiap saat, setiap waktu, di berbagai perangkat digital, serta umpan balik pengguna yang bersifat interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas di seputar konten digital (Negroponte, 1995). Perubahan yang dipengaruhi oleh era teknologi digital *new media* ini telah mengubah paradigma pengelolaan kearsipan atau manajemen dokumentasi. Pemanfaatan teknologi *new media* menjadi salah satu strategi pengembangan dan pelestarian dalam kebaruan, ke arah digital yang memungkinkan akses ke sebagian atau seluruh objek warisan budaya dalam konteks kelembagaan (Hawkins & Thomas, 1998).

Kapasitas medium *new media* dalam upaya pelestarian budaya pertanian di Museum *Subak* berfokus pada pengolahan data informasi analog mencakup kata-kata atau tekstual terkait dengan artefak atau objek warisan

diproses menjadi data digital. Data media digital dapat dipahami sebagai informasi elektronik yang memproses, menghasilkan, menyimpan dalam bentuk kode biner yaitu 0 dan 1. Data yang dihasilkan, disimpan, atau akan disalurkan melalui teknologi digital dinyatakan sebagai *string* 0 dan 1 sehingga hasil akhir yang harus didekodekan akan diterima sebagai sebuah tampilan layar (Van Borkulo et al., 2014). Kode biner memungkinkan data untuk diakses secara lebih mudah dan cepat. Semua informasi digital biasanya ditemukan melalui sumber dalam jaringan (*online*). Teknologi digital terutama diterapkan pada media komunikasi fisik yang baru seperti transmisi serat optik dan satelit. Dengan demikian data media digital memiliki karakteristik bersifat digital, Virtual, simulasi, yang berada pada suatu jaringan. Medium *new media* memberikan peluang bentuk komunikasi dua arah yang bersifat interaktif dan partisipatif. Sementara data analog mengacu pada proses penyimpanan properti data fisik dalam bentuk fisik lainnya. Keberadaan media analog sifatnya tetap atau tidak berubah sementara media digital berada dalam keadaan dinamis yang konstan. Kondisi ini akan terus berlangsung, mengalami perubahan, dan semakin meningkat mengikuti perkembangan teknologi informasi komunikasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah multi-metode dalam fokus, melibatkan sebuah interpretasi, pendekatan naturalistik terhadap kajian subjeknya. Para peneliti yang melakukan penelitian kualitatif, mempelajari berbagai hal di dalam pengaturan alamiah, berusaha memahami, atau menginterpretasikan, fenomena dalam hal makna yang dibawa oleh orang kepada mereka. Penelitian kualitatif juga melibatkan penggunaan dan koleksi pembelajaran dari berbagai kajian empiris – studi kasus, pengalaman pribadi, introspektif, kisah hidup, wawancara, observasi, historikal, interaksional, dan teks Visual – yang mendeskripsikan keteraturan dan peristiwa-peristiwa problematik dan makna-makna dalam kehidupan individu (Denzin and Lincoln, 2005). Pendekatan kualitatif adalah proses penelitian tentang masalah manusia dan sosial berdasarkan gambaran komprehensif yang diperoleh melalui

wawancara, informasi tekstual dan lisan, data responden, serta kajian studi lapangan pada fenomena yang terjadi.

Penelitian deskriptif kualitatif ini memberikan analisis interpretatif dari pengembangan data penelitian yang bersifat konseptual dan kategoris mencakup tulisan dan kata-kata serta perilaku manusia yang sedang diamati bertujuan untuk menganalisis realitas sosial yang terbentuk (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2016). Penelitian dengan pendekatan deskriptif diterapkan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau paparan sistematis, cermat, dan otentik akan peluang *new media* sebagai medium informasi komunikasi yang inovatif mendukung upaya pelestarian budaya pertanian di Museum *Subak* Tabanan Bali.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejak awal museum diartikan sebagai bangunan dengan berbagai koleksi autentik warisan budaya atau bahan pameran benda etnik lainnya. Museum sebagai pengelola warisan budaya memiliki misi sebagai pusat informasi dan pendidikan tentang fungsi dan makna artefak juga ritual budaya tertentu yang berasal dari masa lampau. Perkembangan museum di era masa kini tidak hanya sebatas tempat menyimpan barang-barang antik bersejarah melainkan memiliki fungsi sebagai forum untuk berdiskusi sekaligus menginterpretasikan keragaman koleksi warisan budaya untuk mendapatkan pemahaman, meningkatkan sikap apresiasi, hingga mencapai tahap ideologi multikulturalisme yaitu toleransi terhadap perbedaan dan persamaan budaya.

Museum *Subak* Tabanan Bali berlokasi di Banjar Anyar, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, telah dibangun sebagai salah satu langkah inisiatif untuk mendukung tindakan pelestarian dan pemeliharaan warisan budaya *Subak*, yang terangkum pada keterangan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tabanan pada tahun 2020. Museum *Subak* Tabanan ini adalah museum pertanian di Bali yang resmi dibuka pada tanggal 13 Oktober 1981 oleh Professor Ida Bagus Mantra, Gubernur Bali pada saat itu. Museum *Subak* merupakan sumber informasi pelaksanaan kegiatan organisasi *Subak* berdasarkan hukum adat yang tumbuh berkembang dari kebiasaan hidup pada masyarakat Hindu Bali (THK) dengan penyajian substansi *Palemahan* dan *Pawongan* melalui representasi perangkat kebendaan.



Museum *Subak*, Tabanan Bali

(Sumber: <https://museum-subak.business.site/#gallery>, November 2020)

Budaya pertanian merupakan proses ritual selama satu siklus masa tanam padi. Pelaksanaan ritual pertanian ini memiliki tujuan agar diberikan kelancaran dan kemudahan dari proses menanam padi hingga masa panen. Budaya pertanian adalah rutinitas sekaligus tradisi yang dilakukan oleh masyarakat petani Bali di area *Subak*. Budaya pertanian di Bali mewujudkan tradisi kesenian, artefak kerajinan, berbagai aktivitas ritual, sarana dan prasarana untuk pelaksanaan ritual sebagai manifestasi jati diri masyarakat pertanian Bali.

Terdapat beberapa informasi yang dapat diperoleh dari Museum *Subak* seperti: (a) konsep pertanian dan peralatan tradisional untuk pertanian di Bali; (b) proses awal hingga akhir pada sistem irigasi *Subak* (membuka lahan sawah, pembagian air, pembuatan terowongan air, pengukuran saluran air); (c) proses upacara ritual keagamaan. Seluruh informasi yang terdapat di museum dipresentasikan melalui artefak termasuk koleksi foto yang mendokumentasikan aktivitas para petani di sawah. Informasi tersebut dipaparkan oleh pemandu Museum ketika pengunjung datang dan berkenan untuk mengikuti alur narasi ritual pertanian dan aktivitas fisik lainnya di *Subak*.



Koleksi Peralatan Pertanian, Museum *Subak* Tabanan Bali
(Sumber: koleksi pribadi, Desember 2020)

Ritual pertanian di *Subak* merupakan tradisi turun-temurun dan dilaksanakan sesuai dengan tata upacara yang diwariskan dari generasi terdahulu. Tradisi *Subak* tetap harus dipertahankan sebagai warisan budaya yang diakui oleh dunia, sebagai lembaga yang khas dan spesifik Bali, sekaligus alat pemersatu kebudayaan Bali. Beragam koleksi artefak budaya yang terdapat di Museum *Subak* Tabanan adalah bukti perjalanan panjang sejarah *Subak* Bali menjadi warisan budaya dunia yang mengandung Nilai UniVersal Luar Biasa (*Oustanding Universal Value*) yang terangkum dalam filsafat Tri Hita Karana.

Kegiatan pelestarian budaya pertanian yang dilakukan di museum adalah bentuk rekontekstualisasi yang menghubungkan pengetahuan dan pengalaman di masa lampau dengan pengetahuan baru atau yang ada di masa sekarang. AktiVitas rekontekstualisasi yang ada di Museum *Subak* dipresentasikan melalui media artefak termasuk koleksi alat dan peralatan atau perangkat pertanian serta dokumentasi foto. Kehadiran teknologi informasi komunikasi yang semakin canggih mendefinisikan *kembali* proses pelestarian warisan budaya pertanian di Museum *Subak* melalui medium *new media*. Situasi kritis terkait penerapan medium inoVatif *new media* di Museum *Subak* kerap dipandang sebagai sarana menggantikan gagasan tradisional museum yang selayaknya

dikenal sebagai bangunan megah tempat menyimpan benda-benda atau objek lainnya yang berasal dari masa lampau.

Pada umumnya, dokumentasi di museum adalah strategi utama yang digunakan sebagai upaya pelestarian warisan budaya yang sifatnya kompleks terkait kebendaan dan berbagai nilai yang terkandung di dalamnya. Dokumentasi digital berfungsi sebagai sarana pengganti pekerjaan yang sifatnya konvensional agar mudah dikelola sekaligus memfasilitasi interaksi pengunjung dengan artefak terutama di museum. Inovasi serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada *new media* adalah media yang memfasilitasi interaksi secara *realtime* antara manusia dengan sistem komputer dan gawai melalui koneksi jaringan internet.

Melalui medium *new media*, diharapkan akan menghasilkan ruang publik yang memungkinkan terjadinya hubungan sosial yang lebih demokratis ketika manusia berinteraksi dengan artefak warisan budaya secara langsung. Pengalaman kritis dan inovatif ini tidak terletak pada perancangan ruang peraga atau ekshibisi dan penyampaian informasi terkait objek warisan melalui pemandu museum, melainkan pada produksi isi dan gagasan (konten). Produksi konten meliputi kualitas informasi, jumlah informasi yang dapat diakses, beragam jaringan koneksi termasuk tautan, kelimpahan dan fleksibilitas untuk mendapatkan informasi yang tidak ada habisnya, dan kesegeraan (*immediacy*), yang seluruhnya berbasis teknologi digital.

Revolusi pengalaman di museum melalui kecanggihan teknologi informasi *new media* terjadi melalui simulasi unsur ekstrinsik yaitu fisik artefak atau objek warisan budaya menjadi data kreasi artifisial yang dapat diakses melalui beragam aplikasi berbasis layar seperti tautan situs *web* pada perangkat komputer, aplikasi berbasis perangkat seluler, gambar bergerak atau Video, permainan Virtual, perangkat *augmented reality* atau *virtual reality*, bahkan penerapan kecanggihan kecerdasan buatan (*artificial intelligent*) serta pembelajaran mesin (*machine learning*). Interaksi manusia dengan artefak terjadi melalui proses pengendalian perolehan informasi yang lebih menyeluruh atau komprehensif terkait nilai-nilai intrinsik sosial budaya yang terkandung pada objek warisan budaya. Proses pemahaman artefak budaya pertanian di Museum Subak Tabanan melalui medium *new media* ini adalah bentuk rekontekstualisasi pengetahuan dan pengalaman tentang aktivitas pertanian di Subak di masa lampau sebagai

tradisi yang masih terus berlangsung di masa sekarang dan kembali dipelajari oleh generasi digital yang cerdas. Generasi digital yang cerdas adalah generasi yang memiliki kemampuan dan ketrampilan praktis untuk memahami, mengakses, mengkomunikasikan, melakukan eValuasi terhadap informasi melalui perangkat teknologi digital.

KESIMPULAN

Peranan *new media* dalam upaya pelestarian warisan budaya pertanian di Museum *Subak* Tabanan terjadi pada suatu dialog antara masa lalu dan masa kini melalui proses kontinuitas aktiVitas pengelolaan arsip. Pelestarian warisan budaya memastikan dokumentasi yang layak telah dipersiapkan untuk generasi pengguna berikutnya. Pelestarian warisan budaya melalui medium *new media* yang dapat diakses sebagai informasi, catatan Visual, dan dokumen interaktif dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna melalui metode partisipatif yang lebih efektif. Sangat penting untuk dilakukan pengembangan strategi pelestarian warisan budaya dengan memasukkan konten atau materi yang memberikan sensasi panca indera yang kaya terkait kehadiran yang partisipatif secara dinamis saat berinteraksi dengan warisan budaya secara langsung melalui medium digital *new media*. Museum *Subak* Tabanan tidak hanya sebagai tempat penyimpanan artefak peninggalan masa lampau melainkan menjalankan fungsinya sebagai pusat informasi dan pendidikan bagi seluruh masyarakat sebagai generasi penerus jati diri bangsa melalui keberlangsungan tradisi dan budaya di masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terkait yang telah membantu terlaksananya penelitian ini. Penulis sebagai Awardee LPDP juga mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Pengelola Dana Pendidikan, Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Semoga kontribusi pemikiran dari penelitian ini berguna bagi pengembangan ilmu desain komunikasi Visual dan penelitian-penelitian berkelanjutan dengan tema besar yang sama di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen-Greil, D., & Snyder-Grenier, E. (2013). *Glossary of New Media Terms*. 2009–2009.
- Bennett, W. L. (2003). The Internet and Global Activism. *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, 30–35.
- Budiasa, I. W. (2010). Peran ganda Subak untuk pertanian berkelanjutan di Provinsi Bali. *Jurnal AGRISEP*, 9(2), 153–165.
- Hawkins, G., & Thomas, J. (1998). Museums and New Media. *Media International Australia*, 89(1), 7–9. <https://doi.org/10.1177/1329878x9808900104>
- Negroponte, N. (1995). *On being digital*. (1st ed.). London: Hodder and Stoughton.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. , Pub. L. No. 66 (2015).
- R.D. Brown, T.J. Gillespie, J. W. & S. I. (1995). *MICROCLIMATIC LANDSCAPE DESIGN: CREATING THERMAL COMFORT AND ENERGY EFFICIENCY*. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0088\(199702\)17:2<225::AID-JOC102>3.0.CO;2-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0088(199702)17:2<225::AID-JOC102>3.0.CO;2-4)
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. L. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource* (4th Editio). United States of America: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- UNESCO Institute for Statistics, 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics and UNESCO, Traditional Restoration Techniques: A RAMP Study, 1988. (2009). Glossary. Retrieved September 9, 2021, from <http://uis.unesco.org/en/glossary-term/preservation>
- Van Borkulo, C. D., Borsboom, D., Epskamp, S., Blanken, T. F., Boschloo, L., Schoevers, R. A., & Waldorp, L. J. (2014). A new method for constructing networks from binary data. *Scientific Reports*, 4, 1–10. <https://doi.org/10.1038/srep05918>
- Windia, W., Suamba, I. K., Sumiyati, S., & Tika, W. (2018). Sistem Subak Untuk Pengembangan Lingkungan Yang Berlandaskan Tri Hita Karana. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 12(1), 118. <https://doi.org/10.24843/soca.2018.v12.i01.p10>

Desain Komunikasi Visual di antara Industri dan Teknologi

Hartono Karnadi

ABSTRAK

Tujuan dari makalah ini adalah untuk membahas perkembangan bidang ilmu Desain Komunikasi Visual dalam tuntutan profesionalisme terhadap industri yang semakin global. Di samping itu dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi digital, para desainer komunikasi Visual memasuki kawah candradimuka dengan berbagai kompetensinya.

Disiplin ilmu desain komunikasi Visual selalu terkait dengan dunia industri dan teknologi. Industri menghasilkan berbagai produk atau jasa, sedangkan teknologi selalu berkembang dan beriringan dengan pertumbuhan industri serta mendorong kemajuan desain komunikasi Visual. Desain komunikasi Visual merupakan interdisipliner dari berbagai disiplin ilmu yang menitikberatkan aspek komunikasi yang disampaikan secara Visual. Bersinerginya desain komunikasi Visual, industri dan teknologi tampaknya tidak akan berhenti hingga kapan pun juga.

Perkembangan teknologi memberi efek vitalitas proses kreatif, dan bersama desain komunikasi Visual melayani industri dengan berbagai metode dan media. Semakin canggihnya teknologi menjadikan masyarakat tertentu memfesisasikannya. Teknologi digital sangat memesonakan dalam kehidupan, dan ia tidak terpisahkan berbagai aktivitas manusia.

Kata kunci: desain komunikasi Visual, industri, teknologi, profesionalisme, fetisisme.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to discuss the development of the field of Visual Communication Design in the demands of professionalism in an increasingly global industry. In addition, with the rapid development of digital technology, visual communication designers are entering the candradimuka crater with various competencies. The discipline of visual communication design is always related to the world of industry and technology. Industry produces a variety of products or services, while technology is always developing and in tandem with industrial growth and encouraging the progress of

visual communication design. Visual communication design is an interdisciplinary form of various disciplines that focuses on aspects of communication that are conveyed visually. The synergy of visual communication design, industry and technology does not seem to stop at any time.

Technological developments provide an effective creative process, and together with visual communication design serve the industry with various methods and media. The more sophisticated technology makes certain people fetishize it. Digital technology is very fascinating in life, and it is inseparable from various human activities.

Keywords: visual communication design, industry, technology, professionalism, fetishism.

Pendahuluan

Teknologi berubah begitu cepat, demikian pula industri membutuhkan para desainer yang dapat bekerja secara kreatif dan inovatif. Hal ini menjadi indikasi bagi lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan bidang ilmu desain komunikasi Visual, untuk selalu mengedepankan dan menyinkronkan kurikulumnya dengan kebutuhan industri. Termasuk juga menyelaraskan dan menerapkan teknologi yang tepat guna. Jurusan atau Program Studi Desain Komunikasi Visual yang tersebar di berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta, memiliki kekhasannya masing-masing. Ada yang kecenderungannya pada aspek seni rupa, teknologi informasi, multi media, desain grafis hingga bisnis. Dari keragaman tersebut ada yang menjadi tujuan setiap perguruan tinggi, yaitu mencetak desainer komunikasi Visual yang mandiri dan profesional.

Desain komunikasi Visual di satu sisi sebagai disiplin ilmu dan di sisi yang lain merupakan salah satu jurusan atau program studi pada perguruan tinggi. Desain komunikasi Visual merupakan interdisipliner dari berbagai disiplin ilmu yang bersinergi. Tiga suku kata yang memaknai “desain komunikasi Visual” yaitu; desain (metode), komunikasi (tujuan), dan terlihat (media). Profesi desainer komunikasi Visual berarti ia selalu terkait dengan suatu desain yang dilandasi dengan meneliti, mengonsepsi dan merealisasikan suatu proyek komunikasi melalui berbagai pilihan media yang sesuai publik tertentu. Menurut Jorge Frascara, desain komunikasi Visual sebagai suatu aktivitas, adalah tindakan menyusun, memprogram, memproyeksikan, dan mewujudkan komunikasi Visual

yang biasanya diproduksi karena kebutuhan industri dan ditujukan untuk menyampaikan pesan tertentu kepada publik tertentu (2004:4).

Berbagai bidang terapan desain komunikasi Visual antara lain; Desain Grafis, Animasi, Fotografi, Audio Visual, Ilustrasi Digital, Desain Web, Periklanan dan masih banyak lagi yang sangat berperan mendukung industri dengan masyarakatnya melalui teknologi komunikasi massa. Desain komunikasi Visual sebagai profesi selalu terkait dalam berbagai permasalahan, politik, sosial, ekonomi, budaya, religi, ekologi, ini keunggulan dan fleksibilitasnya dibandingkan dengan disiplin ilmu yang lainnya. Desainer memadukan seni, teknologi dan sains. Hasil rancangannya berupa komunikasi Verbal dan Visual.

Peran desainer komunikasi Visual dalam roda pembangunan negara, memberi alasan bagi Pemerintah untuk mendukung profesi ini. Pada laman Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia disebutkan bahwa Desain Komunikasi Visual punya peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi pengusaha swasta, pemilik merek, dan bahkan kelancaran program-program pemerintah (kemenparekraf.go.id). Potensi pasar domestik sangat menjanjikan, terutama dengan semakin banyaknya praktisi desain komunikasi Visual lokal yang lebih memahami situasi pasar, pengetahuan, dan nilai-nilai lokal. Kemenparekraf dengan segala wewenangnya akan ikut membangun desain komunikasi Visual menjadi sub sektor yang unggul dan mampu bersaing baik di dalam negeri dan internasional. Kemenparekraf lebih mendorong para lulusan perguruan tinggi agar dapat mandiri secara profesional. Kemudian diharapkan juga dapat membuka peluang pekerjaan untuk sesamanya. Para sarjana tidak mengisi lowongan menjadi pegawai pada suatu instansi, tetapi dengan kompetensi yang dimilikinya menjadi modal mengembangkan bisnis sesuai profesinya.

Dari perspektif kualitas kurikulum pendidikan desain komunikasi Visual, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, melalui Belmawa mendorong terbentuknya Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual Indonesia. Asprodi DKV ini beranggotakan perguruan tinggi negeri dan swasta di seluruh Indonesia. Dengan terbentuknya asosiasi ini, akan menjadi forum komunikasi Program Studi Desain Komunikasi Visual dalam meningkatkan kualitas dan mengembangkan ilmu desain komunikasi Visual. Penyusunan kurikulum yang selalu berorientasi

pada kebutuhan industri dan kemajuan teknologi menjadi pondasi kualitas pendidikan desain komunikasi Visual.

Desainer Komunikasi Visual yang Profesional

Desain Komunikasi Visual beberapa tahun belakangan ini nampak semakin menjadi primadona bagi masyarakat untuk menguasai bidang ini. Animo masyarakat untuk menempuh pendidikan Desain Komunikasi Visual sangat antusias, fakta ini dapat dibuktikan pada setiap tahun ajaran baru, hampir semua perguruan tinggi negeri dan swasta selalu kebanjiran pendaftar calon mahasiswa. Fenomena ini karena fleksibilitas desain komunikasi Visual yang ‘dapat menjadi’ berbagai profesi desain komunikasi. Fakta yang lain, dari dampak kebutuhan berbagai sektor industri yang memberikan peluang yang sangat besar bagi desainer komunikasi Visual untuk meraihnya.

Perkembangan industri komunikasi, terutama yang terkait langsung dengan peluang kompetensi desain komunikasi Visual seperti; periklanan, animasi, fotografi, teleVisi, penerbit, rumah produksi, dan lain sebagainya. Kemunculan industri lebih didasari seiring dengan perkembangan industri komersial yang menghasilkan produk atau jasa di berbagai sektor. Industri sebagai kapitalisme membutuhkan media komunikasi untuk menciptakan peluang pasar dan membentuk konsumsi massal.

Peluang besar bidang profesi desain komunikasi Visual, menjadikannya sebagai salah satu pilihan dalam menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Besarnya animo masyarakat untuk menempuh pendidikan desain komunikasi Visual, mendorong berbagai perguruan tinggi menyelenggarakan bidang ilmu tersebut. Jurusan atau Program Studi Desain Komunikasi Visual terselenggara tidak hanya dari perguruan tinggi yang berlatar belakang desain dan seni, sehingga goal pendidikannya pun menjadi unik dan beragam, selain mencetak mahasiswanya yang kompeten di bidang; desain grafis, animasi, komik, ilustrasi, fotografi, juga ada yang lebih menekankan pada bisnis, periklanan, dan lain sebagainya sesuai aura perguruan tinggi di mana Program Studi Desain Komunikasi Visual bernaung.

Menyelenggarakan pendidikan desain komunikasi Visual, tidak hanya sekadar adanya peluang atas animo masyarakat untuk mendalami disiplin ilmu

tersebut. Tidak sekadar hanya memiliki fasilitas yang memadai, tetapi juga harus memiliki kurikulum yang berkualitas, sesuai dengan kebutuhan industri dan persaingan untuk mendapatkan peluang kerja. Ada beberapa hal yang menjadi target kompetensi mahasiswa setelah menempuh pendidikan desain komunikasi Visual, yang dihadapkan kepada industri dan teknologi; kemampuan penguasaan bahan, media, metode, dan teknologi, di samping itu dapat menerapkan pemikiran kritis, prinsip desain, dan kreativitas dalam memecahkan suatu permasalahan. Merancang berarti menemukan, memproyeksikan, memprogram, mengoordinasikan daftar panjang faktor manusia dan teknis, menerjemahkan yang tidak terlihat menjadi yang terlihat, dan untuk berkomunikasi (Frascara, 2004:2). Seorang desainer komunikasi Visual dituntut dapat memecahkan berbagai permasalahan yang pada akhirnya berwujud berbagai media. Ada tahapan-tahapan yang diterapkan dalam metode desain yang dikembangkan oleh Eric Karjaluoto (2014:62):

Discovery; mengumpulkan data dan menjadi akrab dengan situasi melalui observasi dan analisis.

Planning; mengidentifikasi kebutuhan dan masalah utama, dan mengembangkan strategi dan rencana yang dapat ditindaklanjuti untuk mengatasi masalah tertentu.

Creative; menjelajahi opsi konseptual dan arahan desain potensial, dan mengatur kemungkinan tertentu ke dalam visi yang jelas.

Application; menerapkan pendekatan dan membangun elemen desain bersama dengan pengujian, pengukuran, evaluasi, dan penyempurnaan.

Begitu kompleksitasnya suatu kasus desain komunikasi Visual, sehingga dalam memecahkan masalah menuntut desainer melibatkan berbagai pengetahuannya agar pekerjaannya sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku. Sebagai contoh, proses pengerjaan *digital imaging* tidak serta-merta hanya menguasai perangkat lunak tertentu saja, tetapi juga harus bermodalkan penguasaan beberapa disiplin ilmu yang lainnya. Seorang *digital artist* yang handal harus memiliki kepekaan dalam mewujudkan proyeknya. Pengetahuan tentang proporsi anatomi, tata cahaya, komposisi, warna dan lainnya, tentu saja harus sudah melekat dalam dirinya. Kemampuan tersebut didapat oleh mahasiswa

setelah menempuh mata kuliah; Desain Elementer, Gambar Bentuk, Ilustrasi, Digital Desain, Fotografi, dan menjadi lebih lengkap dengan pengetahuan Sosiologi Desain, Psikologi Desain dan Estetika Desain. Dapat ditegaskan bahwa menjadi seorang akademisi yang piawai dibidang fotografi, Video, ilustrasi, desain grafis, komik, dan lainnya, dibutuhkan pengetahuan konseptual yang bertumpu pada kaidah-kaidah ilmiah, termasuk memadukan keterampilan dan kepekaan intuisi estetikanya.

Setiap tahun perguruan tinggi meluluskan ribuan sarjananya, sedangkan peluang kerja yang akan diraih sangat terbatas. Terjadi persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan kesempatan bekerja sesuai dengan kompetensinya. Untuk menjawab tantangan tersebut, sebagai besar perguruan tinggi menyelenggarakan kuliah magang. Kegiatan di luar kampus dengan magang, bagi mahasiswa menjadi suatu pengalaman yang sangat penting untuk menjajaki kemampuan atau kompetensi yang telah dikembangkan dalam bangku kuliah. Magang menghantarkan mahasiswa pada orientasi profesi yang sesungguhnya.

Magang/Praktik Kerja yang merupakan salah satu bagian dari delapan jenis kegiatan di luar kampus dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dicanangkan oleh Kemendikbud. Praktik Kerja untuk mendapatkan pengalaman kerja yang sesungguhnya, juga menambah kemampuan *hardskills* (keterampilan, *complex problem solving*, *analytical skills*, dsb.), maupun *soft skills* (etika profesi/kerja, komunikasi, kerjasama, dsb.) (Kemendikbud, 2021:11). Praktik magang disebut Kerja Profesi, secara prinsip memiliki kesamaan yang telah lama dilakukan diberbagai program studi.

Pada umumnya bagi mahasiswa magang yang pertama dihadapi adalah penyesuaian situasi dan kondisi pekerjaan. Kecanggungan terhadap teknologi yang diterapkan pada suatu instansi menjadi permasalahan tersendiri bagi pemagang. Khusus bagi pemagang desain komunikasi Visual permasalahan penyesuaian sistem operasional komputer dan perangkat lunak yang digunakan. Di sinilah kecermatan perguruan tinggi dalam menyusun kurikulum dalam menghadapi teknologi yang digunakan industri.

Budiman Hakim menyampaikan keluhan dari mahasiswa yang magang di suatu biro iklan, ketika magang ia merasa belajar selama empat tahun di kampus tidak ada gunanya. Di lapangan semuanya sama sekali lain! (2006:9). Itu pendapat seorang praktisi periklanan, yang berpikiran seolah-olah suatu bidang

pendidikan ketika meluluskan mahasiswanya sudah siap untuk bertempur! Pendapat tersebut pada dasarnya suatu kenyataan yang tidak dapat dipungkiri oleh lembaga pendidikan, tetapi perlu juga melihat situasi yang terjadi pada dunia profesi sesungguhnya di lapangan. Tetapi harus dicermati juga latar belakang motivasi mahasiswa, dan ketersediaan kesempatan untuk memilih tempat magang yang diinginkannya.

Tracer study dilakukan oleh program studi sebagai sarana untuk memonitoring lulusannya di dunia kerja. *Tracer study* juga merupakan materi evaluasi terhadap pengembangan kurikulum pendidikan dan capaian kompetensi mahasiswa agar sesuai dengan kebutuhan industri. Dalam mengembangkan kurikulum yang berbasis kompetensi, perguruan tinggi harus melibatkan pihak industri atau pengguna (*stakeholder*). Sehingga komunikasi yang dibangun antara perguruan tinggi dengan *stakeholder* akan menjadi simbiosis mutualisme secara seimbang. Industri mendapatkan sumber daya manusia yang sesuai dengan ekspektasi, sedangkan perguruan tinggi mampu menyiapkan kurikulum yang berkualitas dalam mendidik lulusannya menjadi desainer yang profesional.

Clare Terry (2019) menyatakan bahwa seorang desainer komunikasi siap dengan keterampilan kreatif dan teknis untuk membuat grafis yang menarik secara visual dan keterampilan profesional untuk menangani proyek besar dan kompleks. Tetapi desainer komunikasi visual tidak hanya berbekal keterampilan merancang saja, melainkan ia harus dapat pula memasarkan portofolionya secara cermat. Saat ini desainer tidak hanya bersaing dengan sesama desainer di Indonesia, tetapi juga dengan desainer internasional. Berbagai situs di internet banyak sekali para desainer komunikasi visual memasarkan karyanya dengan menampilkan portofolionya secara mandiri atau melibatkan jasa perantara secara daring. Situs ini berupa agensi atau jasa perantara yang membantu memasarkan karya-karya kreatif; desainer grafis, fotografer, ilustrator ke dunia internasional. Agensi tersebut berupa microstock yang merupakan salah satu wadah bagi pelaku industri kreatif untuk memasarkan hasil karya mereka yang dapat dijangkau oleh siapa saja yang mempunyai koneksi internet dari berbagai belahan dunia (<https://www.wsmproject.com>). Agensi ini dapat dijadikan alternatif sebagai peluang ekonomi, walaupun jika diperhatikan nilai suatu karya menimbulkan rasa miris juga. Suatu karya foto atau ilustrasi hanya dihargai 0.1 - 5 dolar sekali

diunduh. Kontributor akan mendapatkan nilai ekonomi yang berlebih apabila karyanya banyak yang diunduh oleh pengguna yang berbeda.

Fetisisme Teknologi Digital

Definisi desain komunikasi, secara lebih sederhana, akan memanfaatkan Visual yang mengekspresikan informasi secara strategis. Seiring kemajuan teknologi membuka industri desain grafis untuk berubah, desain menjadi lebih lazim di dunia kita. Akibatnya, desain berkualitas lebih penting dari sebelumnya, yang membuatnya lebih kompetitif dari sebelumnya. (Terry, 2019)

Peran teknologi di satu sisi dapat mendukung perkembangan bidang ilmu DKV, dan di sisi yang lain teknologi juga sangat dibutuhkan oleh industri. Saat ini berbagai aktiVitas kehidupan tidak mungkin melepaskan dari peran teknologi, apalagi teknologi digital yang telah berkembang demikian dasyatnya memberikan suatu nilai lebih terhadap efisiensi kehidupan sosial masyarakat. Teknologi menjadi mesin pendorong untuk efisiensi aktiVitas manusia.

Kehandalan teknologi digital saat ini menimbulkan fetisisme. Teknologi digital menjadi suatu yang dipuja, memiliki pesona, ia diterima begitu saja tanpa penolakan, sehingga segala aktiVitas manusia tidak terlepas dari perannya. Teknologi digital mengubah segala tatanan yang bersifat analog. Hal ini sangat jelas berdampak pada bidang desain komunikasi Visual. Era digital memberikan segala sesuatunya menjadi lebih efisien. Teknologi digital berkontribusi meningkatkan kinerja fotografi, desain grafis, ilustrasi, animasi, komik, grafika, desain web, dan lain sebagainya. Sebelum berkembangnya perangkat lunak komputer grafis; Adobe Photoshop, Adobe Illustrator dan Adobe InDesign, serta *image setter*, untuk merancang sampul dan isinya hingga pracetak dalam memproduksi buku memerlukan tahapan yang panjang.

Teknologi memiliki dampak yang pasti pada sifat medium dan mengubah cara penggunaannya di semua bidang kehidupan. Perubahan ini terus dilakukan karena perpaduan teknologi yang kompleks mengarah pada produksi produk baru, merangsang keinginan baru, dan mengembangkan bentuk komunikasi baru (Price dan Wells, 2015:28). Gempuran bentuk Visual dalam dunia maya tidak terbendung. Terjadi ledakan Visual yang sangat dasyat, setiap hari, di mana saja, kapan saja, dan di media apa saja dapat dijumpai berbagai

bentuk Visual. Milayaran data Visual yang tersaji dari berbagai situs internet sungguh merupakan tantangan agar setiap insan desain komunikasi Visual, tetap dapat optimis menciptakan karya-karya yang kreatif, segar, orisinil, dan memenuhi unsur kebaruan.

Teknologi digital telah memicu reVolusi dalam budaya Visual. Penyajian gambar atau foto telah beralih kebidang layar gawai. Gambar yang dilihat di layar komputer memperoleh tembus cahaya yang jarang menjadi ciri Versi cetak tradisional, dan skala gambar cenderung menjadi seragam karena alat yang sama digunakan untuk melihat gambar (Price dan Wells, 2015:27).

Penilaian yang berlebihan terhadap teknologi dan budaya digital ini membuat beberapa orang percaya bahwa komputer adalah solusi untuk setiap masalah, dan bahwa teknologi bahkan akan menghasilkan manusia jenis baru dan sistem pemikiran baru. (Tapia, *et al*, 2003:7). Khususnya bidang desain komunikasi Visual, teknologi digital sudah merupakan suatu yang melekat. Tanpa memanfaatkan teknologi digital seorang desainer, fotografer, ilustrator akan menjadi tidak efisien dalam proses penciptaannya. Dengan bantuan teknologi komputer desainer dapat mensimulasikan suatu proses desain dengan berbagai macam alternatif dalam merealisasikan projek tersebut (Karnadi, 2011:82).

Kesimpulan

Bidang ilmu Desain Komunikasi Visual telah mengalami kemajuan yang sangat pesat seiring dengan pertumbuhan industri dan kemajuan teknologi digital. Desain komunikasi Visual dan industri menjadi hubungan simbiosis mutualisme yang seimbang. Industri selalu membutuhkan sumber daya manusia untuk mendukung kemajuannya, demikian pula desain komunikasi Visual sebagai bidang ilmu yang diselenggarakan di berbagai perguruan tinggi membutuhkan industri untuk memberi peluang kerja.

Seorang desainer komunikasi Visual tidak hanya cukup memiliki kemampuan dalam berkarya, tetapi ia perlu juga menguasai pemasaran, etika, dan wawasan yang luas terhadap perubahan zaman. Pada aspek profesi, desainer komunikasi Visual harus siap berkompetisi dengan sesamanya di dunia internasional.

Teknologi digital hanya sebatas penunjang efisiensi dalam berkarya, ia bukan segala-galanya yang dapat mewujudkan suatu rancangan. Hal ini menjadi fakta di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, mahasiswa yang menempuh Tugas Akhir lebih cenderung mengambil topik yang menonjolkan kemampuan *hand drawing* atau *manual drawing*. Seolah-olah mereka menyatakan keterlibatan diri sepenuhnya dalam mewujudkan suatu karya, jika dibandingkan dengan suatu karya Visual yang dikerjakan dengan teknologi fotografi.

Referensi

Buku

- Frascara, Jorge. (2004). *Visual Communication Design, Principles, Method, and Practice*. New York: Allworth Press.
- Hakim, Budiman. (2016). *Lantaran Tapi ReleVan*. Yogyakarta: Galangpress
- Karjaluto, Eric. (2014). *The Design Method - A Philosophy And Process For Functional Visual Communication*. San Francisco, USA: New Riders - Pearson Education.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI.
- Price, Derrick dan Liz Wells. (2015). *Thinking about photography - Debates, historically and now*, dalam *Photography – A Critical Introduction*. Liz Wells (ed). New York: Routledge.

Jurnal

- Karnadi, Hartono. “Desain Komunikasi Visual di Era Digital” dalam *Jurnal Desain Komunikasi Visual DeKaVe*, Vol. 1 No. 1, Januari 2011. Yogyakarta: Program Studi Desain Komunikasi Visual - ISI Yogyakarta.
- Tapia, Alejandro dan Helen Hodgkinson. “Graphic Design in the Digital Era: The Rhetoric of Hypertext” dalam *Design Issues*, Vol. 19, No. 1 (Winter, 2003), pp. 5-24. Published By: The MIT Press. <https://www.jstor.org/stable/1512051>. Diunduh 10 Setepember 2021.

Tautan

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. “Desain Komunikasi Visual.”

[https://kemenparekraf.go.id/layanan/ Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Desain-Komunikasi-Visual](https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Desain-Komunikasi-Visual). Diunduh 11 September 2021.

Terry, Clare. "What Is Communication Design? EVerything You Need to Know". 9 Oktober 2019 <https://www.shillingtoneducation.com/blog/communication-design/>. Diunduh 9 September 2021.

WSM Project, "Pengertian Microstock dan Cara Menghasilkan Uang Dari Microstock?" 16 November 2020. <https://www.wsmproject.com/2019/01/pengertian-microstock.html>. Diunduh 9 September 2021.

Berfikir Divergen dan Konvergen Dalam Perancangan Poster Sebagai Media Komunikasi Visual

Umar Hadi, Drs., M.S.

Abstrak

Poster, satu dari sekian banyak media komunikasi Visual yang hingga hari ini masih tetap eksis di masyarakat, karena dalam berbagai kesempatan media ini hadir sebagai media komunikasi publikasi dan ekspresi. Seringnya media ini tampil di publik untuk memenuhi berbagai keperluan menyebabkan lama kelamaan mereka mulai akrab mengenal dan akhirnya mempunyai pengetahuan tentang bagaimana desain poster yang baik, begitu pula sebaliknya.

Bagi siapapun yang belajar atau akan mendesain poster perlu memahami hal ini, yaitu berfikir secara diVergen dan konVergen yang merupakan bagian dari metode desain dengan tujuan bertujuan untuk mengefektifkan hasil desainnya, supaya mampu memberikan manfaat yang lebih nyata kepada masyarakat.

DiVergen dan konVergen pada dasarnya adalah cara berfikir yang memanfaatkan kemampuan mencari mengembangkan serta menemukan solusi atau jawaban terhadap permasalahan yang dihadapi, sebagai konsekuensi terhadap pandangan bahwa mendesain (to design) adalah proses memecahkan masalah. Melalui pemahaman cara berfikir diVergen dan konVergen ini, hasil keputusan desain akan lebih bisa dipertanggungjawabkan secara konseptual.

Kata Kunci : Poster, Publikasi, Berfikir KonVergen-DiVergen

Setiap pencipta, seniman, desainer, tentu mempunyai angan-angan terhadap karyanya dapat mencapai hasil yang terbaik. Terbaik, bukan saja secara Visual tetapi juga dapat memenuhi tujuan komunikasi atas karya tersebut. Mereka berkomunikasi sesuai zamannya melalui karya dengan memanfaatkan bahan, benda-benda yang ada di lingkungan mereka, seperti batu, kayu, kulit binatang, didukung dengan teknik dan keahlian yang mereka kuasai

Pada dasarnya keinginan berkomunikasi melalui penciptaan karya, telah dikenal manusia, jauh sebelum abad teknologi modern hari ini. Hampir semua bangsa mengenal dan mempunyai jejak peninggalan aktiVitas komunikasi tersebut melalui berbagai bentuk peninggalan sejarah. Ini membuktikan bahwa komunikasi itu sangat penting, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan manusia sebagai makhluk sosial. Setiap tahap perkembangan peradaban ditandai dengan bentuk-bentuk komunikasi. Analogi mengenai hal ini dapat dilihat pada perkembangan manusia diawali sejak dari bayi hingga akhirnya tumbuh dewasa. Dalam tahap-tahap yang dilaluinya selalu ditandai dengan kegiatan komunikasi. Mulai dari penggunaan gerak dan suara sebagai lambang atau bahasanya hingga ke bentuk Verbal seperti lisan dan tulisan. Pada masyarakat yang masih sederhana mereka berkomunikasi menggunakan medium yang ada di sekitarnya. Ada batu, kayu, daun dan kulit, semua bisa digunakan untuk mendukung kebutuhan komunikasinya.

Pada umumnya, komunikasi terjadi dilatarbelakangi oleh dorongan ingin menyampaikan pesan, mengungkapkan gagasan dan bercerita dari satu pihak kepada pihak lain. Dorongan ekspresi lebih mengutamakan kondisi pengirim daripada penerima. Seseorang merasa bahwa ada keadaan yang menimpa dirinya kemudian melalui medium tertentu keadaan itu diungkapkannya. Dalam hal ini ia tidak terlalu mempersoalkan pihak lain, artinya apakah pihak lain itu merasa membutuhkan atau tidak, Yang penting ia telah menungkapkannya.

Sementara itu pada dorongan ingin bercerita terjadi keadaan yang berbeda. Bercerita perlu mempertimbangkan siapa pihak penerima cerita itu agar terdapat kepastian bahwa materi yang disampaikan dapat diterima dan dicerna dengan baik oleh pihak penerima cerita.

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, kebutuhan akan komunikasi pun mengalami peningkatan pula. Komunikasi tidak terbatas pada hubungan pribadi tetapi meluas menjangkau sasaran dan tujuan yang lebih kompleks. Kehadiran teknologi melalui temuan-temuan alat dan bahan yang lebih baru sangat berpengaruh terhadap proses dan pencapaian tujuan komunikasi. Satu di antaranya adalah ditemukannya alat cetak yang mampu melipatgandakan informasi dalam salinan berjumlah besar disertai proses serta waktu yang relatif cepat. Ini sangat berarti untuk memenuhi

kebutuhan masyarakat dalam hal informasi. Temuan itu juga telah menginspirasi banyak kalangan untuk mendokumentasikan serta menyebarluaskan ilmu pengetahuan secara massif kepada masyarakat dengan aneka keperluan serta tujuan.

Poster

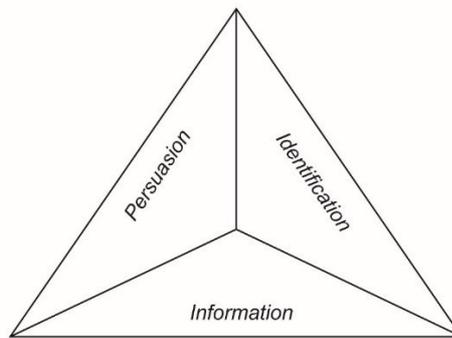
Poster, satu dari sekian banyak media grafis atau media komunikasi Visual yang telah hadir menyertai perjalanan manusia melintasi zaman. Ada sementara kalangan yang menyebut bahwa poster merupakan media komunikasi Visual tertua. Pada faktanya memang media ini sudah dikenal lama jauh sebelum zaman modern saat ini. Istilah poster sendiri secara teknis berarti sesuatu yang ditempelkan, atau sesuatu yang dikirimkan. Sesuatu tersebut pada umumnya berupa pengumuman atau informasi yang perlu diketahui oleh publik. Pada masa lalu fisik poster dapat berbentuk lembaran kayu, kulit, daun hingga kertas. Ukurannya relatif besar dan di dalamnya terdapat unsur tulisan, gambar atau gabungan keduanya.

Perkembangan poster sebagai media komunikasi Visual bukan saja dari segi fisik seperti bahan dan teknik pembuatannya tetapi juga dari konsep estetikanya. Materi informasi poster berbentuk tulisan dan gambar seringkali merefleksikan gaya, zaman serta potret situasi sosial pada masanya. Pelacakan mengenai hal ini akan menarik karena dapat mengungkapkan banyak hal tentang perjalanan poster sebagai media komunikasi Visual.

Pada intinya, poster bukan hanya sekedar alat atau fasilitas bentuk fisik media komunikasi Visual, namun di dalamnya sebenarnya juga terkandung nilai dokumentasi, rekaman jejak perjalanan kreatif melalui tanda-tanda yang hadir dalam bentuk tulisan dan gambar sebagai unsur pembangun pesannya. Teknik, gaya, organisasi unsur-unsur Visual di dalam desain Visual poster pada dasarnya merepresentasikan situasi dan konsep estetik poster tersebut pada zamannya. Perjalanan panjang sejarah tentang temuan demi temuan terutama dalam bidang reproduksi, cetak-mencetak banyak memberikan sumbangan dan inspirasi terhadap perkembangan poster. Misalnya ditemukannya metode cetak *Movable Type* telah mendorong berkembangnya tipografi yaitu lahirnya jenis huruf baru, memperkaya keragaman corak huruf. Tipografi merupakan unsur penting dalam desain grafis termasuk poster terutama di dalam memberikan ekspresi dan

aksentuasi pesan yang disampaikan. Selain huruf, melalui temuan alat reproduksi tersebut juga mendorong berkembangnya gaya ilustrasi *line drawing* yang kemudian banyak digunakan untuk keperluan dekorasi atau hiasan dalam poster.

Sementara itu dari sisi fungsi atau manfaatnya, seorang praktisi desain grafis bernama **Allen Hulburt** menggambarkan peran poster serta desain grafis pada umumnya sebagai gabungan layaknya bangunan yang saling mengisi dan melengkapi dalam bentuk piramida segitiga berikut.



Piramida fungsi desain grafis poster, sumber: Allen Hulburt, **The Design Concept**

Apa yang diungkapkan poster melalui unsur tulisan dan gambar didukung penunjang lainnya seperti warna dan *layout* (tata letak, komposisi) pada dasarnya merupakan strategi Visual komunikasi poster di dalam berkomunikasi mencapai tujuannya.

Pada bagian Informasi dilatarbelakangi oleh kebutuhan ingin menjawab keingintahuan masyarakat terhadap sesuatu. Sementara pada Identifikasi lebih menekankan fungsi memperkenalkan, menjelaskan dan merinci tema dan permasalahan yang disampaikan, sedangkan Persuasi berusaha mempengaruhi hingga membujuk melalui pendekatan tertentu supaya masyarakat mau menerima dan mau melakukan seperti apa yang disampaikan dalam pesan poster

tersebut. Ketiga tugas itu hadir dalam wujud poster serta desain grafis pada umumnya tentu saja dalam tampilan dan intensitas yang berbeda-beda, tergantung kepada tujuan dan siapa sasarannya.

Sementara itu dari sudut pandang yang lain, ada yang mencoba membedakan dari segi penempatannya yaitu *indoor poster* dan *outdoor poster*. Sesuai namanya *indoor* artinya poster tersebut dipasang di dalam ruangan seperti kantor, sekolah, tempat belanja, dsb. Di tempat seperti itu, poster memiliki kesempatan untuk dilihat dan dibaca pesannya dalam kondisi relatif lebih leluasa dibandingkan *outdoor poster* yang dipasang di luar ruang seperti di pinggir jalan dan tempat-tempat sibuk dengan lalu lalang kendaraan. Di jalan apalagi jika dalam keadaan sedang melaju mengemudikan kendaraan tentu sangat terbatas kesempatan dan perhatian yang tersedia untuk melihat dan membaca poster tersebut. Perbedaan dalam hal tempat pemasangan tersebut menyebabkan strategi dan materi yang disampaikan juga berbeda, disesuaikan dengan situasi masyarakat di mana media ini berada.

Seperti karya desain grafis pada umumnya, poster juga memiliki pertimbangan konseptual mencakup aspek **bentuk** atau penampilan, muatan atau **isi**, dan **konteks** atau relevansi.

Bentuk atau penampilan berurusan dengan teori keindahan (estetika), karena ada pertimbangan keindahan yang berbeda pada setiap pilihan tampilan dan ukuran. Bentuk ini merupakan kontak pertama, pertemuan antara karya dengan pengamatnya, oleh karena itu kedudukannya cukup strategis mirip seperti sebuah etalase sebuah toko atau sampul buku yang bisa mengajak orang untuk masuk, membuka dan membaca, menikmati isinya.

Terdapat azas atau kaidah umum tentang bagaimana sesuatu itu bernilai indah dengan melihat unsur-unsur Visual seperti kesatuan, keseimbangan, irama, dsb. Jadi yang diamati dalam hal ini adalah bagaimana unsur-unsur yang ada di sebuah karya desain itu membentuk sebuah organisasi yang baik, tertata, harmonis. Masing-masing unsur bekerjasama saling memperkuat, mengisi dan menjalin hubungan antar mereka dalam upaya membangun terwujudnya kesatuan, irama dan keseimbangan sehingga menghasilkan kesimpulan tampak indah dan harmonis.

Semua orang pada umumnya menyukai keindahan, walaupun indah menurut satu orang bisa berbeda dengan orang lainnya. Meskipun demikian ada keindahan bersifat umum yang dapat diidentifikasi melalui azas-azas kesatuan, keseimbangan, irama dsb seperti yang telah dikemukakan di atas. Sementara pada masalah muatan atau isi pesan mempersoalkan tentang informasi, substansi, gagasan dan cerita apa yang disampaikan. Dari siapa ditujukan kepada siapa serta mengapa hal itu dinilai, hal ini perlu diidentifikasi dengan jelas . Pada bagian ini masalah metode atau cara mengungkapkan menjadi penting, sebab sebuah informasi dipandang penting dan sebaliknya tidak penting boleh jadi tergantung pada strategi atau cara bagaimana menyampaikannya. Sesuatu yang sebenarnya biasa saja namun dapat menjadi luar biasa, begitu pula sebaliknya.

Adapun relevansi atau konteks mempersoalkan keterkaitan antara materi yang disampaikan dengan permasalahan-permasalahan aktual yang menjadi perhatian dan kepentingan publik pada masanya. Respon publik menjadi penting dalam hal ini karena dari masukan ini dapat menjadi bahan yang akan diolah bagi sebuah rencana maupun program. Maka jalinan antara penampilan, isi dan konteks menjadi persoalan konsep perancangan yang harus direncanakan dan disusun dengan sungguh-sungguh agar komunikasi menjadi efektif.

Berangkat dari pendapat **Bruce Archer** bahwa desain pada dasarnya merupakan *a goal directed problem-solving activity*, (J. Sarwono, 2007) maka proses perancangan sesungguhnya merupakan suatu ikhtiar yang sungguh sungguh dalam rangka menemukan jawaban paling ideal terhadap permasalahan komunikasi yang dihadapi. Poster contohnya, sebagai media publikasi, tidak berhenti bergantung pada pencapaian teknologi reproduksi yang terus berkembang saja, lebih jauh dipertanyakan juga seberapa mampu ia bekerja menjalankan tugas komunikasinya mengantarkan kepada target dan tujuan pada setiap zaman yang dihadapinya. Di sini ada konsep komunikasi yang juga harus dipertanggungjawabkannya.

Dalam kaitan itu, di dunia jurnalistik dikenal konsep komunikasi 5 W 1 H untuk mengidentifikasi dan menyusun berita. 5W+1H yaitu *What, Who, When, Why, Where*, dan *How*. Konsep komunikasi semacam ini juga ada pada perancangan poster sebab persoalan efektifitas media juga akan selalu

dipertanyakan untuk mengevaluasi seberapa jauh ia mampu menjawab permasalahan yang dihadapi. Struktur 5 W 1 H akan membantu perancang dalam mengidentifikasi, menganalisis dan menarik sintesis. Dari sini selanjutnya dikembangkan gagasan ungapannya. Ada landasan konseptual yang melatarbelakangi mengapa sebuah gambar, foto, ilustrasi dan tulisan atau teks dipilih. Ada skema komunikasi yang dirujuk untuk menggambarkan perjalanan pesan dari pengirim kepada penerima. Skema inipun ternyata juga mengalami perkembangan pula karena persoalan komunikasi juga tidak berhenti pada satu zaman.

Berfikir Divergen.

Seiring dengan laju perkembangan ilmu dan teknologi yang terus maju dari satu zaman ke zaman berikutnya, poster sebagai media komunikasi Visual juga mengalami dinamika perkembangan pula. Pada masa lalu, poster menjadi media seni tempat menyalurkan ekspresi seniman atau perancangannya. Selain itu pada perkembangan selanjutnya, selain untuk kepentingan ekspresi dan seni ada yang juga lebih condong mementingkan fungsi komunikasi praktisnya yaitu sebagai sarana publikasi. Pada yang disebutkan terakhir itu seakan fungsi poster telah terpenuhi ketika media ini mampuewartakan informasi tertentu dan sampai ke publik, seperti pengumuman, undangan hingga ajakan kepada publik. Pada masa sekarang dengan kompleksitas permasalahan yang terus berkembang, poster harus menghadapi situasi di mana lalu lintas informasi yang semakin padat maka banyak hal yang harus diperhitungkan. Termasuk dalam hal ini kehidupan sehari-hari masyarakat yang semakin terhubung oleh jaringan internet.

DiVergen (*divergence*) secara umum berarti menyebar. DiVergen pada dasarnya adalah konsep berfikir membuka ruang yang luas dan terbuka terhadap kemungkinan bakal lahirnya jawaban lebih dari satu dari sebuah pertanyaan. Jawaban yang dimaksud dalam hal ini adalah ide, gagasan maupun cara. Cara berfikir seperti ini berusaha menggali sebanyak-banyaknya alternatif jawaban dari berbagai sudut pandang. DiVergen menempatkan status setiap jawaban yang muncul dalam posisi setara, artinya semua jawaban memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih dan dijadikan sebagai keputusan yang terbaik dari sekian banyak alternatif yang ada. Menyebar dalam hal ini diartikan

sebagai langkah eksploratif ke segala arah guna mencari dan mengumpulkan jawaban tanpa disertai sikap prasangka negatif atau buruk terhadap salah satu jawaban. Semua jawaban adalah pilihan yang siap untuk diputuskan sebagai yang terbaik dari lainnya. Berfikir semacam ini erat kaitannya dengan kreatifitas. Orang yang kreatif suka melakukan pencarian, penjelajahan, eksperimen guna menemukan hal-hal baru, inovatif, sesuatu yang tidak sama dengan apa yang pernah ada sebelumnya bahkan sesuatu yang tidak pernah terduga.

Berfikir Konvergen

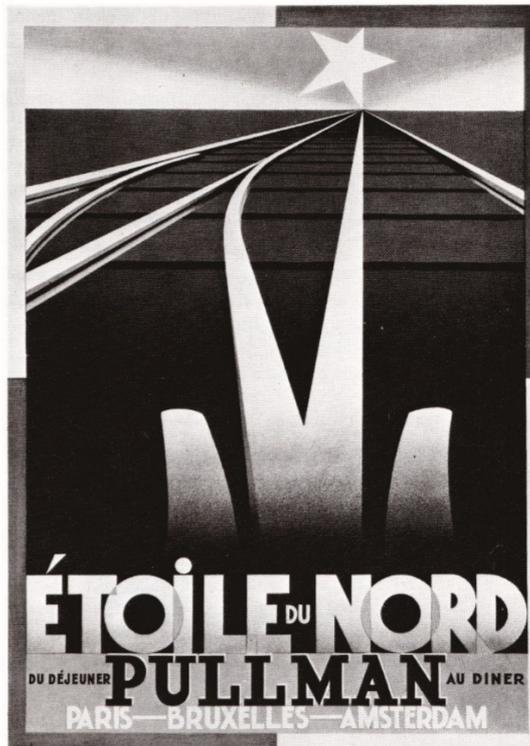
Berfikir konvergen (*Convergence*) dapat diartikan memusat, artinya fokus mencari dan menemukan jawaban tunggal paling tepat dari suatu masalah. Konvergen memiliki alur berfikir logis, sistematis dan analitis yaitu dengan cara menginventarisir dan menggunakan hanya informasi-informasi yang relevan, berdasarkan data dan fakta. Tipe berfikir ini berkaitan dengan masalah kecerdasan yang ditandai melalui kecepatan berfikir dan juga ketepatan serta keakuratan menjawab suatu masalah. Jika divergen berupaya mencari alternatif sebanyak-banyaknya dari suatu masalah, maka konvergen berusaha memilih secara kritis guna menemukan yang paling tepat dari sekian banyak alternatif tersebut.

Dalam praktek perancangan pada umumnya, kedua cara berfikir divergen dan konvergen diperlukan secara berpasangan untuk tujuan menggali dan menemukan solusi pemecahan masalah yang terbaik. Informasi dikumpulkan sebanyak mungkin, kemudian dianalisis dan akhirnya diputuskan jawaban yang dinilai paling tepat. Ini merupakan kombinasi cara kerja otak kiri yang berhubungan dengan kecerdasan dan otak kanan yang berhubungan dengan kreatifitas. Keduanya saling melengkapi karena dalam sebuah perancangan dituntut adanya metode yang jelas urutan dan prosesnya supaya dapat dipertanggungjawabkan keputusan rancangan/desainnya. Satu sisi ada langkah-langkah yang sistematis, sementara pada sisi lainnya ruang terbuka luas kesempatan untuk mengeksplor alternatif sebanyak-banyak guna menemukan solusi yang paling efektif. Ini merupakan jalur yang memungkinkan lahirnya novelty atau kebaruan dalam desain. Oleh karena itu, divergen dan konvergen tidak perlu dipertentangkan, justru dipasangkan sebagai kombinasi metode

pemecahan masalah karena keduanya saling melengkapi, saling menguatkan dan saling menyempurnakan.

Berfikir diVergen dan konVergen dalam perancangan poster sebagai media komunikasi Visual, diperlukan karena faktanya, bentuk (penampilan) dan isi (materi) itu bersifat dinamis, senantiasa mengalami perkembangan sesuai dengan situasi dan tuntutan zaman. Penilaian masyarakat terhadap poster yang baik dan menarik akan sesuai dengan zamannya. Oleh karena itu kreatiVitas untuk melahirkan poster yang sesuai dengan harapan masyarakat selalu menjadi peluang dan tantangan bagi seniman dan desainer dari waktu ke waktu. Dalam kaitan ini ada teori komunikasi klasik *hierarchy of effect* tentang bagaimana mendapatkan perhatian publik sehingga mereka tertarik dan kemudian mampu menggerakkan mereka untuk melakukan sebagaimana yang dipesankan oleh sebuah poster . Teori tersebut dikenal dengan singkatan AIDA yaitu *Attention, Interest, Desire* dan *Action*. Dimulai dari *attention*, menciptakan atau berusaha menarik perhatian. *Attention* merupakan pintu gerbang pertama yang harus dilalui untuk melangkah ke tahap selanjutnya. Guna meraih sukses pada tahap ini diperlukan pengetahuan yang memadai terhadap materi yang disampaikan, sasaran yang dituju dan strategi atau cara yang dipilih. Setiap sasaran memiliki karakteristiknya masing-masing. Dalam pandangan publik pada umumnya, sesuatu yang baru, unik, biasanya mempunyai potensi untuk menarik perhatian. Bagian ini harus senantiasa dipelajari dan dicari sebagai langkah kreatif menemukan sesuatu yang baru, unik. Berikutnya adalah *interest* dan *desire*, ini merupakan cara untuk membangkitkan atau menggugah keinginan, memunculkan kemauan. Pada Visualisasi pesan, cara untuk menggugah keinginan dan kemauan ini dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, misalnya dengan testimoni, memanfaatkan popularitas tokoh, , merekayasa efek Visual dan *slice of life*, dsb. Akhirnya, tahap terakhir adalah *action* yaitu bagaimana membangun keyakinan guna menggerakkan, melakukan apa yang dipesankan poster tersebut. Tahapan *Hierarchy effect* ini dalam skema tampak sederhana namun dalam prakteknya tidak mudah karena merupakan tahapan psikologi khalayak sasaran yang Variabelnya sangat beragam. Berfikir secara diVergen dan konVergen akan membantu mencari dan menemukan alternatif cara berkomunikasi yang efektif karena memadukan antara berfikir secara linear, terstruktur, logis, dengan lateral yang jalurnya berbeda serta penuh dengan

alternatif. DiVergen merupakan berfikir lateral yang berusaha mencoba melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda dari pada umumnya.



Poster Etoile du Nord, Cassandre, 1927, sumber John Barnicoat 2003

Poster karya Cassandre yang dibuat tahun 1927 dengan teknik cetak litho ini dapat dijadikan contoh bagaimana berfikir diVergen dan konVergen bekerjasama dengan baik. Poster ini menampilkan gambar rel-rel kereta api yang panjang dengan perspektif yang dikerjakan begitu rapih dan bersih. Rel itu tampak memanjang menuju ke satu titik horizon menggunakan sudut pandang sedikit agak turun dari pandangan normal. Sesuai azas perspektif, dua rel yang faktanya sejajar itu akhirnya dalam pandangan mata terlihat bertemu pada satu titik di horizon. Ini merupakan pemandangan yang biasa yang dapat dilihat oleh setiap orang sebagai konsekuensi azas perspektif. Secara teknis, penggambaran

rel-rel tersebut diselesaikan dengan sangat baik, garis yang lurus, rapi dan sempurna. Gradasi, peralihan gelap terang dikerjakan menggunakan teknik *air brush* yang memperlihatkan penguasaan teknik tingkat tinggi desainernya. Pada horizon, titik tempat bertemunya rel itu di atasnya terlihat sebuah bintang yang bersinar cerah. Sementara pada bagian bawah poster terdapat tulisan **Etoile du Nord, Du Dejeuner pullman Au Diner, Paris-Bruxelles- Amsterdam.**

Secara umum, poster ini menginformasikan tentang layanan transportasi kereta api ekspres internasional menempuh rute dari Paris (Perancis) hingga Amsterdam (Belanda), melewati Brussel (Belgia) begitu sebaliknya. Perjalanan yang melintasi tiga negara di benua Eropa itu pada masanya termasuk kategori sangat cepat.

Muncul pertanyaan, mengapa yang ditampilkan dalam poster bukan sosok fisik kereta apinya melainkan hanya lintasan relnya saja. Kemudian, apa maksud gambar bintang bersinar yang berada di titik horizon. Secara konseptual, keputusan desainer menampilkan lintasan rel kereta api dan bukan fisik kereta apinya tentu ada alasannya. Alasan inilah yang menarik untuk dicari penjelasannya.

Sebagaimana diketahui, bahwa pada masa tahun 1927 saat poster itu muncul di benua Eropa tengah berlangsung dan populer gaya Visual seni rupa dan desain Futurisme dan Kubisme. Futurisme merupakan gaya Visual yang mengagungkan masa depan sebagai era yang penuh harapan, dipenuhi dengan berbagai bentuk kemajuan, suatu masa yang dipandang akan lebih baik, lebih menjanjikan dalam banyak hal. Teknologi, industri, dan mesin dipandang sebagai penemuan yang begitu dahsyat, mencengangkan pada saat itu sehingga seakan-akan semua masalah kehidupan ini akan dapat teratasi dengan penemuan tersebut yang dikenal dengan sebutan energi baru. Sementara itu Kubisme, merupakan sebuah gaya Visual yang menyukai bentuk-bentuk sederhana, geometris, kotak, segitiga, silinder dsb dalam ungkapan Visualnya.

Visualisasi poster ini merefleksikan sikap dan pandangan masyarakat pada zamannya yang begitu terpesona oleh gerak, kekuatan dan kecepatan mesin dalam tampilan bentuk-bentuk geometris yang rapih. Rel kereta api yang terbuat dari besi ditampilkan berjajar lurus menggambarkan lintasan yang mulus, kuat dan presisi sehingga memungkinkan kereta api yang melintas di atasnya dapat melaju, melesat cepat, nyaris tanpa tanpa ada hambatan. Pada masa itu, kereta

api merupakan alat transportasi yang dipandang cepat, lancar dan aman. Teknologi telah memungkinkan semua itu terjadi. Garis rel kereta api yang panjang dan lurus melambangkan kecepatan bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya dengan sangat lancar.

Pada garis besarnya, poster kereta api karya Cassandre ini berusaha mengekspresikan gerak dan kecepatan alat transportasi yang mampu menghubungkan tiga kota dan tiga negara di Eropa secara ideal, cepat, aman dan nyaman.

Adapun bentuk bintang bersinar di horizon ada yang mengartikan dari kata Etoile du Nord yang secara bahasa berarti Bintang Utara, suatu simbol atau penanda tempat yang letaknya sangat jauh. Namun bentuk bintang di sini bisa juga dimaknai sebagai simbol kecepatan yaitu ekspresi pergerakan atau perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya dengan sangat cepat. Bentuk bintang ini mengingatkan pada kisah klasik mitos tentang sosok nenek sihir dengan tongkat ajaibnya dapat merubah maupun mendatangkan berbagai benda secara tiba-tiba, ditandai dengan bentuk bintang 'cling. Sementara itu pada border atau bingkai poster terlihat garis tebal blok gelap-terang secara bergantian mengelilingi poster, melambangkan lintasan perjalanan kereta api dari satu tempat ke tempat lain melewati waktu siang maupun malam.

Poster ini pada teksnya menggunakan pilihan jenis huruf *san serif*, jenis huruf yang berkarakter modern, dinamis, tegas, dengan tingkat keterbacaan yang tinggi. Jenis huruf ini sering dipakai untuk menandai era modern, yang populer pada masa itu yaitu Futura. Cirinya pada huruf O merupakan bentuk lingkaran sempurna. Lingkaran ini mengingatkan akan bentuk silinder pada mesin-mesin di pabrik yang komponennya merupakan bentuk lingkaran sempurna.

Pada penulisan **ETOILE DU NORD** terjadi tumpang tindih huruf O yang merapat dengan huruf di kiri dan kanannya, ini merupakan ekspresi ungkapan roda kereta api yang bergerak cepat. Tujuannya untuk memperkuat citra Visual ekspres yang ingin dibangun kepada publik yang melambangkan kecepatan laju kereta api. Semua elemen pada poster ini, yaitu ilustrasi, teknik gradasi hingga teksnya didesain sedemikian rupa untuk menunjang cita rasa modern, dinamis namun simpel, berkelas, bersuasana teknologi masa depan. Gradasi yang ditampilkan merupakan ciri gaya Art Deco yang mengesankan anggun dan mewah. Memang pada masa setelah peristiwa ReVolusi Industri

terutama di benua Eropa, telah terjadi perubahan masyarakat yaitu bertambahnya kesejahteraan mereka sebagai dampak industrialisasi di berbagai bidang sehingga ekonomi mereka meningkat. Akibatnya, kebutuhan masyarakat termasuk alat transportasi juga meningkat pula seiring dengan tuntutan gaya hidup untuk menunjang status sosial mereka. Kehadiran kereta api ekspres yang dapat menghubungkan kota bahkan antar negara dengan cepat, aman dan nyaman seakan-akan menjadi jawaban atas keinginan masyarakat terutama kelas tertentu pada waktu itu guna memenuhi kebutuhan bisnis maupun ekspresi gaya hidup mereka.

Poster transportasi kereta api cepat yang didesain oleh Cassandre ini telah menunjukkan sebuah kerjasama yang efektif antara berfikir secara *DiVergen* dan *KonVergen*. Ada *novelty* (kebaruan) yang hadir dalam ungkapan Visual pesannya melalui ilustrasi rel kereta api yang diartikan sebagai terobosan atau cara baru berkomunikasi yang baru, segar dan unik. Keberanian menampilkan adegan lintasan rel kereta api tanpa menghadirkan sosok kereta api sebagaimana yang selama ini terjadi, merupakan bentuk *inoVasi*, cara kreatif yang tidak lazim namun tetap komunikatif dalam rangka mengungkapkan cita rasa modern bahkan futuristik seakan-akan mendatangkan teknologi masa depan pada masa itu.

KreatiVitas ini patut diapresiasi sebagai cara desainer menjawab permasalahan komunikasi melalui karya desain. Gaya Visual yang dipilih poster inipun juga tidak terlepas dari apa yang saat itu tengah populer pada masanya yaitu *Futuristime* dan *Kubisme*.

Berfikir *DiVergen* dan *KonVergen* telah mengantarkan kepada atmosfer baru bagi terbukanya gagasan baru serta memberi kesempatan lahirnya alternatif-alternatif baru dalam berkarya sehingga muncul gagasan yang tidak terduga seperti pada poster ini.

Poster sebagai media komunikasi Visual memang tidak pernah berhenti penjelajahan kreatiVitasnya sebagai alat publikasi yang efektif. Media ini telah sedemikian lama menemani perjalanan komunikasi melintasi zaman dengan teknologi, gaya dan estetika yang beragam sesuai dengan zamannya. Banyak bukti yang menguatkan hal itu.

Daftar Pustaka

Barnicoat, John (2003). *Posters A Concise History*: Thames & Hudson World of Art, Singapore.

Hurlburt, Allen (1981). *The Design Concept*: Watson-Guptill Publication, New York.

Sarwono, Jonathan, Lubis, Hary (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*,: Penerbit Andi Yogyakarta

DAYA TARIK DESAIN KEMASAN MINUMAN MINERAL TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN

Prayanto Widy Harsanto,

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jalung Wirangga Jakti,

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Abstrak

Fungsi kemasan tidak hanya untuk membungkus atau melindungi sebuah produk, tetapi juga berperan mengomunikasikan/menginformasikan berbagai hal terkait dengan sebuah produk, seperti jenis produk, kualitas produk, manfaat, dan citra sebuah produk. Melalui desain kemasan pula konsumen diyakinkan bahwa produk yang dikemas lebih terjamin keamanan, kesehatan, dan keselamatannya. Desain kemasan yang baik dan menarik dapat menumbuhkan persepsi positif konsumen terhadap produk. Persepsi positif konsumen ini dapat berdampak pada keputusan tertentu pada konsumen.

Munculnya berbagai merek minuman mineral kemasan saat ini menimbulkan persaingan yang ketat untuk saling merebut hati konsumen. Berbagai cara telah dilakukan untuk menarik minat konsumen/pasar, salah satunya melalui desain kemasan. Desain kemasan dianggap merupakan salah satu cara yang mampu membentuk persepsi dan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli. Selain itu, persepsi yang telah terbentuk dapat membantu meningkatkan atau menurunkan citra merek suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap bentuk desain kemasan minuman mineral yang dipasarkan di Indonesia. Melalui penelitian ini pula akan diperoleh informasi yang dapat menjadi rujukan terkait desain kemasan dan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, didukung data *quasi* (kuantitatif eksperimen) dengan pendekatan estetika (desain). Melalui

elemen desain kemasan seperti: warna, bentuk, merek dan logo, ilustrasi, dan tipografi akan membentuk persepsi pada benak konsumen mengenai kesesuaian produk dengan kemasan. Dengan demikian, desain kemasan mempunyai kekuatan untuk mengenalkan produk pada konsumen, membantu meningkatkan keputusan pembelian, serta dapat memberikan nilai yang berkorelasi membentuk citra merek di mata konsumen.

Kata Kunci: Daya Tarik, desain kemasan; minuman mineral; persepsi konsumen; keputusan pembelian.

The function of packaging is not only for wrapping or protecting a product, but also plays a role in communicating / informing various things related to a product, such as the type of product, product quality, benefits, and the image of a product. Through packaging design, consumers are also assured that the products that are packaged are more secure, health and safety. Good and attractive packaging design can foster positive consumer perceptions of the product. This positive perception of consumers can have an impact on certain decisions on consumers.

The emergence of various bottled mineral drink brands is currently causing intense competition to win the hearts of consumers. Various ways have been made to attract consumer / market interest, one of which is through packaging design. Packaging design is considered to be one way that can shape perceptions and improve consumer decisions to buy. In addition, the perceptions that have been formed can help improve or decrease the brand image of a product. This study aims to determine consumer perceptions of the form of mineral beverage packaging design marketed in Indonesia. Through this research, information will be obtained that can be used as a reference regarding packaging design and to determine consumer perceptions of purchasing decisions for a product.

The method used in this research is a qualitative method, supported by quasi (quantitative experimental) data with an aesthetic approach (design). Through packaging design elements such as: color, shape, brand and logo, illustration, and typography will form perceptions in the minds of consumers regarding the suitability of the product with the packaging. Thus, packaging design has the power to introduce products to consumers, help improve purchasing decisions, and can provide correlated value to form a brand image in the eyes of consumers.

Keywords: design appeal, Packaging design; Mineral drink; Consumer perception; Buying decision.

Latar Belakang

Kajian ini berangkat dari pengalaman kami, juga pengalaman orang atau keluarga lain ketika mengunjungi dan belanja ke suatu super market/toko untuk kebutuhan sehari-hari. Ketika memilih produk tertentu kadang menghadapi pilihan merek yang bermacam-macam sehingga menghasilkan keputusan pilihan yang berbeda dan berujung pada diskusi sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Sebagai contoh untuk memilih produk sabun mandi, pilihan anak saya yang perempuan dan yang laki- laki berbeda, demikian pula pilihan saya dan pilihan istri juga berbeda. Kemasan pada sebuah produk ternyata memberikan persepsi Visual serta dampak yang tidak sederhana ketika dikonsumsi masyarakat atau calon konsumen. Persepsi, latar belakang pengetahuan, dan referensi yang dimiliki seseorang memberikan andil yang cukup besar

terhadap perilaku seseorang ketika melihat sebuah produk melalui kemasannya. Ada yang tertarik karena bentuknya, sementara yang lain tertarik karena Visualisasi label pada kemasan, yang lain lagi tertarik setelah melihat dan membaca kontennya. Ada pula konsumen yang fanatik dan setia terhadap merek/brand tertentu tanpa peduli dengan berbagai bentuk dan desain kemasan.

Radikalnya perkembangan dunia desain pada tahun 2020 belum mencapai puncaknya, namun perhatian akademisi terhadap korelasi konsumsi desain kemasan dengan keputusan pembelian masyarakat masih sangat minim. Suatu tindakan pembelian (konsumsi) adalah tujuan dari usaha produsen dalam memasarkan produknya. Faktanya, dalam menentukan strategi suatu bisnis harus dilandasi kemampuan untuk berorientasi pada pemanfaatan aspek dengan metode yang optimal. Agar strategi itu berhasil, diperlukan pemahaman terhadap lingkungan serta adaptif dengan pergeseran lingkungan, baik lingkungan sosial, ekonomi, politik, maupun ekosistem (Hartanto, 2009:158).

Untuk mencapai hasil penjualan yang maksimal maka produsen melakukan berbagai usaha untuk menarik pelanggan, baik secara ekonomi (diskon dll.) maupun desain iklan dan kemasan produk. Berbagai tindakan promosi juga dilakukan untuk membuat konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, maka diperlukan cara komunikasi yang menarik. Berdasarkan hal tersebut maka terciptalah *brand awareness* (Kurniawan, 2018: 43). *Brand awareness* adalah kesadaran masyarakat terhadap kehadiran Brand/Merek (Makmur, 2018:

12). Berbagai usaha yang dilakukan oleh produsen tidak terlepas dari desain kemasan produk yang mereka jual, baik secara Visual maupun secara ergonomis.

Di samping itu, dibutuhkan pula daya tarik produk yang diujakan dengan *packaging* atau kemasan sebagai salah satu *trigger* utama karena ia secara langsung berhadapan dengan *target audience*. Oleh karena itu, kemasan harus dapat melakukan intervensi terhadap konsumen agar memberikan dorongan untuk membeli. Selain sebagai pembungkus produk, kemasan diharapkan mampu memberikan gambaran tentang kelebihan suatu produk dan membuat konsumen merasa bahwa produk tersebut layak dibeli. Oleh karena itu, kemasan harus memiliki kemampuan dalam bersaing dengan rivalnya. Berdasarkan pengamatan pada fenomena, indera penglihatan memiliki andil yang cukup besar dalam pengambilan keputusan. Karena itulah unsur grafis maupun ergonomis memiliki proses *visual communication* yang sangat berperan. Sebagai contoh, air minum kemasan *equil* dengan desain kemasan berbentuk seperti

botol wine dengan warna hijau tua yang mencerminkan bahwa bahan utama pembuat produk tersebut berasal dari alam dan sangat eksklusif sebagaimana wine, selain itu warna hijau juga dapat menggambarkan nuansa lembut dan segar. Walaupun dibandrol dengan harga yang cukup tinggi, namun terbukti bahwa produk tersebut mampu memengaruhi target audiens.

Kebutuhan akan air bersih yang layak dikonsumsi, kesadaran masyarakat akan tuntutan hidup sehat serta kepraktisan penggunaannya menjadi salah satu pendorong meningkatnya pertumbuhan konsumsi air minum dalam kemasan di Indonesia. Industri air minum dalam kemasan (AMDK) mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, data dari Asosiasi Produsen Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (Aspadin) menunjukkan penjualan AMDK pada 2010 mencapai 13.7 milyar liter, setahun kemudian naik 30.65% menjadi 17.9 milyar liter. Konsumsi AMDK terbesar ada di Pulau Jawa yang berkontribusi sebesar 40% dari total konsumsi (www.suarapengusaha.com, 2011).

Air minum merupakan kebutuhan primer manusia, selain karena 80% tubuh manusia terdiri dari air, air selalu dibutuhkan setiap saat di negara tropis seperti Indonesia yang memiliki suhu cukup hangat. Banyaknya pesaing mengakibatkan semakin banyak pula pilihan konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan harapannya, sehingga konsumen menjadi semakin cermat dalam memilih produk di pasaran untuk memperoleh kegunaan dan manfaat

yang dicari. Untuk dapat memuaskan konsumen, salah satu keunggulan dalam bersaing yaitu kualitas produk. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, oleh karena itu kualitas produk harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu agar dapat bersaing sehingga mengakibatkan munculnya banyak produsen air minum dalam kemasan yang saling bersaing dan saling merebut hati konsumen. Namun, tidak semua produsen mampu mengoptimalkan desain kemasan, baik secara grafis maupun ergonomis. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah mengidentifikasi indikator bentuk desain kemasan minuman mineral yang menarik menurut konsumen. Menganalisis unsur-unsur desain kemasan berdasarkan indikator tersebut dalam rangka perbaikan kualitas desain untuk peningkatan daya saingnya. Dengan demikian, melalui penelitian ini peneliti dapat menyampaikan rujukan terkait desain kemasan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian berdasarkan bentuk desain kemasan produk. Penggunaan metode Quasi dalam pengumpulan data pada penelitian ini dipilih untuk mendapatkan data yang kaya dan menarik untuk diresapi.

Eksperimen yang dilakukan terhadap 30 responden yang memenuhi kriteria dan telah ditentukan dengan kondisi produk yang telah diatur namun tetap tidak melupakan bahwa setiap individu adalah pribadi yang unik dan memiliki *unconditional character*. Sementara analisis data dilakukan dengan pendekatan estetika (desain), dengan harapan desain kemasan mempunyai kekuatan untuk menciptakan korelasi dengan keputusan. Penggunaan metode campuran seperti ini belum banyak dilakukan dan peneliti harus menyajikan data seformatif mungkin. Hal tersebut merupakan tantangan sekaligus peluang bagi masyarakat dewasa ini.

Munculnya berbagai bentuk desain kemasan dari bermacam jenis dan merek produk minuman botol air mineral dapat menimbulkan persaingan yang mengakibatkan sulitnya suatu produk untuk dapat mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar. Agar mampu bertahan maka dibutuhkan desain kemasan yang menarik konsumen. Melalui elemen desain kemasan seperti: warna, bentuk, merek /logo, ilustrasi, dan tipografi. Elemen-elemen tersebut akan membentuk persepsi pada benak konsumen. Persepsi yang baik pada calon

konsumen pastinya akan dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada produk tersebut. Oleh karena itu pertanyaan dalam penelitian adalah: Bagaimana unsur-unsur dalam desain kemasan pada botol minuman mineral yang dapat menjadi daya tarik target audiens. Selain itu penelitian ini juga mempertanyakan bagaimana persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian berdasarkan desain kemasan pada botol produk minuman mineral

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan quasi eksperimen dengan format kausalitas dan deskriptif sebagai kesinambungan dengan analisis estetika (desain). Penelitian kausalitas merupakan usaha menguji kebenaran hubungan kausal (*cause-and-effect*), yaitu hubungan Variabel independen (yang memengaruhi) atau desain kemasan dengan Variabel dependen (yang dipengaruhi) dalam hal ini adalah keputusan pembelian.

Penelitian quasi eksperimen sebagai penelitian eksperimen semu, dikarenakan tidak terpakunya pada aturan penelitian akan pengondisian responden untuk mencapai situasi dan kondisi yang diinginkan (Wiratha, 2006: 37). Dengan demikian peneliti dapat menganalisis dari situasi yang tidak dikondisikan sebagai upaya untuk mendapatkan pemaknaan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat remaja di Yogyakarta, objek dalam penelitian ini adalah desain kemasan pada produk air mineral 600 ml.

A.1. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua, *pertama* Variabel independen (bebas), yaitu Variabel yang memengaruhi Variabel lain, dan *kedua* Variabel dependen (terikat), yaitu Variabel yang dipengaruhi oleh Variabel ependen. Variabel- Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli terhadap produk air mineral,
 - b. Variabel independen dalam penelitian ini adalah desain kemasan.
2. Variabel Penelitian (Independen dan Dependen)
- Variabel independen sebagai Variabel stimulus, prediktor, dan anteseden yang menjadi sebab adanya respons Variabel dependen. Sementara Variabel dependen dimaknai sebagai Variabel respons yang dipengaruhi oleh Variabel independen (Sugiyono, 2009: 39). Dengan demikian dalam penelitian ini Variabel Independennya adalah kemasan (X). Sementara Variable dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

A.2. Definisi Operasional

Yang dimaksud dengan definisi operasional adalah penjelasan atas Variabel dan istilah yang digunakan dalam penelitian untuk mempermudah responden maupun pembaca dalam mengartikan Variabel penelitian. Variabel-Variabel tersebut antara lain:

1. Desain Kemasan (X) terdiri atas:
 - a. Desain Grafis (X1)

Desain grafis merupakan bentuk dari dekorasi Visual yang berada pada permukaan kemasan. Terdiri atas empat dimensi yaitu nama merek, warna, tipografi, dan gambar.
 - b. Struktur Desain (X2)

Struktur desain memiliki keterkaitan dengan fitur dan ergonomi dalam konstruksi kemasan yang dapat dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu bentuk, ukuran, dan material.
 - c. Informasi Produk (X3)

Dalam suatu kemasan terdapat unsur-unsur yang membangun *brand image* dalam usaha komunikasi yang memberikan informasi dari produk untuk dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan serangkaian unsur-unsur yang menggambarkan bagaimana konsumen memutuskan dalam memilih suatu produk untuk dibeli (Kotler, 2009). Aspek keputusan pembelian yang menjadi aspek bentuk pertimbangan Variabel, yaitu:

a. Transaksional (Y1)

Transaksional adalah keputusan individu untuk membeli produk.

b. Referensial (Y2)

Referensial adalah dorongan individu untuk memberikan referensi produk bagi orang lain.

c. Preferensial (Y3)

Preferensial adalah kecenderungan perilaku preferensial pada suatu produk.

d. Eksploratif (Y4)

Eksploratif adalah kecenderungan perilaku individu untuk mendalami informasi mengenai produk yang diminatinya. [1]
[SEP]

A.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan suatu wilayah generalisasi: objek/subjek yang memiliki kausalitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan sebagai sumber pembelajaran. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Yogyakarta dengan usia remaja. Sementara dengan dasar penelitian quasi peneliti tidak akan mengontrol secara baku responden, selain sebagai usaha memberikan responden kebebasan, juga dengan harapan dapat memperoleh data yang kaya dan benar-benarnya.

2. Sampel

Jumlah subjek yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 subjek dengan pertimbangan besarnya sampel yang diambil memang akan semakin baik, namun untuk mencapai Validitas diperlukan setidaknya 30 sampel. Hal tersebut

didukung oleh pernyataan bahwa dalam penelitian dengan analisis statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Dengan eksperimen kuasi dalam yang dianalisis secara deskriptif korelasional minimum sampel 30 responden (Cohen, 2007; Sugiono, 2009).

A.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel non-probabilitas yakni tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* karena sampel yang terpilih didasarkan pada ciri atau sifat tertentu (Prasetyo & Jannah, 2008). Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 30 orang yang memiliki kriteria:

1. Remaja usia 20-26,
2. Remaja domisili Yogyakarta,
3. Pernah membeli air minum kemasan.

A.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah dengan skala. Skala yang digunakan adalah skala tertutup, di mana respons jawaban responden dibatasi oleh peneliti. Sementara item pertanyaan akan diajukan secara Verbal oleh peneliti setelah protokol eksperimen telah dilaksanakan dengan pertanyaan yang diolah dengan dasar definisi kedua Variable. Sementara dalam pemberian skor untuk mempermudah penghitungan peneliti akan memberikan 4 tingkatan skala dengan standar skala likert yaitu skor 1, 2, 3, 4 yang didefinisikan dalam tabel no.1 dan 2.

Indikator tingkat keputusan pembelian dalam penelitian ini dilihat dari nilai mean yang ada. Nilai mean yang ada merupakan mean empirik yang kemudian dibandingkan dengan mean teoritis atau nilai mean soal yang ada. Berdasarkan hal tersebut, keputusan pembelian dibagi menjadi 4 dimensi yaitu: transaksional, Referensial, Preferensial, Eksploratif yang diolah kembali menjadi

pertanyaan sebagai skala penelitian yang dilakukan. Nilai mean empirik didapatkan dengan menggunakan penghitungan sebagai berikut.

$$\mu = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:	μ	=	Mean empirik
	$\sum x$	=	Total nilai
	n	=	Jumlah aitem

Sementara itu, untuk mencari nilai mean teoritik digunakan penghitungan sebagai berikut:

$$\mu = \frac{(I_{maks} + I_{min}) \sum K}{2}$$

Keterangan:	μ	=	Mean teoritik
	I_{maks}	=	Nilai maksimal aitem
	I_{min}	=	Nilai minimal aitem
	$\sum K$	=	Jumlah aitem Tahapan

Mean teoritik yang dimiliki dalam skala ini dapat dinyatakan setelah dilaksanakan setelah *try-out*. Nilai tersebut didapat dengan menggunakan rumus di atas dengan nilai minimal item 1 dan nilai maksimal item 4 dan jumlah item yang Valid. Jumlah item yang digunakan merupakan jumlah item pernyataan yang digunakan setelah *try-out*.

Nilai dalam skala didapatkan sesuai dengan respons yang diberikan responden pada masing-masing pernyataan. Nilai yang diberikan juga ditentukan oleh jenis pernyataan yang ada dalam skala. Jenis pernyataan dalam skala penelitian ini ada dua yaitu *Favorable* dan *Unfavorable*. Pilihan respons yang terdapat dalam skala adalah STS ("Sangat Tidak Setuju"), TS ("Tidak Setuju"), S ("Setuju"), SS ("Sangat Setuju"). Nilai yang terdapat pada masing-masing pilihan respons adalah sebagai berikut:

Tabel 1

Penilaian pada pilihan respons dalam pernyataan Favorable.

Respon	Nilai
STS ("Sangat Tidak Setuju")	1
TS ("Tidak Setuju")	2
S ("Setuju")	3
SS ("Sangat Setuju")	4

Tabel 2

Penilaian pada pilihan respons dalam pernyataan Unfavorable.

Respon	Nilai
STS ("Sangat Tidak Setuju")	4
TS ("Tidak Setuju")	3
S ("Setuju")	2
SS ("Sangat Setuju")	1

Peneliti tidak menyediakan pilihan jawaban N (Netral) untuk menghindari kecenderungan responden untuk mengisi jawaban dengan pilihan netral sehingga data mengenai perbedaan dari responden menjadi kurang informatif.

A. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas merupakan ketepatan dan kecermatan alat ukur berupa skala dalam memberikan hasil ukur dan menjalankan fungsi pengukuran sesuai dengan tujuan pengukuran. Penelitian ini menggunakan Validitas isi agar dapat menguji kesesuaian item dengan komponen-komponen dari Variabel yang hendak diukur dengan cara analisis rasional. Selanjutnya untuk analisis pada seleksi item adalah daya diskriminasi item. Daya diskriminasi item merupakan item yang mampu membedakan antara individu maupun kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang akan diukur. Penghitungan daya diskriminasi item akan menghasilkan koefisien korelasi item-total (r_{IX}). Item yang akan dipilih adalah item dengan koefisien korelasi $\geq 0,30$. Item yang memiliki nilai koefisien korelasi kurang dari 0,30 dianggap sebagai item yang kurang baik dan tidak akan digunakan.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi pengukuran sehingga dapat dipercaya. Pengukuran yang memiliki nilai reliabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa pengukuran tersebut reliabel. Batasan koefisien reliabilitas ($r_{XX'}$) berada dalam rentang angka 0 hingga 1,00. Bila pengukuran mendekati koefisien reliabilitas 1,00 berarti pengukuran semakin reliabel. Pada penelitian ini, koefisien reliabilitas dilihat menggunakan Cronbach Alpha.

B. Metode Analisis Data

Setelah data diperoleh melalui item yang diajukan pada responden maka langkah selanjutnya adalah tabulasi, atau dapat diartikan sebagai pemberian nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang diterapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert dapat digunakan sebagai pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena.

1. Uji Asumsi

Selain itu, diperlukan uji asumsi sebagai bentuk pertanggungjawaban atas hasil yang diperoleh.

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan terhadap data penelitian untuk mengecek data penelitian yang dilakukan oleh peneliti berasal dari populasi yang sebarannya normal (Santoso, 2010). Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis Kolmogorov-Smirnov.

b. Uji homogenitas

Uji homogenitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan terhadap data penelitian untuk melihat apakah asumsi pada Varian penelitian sama atau tidak. Uji homogenitas ini dilakukan dengan menggunakan analisis Levene Test. Jika Varian dalam penelitian ini sama, maka uji t akan menggunakan nilai pada kolom Equal Variance Assumed. Jika Varian dalam penelitian ini berbeda, maka uji t akan menggunakan nilai pada kolom Equal Variance Not Assumed. Hal tersebut dilakukan dengan melihat nilai signifikansi yang pada hasil pengujian. Jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan

bahwa data berasal dari populasi yang memiliki Varian yang sama, sedangkan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berasal dari populasi yang memiliki Varian yang berbeda (Priyanto, 2012).

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atas data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diolah secara komprehensif secara objektif dengan pendekatan estetika yang diharapkan mampu mencapai titik jenuh atas hasil penelitian dan menjadi referensi, baik bagi produsen maupun konsumen dalam mengkritisi kemasan untuk produk air mineral.

C. Hasil dan Pembahasan

C.1. Responden

Sebelum terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data penelitian, peneliti mula-mula melakukan studi pustaka, dan mengobservasi calon

responden dan memastikan bahwa responden bersedia untuk dilibatkan dalam penelitian ini. Sementara itu, responden peneliti dapatkan secara acak dengan teknik *snowball sampling* pula. Adapun calon responden peneliti sesuaikan dengan kriteria responden yang telah ditentukan. Dalam melakukan penelitian pada remaja usia 20-26 Tahun, peneliti tetap melakukan pengumpulan data secara lisan untuk menjaga Validitas penelitian dan persamaan perlakuan pada kedua kelompok responden. Responden dalam penelitian ini adalah 30 orang remaja diwilayah Yogyakarta. Angka 30 tersebut diperoleh dari syarat penelitian eksperimen kuantitatif guna memenuhi syarat metodologi penelitian.

Group Statistics

Kelompok	N
N	30

C.2. Hasil Uji

a. Uji Normalitas

Berdasarkan analisis KolmogoroV-SmirnoV menggunakan SPSS 22.0 pada hasil penelitian secara keseluruhan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200. Nilai signifikansi (p) tersebut lebih besar dari 0.05 sehingga dapat

dikatakan bahwa data yang digunakan terdistribusi secara normal. Dengan demikian, data yang terkumpul dapat dipastikan telah mewakili populasi sampel yang digunakan.

Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Keputusan Pembelian
N		50
Normal	Mean	74.16
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	12.035
Most Extreme Differences	Absolute	0.096
	Positive	0.096
	Negative	-0.051
Test Statistic		0.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^{c,d}

- a. *Test distribution is Normal*
- b. *Calculated from data*
- c. *Lilliefors Significance Correction*
- d. *This is a lower bound of the true significance.*

b. Uji Reliabilitas

Sementara itu, hasil pengujian CronbachAlpha pada hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan angka 0.851. Angka tersebut lebih tinggi baik daripada rTabel dengan signifikansi 1%, yakni 0.361, maupun 5%, yakni 0.279. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti reliabel.

Statistik Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.851	38

c. Uji Homogenitas

Berdasarkan hasil uji homogenitas menggunakan SPSS 22.0 dengan teknik LeVene's Test for Equality of Variances, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.943. Angka tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga data penelitian dapat dikatakan homogeny. Dengan demikian, data tersebut memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian t-test.

Uji Homogenitas

SKOR	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
Equal variances assumed	0.005	0.943
Equal variances not assumed		

C.3. Data Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mean empirik pada kelompok adalah 98.88 dengan standard deViasi sebesar 10.826. Adapun skor total terendah yang diperoleh pada kelompok diperoleh skor total terendah adalah 63 dan skor total tertinggiya 143.

Di sisi lain, berdasarkan perhitungan dengan rumus yang telah dicantumkan, Perolehan mean empirik pada kedua kelompok responden yang lebih tinggi daripada mean teoritik menunjukkan bahwa kelompok responden sama-sama memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi atas pengaruh desain kemasan.

Group Statistics

	<i>kelompok</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Std. Error Mean</i>
	<i>N</i>	30	98.8800	10.82559	2.16512

Statistik Pilihan Produk

Product	N of Items	
	Male	Female
2 Tang	1	0
Le Minerale	3	9
Vit	0	0
Oasis	2	0
Nestle	2	1
Ades	0	1
Crystalline	2	3
Club	0	0
Aqua	4	1
Prima	1	0
TOTAL	15	15



2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode Independent Sample T-test. Diperoleh signifikansi 0.111. Nilai lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak ada perbedaan skor antar subject.

Independent Sample Test

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
Equal variances assumed	-1.625	48	0.111	-5.44000	3.34833	-12.17227	1.29227
Equal variances not assumed	-1.625	46.747	0.111	-5.44000	3.34833	-12.17694	1.29694

Dari jawaban responden tersebut di atas dapat digunakan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap aspek desain kemasan (desain grafis; struktur desain; dan informasi produk) sebagai faktor yang mempengaruhi terhadap pembelian air minum mineral botol di Yogyakarta. Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing aspek. Berikut hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk air minum mineral kemasan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner. Hasil dari jawaban-jawaban responden ini akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang telah dikemukakan.

Hasil penilaian responden terhadap aspek kemasan desain produk minuman mineral dapat dilihat pada tabel di atas. Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 30 responden, rata – rata memberikan penilaian terbanyak dan tertinggi pada Le minerale. Dengan demikian menunjukkan bahwa aspek disain produk minuman mineral mampu memberikan pengaruh

penting untuk menilai Le Minerale memiliki daya tarik Visual yang baik di Yogyakarta. Dari hasil analisis penilaian responden terhadap daya desain kemasan produk minuman mineral kemasan pada Indikator N Mean kriteria struktur desain yang berkaitan dengan fitur dan ergonomi dalam konstruksi kemasan yang dapat dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu bentuk, ukuran, dan material. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain kemasan terhadap kualitas produk yang positif dan signifikan atas 3 merek dari 10 sampel diantaranya merek Le Minerale, Aqua dan Crystalline. Aspek Struktur atau bentuk kemasan Le Minerale menarik 3,62 Setuju, Aqua 3,23 setuju; Crystalline 3, 15 setuju. Selanjutnya dilihat dari aspek desain grafisnya yang merupakan Visualisasi yang berada pada kemasanyang terdiri atas nama merek, warna, tipografi, dan gambar/ilustrasi. Le Minerale yang menarik 3, 54 Setuju; Aqua 3, 26 setuju; Crystalline 3, 20 setuju. Sementara dari aspek informasi produk, dimana unsur yang membangun *brand image* dalam usaha komunikasi yang memberikan informasi dari produk untuk dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian: merek Le Minerale menarik 3,61 Setuju; Aqua 3, 29setuju; Crystalline 3, 10 setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa aspek disain mampu memberikan pengaruh penting untuk menilai daya Tarik Visual bagi calon konsumen minuman mineral di Yogyakarta.

Melihat dari hasil capaian penelitian yang telah diperoleh dari lapangan sebagaimana dikatakan Aaker (2004) mengatakan bahwa desain pada kemasan merupakan citra atas merek yang dapat dikatakan sebagai sebuah janji perusahaan untuk konsisten memberikan nilai, manfaat, dan fitur tertentu bagi pembelinya. Desain kemasan dalam penelitian ini adalah upaya untuk membangun citra perusahaan dalam memberikan persepsi akan kualitas yang baik yang mudah diingat konsumen.

Sementara keputusan pembelian merupakan sebuah penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, eValuasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. Keputusan pembelian merupakan serangkaian unsur-unsur yang menggambarkan bagaimana konsumen memutuskan dalam memilih suatu produk untuk dibeli yang dilandasi pertimbangan Variable : 1). Transaksional

yakni keputusan individu untuk membeli produk minuman mineral. 2). Referensial adalah dorongan individu untuk memberikan referensi produk bagi orang lain. 3). Preferensial adalah kecenderungan perilaku preferensial pada suatu produk. 4). Eksploratif adalah kecenderungan perilaku individu untuk mendalami informasi mengenai produk yang diminatinya. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain kemasan terhadap kualitas produk yang positif dan signifikan atas 3 merek dari 10 sampel diantaranya merek Le Minerale, Aqua dan Crystaline. Hal ini dibuktikan dari hasil uji dari Variabel dependen dan independent yang memiliki nilai relatif besar dari tingkat signifikansi, maka “terdapat pengaruh persepsi desain kemasan produk minuman mineral botol 600 mililiter terhadap kualitas produk yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”.

Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan bersamaan dengan situasi wabah/pandemic covid 19, sehingga sedikit menghambat untuk mendapatkan data dalam wawancara untuk menggali dan mendapatkan data. Kendala teknis ini berkaitan dengan pelaksanaan penelitian di lapangan dan dengan range waktu masa pelaksanaan penelitian yang relatif pendek (waktu efektif hanya dua setengah bulan/ pertengahan bulan Juni sd September 2020).

Namun demikian untuk kesimpulan dari hasil capaian penelitian, menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan skor antara responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menunjukkan korelasi positif antara keputusan pembelian dan desain kemasan pada botol air mineral. Sementara Le Minerale menduduki peringkat pertama dengan pemilih sebanyak 13 responden diikuti oleh Crystaline dan Aqua yang sama-sama dipilih oleh 5 responden. Seluruh kemasan air mineral ini memiliki bentuk yang tidak biasanya pada botol kemasan lain, sehingga hal ini memberikan *point of interest* pada rak minuman mineral maupun etalase sehingga calon konsumen tertarik untuk melihat dan membelinya.

Pustaka.

- Amelia M, Munandar J, Udin F. 2000. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor*. J Teknol Indust Pertanian [Internet]. [diunduh 2011 Juni 18]; 13(3): 97- 107. Tersedia pada: <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/51466>
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. 2007. *Research Methods in Education* (6th ed.). London, New York: Routledge Falmer.
- Hartanto, Mardi Frans. 2009. *Paradigma Baru Manajemen Indonesia: Menciptakan Nilai dengan Bertumpu pada Kebijakan dan Potensi Insani*. Bandung: Mizan.
- Umar H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Marketing Management*. Edisi Indonesia, Bob Sabran (penerjemah). Jakarta (ID): Erlangga.
- Klimchuk, Marianne Rosner, 2007, *Packaging design: succesfull product branding from concept to shelf*. New York City: John Wiley and Sons. Inc.
- Kurniawan, Arief R. 2018. *Dasar-dasar Marketing*. Yogyakarta: Quadrant. Makmur, Rakhmat. 2018. *Manajemen E-Commerce*. Bandung: Informatika. Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja
- Rosadakarya.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia. Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sukaris G. 2009. *Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Atas Atribut Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek X dan Y di Kabupaten Gresik*. Jurnal Logos
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet. Said, Aziz. 2014. *Desain Kemasan*. FSD-Fakultas Negeri Makasar
- Santoso, S. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Koputiana.
- Setia Agustini. *Studi Peningkatan Kualitas Air Minum Dalam Kemasan Merek AM Untuk Memperkuat Daya Saing* (skripsi)

<https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/68844/1/H14sag.pdf>

Wirartha, I Made. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jejak Inovasi Teknologi Sebagai Upaya Pelestarian dan Pengembangan Wayang Beber

Indiria Maharsi

Abstract

Wayang Beber adalah salah satu jenis wayang yang merupakan peninggalan nenek moyang bangsa Indonesia yang perlu untuk dilestarikan. Wayang Beber bentuknya berupa gulungan kertas bergambar yang dibentangkan ke hadapan penonton ketika dipagelarkan. Aspek perkembangan jaman dan lingkungan sosial yang melingkupi keberadaan Wayang Beber turut berperan mempengaruhi berbagai perubahan yang terjadi pada bentuk dan cara presentasi Wayang Beber. Tulisan ini mencoba untuk mencari jejak inovasi teknologi yang menjadi bagian dari upaya pelestarian dan pengembangan Wayang Beber dari sejak awal kemunculannya sampai saat ini. Melalui tulisan ini jejak perubahan Wayang Beber bisa dijadikan sebagai tambahan wawasan pengetahuan baru terhadap upaya pelestarian dan pengembangan artefak budaya lokal agar tetap lestari dan berkembang di masa mendatang.

Keywords: Jejak Inovasi Teknologi, Wayang Beber, Pelestarian dan Pengembangan

PENDAHULUAN

Salah satu kesenian tradisional di Indonesia yang saat ini masih lestari adalah pertunjukan wayang. Pertunjukan tradisional Indonesia yang dikenal sebagai wayang ini pada saat sekarang telah berkembang dalam berbagai bentuk yang memiliki sejumlah perbedaan. Perbedaan tersebut bisa merujuk kepada cara presentasinya ataupun pada bentuk wayang yang dimainkan pada saat pertunjukan. Salah satu wayang yang unik dalam bentuk maupun cara presentasinya adalah Wayang Beber. Wayang Beber bentuknya berupa gulungan kertas Jawa atau *Dhuwang* yang diberi gambar. Ketika dipagelarkan, gulungan-gulungan tersebut akan dibentangkan ke hadapan para penonton, sehingga penonton bisa menikmati gambar demi gambar yang ada dalam gulungan tersebut dengan seksama sambil mendengarkan penjelasan dalang dalam memberikan narasi terhadap gambar-gambar tersebut.

Di sisi yang lain, Wayang Beber ternyata telah ada sejak jaman pra Majapahit dan berkembang sampai ke kerajaan Mataram Islam. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa wayang ini merupakan artefak peninggalan nenek moyang bangsa Indonesia yang telah mengalami perjalanan sangat panjang dengan berbagai dinamika sosial budaya yang menyertainya sehingga sudah sepatutnya dijaga dan dilestarikan. Narasi terkait Wayang Beber sepatutnya pula terus diwacanakan dalam berbagai bidang topik keilmuan agar perbincangan tentang wayang ini tidak ‘mati’, akan tetapi tetap ‘hidup’ dan selalu menyertai dalam perbincangan di ranah seni pertunjukan maupun seni rupa. Hal ini karena ketika berbicara masalah Wayang Beber maka terdapat dua bentuk kesenian disana, yaitu seni rupa yang diwakili oleh gambar yang terdapat dalam gulungan Wayang Beber dan seni pertunjukan yang diwakili oleh presentasi ketika wayang ini dipagelarkan dihadapan audiens.

Dalam Wayang Beber terdapat dua jejak yang bisa dicermati untuk dilihat. Yang pertama adalah jejak gambar (seni rupa) yang terdapat pada gulungan wayang dan yang kedua adalah jejak cara presentasi (seni pertunjukan) ketika wayang ini dipagelarkan dihadapan masyarakat. Hal ini menarik karena dua jejak tersebut mencerminkan spirit jaman, mencerminkan pula kecerdasan pemikiran teknologis yang ditemukan oleh para kreator Wayang Beber pada masa itu. Selain itu, jejak-jejak tersebut memberikan informasi tentang upaya pelestarian yang dilakukan baik untuk Wayang Beber secara khusus maupun

untuk wayang secara umum. Bahwa ternyata, upaya-upaya pelestarian dan pengembangan yang berkaitan dengan inovasi teknologi terhadap Wayang Beber sebetulnya telah dilakukan sejak dulu, bahkan sampai sekarang melalui kontribusi para penggiat seni budaya dengan tujuan agar wayang jenis ini akan tetap lestari kedepannya.

PEMBAHASAN

Inovasi Teknologi

Telah disampaikan diawal bahwa Wayang Beber telah ada sejak jaman pra Majapahit. Dengan demikian perlu kiranya menelisik sumber-sumber yang bisa menjadi rujukan informasi terkait jejak-jejak perkembangan yang terjadi pada Wayang Beber sejak awal mula munculnya. Pada sisi yang lain juga mencari gambaran tentang wujud wayang sebelum Wayang Beber ini hadir di masyarakat. Namun sebelum itu, perlu dipahami terlebih dahulu tentang pengertian dari inovasi teknologi. Menurut Tornatzky dan Fleischer (Dalam Elias G, dkk, 2015: 8) yang dimaksud dengan inovasi teknologi adalah perkembangan dari situasional terbaru dimana orang bisa memperluas kendali mereka atas lingkungan. Dikatakan pula bahwa teknologi sejatinya adalah alat yang memungkinkan seseorang untuk bisa melakukan sesuatu yang baru. Dalam konteks ini berarti transfer teknologi sama dengan komunikasi informasi.

Dengan demikian jejak inovasi teknologi yang terjadi pada Wayang Beber dari sejak awal ditemukannya sampai perkembangannya saat ini berkaitan dengan aspek bahwa jejak tersebut memiliki perkembangan baru yang tentu saja berbeda dari sebelumnya dalam konteks bahwa perkembangan baru tersebut bisa memperluas kendali terhadap lingkungan yang ada. Kemudian yang kedua adalah bahwa teknologi tersebut bisa berbentuk alat yang memungkinkan seseorang untuk bisa melakukan sesuatu yang baru. Dan yang terakhir bahwa ada komunikasi informasi dalam jejak-jejak perubahan tersebut. Hal ini senada pula dengan konteks inovasi seperti yang disampaikan oleh Felicito (2014: 6) yaitu: Memperkenalkan sesuatu yang baru berupa ide yang baru, metode atau alat, serta merujuk juga pada transformasi yang memiliki kegunaan. Boleh jadi dalam perkembangan Wayang Beber, jejak yang tertoreh baik yang termuat dalam catatan sejarah maupun tradisi tutur merujuk kepada inovasi-inovasi tersebut.

Wayang Beber, Inovasi Teknologi dalam Seni Pertunjukan

Wayang Beber sebagai seni tradisi pada mulanya muncul untuk menjawab kebutuhan akan ritual budaya yang ada pada masa itu. Menarik untuk disimak tentang apa yang disampaikan oleh R.M. Sayid, Dewan Ahli Pedalangan Surakarta yang menulis buku '*Bauwarna Kawruh Wayang*' (1980:4). Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa pada mulanya wayang masih berupa goresan gambar pada daun lontar. Bentuk daun lontar yang relatif kecil menyebabkan wayang ini ketika dipagelarkan hanya seperti seseorang yang sedang mendongeng saja, membaca dengan seksama wayang yang berada di daun lontar tersebut. Dalang atau orang yang bertugas menceritakan kisah-kisah di daun lontar itu setelah selesai menceritakan kisah wayangnya kemudian mencopot lembar demi lembar daun lontar itu dan kemudian diberikan kepada penonton untuk dilihat gambar-gambar wayang yang berada di daun lontar yang diceritakan kisahnya oleh sang dalang tadi.

Karena ukuran wayang daun lontar yang relatif kecil maka wayang daun lontar tidak terlalu baik jika dilihat dari sisi seni pertunjukan. Sehingga menurut R.M. Sayid, ada kemungkinan bahwa kemudian terjadi pemindahan gambar-gambar wayang yang berada di daun lontar itu ke bidang yang lebih luas yaitu yang dibuat dari kulit sapi atau lembu. Model bentuk wayang pada saat itu bisa jadi seperti wayang prampokan atau gunung yang utuh sehingga bisa dilihat dari jauh karena ukurannya yang besar. Wayang di kulit sapi atau lembu tersebut dipotong-potong sesuai panjang cerita kemudian ditumpuk dengan urutan tertentu. Wayang tersebut bisa diwarnai dan bisa jadi ditatah ataupun diberi tongkat penyangga sehingga bisa ditancapkan di kayu yang dilubangi atau di batang pisang sehingga bisa berdiri tegak (1980: 5).

Setelah itu wayang yang dibuat di kulit lembu atau sapi tadi dipindah gambarnya ke media yang baru. Media tersebut disebut sebagai *Dluwang*, sejenis kertas yang dibuat dari kulit pohon murbei atau *broussonetia papyrifera* yang pada masa itu banyak dibuat di daerah Ponorogo Jawa Timur sehingga disebut juga sebagai *Dluwang* atau *Dlancang Ponorogo*. Ukuran dari wayang dengan media *Dluwang* ini tentu saja lebih lebar dan besar dibanding wayang yang dibuat dari kulit sapi atau lembu. Sehingga penonton akan lebih mudah untuk melihatnya (Kamajaya, 1981: 13). Dalam hal ini karena medianya berupa *Dluwang* yang seperti kertas maka cara pertunjukan wayang ini adalah dengan membeber atau

membentangkan *Dluwang* tersebut dihadapan penonton, agar penonton bisa menyaksikan gambar yang berada di dalam *Dluwang* tersebut. Kemudian setelah itu dalang menceritakan gambar-gambar yang dilukis didalam *Dluwang* sambil menunjuk bagian gambar yang diceritakan itu dengan menggunakan tongkat kayu. Setelah selesai menceritakan kemudian digulung dan disimpan di tempat penyimpanan (Sayid; 1980: 6).

Cara presentasi wayang yang berupa lukisan pada media *Dluwang* dengan membeber atau membentangkan *Dluwang* tersebut itulah yang kemudian dipakai sebagai nama dari jenis wayang ini, yaitu Wayang Beber. Dan jejak pertama yang bisa dilihat disini adalah bahwa Wayang Beber merupakan sebuah inovasi yang terjadi pada masa itu dalam pertunjukan wayang. Muncul sesuatu yang baru, awalnya berupa wayang pada daun lontar, kulit sapi atau lembu dan kemudian digambar diatas dluwang yang sifatnya seperti kertas. Konteks inovasi teknologi bisa dilihat dari perubahan besar itu sekaligus dampak yang ditimbulkan dari perubahan tersebut. Ada perubahan cara pembuatan wayang baik metode maupun alat yang digunakan. Pada awalnya dengan menggoreskan gambar di daun lontar sampai kepada membuat *Dluwang* yang dilakukan dengan cara tertentu.

Berdasarkan penuturan tokoh masyarakat di Ponorogo didapat informasi bahwa *Dluwang* dibuat dari pohon Gedhog. Pohon ini merupakan pohon yang tumbuh subur di daerah Ponorogo, menjadi pohon yang sangat umum terlihat di daerah itu. Sedangkan tradisi pembuatan *Dluwang* sebetulnya adalah karena wilayah tersebut merupakan daerah pondok pesantren yang membuat buku-buku pelajaran dengan menggunakan bahan-bahan yang mudah didapat di wilayah itu dan pohon gedhog dipilih untuk dipakai sebagai bahan pembuat kertas dimana kertas tersebut nantinya diberi tulisan berupa pelajaran keagamaan dari pondok-pondok pesantren yang berada disana. Kertas buatan Ponorogo tersebut kemudian dikenal sebagai *Dluwang Gedhog* atau *Dlancang Ponorogo*. Adapun cara pembuatan *Dluwang Gedhog* memang cukup sederhana. Langkah pertama batang pohon *Gedhog* tersebut dipotong sesuai dengan keinginan. Lalu kulit dari batang pohon itu dikelupas dengan terlebih dahulu dihilangkan kulit tipisnya. Selanjutnya kulit batang pohon itu ditaruh diatas papan lalu dipukul-pukul sehingga menjadi berbentuk pipih dan melebar. Setelah itu kemudian dijemur dan digunakan jika sudah kering (Setiyono dan

Imam, tokoh masyarakat, Desa Tegalsari, kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo Profinsi Jawa Timur, dalam Wawancara Pribadi, tanggal 9 Agustus 2019).

Alat yang dipakai untuk memukul kulit kayu memiliki berbagai macam bentuk, ukuran dan fungsi dan dalam Bahasa Sunda alat pemukul itu disebut sebagai *pemeupueh*. Bentuk *pemeupueh* dengan tekstur kasar maupun halus memiliki fungsi yang berbeda merujuk kepada tahapan awal, tengah atau akhir dari sesi pemukulan itu. Bahkan berat, ringan maupun besar kecil *pemeupueh* memiliki peran yang berbeda pula dalam sesi tersebut. Ada kemungkinan bahwa metode maupun alat yang digunakan pada saat ini dimana tradisi pembuatan *Dluwang* tetap bertahan di Jawa Barat masih sama dengan yang dilakukan pada jaman dulu, mengingat bahwa apa yang dilakukan oleh penggiat *Dluwang* yang dalam Bahasa Sunda disebut *Daluwang* menggunakan rujukan metode lama yang telah dilakukan oleh para pendahulu pembuat *Dluwang* (Ahmad Mufid Sururi, Toekang Saeh, Jl. Bagusrangin, Bandung, Profinsi Jawa Barat, dalam Wawancara Pribadi, tanggal 28 Januari 2020).

Dengan demikian terdapat perbedaan besar dari perkembangan bentuk wayang dalam tekhnologi cara pembuatan pada waktu itu. Ada sesuatu yang baru terkait jejak perkembangan dari wayang tersebut baik pada bahan, metode pembuatan maupun alat. Sehingga hal ini merubah juga konsep pertunjukan dari wayang yang semula terbatas dalam Visual karena penonton tidak begitu bisa melihat dengan jelas bentuk wayang karena semula hanya kecil karena masih dalam medium lontar dan kulit sapi atau lembu. Kemudian berubah dengan adanya inoVasi dan tekhnologi yang diterapkan dalam pertunjukan wayang. Pertunjukan wayang dalam gayanya yang baru menjadi lebih nyaman ditonton karena media yang digunakan adalah *Dluwang* yang lebar dan besar, mampu ditonton dalam jarak yang jauh. Gambarpun lebih terlihat dengan jelas karena dalam bentuk lukisan yang bisa dikatakan lebih menarik daripada gambar atau lukisan yang ditorehkan di kulit lembu maupun lontar.

Pada saat ini pertunjukan Wayang Beber baik yang dilakukan oleh Wayang Beber Remeng Mangunjaya di Wonosari maupun Wayang Beber Jaka Kembang Kuning di Pacitan memiliki kesamaan. Gulungan Wayang Beber ditancapkan pada lubang yang ada di kotak kayu dimana kotak kayu tersebut merupakan tempat menyimpan gulungan wayang. Lubang pada kotak kayu itu disebut sebagai *ceblokan*. Jadi kotak kayu yang dipakai untuk meyimpan gulungan

Wayang Beber memang dibuat khusus untuk gulungan tersebut dan berfungsi ganda karena selain sebagai kotak penyimpan juga sebagai kotak untuk dipakai pada saat pagelaran. Model kotak kayu tersebut dibuat agar mampu dipakai menancapkan dan membeber gulungan wayang sehingga aspek kemudahan dalam presentasi dan kemudahan dalam menyaksikan pagelaran wayang bisa ditampilkan semuanya. Dan pada saat gulungan wayang dibeber dan ditancapkan di kotak kayu maka dalang kemudian menceritakan kisah yang terdapat dalam lukisan pada gulungan *Dluwang* tersebut kepada penonton dengan menunjuk gambar yang diceritakan itu dengan menggunakan tongkat kayu yang pendek yang disebut dengan *seligi*. Posisi dalang duduk bersila, untuk Wayang Beber Remeng Mangunjaya di Wonosari posisi dalang menghadap gulungan sehingga dengan demikian dalang ini duduk bersila membelakangi penonton. Sedang Wayang Beber Jaka Kembang Kuning di Pacitan, posisi dalang berada dibelakang gulungan atau menghadap penonton.

Jika merujuk kepada penjelasan yang disampaikan oleh Ma Huan, seorang penjelajah asing yang datang pada masa kerajaan Majapahit tahun 1416 dikatakan bahwa ada orang yang melukis manusia, burung, hewan, serangga dan sebagainya pada kertas. Kertasnya berupa sebuah gulungan yang dilekatkan di antara dua rol kayu yang tingginya tiga kaki. Di satu sisi penggulung ini diset sama tinggi dengan kertasnya, sedangkan di dua sisi yang lain penggulungnya menonjol keluar. Dalangnya duduk bersila di tanah dan menempatkan gambar-gambar tersebut di depannya, membuka gulungan satu per satu dan menghadapkannya ke arah penonton, sementara itu dalam bahasa daerahnya dan dengan suara yang keras dia memberikan penjelasan per gambar. Penonton duduk mengelilinginya dan mendengarkan, kemudian tertawa atau menangis tergantung jalan ceritanya (*Mills, 1970: 97*). Selain masa Majapahit, pada masa kerajaan Mataram Islam terdapat juga tulisan asing yang menceritakan Wayang Beber yaitu yang ditulis oleh Thomas Stamford Raffles dalam bukunya *History of Java* terbit tahun 1817. Raffles mencatat bahwa gambaran dari hiburan asli yang berada di daerah Jawa adalah kisah petualangan Menak Jingga dan juga Damar Wulan. Hiburan asli ini dipertunjukkan secara tidak biasa yaitu dengan menggambar dalam lipatan kertas yang bersifat keras, sementara itu dalang kemudian menceritakan kisah dari gambar itu dilengkapi dengan dialog para

tokoh-tokohnya. Pertunjukkan hiburan seperti itu disebut sebagai Wayang Beber (Raffles, 2008: 234).

Jika merujuk kepada dua sumber itu maka aspek pertunjukan Wayang Beber pada jaman Majapahit seperti yang ditulis oleh Ma Huan sepertinya tidak sama karena tidak ada petunjuk yang memberikan gambaran tentang adanya kotak kayu yang dipakai oleh dalang untuk menancapkan gulungan wayang. Hal ini mungkin saja terjadi mengingat bahwa Wayang Beber Wonosari dan Wayang Beber Pacitan dibuat pada masa kerajaan Mataram Islam. Untuk Wayang Beber Jaka Kembang Kuning dibuat pada tahun 1614 dengan sengkalan “*Gawe srabi jinamah ing wong*” (membuat kue Srabi dijamah orang), sedang Wayang Beber Remeng Mangunjaya dibuat tahun 1660 dengan sengkalan “*Tanpa obah wayanging ratu*” (Tidak bergerak wayangnya ratu) (Sayid, 1980: 11-12). Artinya ada kemungkinan penemuan jejak inovasi teknologi alat untuk pegelaran Wayang Beber yang berwujud kotak kayu yang berfungsi sebagai penyimpanan sekaligus pagelaran baru muncul pada masa kerajaan Mataram Islam.

Wayang Beber, Inovasi Teknologi dalam Seni Rupa

Wayang Beber jika ditilik dari aspek seni rupa sebetulnya mengalami beberapa jejak perubahan. Merujuk Serat Sastromirudo disebutkan bahwa pada masa kerajaan Demak, Sri Sultan Syah Alam Akbar sebagai raja pertama kerajaan Islam Demak menyukai Wayang Beber. Namun karena Wayang Beber yang ada pada masa awal kerajaan Demak itu adalah Wayang Beber yang berasal dari Majapahit yang bercorak gambar realis maka oleh para wali Wayang Beber Majapahit itu tidak boleh dipertontonkan di kalangan istana karena gambar realis manusia bertentangan dengan hukum Islam. Pada saat itu para wali membantu membuat wayang yang memiliki karakter yang berbeda, tidak realis tapi merujuk kepada karakter sifat manusia (Kamajaya, 1981: 15). Disebutkan pula bahwa Sunan Bonang yang merupakan salah satu Walisanga membuat Wayang Beber Gedhog untuk mengganti Wayang Beber Majapahit yang realis. Bentuk Wayang Beber Gedhog ini merujuk kepada wayang kulit ciptaan Demak yang digambar miring, wajah tampak setengah sama dan masih memiliki dua mata. Wayang Beber Gedhog ini berlakon riwayat Panji dengan sengkalan “*Wayang Wolu Kinarya Tunggal*” atau tahun 1486 (Sayid, 1981: 15).

Dengan demikian jika melihat hal tersebut, ada transformasi dari Wayang Beber era Majapahit dengan Wayang Beber era kerajaan Demak Islam. Konteks gambar realis yang terdapat dalam Wayang Beber Majapahit tidak sesuai dengan konsep Islam sehingga terjadi transformasi bentuk dari realis seperti bentuk manusia sebenarnya menjadi distilisasi bentuk berdasarkan karakter atau sifat manusia. Menjadi pipih dua dimensional meskipun masih ada terlihat transformasi yang belum utuh dari perubahan itu. Jejak perubahan ini terkait dengan konteks perubahan lingkungan dimana wayang tersebut berada. Ada komunikasi tentang jejak perubahan itu, mengapa berubah dan untuk apa berubah yang tentu saja disesuaikan dengan konsep lingkungan yang baru dan sebagai upaya pelestarian dari artefak nenek moyang dari kerajaan sebelumnya yaitu Majapahit. Transformasi inilah yang dalam konteks ini memiliki kegunaan secara agama, sosial maupun budaya.

Menarik juga untuk disimak adalah bahwa baik pada masa Majapahit maupun pada masa Mataram Islam juga terdapat jejak perubahan dari gambar yang terdapat pada Wayang Beber. Pada masa kerajaan Majapahit pada awalnya gambar Wayang Beber masih berwujud hitam putih. Namun kemudian prabu Brawijaya yang memerintah Majapahit mengutus putranya yang mahir melukis yang bernama Raden Sungging Prabangkara untuk membuat gambar pakaian tokoh-tokoh yang berada pada Wayang Beber dengan cat yang beraneka warna dan sepatutnya untuk tokoh kesatria, punggawa, dan raja. Peristiwa ini terjadi pada tahun 1300 atau diperingati dengan sengkalan “*Tanpa sirna gunaning atmaja*” (Kamajaya, 198: 14). Sedang pada masa kerajaan Mataram Islam terjadi juga perubahan kembali. Pada Wayang Beber yang lebih tua yaitu Wayang Beber Pacitan yang berlakon Jaka Kembang Kuning memiliki gambar yang rumit pada latar belakangnya. Sehingga dalam setiap panel dalam gulungan wayang tersebut penuh dengan lukisan baik latar depan, latar tengah maupun latar belakang. Sedang untuk Wayang Beber Wonosari berlakon Remeng Mangunjaya memiliki gambar yang lebih sederhana, latar belakang tidaklah serumit yang di Pacitan. Merujuk kepada R.M. Sayid dikatakan bahwa Susuhunan Paku Buwono II mengutus untuk membuat gambar Wayang Beber dengan lakon Panji untuk mendampingi Wayang Beber yang sudah ada yaitu Jaka Kembang Kuning. Susuhunan Paku Buwono meminta gambar tersebut sederhana saja seperti jaman yang lama, biar terlihat jelas, mudah untuk dimengerti dan tidak terkesan

terlalu ruwet karena kebanyakan ornamen. Wayang Beber tersebut berlakon Remeng Mangunjaya, menggunakan *Dluwang Ponorogo* dan memiliki sengkalan “*Tanpa obah wayanging ratu*” atau tahun 1660 (1980: 12). Perubahan yang terjadi baik pada masa kerajaan Majapahit maupun pada masa kerajaan Mataram Islam memberikan jejak tentang penyempurnaan Visual yang semula hitam putih diubah menjadi berwarna melalui peran prabu Brawijaya dengan anaknya yang bernama Raden Sungging Prabangkara. Perubahan ini kemungkinan disamping karena teknologi pewarnaan pada saat itu sudah mulai populer dan terlebih lagi terdapat seseorang yang mampu mewujudkan dengan lebih baik gambar-gambar Wayang Beber yang sudah ada. Selain itu pada masa kerajaan Mataram Islam juga ada perubahan dalam aspek kerumitan menuju kepada kesederhanaan. Dalam hal ini aspek fungsional lebih diperhatikan, utamanya aspek fungsi dari sudut pandang para penonton agar lebih memudahkan penonton dalam melihat dan memahami bentuk wayang sekaligus jalan cerita yang disampaikan oleh dalang.

Pelestarian dan Pengembangan dalam Wayang Beber

Paparan yang telah disampaikan sebelumnya tentu saja semua itu bisa dikatakan sebagai upaya pelestarian dan pengembangan Wayang Beber yang terjadi dari awal mula munculnya ketika jaman pra Majapahit sampai kepada jaman Mataram Islam. Jika berbicara persoalan pelestarian dan pengembangan utamanya pada karya seni tradisi jelas sangat berkaitan dengan konserVasi seni dan inoVasi teknologi menjadi bagian integral yang berkaitan erat dengan hal tersebut. Jejak inoVasi teknologi sudah hadir pada masa pelestarian ataupun pengembangan terhadap Wayang Beber ini dari waktu ke waktu bahkan sampai saat ini. Beberapa penelitian maupun penciptaan yang merujuk kepada upaya pelestarian dan pengembangan terhadap Wayang Beber sudah banyak dilakukan baik di Wayang Beber Wonosari maupun Wayang Beber Pacitan. Sehingga bisa dikatakan bahwa upaya konserVasi yang didalamnya berkaitan erat dengan inoVasi teknologi sebetulnya tidaklah berhenti, sampai sekarang masih terus berlangsung. Namun perlulah kiranya dipahami terlebih dahulu terkait pengertian konserVasi itu sendiri.

Merujuk kepada SalVadore Munoz Vinas dalam bukunya yang berjudul *Contemporary Theory of Conservation* (2005: 17-25) disebutkan bahwa terdapat dua

hal dalam konserVasi, yang pertama adalah pelestarian dan yang kedua adalah restorasi. Pestaarian berarti mempertahankan sesuatu seperti apa adanya, tanpa mengubahnya dengan cara apapun. Jadi ini merupakan aktifitas yang menghindari perubahan dari waktu ke waktu. Sedangkan restorasi berarti tindakan yang dilakukan untuk mengembalikan sesuatu kedalam kondisinya yang sempurna, meski tidak sama dengan keadaan asli namun menjadi lebih baik daripada keadaan sebelumnya. Selanjutnya, dalam pelestarian terdapat tiga hal. Pertama adalah pelestarian langsung, kedua adalah pelestarian preventif, dan yang ketiga adalah pelestarian informasi. Pestaarian langsung berarti melakukan tindakan langsung terhadap benda tersebut (menyentuh obyek) seperti membersihkan dengan sikat, melakukan pelapisan, dan lain-lain. Pestaarian preventif lebih merujuk kepada tindakan tidak langsung (tidak menyentuh obyek), dilakukan dengan menitikberatkan kepada perubahan pada lingkungan obyek. Sedangkan pelestarian informasi berarti mempertahankan informasi yang ada dalam teks, bentuk atau yang lain. Untuk pelestarian jenis ini bisa dilakukan dengan menduplikasi, digitalisasi, alih media, dan lain-lain.

Melihat hal tersebut maka bisa dikatakan bahwa pelestarian berarti tidak merubah penampilan dari obyek tersebut, dibiarkan seperti apa adanya. Sedangkan pengembangan lebih merujuk kepada mengambil sebagian atau seluruh informasi dari obyek tersebut dan kemudian disampaikan kepada masyarakat melalui bentuk yang lain atau alih media, ini terkait dengan model pelestarian informasi. Dengan demikian pada saat ini sebetulnya upaya yang dilakukan oleh pemerhati Wayang Beber dalam konteks konserVasi adalah pada ranah pengembangan dengan menggunakan teknologi yang ada pada saat ini untuk memberikan 'nyawa' baru bagi Wayang Beber. Dalam konteks pelestarian, maka bentuk, wujud, dan cara presentasi Wayang Beber tetap sama seperti yang telah dituturkan ataupun dituliskan dalam pakem buku pagelaran wayang. Namun upaya pengembangan bisa dilakukan melalui media dan dengan teknologi apapun. InoVasi yang telah diciptakan dalam upaya pengembangan tersebut memberikan kemungkinan tetap berlangsungnya wacana tentang Wayang Beber tersebut agar selalu bisa dibicarakan dari waktu ke waktu. Seperti pembuatan duplikasi Wayang Beber, penampilan Wayang Beber Jaka Kembang Kuning maupun Remeng Mangunjaya melalui media baru dengan menggunakan *motion comic*, dan lain-lain. Jejak-jejak inoVasi yang melibatkan teknologi

tersebut menjadi jejak-jejak penerus yang semakin melengkapi perkembangan baru yang inovatif dari Wayang Beber.

PENUTUP

Inovasi teknologi dalam jejak perkembangan Wayang Beber memang berkaitan dengan upaya pelestarian dan perkembangan Wayang Beber agar tetap lestari dalam waktu yang lama. Sejak jaman pra Majapahit sampai pada masa kerajaan Mataram Islam jejak tersebut bisa dilihat dari perubahan jenis media yang dipakai dan tentu saja cara membuatnya. Jejak tersebut juga terlihat dari cara presentasi wayang tersebut ketika hadir dihadapan masyarakat penikmatnya. Presentasi yang membutuhkan perangkat atau alat khusus yang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan dari Wayang Beber. Bahkan jejak pelestarian dan perkembangan tetap berlanjut pada saat ini dengan model alih media yang memanfaatkan teknologi yang tepat untuk mempresentasikan Wayang Beber agar lebih kekinian sesuai dengan selera dan perkembangan jaman.

Inovasi teknologi dalam Wayang Beber dalam setiap momen jamannya sebetulnya memberikan pula pemahaman kepada generasi saat ini bahwa pada masa-masa itu ide baru selalu muncul, metode ataupun alat juga selalu hadir untuk menyempurnakan wayang tersebut dan tentu saja segala bentuk transformasi itu merupakan cermin jaman yang sejatinya memperluas kendali terhadap lingkungan yang menyertai keberadaan Wayang Beber. Ada komunikasi yang terbangun melalui jejak-jejak perubahan Wayang Beber tersebut.

Selain itu ada konteks konservasi dalam lingkup pelestarian dan perkembangan Wayang Beber yang mungkin tanpa disadari karena niat awalnya adalah untuk semakin menyempurnakan Wayang Beber agar dapat diterima masyarakat dengan lebih baik. Dalam masa ini jejak-jejak inovasi teknologi Wayang Beber semakin bisa terlihat dengan jelas di depan mata melalui upaya inovatif dari para kreator dalam meng-alih media-kan Wayang Beber menuju bentuk yang baru, bentuk yang representatif dan mewakili semangat jamannya.

REFERENSI

Caluyo, Felicitto S., (2014), *Innovation and the Theory of Inventive Problem Solving (TRIZ)*, IIEE Convention, Manila: 28 November 2014.

- Carayannis, Elias G., dkk, (2015), *Innovation and Entrepreneurship Theory, Policy and Practice*, Springer International Publishing, Switzerland.
- Kamajaya, (1981), *Serat Sastramirudo*, Proyek Penerbitan Buku Sastra Indonesia dan Daerah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Mills, J.V.G., (1970), *Yingyai Shenglan: 'The Overall Survey of the Ocean's Shores' [1433]*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Munoz Vinas, SalVadore, (2005): *Contemporary Theory of Conservation*, ElseVier Butterworth-Heinemann, Burlington.
- Raffles, Thomas Stamford, (2008), *The History of Java*, Narasi, Yogyakarta.
- Sayid, R.M., (1981), *Ringkasan Sejarah Wayang*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Sayid, R.M., (1980), *Bauwarna Kawruh Wayang*, Reksa Pustaka, Solo.

Wawancara

- Ahmad Mufid Sururi. 2020. Dalam Wawancara Pribadi dengan Toekang Sach, Jl. Bagusrangin, Bandung, Profinsi Jawa Barat, tanggal 28 Januari 2020.
- Setiyono dan Imam. 2019. Dalam Wawancara Pribadi dengan tokoh masyarakat, Desa Tegalsari, kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo Profinsi Jawa Timur, tanggal 9 Agustus 2019.

Desain Buku yang Kian Visual

FX Widyatmoko

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Abstrak

Tulisan ini merupakan usaha untuk melihat perkembangan tren desain buku cetak belakangan. Tren tersebut yakni desain buku yang makin Visual. Pengertian makin Visual bisa tertuju pada berbagai ekspresi Visual pada buku seperti penerapan warna pada desain isi buku, gerak-gerik ilustrasi baik gambar maupun foto dalam isi buku, material serta *finishing* cetak, strategi komunikasi Visual dalam isi buku, ekspresi pemerian yang melibatkan bahasa Visual, dan sebagainya. Berbagai ekspresi Visual tadi berkontribusi terhadap sensasi mengalami buku cetak. Tren tersebut perlu dikenali terutama guna memahami praktik desain buku dan profesi desainer buku saat ini, baik desainer sampul, desainer isi, perancang ilustrasi, dan belakangan profesi perancang huruf. Tren tersebut bisa menginspirasi penulis buku sewaktu merencanakan rancangan desain bukunya. Metode pengamatan dalam tulisan ini yakni mengidentifikasi beberapa desain buku yang tertuju pada ekspresi Visualnya. Pengamatan terbatas tadi menggambarkan kecenderungan mengekspresikan desain buku, terutama desain isi yang berbeda dari periode sebelumnya. Kecenderungan ini menyampaikan gerak atau dinamika pemikiran dan praktik (aktiVisme) dalam dunia penerbitan buku cetak di jaman komunikasi digital seperti saat ini. Keragaman dinamika itulah yang menjadi buah-buah dalam tulisan ini. Dari situ boleh dipetik wawasan baru tentang praktik mendesain buku, pun bagi pembelajaran desain. Bagian kesimpulan mencoba menyajikan makna lebih luas maksud dari buku yang kian Visual. Berbagai hal tadi akan disampaikan lewat gaya penulisan yang cenderung populer. Tujuan, agar lebih dekat, terasa hidup, dan terutama nyaman bagi penulis dengan tetap mengindahkan isi serta sisi komunikatif.

Kata kunci: desain buku, ekspresi Visual, gaya desain, pemerian, tren

Abstract

This paper is an attempt to see the recent development of printed book design trends. The trend is the design of books that are more visual. The definition of more visual can be focused on various visual expressions in books such as the application of color to the design of the book's content, illustration movements both pictures and photos in the book's

contents, materials and finishing, visual communication strategies in the book's content, description expressions that involve visual language, etc. These various visual expressions contribute to the sensation of experiencing a printed book. These trends need to be recognized, especially in order to understand the current practice of book design and the profession of book designer, both cover designers, content designers, illustration designers, and finally the font designer profession. This trend can inspire book writers when planning the design of their books. The method of observation in this paper is to identify several book designs that are focused on their visual expression. This limited observation illustrates the tendency to express the design of the book, especially the design of the content which is different from the previous period. This tendency conveys the movement or dynamics of thought and practice (activism) in the world of printed book publishing in the era of digital communication as it is today. This diversity of dynamics is the fruit of this paper. From there, new insights can be learned about the practice of designing books, even for design learning. The conclusion section tries to present a broader meaning of the more visual meaning of the book. The various things mentioned above will be conveyed through a writing style that tends to be popular. The goal is to make it closer, feel alive, and especially comfortable for the author while still paying attention to the content and the communicative side.

Keyword: book design, visual expression, design style, description, trend

Pendahuluan

Desain buku merupakan bidang desain grafis yang cukup penulis akrab. Keakraban tersebut baik dalam desain sampul, desain isi, ilustrasi, dan sedikit tentang tipografi. Tren perbukuan penerbit Yogyakarta era 90-an hingga 2000-an memberi nuansa perubahan pada desain sampul yang sedang berlangsung saat itu. Akan tetapi tren tersebut kurang begitu menyentuh sisi desain isi buku. Namun, tidak berarti di sana tidak berlangsung perubahan dalam desain isi. Desain isi buku juga mengalami perubahan. Hal itu dapat disimak di beberapa buku terutama yang melibatkan seniman sebagai ilustrator isi, hanya saja tren desain sampul yang terasa lebih terlihat, teringat, dan diikuti.

Waktu pun berjalan, dan perbukuan sampai di era internet/digital dengan perangkat baca yang juga digital. *Smartphone* memfasilitasi akses informasi serta produksi yang bisa dikerjakan dalam genggam tangan. Membaca buku bisa melalui *smartphone* dalam wujud buku digital (*ebook*). Hadirnya perangkat baca digital dan buku digital tidak serta merta meredupkan buku cetak. Sebaliknya, justru yang berlangsung di buku cetak yakni perubahan

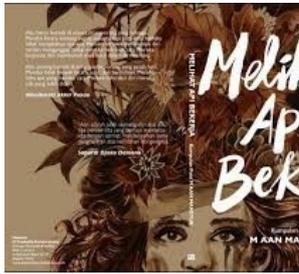
desain isi buku. Perubahan tersebut yaitu desain isi buku yang kian Visual. Perubahan yang kian Visual inilah yang coba dikenali dalam tulisan ini. Apa saja ekspresi dalam desain buku yang kian Visual tersebut?

Bab pembahasan mencoba mengulas berbagai bentuk ekspresi Visual desain buku. Ragam bentuk ekspresi Visual tersebut tentang ilustrasi, tipografi atau seni huruf, ruang kosong, teknik cetak dan *finishing*, penerapan multi warna, dan Visual sebagai gaya dan konten. Berbagai ulasan tadi menjadi data yang coba dideskripsikan melalui pengamatan langsung pada berbagai artefak desain buku, didukung data dari wawancara tidak formal dengan rekan-rekan di penerbitan buku. Di bagian akhir tulisan ini akan disajikan kesimpulan atas berbagai ekspresi Visual tadi. Berbagai ulasan dan kesimpulan dalam tersebut sifatnya terbatas, berdasarkan data yang saya punya serta yang saya jumpai.

Pembahasan Gerak yang Ilustratif

Buku-buku sastra umum menyertakan ilustrasi isi. Fungsi ilustrasi di situ beragam, seperti membangun kesan dalam cerita, menggambarkan suasana, menggambarkan tokoh cerita, atau untuk fungsi penghias. Dari sisi pemaknaan pun ada ilustrasi yang mudah ditangkap pesannya, yang simbolik, hingga yang bermakna plural misal ilustrasi bergaya abstrak.

Buku-buku puisi termasuk yang belakangan giat mengilustrasikan halaman-halaman isi. Ragam ilustrasinya bisa berupa gambar ilustrasi manual, kolase, atau fotografi. Jika novel merupakan cerita yang panjang, dan yang lebih pendek dari novel yakni cerpen, puisi menyajikan yang banyak lewat yang sedikit. Peran ilustrasi dalam buku puisi jadi tidak sederhana mengingat dalam puisi mengandung pesan melalui 'sedikit tapi berbicara banyak'. Lantas jadi tidak mudah juga desain sebuah buku kumpulan puisi yang menghadirkan ilustrasi yang cukup banyak, serta judul puisi yang dibuat dengan gaya tulisan tangan seperti pada buku *Melihat Api Bekerja*, kumpulan puisi M Aan Mansyur, dengan ilustrasi oleh Emte atau Muhammad Taufik, terbitan Gramedia. Ilustrasi buku ini pun dipamerkan sebagai sebuah pameran seni rupa.



Gambar 1. Desain sampul buku kumpulan puisi *Melihat Api Bekerja*. **Sumber:** Internet (2016).



Gambar 2, 3. Dokumentasi pameran ilustrasi buku kumpulan puisi *Melihat Api Bekerja*. **Sumber:** Internet (2016).



Gambar 4, 5, 6. Desain isi buku kumpulan puisi *Melihat Api Bekerja*. **Sumber:** Internet (2016).

Dari medan lain, dan mungkin medan ini cukup khas, yakni penerbitan buku dari karya yang dihasilkan mahasiswa tugas akhir perkuliahan desain komunikasi Visual. Beberapa mahasiswa merancang buku ilustrasi sebagai pilihan media dalam tugas akhir. Yang menarik yakni usaha untuk menerbitkannya. Tidak banyak karya tugas akhir yang kemudian diterbitkan sebagai buku umum. Dalam pembelajaran formal desain komunikasi Visual desain buku yang ilustratif merupakan hal yang biasa, dan jika kemudian diterbitkan menjadi buku yang bisa diakses untuk masyarakat hal tersebut merupakan andil dalam memberi ragam desain buku di pasaran.

Beberapa karya tugas akhir yang diterbitkan untuk umum tersebut ada yang diterbitkan secara mandiri. Ada pula yang diterbitkan melalui penerbit. Penerbit ini pun beragam asal-usulnya, salah satunya yang bermula dari usaha *digital printing*. Besar kemungkinan usaha *digital printing* yang membuka lini

penerbitan tidak bersaing dengan sesama penerbit tapi bersaing dengan sesama usaha *digital printing*.¹

Sebagai gambaran berlangsungnya persaingan bisnis, usaha *digital printing* di Yogyakarta cukup banyak, tersebar di beberapa lokasi di Yogyakarta. Ada yang berada di Yogyakarta bagian selatan (Bantul), ada yang di Yogyakarta bagian utara (Sleman), ada yang di kota (Kota Yogyakarta), dan sebagainya. Singkatnya, cukup banyak pilihannya. Mahasiswa termasuk salah satu target pasar yang potensial. Pernah pula berlangsung sebuah pameran desain grafis yang disponsori oleh perusahaan *digital printing*, digelar di Yogyakarta Dagadu yang merupakan ruang kreatif di Yogyakarta.²

Cetak *digital printing* juga dipilih oleh beberapa penerbit buku. Cukup banyak desain sampul yang dicetak menggunakan *digital printing*, sedang untuk cetak isi bisa menggunakan cetak *offset*, cetak mesin toko, *print copy*, atau semuanya melalui *digital printing*. Terbitan buku yang menggunakan *digital*

¹ Informasi *digital printing* di Yogyakarta yang membuka layanan menerbitkan, mencetak, dan mendistribusikan buku saya peroleh sewaktu bercakap-cakap dengan Arsita Pinandita (jelang pertengahan tahun 2020), sewaktu dia menerbitkan bukunya di penerbit berlatar *digital printing* di Yogyakarta. Saat itu saya diminta tolong untuk menjadi editor untuk buku Arsita Pinandita tersebut. Hubungan Dito, demikian ia sering disapa, dengan pemilik *digital printing* tersebut yakni sebagai teman. Dito merupakan alumni Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, dan pengajar desain komunikasi Visual di STT Telkom Purwokerto. Setelahnya terdapat adik kelas Dito yang juga menerbitkan tugas akhir dan diterbitkan di penerbit yang sama dengan penerbitan buku Dito. Bagi saya usaha *digital printing* yang membuka layanan menerbitkan buku merupakan gaya baru penerbitan buku di Yogyakarta, meski nama antara perusahaan *digital printing* dengan nama penerbitan tersebut dibedakan. *Digital printing* umum menjadi rujukan mahasiswa, atau masyarakat luas, untuk mencetak sampul dan isi buku, dan beberapa membuka layanan hingga tahap akhir yakni *finishing* cetak. Meski demikian hubungan antara *digital printing* dengan penerbitan buku perlu dicari lebih jauh silang pengaruhnya. Dari sisi penerbitan yang memiliki layanan *digital printing* ada yang membuka layanan penerbitan buku. Perusahaan *digital printing* yang kemudian membangun usaha penerbitan buku (dengan nama yang berbeda), dengan penerbitan yang memiliki layanan *digital printing* (dengan nama yang mirip nama penerbitannya), sama-sama mengoptimalkan mesin dan sumber daya manusia namun penyikapannya bisa jadi berbeda karena menerbitkan buku tidak sebatas persoalan teknis mengoperasikan mesin tetapi juga kualitas manusia yang berurusan dengan konten, seperti editor, desainer tata letak isi, desainer sampul, dan di beberapa kesempatan juga melibatkan ilustrator.

² Pameran berjudul *Beyond Imagination*, Yogyakarta Dagadu, November-Desember 2019, yang disponsori oleh perusahaan *digital printing* yang sedang promo layanan *digital print* terbaru yakni *print* warna emas, perak, dan *print* di kertas berwarna gelap.

printing cukup memadai untuk penerbitan buku dalam jumlah terbatas, misal untuk penawaran buku *print on demand* (POD). Penerbit mandiri, atau penerbit independen merupakan penerbit yang biasa menggunakan teknik *digital printing*. Penerbit besar (mayor) pun menggunakan *digital printing* terutama untuk uji pasar terbitan awal sebuah buku dengan model POD³. Layanan terbitan model demikian juga berlangsung pada penerbit yang sekaligus memiliki usaha percetakan serta *digital printing*. Salah satu keunggulan *digital printing* yakni bisa mencetak berwarna, harga relatif terjangkau, meski dalam jumlah banyak lebih ekonomis jika cetak *offset*. Singkatnya, pilihan ekonomi juga disertai pilihan metode produksi dalam hal ekspresi Visual dan material.



Gambar 7, 8. Buku berjudul *Lerem*, karya DoVa Fes, diolah ulang dari karya tugas akhir DoVa di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta. Buku tersebut diterbitkan oleh Penerbit Bakul Indonesia (bakbuk.id) pada Juni 2020 dan dijual secara daring. Perbedaannya yakni pada buku yang dijual untuk umum bersampul tebal (*hard cover*), desain sampul yang baru, sedang untuk isi bukunya sama antara karya tugas akhir dengan terbitan barunya. **Sumber:** DoVa (2021).

Gambar 9. Buku filsafat, atau karya filsuf, yang diterbitkan oleh KPG (kelompok Gramedia), dengan format berukuran sedikit lebih kecil dari A5, dan bersampul tebal (*hard cover*). **Sumber:** Internet (2021).

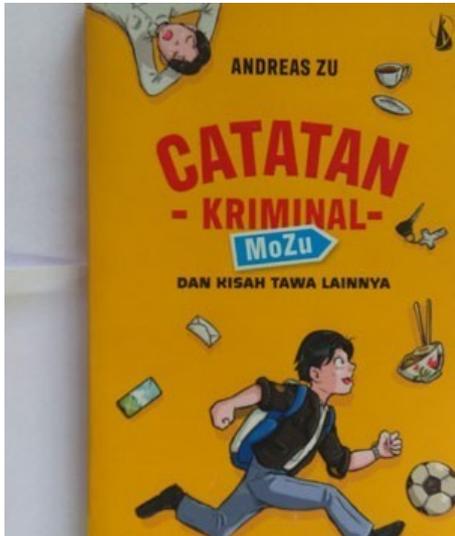
³ Sejak Pandemi CoVid-19 tren menerbitkan melalui POD menjadi hal yang biasa, termasuk di penerbit mayor. Besar kemungkinan buku tersebut diproduksi menggunakan *digital printing*.

Desain isi buku yang kian ilustratif tidak sebatas tertuju pada gambar. Desain isi buku yang kian ilustratif juga tertuju pada tulisan atau tipografi desain. Kemudahan menggunakan perangkat lunak desain grafis dalam mendesain tata letak, misal Adobe Indesign, turut memfasilitasi ragam kreasi penerapan huruf desain isi buku. Berbagai ragam pemerian bisa diekspresikan lewat perangkat lunak tersebut, yakni dalam hal penataan, pemilihan huruf, ukuran huruf, serta sisi internal huruf (*legibility, readability, visibility*) termasuk pengelolaan ruang kosong seperti *margin* halaman dan jarak antar baris atau *leading*.

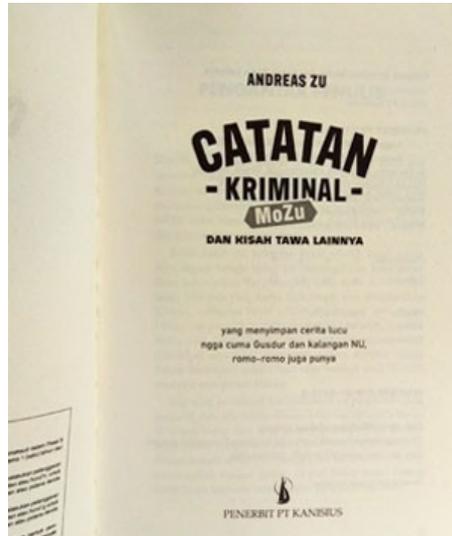
Buku *Catatan Kriminal MoZu dan Kisah Tawa Lainnya* karya Andreas Zu (Kanisius, 2021) merupakan sebuah buku yang di dalamnya terdapat keragaman gambar dan pemerian tulisan. Di halaman judul dalam yang terdapat logo penerbit pun selain memuat judul, sub judul, dan nama penulis masih disertakan teks lain untuk membangun citarasa tawa sebagai sebuah buku humor. Pada halaman judul berlogo penerbit tersebut tertulis “Andreas Zu/ Catatan – Kriminal – Mozu dan Kisah Tawa Lainnya/ yang menyimpan cerita lucu ngga Cuma Gusdur dan kalangan NU, romo-romo juga punya/ logo dan nama penerbit. Berikut pemerian halaman judul dalam buku *Catatan Kriminal MoZu dan Kisah Tawa Lainnya*.

Pemerian	Teks	Penempatan pada halaman	Keterangan
Nama	Andreas Zu	Paling atas	Hal umum
Judul	Catatan – Kriminal – Mozu dan Kisah Tawa Lainnya	Di bawah nama penulis	Hal umum
Teks Tambahan	yang menyimpan cerita lucu ngga Cuma Gusdur dan kalangan NU, romo-romo juga punya	Di atas logo penerbit, di bawah judul	Kurang/tidak umum
Penerbit	Penerbit PT Kanisius	Paling bawah	Hal umum

Tabel 1. Pemerian pada halaman judul dalam berlogo penerbit buku *Catatan Kriminal Mozu*.
Sumber: Widyatmoko (2021).



Gambar 10. Desain sampul depan buku *Catatan Kriminal MoZu*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 11. Desain halaman judul dalam buku *Catatan Kriminal MoZu*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 12. Berbagai selingkung teks pada isi buku *Catatan Kriminal MoZu*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 13, 14. Header berupa gambar untuk identitas bagian/bab pada isi buku *Catatan Kriminal MoZu*. Foto: Widyatmoko (2021).



Uniknya, halaman isi buku *Catatan Kriminal MoZu* yang dibagi ke dalam tiga bagian, di setiap judul tulisan di tiap bagian tersebut disertakan ilustrasi pada bagian atas halaman. Keseluruhannya terdapat tiga ilustrasi pada bagian atas halaman tersebut. Dalam pemerian buku praktik ini dikenal dengan istilah

header dengan wujudnya berupa teks atau tulisan. Dalam buku *Catatan Kriminal MoZu* *header* tersebut berwujud gambar.

Pun dengan pemerian tulisan. Di beberapa bagian dapat dijumpai beragam ekspresi huruf, baik sebagai *quote text*, atau teks penekanan, dan berbagai macam teks lain yang mengekspresikan pesan/kesan tertentu. Selain itu bisa kita jumpai teks pada ilustrasi kartun yang terdapat di beberapa bagian tulisan. Ekspresi tulisan pada ilustrasi kartun ini meminjam bentuk teks pada komik yang dikenal sebagai balon bicara.

Buku kumpulan humor *Catatan Kriminal MoZu* cukup semarak dalam hal ekspresi tulisan, gambar bergaya Manga, serta pemerian yang melibatkan Visual. Berbagai kesemarakan tadi memperkuat kesan (mengilustrasikan) buku yakni sebagai desain buku humor yang cukup *ngetren*. Dan, barangkali, lewat berbagai kesemarakan namun tetap terkontrol ini menggambarkan adanya pengaruh prinsip *scannability* seperti yang biasa terdapat di media baca digital. Prinsip *scannability* tersebut yakni sewaktu kita buka-buka sekilas isi buku (*scanning*) dan tertarik dengan berbagai kemunculan penjeda Visual yang tertata di dalamnya.⁴

Dari ruang lain, yaitu ruang perbukuan yang diterbitkan bersama-sama atau kolektif, sebuah buku diterbitkan karena ada momen tertentu. Kerap momen tersebut tercetak dalam wujud partisipasi. Partisipasi isi ada yang berwujud ekspresi Visual. Buku berjudul *Kutemui Kau di Seberang Ujung Jalan: Senarai Sajak & Catatan Harian Pupud BS*, buah karya Pupud BS yang dihimpun rekan-rekannya, diterbitkan setahun selepas Pupud BS meninggal dunia. Buku terbitan Mepi Project, bersama Pagarmangkok, penerbit Nyala, Ruang Baca Mata Merah, penerbit Sastra Sewu, serta Yayasan Serupa ini menghadirkan puisi-puisi dan catatan harian Pupud BS. Di bagian isi buku hadir berbagai ilustrasi yang diciptakan oleh teman-teman Pupud BS. Pupud BS adalah mahasiswa Jurusan

⁴ Ulasan tentang prinsip *scannability* dalam desain *multiple pages* dapat dilihat di buku *Percakapan Huruf: Prinsip Tipografi Desain* (Gramedia, 30 Agustus 2021). Di bagian Wawasan & Pustaka Dasar (halaman 22) buku ini dijelaskan bahwa prinsip *scannability* dipengaruhi oleh kebiasaan kita sewaktu membaca di perangkat digital, yakni kecenderungan terjadi *misleading*, serta kebiasaan awal sebelum membaca yakni *menscroll* keseluruhan teks yang kemudian memutuskan untuk membacanya atau tidak.

Kriya Seni ISI Yogyakarta, dan ia meninggal dunia sewaktu masih berstatus sebagai mahasiswa dan sedang menempuh tugas akhir. Rekan-rekan yang terlibat dalam penerbitan buku Pupud BS tersebut tidak saja rekan-rekan mahasiswa. Beberapa dari luar kampus, serta dari kota asal Puput lahir yakni rekan-rekan dari kota Jepara, Jawa Tengah.



Gambar 15. Desain sampul buku *Kutemui Kau di Seberang Ujung Jalan*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 16. Ilustrasi untuk halaman sekapur sirih dalam buku *Kutemui Kau di Seberang Ujung Jalan*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 17, 18. Ilustrasi dan puisi dalam *Kutemui Kau di Seberang Ujung Jalan*. Ilustrasi dirancang oleh teman-teman Pupud BS. **Foto:** Widyatmoko (2021).

Menggunakan teknik cetak *print copy* di kertas *book paper* untuk isi buku, dan *digital printing* pada sampul, kehadiran berbagai ilustrasi dalam buku *Kutemui Kau di Seberang Ujung Jalan* bermaksud mengenang dan memberi penghargaan untuk almarhum Pupud BS dengan cara yang cukup sederhana namun kesederhanaan yang ditata dengan *apik*. Besar kemungkinan kita berjumpa dengan berbagai buku serupa, hanya saja kerap buku-buku tersebut kurang muncul di dunia penerbitan pada umumnya. Setidaknya buku-buku ini memberi keragaman Visual dunia desain buku. Menariknya, dalam *project* buku Pupud BS juga hadir beberapa penerbit buku yang terlibat dalam penerbitan buku tersebut. Boleh jadi gerak ekspresi Visual buku-buku serupa dari medan yang, katakanlah terbatas, mewarnai ekspresi Visual buku-buku pada umumnya. Itu berarti dalam penerbitan buku berlangsung pembauran budaya dari berbagai ruang, dan lewat pembauranlah berlangsung saling pengaruh dalam dunia penerbitan buku yang lebih luas, termasuk dalam hal ekspresi Visual desain isi buku. Seperti pada judul buku Pupud BS tadi, “*Kutemui Kau di Seberang Ujung Jalan*”, sebuah perenungan yang menggambarkan ada sesuatu yang tak berlangsung di sini namun ada di sana. Selanjutnya yakni jalan untuk menemuinya. Ini penting karena desain, dalam konteks ini desain buku, tidak selalu diberi warna dari narasi industri.

Desain buku juga diberi warna dari narasi komunitas, dari narasi tradisi. Dengan begitu desain kian menemui berbagai ekspresi dan makna yang juga lebih luas, tak sebatas dari industri.

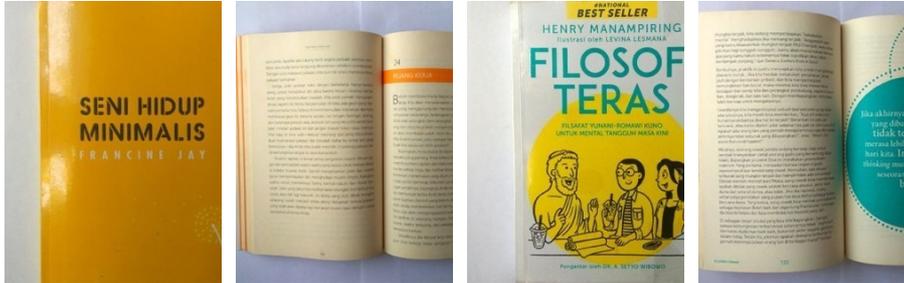
Multi Warna

Tren lain dalam ekspresi Visual desain buku yakni cetak isi yang menerapkan warna lebih dari satu, atau kita sebut saja multi warna. Sependek yang penulis jumpai dan amati penerapan multi warna bisa tertuju ke berbagai maksud. Misal, untuk membangun kesan psikologis, untuk menebalkan prinsip pemerian atau bagian isi buku, atau untuk fungsi seni (*artsy*). Istilah multi warna berbeda dari penuh warna (*full color*), apalagi penuh warna cukup cukup umum untuk penerbitan buku yang memang idealnya berwarna seperti buku masakan, lukisan, atau buku untuk anak-anak.

Beberapa buku terbitan kelompok Gramedia dan yang bergenre Self-ImproVement mencetak isi buku menggunakan dua warna. Buku genre Self-ImproVement berjudul *Seni Hidup Minimalis* (Francine Jay, cetakan ketiga Februari 2019), cetak isi dua warna, yakni hitam dan jingga, dengan kertas isi *book paper*. Kehadiran warna jingga di beberapa bagian isi buku ini justru memperkuat kesan minimalis.

Buku genre Self-ImproVement berjudul *Filosofi Teras: Filsafat Yunani-Romawi Kuno untuk Mental Tangguh Masa Kini* (Henry Manampiring, cetakan keenam Maret 2019), cetak isi dua warna yakni toska dan hitam, dengan kertas isi *book paper*. Pada bagian sampul disertakan nama ilustrator buku (LeVina Lesmana). Profil penulis dan profil ilustrator diletakkan di halaman terakhir isi buku. Ilustrasi mendapat peran penting dalam buku ini.

Penerapan multi warna tadi memberi kekhasan pada genre buku-buku Self-ImproVement terbitan kelompok Gramedia. Kecenderungan bentuk yang demikian (*duo tone*) juga berlangsung di penerbit lain. Desain isi buku pun jadi berwarna namun tidak penuh warna, selektif, dan bisa membangun sisi pemerian isi, bahkan menjadi selingkung *genre* atau terbitan. Antara *yang estetik* (warna) dengan *yang administratif* (pemerian), dan identitas (selingkung) saling memperkuat bentuk sebuah terbitan, dan hal tersebut diekspresikan melalui bagaimana mengelola multi warna.



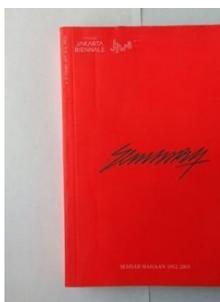
Gambar 19, 20, 21, 22. Buku Self-ImproVement. Foto: Widyatmoko (2021).

Penerapan multi warna juga hadir di beberapa buku terbitan penerbit lain, baik penerbit buku di Yogyakarta, maupun di kota lain. Beberapa buku fiksi maupun non fiksi pada lembar pertama setelah sampul menghadirkan material kertas berbeda dari material kertas sampul maupun kertas isi. Lembar tersebut berupa lembar berwarna. Kadang warnanya senada dengan warna pada desain sampulnya. Penerapan ini bisa untuk memerkuat memori bentuk sebuah buku. Bisa pula untuk mempersulit jika buku dibajak karena pembajak buku umumnya mencetak buku dengan produksi minimal, misal isi menggunakan teknik cetak fotokopi dengan desain sampul dari hasil menscan desain sampul buku yang dibajak.⁵

Buku terbitan Nyala, sebuah penerbit di Yogyakarta, bekerjasama dengan Yayasan Jakarta Biennale menerbitkan buku berjudul *Seni Manubilis: Semsar Siahaan 1952-2005* (terbit November 2017), pada lembar pertama setelah sampul menggunakan kertas dengan cetakan warna merah, dan pada halaman tersebut hanya terdapat logo penerbit (Nyala) yang dicetak warna putih yang

⁵ Perbincangan saya dengan rekan di penerbitan tentang kiat agar buku tidak mudah dibajak yakni bersama Ganjar Sudibyo (sekitar awal tahun 2021). Ganjar adalah pemilik penerbit Rua Aksara, sebuah penerbit yang berlokasi di Yogyakarta. Perbincangan kami saat itu tentang pendekatan Visual dengan teknik cetak manual yang otentik dan serba tidak sama menjadi gagasan yang boleh dicoba diterapkan pada tiap eksemplar terbitan guna menyiasati pembajakan buku. Intinya, melibatkan sisi Visual serta teknik penciptaannya. Sedang perbincangan saya sebelumnya, yakni bersama Topan Akbar, pemilik penerbit Nyala yang juga berlokasi di Yogyakarta, penerapan metode multi warna pada lembar pertama balik sampul yakni untuk membangun keteringatan bentuk desain buku penerbitan. Hanya saja, cara ini umum diterapkan di beberapa penerbit yang juga membangun memori bentuk/signature/selingkung desain buku terbitannya.

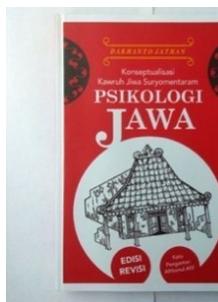
ditempatkan di bagian bawah pada halaman. Buku lain dengan desain cetakan multi warna serupa atau dengan cara berbeda misal pada halaman pertama setelah sampul pada buku *Psikologi Jawa: Konseptualisasi Kawruh Jiwa Suryomentaraman*, karya Darmanto Jatman (terbit pada Januari 2021), oleh penerbit Rua Aksara (Yogyakarta). Lembar pertama setelah sampul buku *Psikologi Jawa* tersebut menggunakan material kertas yang sama dengan material kertas teks isi, hanya saja pada lembar pertama tersebut didesain judul buku dan diberi bidang latar lingkaran berwarna merah, warna yang senada dengan warna dominan dan bidang dominan pada disain sampulnya (warna merah dan lingkaran).



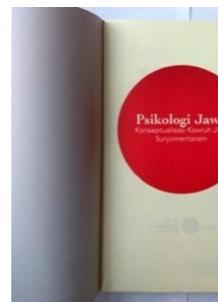
Gambar 23. Sampul buku *Semsar Siahaan*.
Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 24. Halaman balik sampul buku *Semsar Siahaan*. **Foto:** Widyatmoko (2021).



Gambar 25. Sampul buku *Psikologi Jawa*.
Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 26. Desain halaman balik sampul buku *Psikologi Jawa*.
Foto: Widyatmoko (2021).

Berbagai penerapan multi warna pada lembar pertama setelah sampul buku mampu membangun identitas terbitan. Siasat tersebut juga menjadi cara agar buku tidak mudah untuk dibajak. Singkatnya, ekspresi Visual menjadi cara atau usaha untuk membedakan diri, termasuk membedakan diri dengan buku Versi bajakan karena motif pembajak yakni biaya semurah mungkin, sedang penerapan desain multi warna membutuhkan biaya tambahan. Mengapa penerapan multi warna ini penting? Salah satunya karena pembajakan buku juga dimudahkan dengan hadirnya teknologi dan perangkat lunak serta perangkat keras digital seperti *digital print copy*, *scanner*, dan *digital printing*.

Teknik Cetak dan *Finishing*

Maksud teknik cetak dan *finishing* yakni bahwa berlangsung penerapan model penggarapan buku *do it yourself* (DIY) ke penerbitan buku pada umumnya. Ada buku yang menerapkan teknik dan *finishing* yang, katakanlah, kurang umum untuk terbitan buku pada umumnya. Tujuannya mungkin mau membangun semantik isi buku. Eksplorasi teknik cetak dan *finishing* juga menjangkau jenis kertas yang digunakan. Ada juga yang menerapkan teknik cetak yang ramah lingkungan seperti penggunaan pewarna dari alam, atau penggunaan kertas bekas. Di sisi lain eksplorasi teknik cetak dan *finishing* menjadi hal yang umum pada terbitan buku-buku seni rupa, termasuk katalog pameran seni rupa yang bergaya buku.

Buku *Satwika Rasa/2* karya Janti Alterjiwo, dengan ilustrasi dan desain oleh Sandat Wangi, produksi dan penjilidan oleh @Vitarlenogy, selain unik dalam ilustrasi juga unik dalam hal *finishing*nya. *Finishing* buku tersebut yakni *finishing* jahit dan dikerjakan secara manual. Di bagian Sekapur Sirih buku yang bergaya jurnal tersebut disampaikan bahwa,

“Kolaborasi kedua adalah dengan sahabat bernama Tarlen Handayani, yang dalam kesehariannya berprofesi sebagai tukang jilid (*book binder*) dengan kehandalan kemampuan *craft*nya. Aku mendapuk dirinya untuk mengkreasikan jilidan simpul dan sampul jurnal agar catatan-catatan menjurnal serta kedua buku resep yang ada dapat rapi disatukan.” (h. 10)

Dapat kita jumpai berbagai pemikiran yang bersentuhan dengan estetika dalam pernyataan tersebut antara lain *craft*, mengkreasikan, serta pilihan penyebutan dimensi kerja yakni tukang jilid. Kesan buku berisi resep masakan yang desainnya ilustratif ini mungkin dekat dengan sebutan di jaman sekarang yakni *artsy*. Gagasan tentang *artsy* selain berlangsung di dunia seni juga berlangsung di dunia *craft* dengan hadirnya sentuhan atau ekspresi kerja manual, atau berseberangan dengan otomatisasi dan digital. Maksud digital di situ yakni menggunakan peran teknologi baru namun terbatas, secukupnya atau seperlunya, sedang peran, ekspresi, serta sentuhan manusia (*humanize*) lebih diutamakan. Di balik kerja penjilidan yang demikian berlangsung nilai kerja yang menghargai peran manusia, memunculkan kembali desir-desir emosi

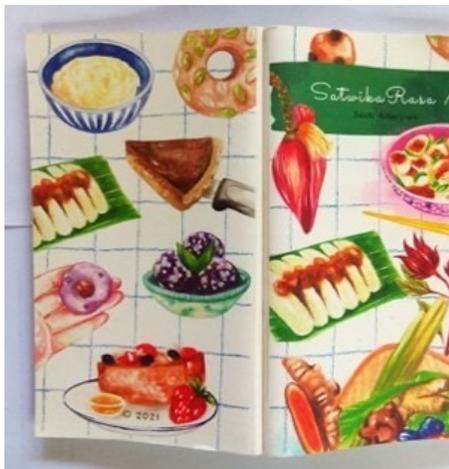
persentuhan yang nyata, indrawi, menjadi nilai penting terutama di jaman yang segala sesuatunya kian otomatis dan serba digital. Manusia di sini bukan sebagai fitur. Manusia di sini sebagai nilai, sebagai – meminjam ungkapan si penulis – sahabat. *Artsy* pun (kembali) mewarnai praktik perbukuan. Pesona tersebut juga menggambarkan bahwa desain hari ini adalah tentang kapasitas untuk membangun *signature* diri, dan *signature* diri juga berlangsung di desain buku yang kian Visual, dan itu dapat dikerjakan bersama-sama (*co-working*). Singkatnya, estetika yang bersosio-*signature*.

Desain sampul buku *Meledak Metropolitan: Mempertanyakan (Ke)jakarta(an) dalam Karya-Karya Benny dan Mice 1997-2008*, buku karya Mohammad Hadid (terbitan Tan Kinira, 2013), cukup unik ekspresi Visual desain sampulnya. Isi buku ini dicetak *offset*, menggunakan kertas *book paper*, sedang desain sampulnya dikerjakan menggunakan teknik cetak saring (sablon), fotokopi, dan *spray* atau cat semprot. Beberapa warna pada ilustrasi desain sampul buku tersebut berbeda-beda. Hal itu saya ketahui sewaktu saya menanyakan pada penggarapnya lalu melihat arsip produksi desain sampul buku tersebut. Cat semprot yang digunakan yakni sisa cat semprot yang dikumpulkan dari beberapa orang teman desainer sampul buku tersebut. Pun dengan imaji cetak saringnya yang dirancang berserpihan sebagai simbol wajah (ke)jakarta(an). Impresi *do it yourself* terasa kuat hadir pada desain sampul buku ini. *Do it your self* tadi sebenarnya menggambarkan kerja bersama, yakni penerbit, penulis, dan desainer. Artinya, *your* di situ tertuju pada dunia sosial, hanya saja ruang lingkungannya terbatas.

Teknik cat semprot dan fotokopi yang selama ini identik dengan seni jalanan dan *gank* dihadirkan dan menjadi strategi komunikasi guna mencitrakan wajah sampul depan buku Hadid tentang wajah (ke)jakarta(an). Hal itu menggambarkan berlangsungnya praktik dalam arena Visual desain sampul buku yang meminjam referensi dari medan lain, yakni *street art*. Boleh jadi peminjaman ini bertujuan mau mengimajinasikan, tepatnya mempertanyaan ke-kota-an. Aspek penting dalam produksi desain sampul buku Hadid tadi yakni penggunaan cat sisa yang sebelumnya telah digunakan namun tidak untuk keperluan produksi desain sampul atau perbukuan. Asal-usul bahan produksi yang juga lintas kegunaan. Material, dengan demikian, menjadi medium yang membawa pesan dan imaji lintas ruang.



Gambar 27, 28. Finishing jahit manual buku *Satwika Rasa/2*. Finishing jahit yang unik, kreatif, dan memperlihatkan punggung buku dan bagian jahitan di dalam yang tidak seperti biasanya pada umumnya, sedang pada perajin buku hal tersebut menjadi kreatifitas finishing desain buku. **Foto:** Widyatmoko (2021).



Gambar 29. Sampul buku *Satwika Rasa/2*, desain punggung yang unik **Foto:** Widyatmoko (2021).



Gambar 30. Ragam sampul *Meledek Metropolitan*. **Sumber:** Arsip Widyatmoko (2014).

Sentuhan *craftmanship* dalam desain buku memperluas pesan buku sebagai medium. Pesan tersebut tidak saja tentang sisi artistik. Pesan tersebut juga tentang dimensi kepribadian dalam mencipta. Alexander KojeVe, dalam buku Matthew B. Crawford, menggambarkan tentang sisi pengungkapan diri dalam kerja dan karya.

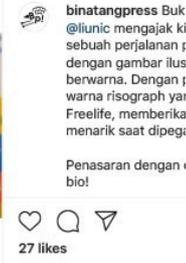
“Orang yang bekerja mengenali produknya sendiri di Dunia yang sudah diubah oleh hasil karyanya: dia mengenali dirinya sendiri dalam karyanya, di sana dia melihat realitas kemanusiaannya sendiri, di dalam karyanya dia menemukan dan menyingkapkan realitas objektif dari kemanusiaannya, dari gambaran yang sangat subjektif dan abstrak yang dia miliki tentang dirinya sendiri.” (Crawford, 2009: 17)

Desain buku *Satwika Rasa/2*, serta desain sampul buku *Meledak Metropolitan* kiranya menggambarkan berlangsungnya bentuk pengungkapan diri penciptanya. Hanya saja pada buku *Satwika Rasa/2* sisi pengungkapan tersebut lebih terasa sisi kolaboratifnya. Saya sebut ini dengan dimensi *sosio-signature* dalam kerja bersama (*co-working*) seperti yang belakangan cukup dipilih menjadi proses merancang secara bersama-sama. Bedanya, dalam *sosio-signature* bentuk serta ruang pengungkapan diri tiap personnya bisa lebih terasa, sedang pada *co-working* mungkin lebih pada kerja samanya. Ini sebatas dugaan saya saja, perlu tinjauan lebih lanjut. Berikutnya, seperti apakah ungkapkan diri dalam realita kerja bersama mesin dan dalam konteks ini mesin cetak buku dan representasi Visualnya?

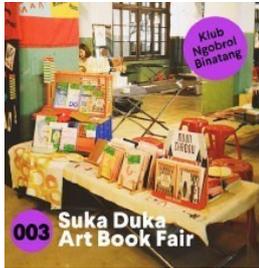
Dari aspek mesin cetak dan jenis tinta yang digunakan dalam penerbitan buku belakangan hadir penerbit dan penerbitan buku menggunakan mesin cetak *risograph*. Tinta *risograph* dipandang lebih ramah lingkungan dibanding tinta cetak pada umumnya yang berbasis minyak. Binatang Press merupakan penerbit yang menerbitkan buku serta *zine* menggunakan cetak *risograph*. Selain Binatang Press ada pula Kamboja Press. Kadang keduanya berkolaborasi dalam sebuah gelaran bersama. Kamboja Press mengeksplorasi fotografi melalui mesin cetak *risograph*, sedang Binatang Press sebagai penerbit independen fokus pada seni dan budaya Visual, mengekspresikannya, membuka kolaborasi dan mewartakan riset serta pengalaman personal dalam terbitannya. Singkatnya, keduanya dekat dengan kerja kolaborasi dan komunitas seperti halnya yang selama ini berjalan di skena seni terutama seni urban.



Gambar 31. Unggahan tentang *risograph* Binatang Press. **Sumber:** Instagram Binatang Press (2021).



Gambar 32. Hasil cetakan menggunakan mesin cetak *risograph*. **Sumber:** Instagram Binatang Press (2021).



Gambar 33. Postingan kegiatan *art book fair* Binatang Press. **Sumber:** Instagram Binatang Press (2021).



Gambar 34. Publikasi acara Binatang Press. **Sumber:** Instagram Binatang Press (2021).

Gerak penerbitan yang demikian selain membawa misi pesan dalam tiap terbitannya juga pesan yang tersimpan dalam mesin cetak *risograph*. Pesan tersebut yakni penggunaan teknik cetak yang lebih ramah lingkungan. Ekspresi Visual terbitan Binatang Press maupun Kamboja Press menjadi undangan baru untuk mengakrabi penanda Visual produksi buku yang ekologis atau yang lebih ramah lingkungan.

Ruang Kosong

Ruang kosong termasuk salah satu ekspresi keragaman desain buku yang kian Visual. Kemudahan mendesain yang difasilitasi oleh perangkat lunak desain grafis tata letak, misalkan Adobe Indesign, mengakomodasi kreatiVitas permainan ruang kosong pada tata letak isi buku.

Saya pernah menjumpai desain tata letak isi sebuah buku filsafat. Desain tata letak isi buku filsafat tersebut menerapkan penempatan *note* (catatan) yang beragam. Ada *note* yang diletakkan sebagai *footnote* atau di bawah, ada *note* yang diletakkan menjadi *headnote* atau di atas, dan disertai alokasi ruang kosong yang sangat cukup rancak (Variabel berubah) dan terlihat. Singkatnya, tata letak isi yang, katakanlah, dinamis dan mau bergaya. Rupanya, keputusan penempatan *note* di bawah dan di atas tadi dirasa menyulitkan pembaca. Hasilnya, buku tersebut ditarik dari peredaran lalu dicetak ulang dengan desain sampul baru dan tata letak isi yang cenderung seperti pada umumnya.⁶

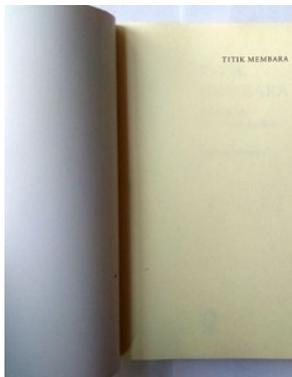
Penerapan ruang kosong bisa untuk membangun kesan bentuk sebuah buku. Penerapan ruang kosong juga bisa untuk mencipta dinamika membaca, bahkan bisa untuk mencipta selingkung gaya penerbitan. Namun, penerapan ruang kosong yang berlebihan bisa membuat bingung pembaca seperti pada kasus ruang kosong pada buku filsafat di atas akibat berbagai Variasi penempatan *note*.

Kasus desain dan ruang kosong seperti tadi jarang (saya) temui. Umumnya, beberapa desain isi buku mengolah ruang kosong dengan pemerian yang cukup jelas untuk mengekspresikan hubungan bagian dengan keseluruhan, seperti desain tata letak isi buku *Titik Membara* berikut.

Desain tata letak isi buku *Titik Membara: Kumpulan Esai Seabad Tokoh dan Buku*, berupa kumpulan tulisan karya Bandung Mawardi, mengalokasikan ruang kosong pada bagian buku dan tiap judul tulisan. Pada halaman balik sampul hanya dijumpai judul buku “Titik Membara” yang ditata di sisi kanan atas halaman, dengan ukuran huruf yang kontras dengan ukuran halaman, dan jenis huruf yang berkait dan semuanya kapital. Cukup memerlihatkan ruang kosong yang tidak simetris. Pun dengan halaman judul dalam yang hanya tertera judul dan sub judul buku, nama penulis, dan nama/logo penerbit. Judul, sub judul, dan nama penulis ditempatkan di sisi kanan atas halaman, hanya logo penerbit yang ditempatkan di bagian tengah bawah. Singkatnya, desain yang

⁶ Hal ini saya dengar langsung dari penerbitnya, yakni Cantrik Pustaka (percakapan di kontrakan penerbit Cantrik Pustaka, Yogyakarta, pertengahan tahun 2019). Saya justeru telah membeli buku dengan desain tata letak isi Versi pertamanya sebelum saya mendapati informasi bahwa buku edisi pertama tadi sudah ditarik dari peredaran, kemudian dirajang atau dihancurkan, dan saat itu sudah terbit edisi perbaikannya (perbaikan desain isi dan disertai desain sampul yang juga baru).

cukup konsisten dalam hal ruang kosong dan tata letak yang asimetris. Halaman bagian bukunya pun demikian, sebatas memuat teks bagian “Tokoh” dan teks bagian “Buku”, dengan penataan yang konsisten yakni di sisi kanan atas halaman. Hanya saja untuk halaman ini menggunakan latar hitam pekat dengan warna tulisan putih. Halaman judul tiap tulisan ditempatkan di sisi kiri halaman, dengan huruf berkait, kapital, warna hitam, latar putih, dan terdapat nomor halaman serta judul buku pada bagian *header*. Halaman tiap judul tulisan menempati halaman genap atau kiri, sedang halaman judul balik sampul, halaman judul berlogo, dan halaman bagian buku semuanya menempati halaman ganjil atau sisi kanan.



Gambar 35. Desain judul dalam buku *Titik Membara*.
Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 36. Desain halaman bab atau bagian buku *Titik Membara*. **Foto:** Widyatmoko (2021).



Gambar 37. Desain halaman judul artikel buku *Titik Membara*. **Foto:** Widyatmoko (2021).

Desain tata letak isi buku *Titik Membara* dalam kesederhanaannya justru memperlihatkan potensi ruang kosong. Dengan ukuran huruf yang bisa dibilang tidak terlalu besar, dengan kontras warna warna hitam putih, efek yang terasa hadir yakni terpampangnya ruang kosong. Ruang kosong tersebut cukup kuat dalam memberi ingatan bentuk desain buku secara keseluruhan. Ruang kosong tadi bukan ruang kosong yang otomatis tersisa akibat adanya unsur lain yang telah menempati halaman. Ruang kosong tersebut ruang kosong yang terancang sejak awal hingga akhir. “Meski ruang kosong merupakan ruang yang pertama kali dihadapi para desainer tata letak, sangat sering (hampir selalu) ruang kosong ini ada hingga akhir atau hingga desain selesai.” (Widyatmoko, 2019: 45-46)

Singkat kata, dalam desain tata letak ruang kosong itu niscaya, dan seturut dalil dalam desain elementer bahwa setiap unsur menempati ruang. Prasyarat mendesain bersama ruang kosong inilah yang perlu dikelola sejak awal hingga akhir.

Seni Huruf

Minat pada perancangan huruf mulai terlihat di beberapa desain buku yang belakangan terbit untuk umum. Meski hal tersebut bisa saja dipicu dari kebutuhan huruf untuk media digital namun eksplorasi huruf juga berlangsung dalam penerbitan buku cetak. Salah satu ekspresi Visual seni huruf dalam penerbitan buku yakni hadirnya huruf *hand lettering*, atau huruf kaligrafi, serta gaya huruf bergaya Doodle. Ekspresi huruf yang demikian membangun kesan sentuhan personal walau perancangannya menggunakan perangkat digital. Hal ini unik karena justru melalui kebaruan perangkat lunak dan perangkat keras digital membuka potensi dalam memfasilitasi kebutuhan untuk memunculkan sisi personal, yakni ekspresi huruf yang, katakanlah, tidak terlalu mekanis.

Ekspresi huruf *hand lettering* yang cukup terasa dan terancang secara konsisten dapat kita jumpai pada desain sebuah buku non fiksi berjudul *#Nasihat Diri*. Desain buku ini memeragakan permainan tipografi pada desain sampul muka dan desain isi. Peragaan tersebut berupa *hand lettering*. Bagian isi buku ini setiap babnya diawali dengan *quote text*. *Quote text* juga dirancang bergaya *hand lettering*.

Buku *#Nasihat Diri* karya Teddi Prasetya Yuliawan, dan *hand lettering* dirancang oleh Alib Isa, diterbitkan oleh penerbit Metagraf (2018). Lewat buku ini kita menyaksikan bahwa perancang *hand lettering* bisa memerankan diri sebagai pemberi wajah sebuah buku. “*Hand lettering* dalam desain buku ini dirancang sebagai satu kesatuan (gaya) desain buku sejak sampul depan hingga isi.” (Koskow, 2019) Kehadiran *hand lettering* tadi mampu mengimbangi kesan mekanis desain tata letak keseluruhan isi buku. Bahkan, terasa kontras perbedaannya. Ini bisa berarti kesan *hand lettering* mampu dirancang sangat kuat sebagai ekspresi Visual sebuah desain buku, mampu memberi nuansa bergaya di antara teks isi buku yang konsisten dan mekanis.



Gambar 38.
Sampul #Nasihat
Diri. Foto:
Widyatmoko
(2019).



Gambar 39, 40. Desain isi buku #Nasihat Diri. Foto: Widyatmoko (2019).

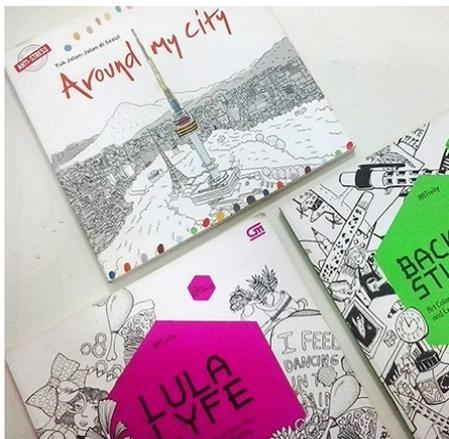
Visual Sebagai Gaya dan Konten

Maksud Visual sebagai konten yakni dalam sebuah buku yang menjadi konten yaitu Visualnya. Ini berbeda dengan buku cerita bergambar, atau komik, atau *picture book* yang memang tergolong sebagai buku dengan salah satu kontennya berupa gambar, bahkan ada yang seluruhnya gambar, atau buku *silent* jika boleh kita menyebutnya demikian.

Terbitan buku bergenre *adult coloring book* sempat mewarnai tren perbukuan di Indonesia. Tren tersebut diadopsi dari luar negeri. Buku *adult coloring book* ini ditujukan bagi orang dewasa. Buku *adult coloring book* merupakan sebuah buku yang di dalamnya memuat gambar-gambar untuk diwarnai. Berbeda dari buku gambar untuk anak di mana peran mewarnai pada buku gambar untuk anak bertujuan mengenalkan anak dalam belajar mengenali kenyataan. Misal, daun diwarnai hijau, Matahari diwarnai kuning, dsb. Pesan aktifitas mewarnai pada *adult coloring book* yakni untuk kebutuhan relaksasi. Bahkan, dalam *tren adult coloring book* tersebut distempel “anti stress”. Stempel ini bisa saja tertuju pada gaya hidup masyarakat (kota) yang butuh relaksasi akibat aktifitas yang memunculkan beban hidup atau stres dalam kesehariannya.

Dalam perjalanannya ragam konten *adult coloring book* memuat topik pariwisata, budaya, selain juga dunia flora. Dan, yang cukup unik, terdapat konten seni urban dengan terbitnya seri *adult coloring book* berupa karya-karya

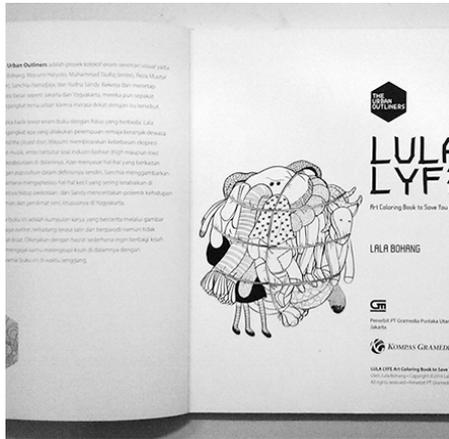
perupa kontemporer seperti Lala Bohang, Yudha Sandy. Buku *adult coloring book* dengan menu karya perupa kontemporer tersebut pun meluaskan diri sebagai buku koleksi. Menariknya, sebagai sebuah koleksi namun membuka kemungkinan untuk diwarnai oleh si pemilik buku yang sekaligus sebagai sosok yang berkreasi dalam mewarnainya. Dari seni koleksi ke seni mengapropriasi secara terbatas. Dalam arus akhir tren buku *adult coloring book* berlangsung cara penjualan paket berupa buku mewarnai dengan alat mewarna, dan di beberapa toko buku seri ini ditempatkan di rak buku bagian hobi, seperti yang saya jumpai di sebuah toko buku di Yogyakarta, mungkin sekitar 2018 hingga 2019.



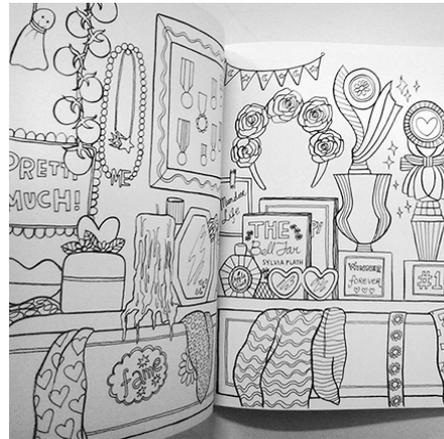
Gambar 41. Beberapa sampul depan buku seri *adult coloring book*. **Foto:** Widyatmoko (2019).



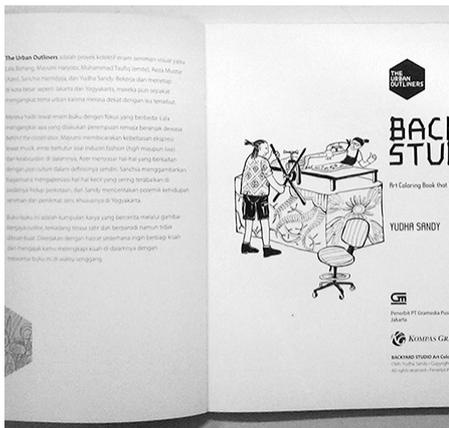
Gambar 42. Sampul belakang buku seri *adult coloring book* artis Yudha Sandy, dan Lala Bohang. **Foto:** Widyatmoko (2019).



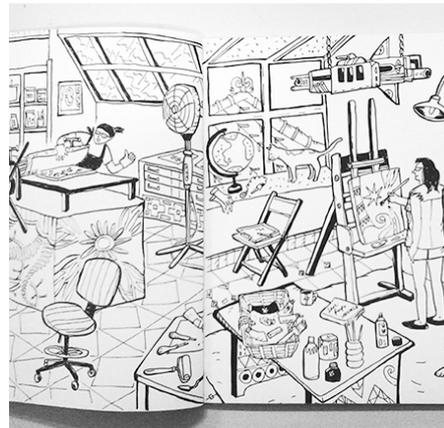
Gambar 43. Halaman judul dalam buku seri *adult coloring book* perupa Lala Hohang. Foto: Widyatmoko (2019).



Gambar 44. Halaman isi buku seri *adult coloring book* perupa Lala Bohang. Foto: Widyatmoko (2019).



Gambar 45. Halaman judul dalam buku seri *adult coloring book* perupa Yudha sandy. Foto: Widyatmoko (2019).



Gambar 46. Halaman isi buku seri *adult coloring book* perupa Yudha sandy. Foto: Widyatmoko (2019).

Doodleganger – Meet Your Doppel Ganger In A Doodle!, buku karya Dellana ArieVta (YOI, imprint Elex Media Komputindo, 2017) terbit dalam gaya desain Doodle. Gaya desain Doodle sedang marak saat buku ini terbit. Dengan gaya menggambar yang cenderung bebas, ekspresif, terkadang terdapat pendistorasi di beberapa bagian obyek, bernuansa sketsa namun sekaligus merupakan karya jadi.

Didukung gaya tulisan tangan kian memerkuat kesan desain yang tidak mekanis atau desain yang spontan. Doodle pun bak gaya sekaligus konten.

Rupanya gaya Doodle juga bisa tertuju pada gaya berbahasa. Misal, dalam buku Dellana tadi hadir kutipan gaya bertutur demikian, “Ibuku suka ngejahitin aku baju-baju pesta gitu, yang lucu-lucu. Terus jadi kepikiran aja, ingin bisa menjahit seperti ibu.” (hal. 28) Dalam kutipan gaya bertutur tersebut hadir gaya bahasa percakapan, spontan, tidak formal-formal amat namun tetap jelas pesan dan maksudnya. Kiranya tren Doodle tidak sebatas pada gaya gambar dan gaya desain. Tren tersebut juga memengaruhi gaya berbahasa dalam sebuah buku. Unik juga bagaimana si penulis, Dellana, menjelaskan sosok dirinya (di bagian profil, halaman terakhir isi buku), “Suka mendokumentasikan banyak hal, suka kepikiran suatu saat akan ada kiamat internet, karena itu kumpulan dokumentasinya buru-buru dicetak berupa buku, *zine*, komik, dan macam-macam salah satunya buku yang sedang kamu baca. Tapi kayaknya kiamat internet masih lama, makanya masih punya website di...” (hal. 90)

Berbagai gaya tuturan tadi hadir bersama gaya gambar dan gaya desain Doodle. *Ber-doodle* inilah yang kuat hadir sebagai konten, yang tadinya identik dengan gambar spontan lantas menjangkau ke gaya bertutur yang sesekali tidak formal. Hal ini bisa kita bedakan misal dengan gaya desain pada sampul buku *Jung's Map Of The Soul: An Introduction*, buku karya Murray Stein, yang edisi terjemahannya oleh penerbit Shira Media (cetakan keenam Januari 2021).

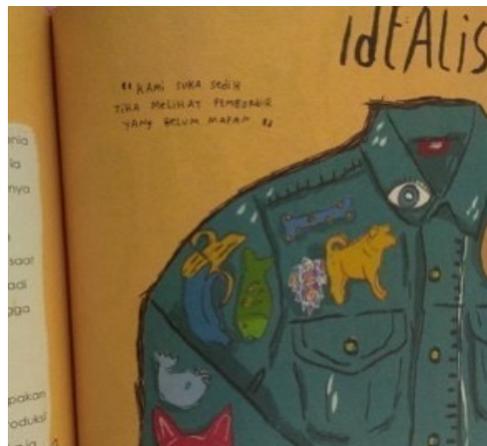
Pada desain sampul buku *Jung's Map Of The Soul: An Introduction* gaya desainnya gaya yang sedang tren, yakni Doodle, atau setidaknya gaya desain serta gaya gambar yang spontan. Untuk membedakan dengan gaya desain pada buku *Doodleganger* karya Dellana yakni buku Murray Stein merupakan cetak ulang. Edisi perdana buku ini tahun 1998. Kiranya gaya desain yang berlangsung di tahun 1998 berbeda dengan gaya desain penerbitan ulang saat ini dengan gaya desain tren Doodle. Oleh karenanya gaya desain Doodle pada buku Murray Stein edisi terjemahan di tahun 2021 sebatas dipinjam dan diterapkan pada sampul, tidak pada gaya tulisannya. Besar kemungkinan pertimbangan desain tersebut untuk kebutuhan meremajakan terbitan, atau untuk mengikuti tren. Berbeda dengan buku *Doodleganger* Dellana yang luar dalam atau yang Visual maupun (sebagian) yang Verbal sama-sama ber-doodle.

Peminjaman tren gaya desain ini tidak sebatas pada desain sampul buku Murray Stein edisi tahun 2021. Beberapa buku lain, termasuk sastra terjemahan, juga menerapkan gaya desain yang sedang tren. Di sini Visual bukan sebagai konten, tetapi sebagai, katakanlah nilai tukar atau promosional lewat sampul. Sebaliknya, pada desain buku *Doodleganger* Visual memang menjadi konten.

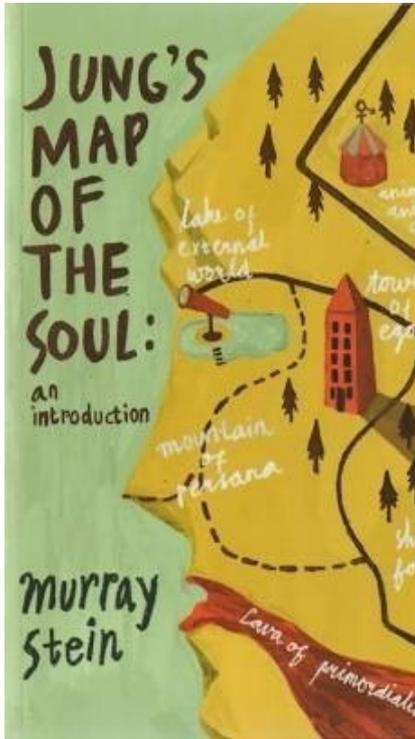
Desain buku *The ABC of Journaling* karya Abbey SY (terjemahan). Abbey SY adalah seniman *hand lettering*. “Desain buku *The ABC of Journaling* penuh dengan *hand lettering* dan berbagai teknik mendesain bergaya manual misalkan kolase. Buku ini menempatkan gaya desain seperti umumnya buku catatan harian/jurnal, atau *diary: personal*.” (Koskow, 2019) Tren desain buku dan cara berkisah *hand lettering*, *journal*, dan kolase kuat dalam ekspresi Visual. Secara keseluruhan ekspresi Visual tersebut merupakan konten buku. Gambar pun menjadi dokumentasi dari aktiVitas. Kolase mengimajikan petualangan dan berbagai lintasan rencana dalam hidup. *Hand lettering* mengekspresikan sisi-sisi personal. Dengan begitu Visual menjadi medium penting, dan kata-kata perlu tercitrakan melalui ekspresi tulisan tangan. Desain buku *The ABC of Journaling* seperti halnya desain buku *Doodleganger*, keduanya memperlihatkan ekspresi Visual sebagai konten dan kesan sentuhan personal yang memancar kuat, *artsy*, serta memerkuat *signature* diri.



Gambar 47. Desain sampul buku *Doodleganger*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 48. Desain isi buku *Doodleganger*. Foto: Widyatmoko (2021).



Gambar 49. Desain sampul buku *Jung's Map Of The Soul*. **Sumber:** Internet (2021).



Gambar 50. Desain buku *The ABC of Journaling*.
Sumber: Arsip Widyatmoko.

Visual sebagai konten juga dapat dijumpai pada desain buku *Off The Record* (seri 1, dan 3, dan saat ini/tahun 2021 sudah terbit seri 3, hanya saja saya baru melihat seri satu dan dua). Dalam desain buku ini ekspresi Visual dan bentuk percakapan di media sosial mewarnai bagaimana serta seperti apa media sosial memengaruhi desain buku cetak. Buku *Off The Record*, karya Ria SW., diterbitkan oleh Gramedia. Ria SW adalah seorang *vlogger*, atau *content creator*.



Gambar 51. Desain sampul buku *Off The Record* (buku kesatu dan kedua), dan desain isi pada buku seri kesatu, diterbitkan oleh Gramedia. **Sumber:** Ebook Gramedia, dan GPU (diunduh pada Maret 2020).

Desain buku ini dirancang dengan bernuansa ekspresi Visual percakapan ala media sosial. Hadir berbagai kelincahan bertutur, berpindah dari satu gaya bertutur ke gaya bertutur lain, berpindah dari gambar ke tulisan, lalu ke gambar lagi, ke tulisan, ke emotikon, ke *onomatope*, lalu ke ilustrasi, ke *stiker*, bahkan singgah sebentar lewat *Qr-code*, dan sebagainya. Gaya serta cara berkomunikasi dalam desain buku *Off The Record* memberi warna penerbitan buku di jaman media sosial seperti saat ini. “Sebuah mediamorfosis percakapan di media sosial yang ditransfer ke bentuk buku cetak. Desain isi buku ini terasa atraktif, lincah, namun tetap mengalir. Berbagai tanda atau *signature* percakapan di *platform* media sosial dibawa dan membangun suasana bercerita.” (Widyatmoko, n.d.) Ilustrasi desain sampul dan isi buku *Off The Record* seri pertama dan kedua dirancang oleh Orkha CreatiVe & Zuchal Rosyidin. Pun dengan *layouter* buku pertama dan kedua oleh Anna EVita. Desain sampul, ilustrasi isi, dan *layouter* kedua seri buku tersebut dikerjakan oleh orang yang sama. Artinya, konsistensi pengayaan serta ekspresi Visual ala media sosial tersebut tetap dipertahankan.

Desain buku *Off The Record* cukup menggambarkan bahwa terjadi praktik diaspora media digital sosial media ke media tercetak yakni desain buku cetak. Diaspora inilah yang penting dicermati karena lebih menjelaskan bahwa dalam desain berlangsung hubungan silang pengaruh satu media ke media lain, atau antar media dan teknologi komunikasi, bahkan antar budaya. Berbagai silang pengaruh atau diaspora ini mewujudkan dalam Visual sebagai konten buku. Visual pun tak sebatas sebagai unsur rupa, tetapi sebuah situs interteks, situs persilangan bagi pengalaman membaca buku cetak.

Jika buku-buku yang diulas di atas merupakan buku-buku umum, dari medan buku-buku desain bolehlah dibilang cukup unik desain isi buku *Perancangan dan Pengkajian Desain Komunikasi Visual* karya Sumbo Tinarbuko. Buku bersampul warna merah dan terdapat ilustrasi sosok penulisnya pada sampul bagian depan ini diterbitkan oleh Badan Penerbitan ISI Yogyakarta (2021), sebuah penerbitan kampus seni. Desain buku ini unik karena isi bukunya menyajikan tiga jenis gaya bertutur.

Pertama, tulisan pada umumnya, berupa kumpulan tulisan berbagai topik dalam desain komunikasi Visual. *Kedua*, kumpulan *motto* Sumbo Tinarbuko yang disertai simbol gambar yang umumnya tentang citra desainer.

Ketiga, halaman-halaman yang memuat gaya infografis tentang perancangan dan pengkajian desain komunikasi Visual, atau *mind mapping* tentang desain komunikasi Visual.



Gambar 52. Desain sampul depan buku *Perancangan dan Pengkajian Desain Komunikasi Visual*, dan halaman isi buku di bagian motto atau quote bergambar sosok penulisnya. **Sumber:** Akun instagram @koskowbk (2021).



Gambar 53. Desain isi buku *Perancangan dan Pengkajian Desain Komunikasi Visual* bagian motto atau quote bergambar realis karikatur sosok penulisnya. **Sumber:** Akun instagram @koskowbk (2021).



Gambar 54. Desain isi buku *Perancangan dan Pengkajian Desain Komunikasi Visual* bagian motto atau quote bergambar kartun/karikatur sosok penulisnya. **Sumber:** Akun instagram @koskowbk (2021).

Seperti yang berlangsung dalam buku *Off The Record*, dalam buku *Perancangan dan Pengkajian Desain Komunikasi Visual* tersebut menyimpan interteks dengan postingan Sumbo di media sosial miliknya. Bedanya, pada buku Sumbo tersebut ekspresi Visual seperti simbol gambar pada motto dan quote, atau halaman-halaman bergaya infografis bisa berdiri sendiri. Pada buku *Off The Record* berbagai ekspresi Visual utuh sebagai satu kesatuan sejak awal hingga akhir buku. Meski berbeda setidaknya dari kedua buku tersebut cukup tergambar bahwa media sosial memberi warna gaya desain penerbitan buku cetak hari ini.

Berbagai ulasan ekspresi Visual desain buku-buku di atas berhubungan dengan pengalaman pembaca. Seperti yang disampaikan Puolakka bahwa hal penting dalam pengalaman membaca yakni hubungan kita pembaca dengan sisi emosi buku, sisi ekspresif buku yang itu semua kita selaraskan dengan suara batin kita sewaktu membaca menggambarkan adanya struktur estetik dalam kegiatan membaca. “*What is significant for understanding the aesthetic character of*

reading when it is conceived as a performance is that we try to match our inner voice with the book's emotional, expressive, and also, I believe, aesthetic structure." (Puolakka, 2019) Oleh sebab itu perkembangan ekspresi Visual desain buku sedikit banyak juga dipengaruhi perkembangan media dan pengalaman membaca berbagai medium buku tersebut. Pengalaman membaca inilah yang tidak saja diperoleh dari pengalaman membaca buku cetak, tetapi juga buku digital dengan kekhasan medium dan pengalaman estetik yang berlangsung di tiap medium.

Kesimpulan

Dari berbagai amatan dan ulasan di atas dapatlah kita lacak berbagai konteks yang melatarbelakangi desain buku yang kian Visual belakangan ini. Desain yang kian Visual tidak sebatas tertuju pada jenis Visual tetapi juga cara berungkap. Hal ini terlihat pada desain buku *Off The Record* (Ria SW), dan desain buku *Perancangan dan Pengkajian Desain Komunikasi Visual* (Sumbo Tinarbuko). Kedua desain buku tersebut menggambarkan berlangsungnya pengaruh bentuk komunikasi di media sosial ke desain buku cetak. Pengaruh tersebut yakni gaya bertutur. Di sini gaya bertutur yang melibatkan ekspresi Visual yang lantas menempatkan unsur Visual sebagai konten. Visual sebagai konten juga dapat dilihat pada buku seri *adult coloring book*, buku *Doodleganger* (Dellana), serta buku *The ABC Journaling*. Buku-buku ini menempatkan Visual sebagai agen berkomunikasi. Pengaruh lain dari budaya baca di media sosial atau internet yakni prinsip *scannability*. Prinsip *scannability* ini bisa dijumpai pada desain isi buku *Catatan Kriminal MoZu dan Kisah Tawa Lainnya* (Andreas Zu). Keragaman serta kerancangan Visual isi buku tersebut mampu menjadi penjeda Visual sewaktu kita menscan atau membuka-buka sekilas isi buku tersebut. Berbagai penjeda Visual tersebut antara lain tipografi pemerian, ilustrasi, dan *header* bab buku berupa gambar.

Dari aspek *signature* serta kekriyaan pengertian desain buku yang kian Visual tertuju pada makna kerja tangan dalam penerbitan buku, baik yang dirancang sendiri maupun bersama-sama (*sosio-signature*) seperti yang berlangsung pada buku *Satwika Rasa/2* (Janti Alterjiwo, dengan ilustrasi dan desain buku oleh Sandat Wangi, dan penjilidan oleh Tarlen). Sebaliknya, desain yang kian Visual juga difasilitasi oleh berbagai kemudahan teknologi mencetak (*digital printing*), dan di sisi lain *digital printing* memfasilitasi praktik membajak buku tapi juga

sekaligus menjadi siasat untuk memersulit pembajakan buku. Bedanya, mana yang bertujuan memurahkan buku (pembajak), dan mana yang mengeluarkan ongkos lebih seperti yang terdapat pada penerapan multi warna, atau desain halaman pertama balik sampul. Di sini motif ekonomi menjadi alasan dibanding motif desain sebagai bentuk pengungkapan seperti yang berlangsung pada beberapa desain buku yang memunculkan kekriyaan.

Dari sisi warna penerbitan desain yang kian Visual tertuju pada praktik mengelola pemerian atau selingkung desain isi buku. Pengertian desain buku yang kian Visual juga berarti ilustrasi sebagai karya yang bisa dipamerkan sebagai sebuah karya seni rupa, seperti pada buku kumpulan puisi *Melihat Api Bekerja* (M Aan Mansyur dengan ilustrasi oleh Emte). Ilustrasi bisa berdiri sendiri di sebuah ruang (galeri) yang sebelumnya ia menjadi bagian dalam sebuah buku. Dari asal-usul penerbitan buku desain yang kian Visual juga hadir dari tradisi menerbitkan buku yang dilatarbelakangi oleh nilai-nilai kemanusiaan seperti penerbitan buku yang memuat naskah seseorang yang meninggal namun keryanya belum terpublikasikan. Dalam kerja desain seperti ini juga melibatkan partisipasi (kolektif) orang-orang terdekat. Meki dalam industri buku pada umumnya penerbitan yang demikian juga bukan hal yang baru hanya saja dalam ruang kolektif bentuk penerbitannya terasa lebih personal dan ungkapannya cukup ekspresif.

Desain buku yang kian Visual juga tertuju pada pengelolaan ruang kosong. Beberapa buku di atas mampu memerlihatkan ruang kosong sebagai ruang yang terancang, bukan ruang kosong sebagai ruang yang tersisa di akhir. Ekspresi ruang kosong juga dapat diperankan guna membangun semantik bentuk sebuah desain buku. Ruang kosong yang demikian menjadi prasyarat dalam mendesain, yakni ada sejak awal hingga akhir dalam alur (struktur teks atau pemerian) serta alir (menata letak) proses mendesain isi buku.

Desain buku yang kian Visual cukup luas bentangnya, dari kembalinya kerja-kerja manual, hingga bagaimana budaya baca digital turut mewarnai desain buku cetak hari ini dan berbagai tawaran estetik yang disajikan. Pengertian desain buku yang kian Visual memiliki konteks asal-usul terapan dan *nature* kesalingpengaruh antar medium. Visual pun tidak sebatas bentuk, atau interteks, atau multi disiplin, tetapi tentang pesan antar medium atau praktik kelindan. Wawasan tentang praktik kelindan dan berbagai pengalaman estetik itulah yang

penting bagi pembelajaran desain. Usaha dalam memahami kelindan dan berbagai pengalaman estetik membutuhkan kemampuan melihat, menyerap, serta mengolah *nature* sebuah medium atau dari medium ke medium bagi pengalaman subyektif membaca buku yang ekspresi Visualnya mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Daftar Pustaka:

- Alterjiwo, Janti. 2021. *Satwika Rasa/ 2*. Diterbitkan secara mandiri
- ArieVta, Dellana. 2017. *Doodleganger*. Jakarta: YOI (imprint Elex Media Komputindo)
- Crawford, Matthew B. 2012. *Shop Class As Soulcraft*. Jakarta Timur: Penerbit Gemilang (Kelompok Pustaka AlVabet)
- Koskow. 2021. *Percakapan Huruf: Prinsip Tipografi Desain*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Jurnal:

- Puolakka, K. (2019). NoVels in the eVeryday: An aesthetic inVestigation. *Estetika*, 56(2), 206–222. <https://doi.org/10.33134/EEJA.189>
- Widyatmoko, FX. “Koskow.” (n.d.). *No Title*. Layar Berkembang. dgi.or.id

Makalah:

- Koskow. 2019. “Judge A Book By It's CoVer”. *Makalah dalam Bandung Reader Festival, 5 September 2019*, di NuArt Sculpture Park, Jl. Setraduta Raya Blok L. 6, Bandung
- _____. 2019. “Mendesain Bersama Huruf”. *Makalah untuk diskusi Desain Buku dan Penerbitan dalam acara Semarang Literary Triennale*, Taman Sri Gunting Kota Lama Semarang, Minggu, 28 Juli 2019

Pertautan:

- Blog www.sumbo.wordpress.com, diakses pada 1 September 2021
- Instagram [@binatangpress](https://www.instagram.com/binatangpress), diakses pada 1 September 2021
- Instagram [@koskowbk](https://www.instagram.com/koskowbk), diakses pada Juli 2021
- Situs e-book Gramedia, diakses pada 7 September 2021

REPRESENTASI IDENTITAS PEREMPUAN KARO PADA FOTO SAMPUL BUKU INDONESIA 500 *EARLY POSTCARDS*

Ariani^{1*}, Imam Santosa², Achmad Haldani Destiarmand³,
Agus Sachari⁴

^{1, 2, 3, 4}Program Studi Doktor Ilmu Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung
*37020006@mahasiswa.itb.ac.id

Abstrak

Sebuah foto dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan dan mengomunikasikan berbagai peristiwa. Perempuan sebagai objek dalam sebuah foto menjadi hal yang menarik, baik ditinjau dari sisi estetika maupun pesan yang ingin disampaikan. Foto perempuan Karo dengan segala atributnya pada sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards* merefleksikan simbol-simbol budaya suku Karo yang menarik untuk dikaji. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui identitas perempuan Karo melalui simbol-simbol Visual, salah satunya anting bernama *padung-padung*, yang direpresentasikan dalam foto tersebut. Makna denotasi, konotasi, dan mitos pada foto perempuan Karo tersebut dianalisis dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui foto tersebut tersirat identitas kultural, strata sosial, ideologi, dan posisi perempuan dalam sistem kemasyarakatan suku Karo.

Kata kunci: representasi identitas, perempuan Karo, foto

Abstract

A photo can be used as a medium in delivering messages and communicating various events as well. As an object in a photo, woman becomes interesting, both in terms of aesthetics and the message to be delivered. The photo of a Karo woman with all her attributes in the cover of Indonesia 500 Early Postcards book, reflects the cultural symbols of the Karo tribe that are interesting to study. This qualitative research aims to determine the identity of Karo woman through visual symbols, one of them is earrings named padung-padung, that is represented in the photo. The meanings of denotations, connotations, and myths in the Karo woman photograph were analyzed using Roland Barthes' semiotic

approach. The results showed that the photo could interpret the cultural identity, social level, ideology, and position of women in the Karo community system.

Keywords: representation of identity, Karo woman, photo

Pendahuluan

Sebuah foto dapat merefleksikan banyak hal. Tidak hanya menampilkan gambar secara Visual sebagai medium berekspresi, namun lebih dari itu, sebuah foto juga mengandung makna dan pesan yang tersirat. Sebuah foto memiliki makna yang ingin disampaikan kepada khalayak atau penikmat foto. Makna tersebut berupa makna denotasi dan konotasi, dan setiap manusia memiliki cara pandang yang berbeda dalam memahami sebuah makna. Apa yang diketahui oleh fotografer adalah hanya seperti yang digambarkan dalam fotonya. Sedangkan apa yang kita lihat dalam sebuah foto menggambarkan apa yang kita ketahui (Berger, 2010). *Image* atau foto tidak sekedar sesuatu yang dilihat secara inderawi tetapi juga terkait dengan persepsi tentang apa yang kita lihat, tergantung dari latar belakang, *knowledge*, wawasan, referensi, dan kultur seseorang. Rholand Barthes (1978) dalam salah *chapter* berjudul *The Photographic Message* menyebutkan bahwa, foto sebagai salah satu media yang sanggup menghadirkan pesan secara langsung (denotasi), dapat meyakinkan seseorang yang melihatnya bahwa peristiwa tersebut sudah dilihat oleh seseorang, yakni fotografer. Akan tetapi di balik peristiwa tersebut, ternyata foto juga mengandung pesan simbolik (*coded-iconic message*) yang menuntut orang yang melihatnya untuk menghubungkannya dengan ‘pengetahuan’ yang telah dimiliki sebelumnya.

Di dalam dunia seni, representasi masa lalu melalui citraan atau gambar dapat dilihat dari berbagai cara, serta mempunyai bermacam-macam makna. Salah satu foto yang dapat ‘bercerita’ tentang makna dalam kehidupan perempuan Karo pada tahun 1800-an adalah foto pada sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards*. Buku yang disusun oleh Leo Haks dan SteVen Wachlin ini berisi 500 kartu pos tentang Indonesia di masa lalu, yaitu pada tahun 1893 hingga 1930-an. Haks dan Wachlin (2004) membagi 500 kartu pos ke dalam kategori tujuh wilayah geografis yaitu Sumatra, BataVia (Jakarta), Bali dan kepulauan Sunda Kecil, Borneo (Kalimantan), Celebes (Sulawesi), New Guinea

(Irian Jaya-Papua) dan Kepulauan Maluku. Di antara sekian banyak foto-foto yang ada dalam buku Indonesia 500 *Early Postcards*, foto figur perempuan Karo dipilih untuk ditampilkan pada halaman sampul buku tersebut. Foto yang tidak dilengkapi dengan judul dan nama fotografernya ini menampilkan seorang perempuan Karo dengan aksesoris lengkap, tengah duduk dalam posisi anggun dengan menyunggi wadah dari anyaman pandan. Secara keseluruhan, foto tersebut menampilkan sisi estetika yang menarik dan kualitas foto yang baik. Namun jika dikaji dengan cermat, foto hitam putih ini memiliki makna khusus yang mewakili realitas sosial masyarakat Karo, khususnya perempuan Karo pada masa itu.

Tulisan ini akan membahas secara singkat tentang analisis terhadap *image* berupa foto perempuan suku Karo dengan segala atributnya, pada sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards*. Melalui foto ini, analisis akan difokuskan pada pakaian dan perangkat lain (perhiasan, kain selendang, dan peranti lainnya) yang dikenakan oleh perempuan Karo tersebut. Sebagai fenomena kultural, pakaian dan kelengkapannya (aksesori) bisa dipahami sebagai praktik-praktik dan institusi-institusi yang di dalamnya relasi kelas dan perbedaan kelas dibuat memiliki makna. Karena itu, pakaian dan kelengkapannya bukan hanya merupakan cara bagi kelompok-kelompok sosial dibentuk sebagai kelompok sosial, namun sekaligus menjadi cara untuk mengomunikasikan identitasnya (Barnard, 1996). Barthes (1990) dalam bukunya *Fashion System*, mencoba membedakan beberapa tipe dari busana: *image clothing*, busana beserta kelengkapannya yang ditampilkan sebagai foto atau gambar; *written clothing*, busana yang dideskripsikan secara tertulis atau ditransformasikan ke dalam bahasa; dan *real clothing*, busana aktual yang dikenakan pada tubuh manusia yaitu busana sebagai objek. Melalui pendekatan ini, pakaian yang dikenakan oleh perempuan Karo beserta perangkat lain yang menyertainya, akan dianalisis sebagai *image clothing* yang berfungsi sebagai tanda (*sign*) di dalam proses produksi yang menghasilkan konstruksi makna berkaitan dengan identitas kultural, strata sosial, ideologi, dan posisi perempuan dalam sistem kemasyarakatan suku Karo.

Metode Penelitian

Pendekatan semiotika Roland Barthes digunakan untuk menganalisis pemaknaan pada media foto, untuk menemukan unsur-unsur denotatif,

konotatif, dan mitos dalam foto yang menjadi objek penelitian. Analisis dilakukan terhadap busana beserta kelengkapannya yang ditampilkan sebagai *image clothing* dalam foto sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards*. Barthes (1977) menyatakan bahwa dengan menggunakan media fotografi dalam semiotika, dalam semua seni tiruan ini terkandung dua pesan: pesan denotasi yaitu analogon (Barthes menuliskan bahwa analogon adalah perwakilan dari benda sesungguhnya dalam gambar yang memang merujuk kepada benda itu, persepsi dari realita dan gambar) itu sendiri, dan pesan konotasi yaitu cara bagaimana khalayak pada batas tertentu mengomunikasikan apa yang mereka pikirkan tentang pesan tersebut.

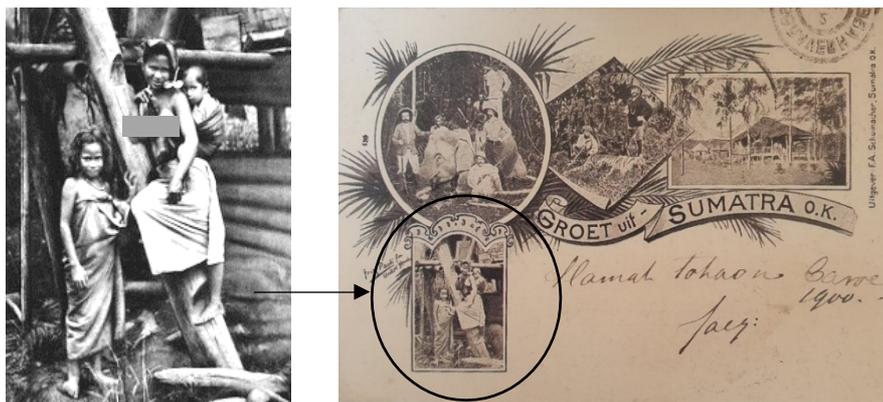
Mitos dalam semiotika digunakan untuk mendistorsi atau mendeformasi kenyataan. Mendistorsi menunjukkan bahwa makna tidak lagi merujuk pada realitas yang sebenarnya. Mendeformasi terjadi karena konsep dalam mitos terkait erat dengan kepentingan pemakai atau pembuat mitos. Tetapi distorsi atau deformasi terjadi tanpa disadari oleh pembaca mitos. Akibatnya, lewat mitos-mitos itu akan lahir beberapa stereotipe tentang sesuatu hal atau masalah. Mitos merupakan pesan yang disampaikan turun temurun. Mitos tidak dapat dilihat melalui objek pesannya, melainkan dari cara penyampaian pesan tersebut. Mitos dapat berkembang menjadi sebuah makna konotasi dan ideologi karena mitos dapat diartikan sebagai makna yang tersembunyi yang secara sadar disepakati oleh suatu kelompok (Barthes, 1972).

Diskusi dan Pembahasan

Buku Indonesia 500 *Early Postcards* berisi kumpulan kartu pos yang sebagian besar merupakan koleksi Leo Haks, seorang deltiologis berkebangsaan Belanda yang memiliki ketertarikan pada fotografi dengan objek Indonesia masa kolonial dan pascakolonial. Leo Haks dan SteVen Wachlin membagi kartu pos dalam buku tersebut berdasarkan kategori pemandangan alam, pemandangan kota, arsitektur, aspek-aspek yang berhubungan dengan wilayah, dan potret. Untuk memberi warna, sebelum fotografi berwarna ditemukan, beberapa penerbit mencetak kartu pos hitam putih dan kemudian diwarnai secara manual atau dicetak ulang dengan teknik sablon atau metode mekanis. Dalam beberapa kasus, sebuah gambar digunakan dua kali oleh penerbit yang sama, pertama dalam warna hitam putih dan kemudian dalam Versi berwarna, yang sering kali

diberi tambahan elemen dekoratif atau diberi latar belakang yang berbeda. (Haks & Wachlin, 2004). Seringkali foto dalam kartu pos dimaknai sebagai sebuah Visual yang indah untuk dipandang. Keindahan tersebut tidak selalu menampilkan realitas yang ada, namun dapat saja telah mengalami proses *editing* atau rekayasa dengan teknologi sederhana pada masa itu.

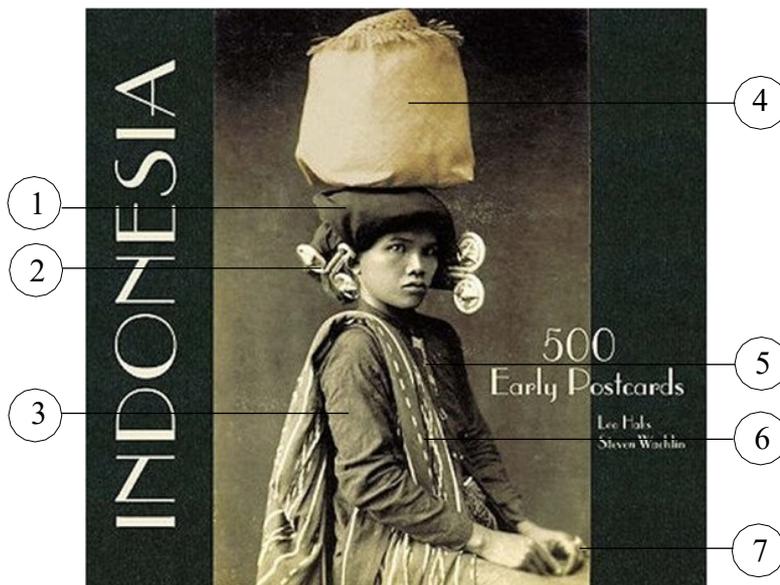
Kartu pos bergambar penduduk pribumi yang sering disebut '*native types*' (tipe pribumi) yang eksotis, pemandangan alam serta fenomena alam yang tidak biasa, merupakan obyek yang sangat populer (Sunjayadi, 2013). Beberapa figur perempuan pribumi dengan identitas etnikinya banyak dijadikan objek foto yang kemudian dicetak dalam bentuk kartu pos. Foto yang dicetak menjadi kartu pos telah mengalami beberapa penyesuaian, sehingga hasilnya pun mengalami perubahan dan tidak persis seperti foto aslinya. Pencantuman kata-kata dan elemen dekoratif dilakukan agar kartu pos terlihat menarik. Dalam pembahasan tentang kartu pos bertemakan Sumatra pada buku Indonesia 500 *Early Postcards*, terdapat beberapa kartu pos yang merupakan reproduksi dari foto aslinya.



Gambar 1. Salah satu contoh foto perempuan pribumi suku Karo (ditandai dari anting *padung-padung* yang dikenakan) karya C.J. Kleingrothe (kiri) yang direproduksi menjadi bagian dari kartu pos bertuliskan *Groet uit Sumatra O.K* (*Greetings from Sumatra's East Coast*).

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, fokus penelitian ini adalah foto perempuan Karo pada sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards*. Jika dicermati dari foto yang ditampilkan, pada foto hitam putih ini tidak terdapat rekayasa fotografi mengingat pada masa itu teknologi untuk proses *editing* gambar semisal *photoshop* belum ditemukan. Sedangkan pada proses pembuatan buku ini

sendiri, proses *editing* bisa saja terjadi, misalnya pada pengaturan kontras warna dan pencahayaan untuk mempertajam gambar. Seperti yang disampaikan oleh Haks dalam kata-kata pembukanya, buku ini berisi kumpulan gambar yang merupakan basis data yang unik. Dengan demikian keaslian gambar masih dijaga agar esensi pesan dan makna dalam foto-foto tersebut dapat ‘sampai’ kepada pengamat. Berikut adalah foto sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards* beserta diskusi dan pembahasannya dalam konteks analisis denotasi, konotasi, dan mitos.



Gambar 2. Foto sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards* dengan penjelasan aksesoris dan atribut lain sebagai berikut: (1) *tudung*, (2) *padung-padung*, (3) kebaya, (4) *sumpit*, (5) bros, (6) selendang, dan (7) cincin.

Analisis Denotasi

Dalam foto tersebut dapat dilihat seorang perempuan duduk dengan mengenakan kain penutup kepala dan kebaya lengan panjang berwarna gelap tanpa corak. Di bahunya disampirkan selendang bermotif tenun tradisional. Di atas kepala perempuan ini terdapat wadah berukuran besar yang terbuat dari anyaman pandan. Beberapa aksesoris berupa anting, bros, dan cincin terlihat menghiasi telinga, dada, dan jari-jarinya. Aksesoris yang paling menonjol adalah anting berukuran cukup besar dengan bentuk spiral pada salah satu ujungnya. Pada bagian tengahnya terdapat ornamen berbentuk menyerupai bintang.

Perhiasan ini dikenakan dengan posisi yang berbeda pada telinga kanan dan telinga kiri. Pada telinga kanan, arah spiral menghadap ke belakang dengan posisi ke bawah, sedangkan pada telinga kiri, arah spiral menghadap ke depan dengan posisi ke atas.

Perempuan dalam foto tersebut duduk dalam posisi yang anggun dengan dua tangan diletakkan di pangkuannya. Ekspresi wajah merupakan salah satu pencerminan dari emosi seseorang. Menurut Ekman (1957) dan Ekman & Friesen (1977), ekspresi wajah memberikan informasi yang akurat tentang emosi dan merupakan bentuk perilaku nonVerbal. Ekspresi wajah perempuan ini terlihat tegang dan waspada, dengan sorot mata tajam dan bibir tanpa senyuman. Ekspresi tersebut bisa saja ungkapan emosi takut atau terkejut. Latar belakang foto ini berwarna gelap dan jika diamati dari teknik pencahayaannya, foto ini diambil di dalam ruangan tertutup.

Analisis Konotasi

Perempuan dalam foto tersebut mengenakan kain penutup kepala berwarna gelap. Dilihat dari cara penggunaan kain penutup kepala tersebut, perempuan ini berasal dari suku Karo, Sumatera Utara. Penutup kepala atau *tudung* yang lazim dikenakan oleh perempuan Karo pada masa itu disebut dengan *uis batu jala*. *Uis* (kain) ini memiliki warna hitam pekat dan pada tepi kanan dan kirinya terdapat warna putih dengan ragam hias *cekili kambing* atau garis-garis lengkung yang berulang. Fungsi dari *uis batu jala* adalah sebagai *tudung* bagi anak gadis pada waktu pesta *guro-guro aron* atau pesta muda-mudi (Tarigan, 2017). Kebaya lengan panjang yang dikenakan perempuan ini memiliki kerah hingga sebatas leher. Model pakaian ini banyak dikenakan oleh perempuan Karo pada awal abad ke-20 dan dapat dijumpai pada foto-foto yang diproduksi pada awal tahun 1900-an. Pada abad 19 dan sebelumnya, kebanyakan perempuan Karo berpakaian dengan cara melilitkan sehelai kain yang menutupi dada hingga sebatas kaki, atau bahkan membiarkan bagian dadanya terbuka.

Kain selendang yang ada di bahu perempuan tersebut adalah *uis gatip gewang*, yaitu kain tenun Karo berwarna dasar coklat kehitaman dan sisi kiri kanan berwarna hitam polos. Pada bagian tengah terdapat garis lurus terputus-putus dan motif *sabah-sabah* (jajaran genjang) berwarna putih. Fungsi dari *uis gatip*

gewang yaitu dipergunakan sebagai *ndawa* (selimut) bagi anak-anak, selendang bagi perempuan, serta sebagai *abit* (sarung) bagi laki-laki (Sitepu, 1998). Aksesori berupa bros yang disematkan pada pakaian sebagai perhiasan, sering kali berfungsi juga sebagai kancing baju yang dikenakan pada acara pesta adat atau acara lainnya. Cincin yang dikenakan pada jari tengah perempuan ini tidak terlalu jelas detail bentuknya. Namun jika dilihat dari struktur bentuknya, perhiasan ini menyerupai cincin *putur leman* yang terbuat dari emas atau perak. Cincin *putur leman* memiliki motif bunga dan dihiasi dengan motif sulur.

Aksesori paling menonjol pada foto ini adalah anting besar yang biasa dikenakan perempuan Karo, yang disebut *padung-padung*. Perhiasan ini terbuat dari perak atau emas suasa dan berbentuk spiral pada salah satu ujungnya. Selain ukurannya yang besar, keunikan yang lain adalah pada cara penggunaannya. *Padung-padung* dikenakan dengan cara memasukkan salah satu ujungnya ke lubang di daun telinga bagian atas, dengan arah ikal ganda (spiral) yang berlawanan pada telinga kanan dan kiri. Perhiasan dengan tinggi 7.5 cm, 13 cm, dan 16.5 cm ini terbuat dari perak padat yang berat, sehingga kadang-kadang harus dikaitkan pada kain penutup kepala pemakainya (Sitepu, 1980; Loeb, 2013). Beberapa *padung-padung* menggunakan ornamen pada bagian tengahnya. Pada *padung-padung* yang dikenakan oleh perempuan dalam foto di sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards*, ornamen yang digunakan adalah bentuk menyerupai bintang yang diambil dari ragam hias Karo yaitu *bunga lawang*. Ornamen lain yang digunakan adalah penerapan teknik granulasi.



Gambar 3. Beberapa jenis *padung-padung*: (a) Terbuat dari perak tanpa ornamen pada bagian tengahnya (b) mengambil bentuk *bunga lawang* sebagai ornamen (c), (d) ada juga yang menggunakan teknik granulasi bermaterial suasa pada bagian ornamen

Padung-padung diberikan oleh seorang ayah kepada anak gadisnya pada hari pernikahannya sebagai lambang statusnya yang baru setelah menikah (BrinkgreVe & Stuart-Fox, 2013). Hal ini mengandung pesan tentang kecintaan seorang ayah kepada anak gadisnya, meskipun suku Karo masih menganut sistem patriarki dalam sistem sosial mereka. Pemberian *padung-padung* dari sang ayah kepada anak perempuannya pada hari pernikahannya ini merupakan hal yang lazim dilakukan pada masa itu. Dengan mengenakan *padung-padung* tersebut, secara implisit pihak keluarga mempelai perempuan ingin menegaskan bahwa mereka bukan berasal dari kalangan sembarangan. Harapan mereka tentu saja agar pihak mempelai laki-laki dan keluarganya memperlakukan anak perempuan mereka dengan layak.

Bentuk spiral memiliki makna yang cukup beragam. Jika dirangkum, makna simbolik spiral menggambarkan kekuatan matahari dan bulan, udara, air, guntur, kilat, pusaran, dan kekuatan kreatif. Secara kontradiktif, spiral juga menggambarkan naik dan turunnya matahari, pasang dan surutnya bulan, tumbuh-kembang-kematian, penyusutan, belitan dan bukaan, kelahiran dan kematian (Cooper, 1987). Apabila dikaji secara mendalam, makna di balik pemberian *padung-padung* seperti yang telah disebutkan sebelumnya, adalah bahwa sang ayah secara tidak langsung ingin menyampaikan pesan kepada anak gadisnya agar bijaksana dalam menyikapi berbagai permasalahan yang akan timbul dalam kehidupan perkawinannya.

Cara pemakaian *padung-padung* berbeda antara telinga sebelah kanan dengan telinga sebelah kiri yaitu pada bagian telinga kanan digunakan ke arah belakang dengan posisi agak naik dan pada telinga bagian kiri *padung-padung* menghadap ke depan dengan posisi lebih rendah. Hal ini ternyata mengandung makna implisit yang melambangkan kehidupan sebuah perkawinan yang tidak selamanya berjalan mulus. Selalu akan timbul kondisi yang menyenangkan (disimbolkan dengan posisi *padung-padung* ke atas) dan susah (disimbolkan dengan posisi *padung-padung* ke bawah). Oleh karena itu dalam sebuah kehidupan perkawinan, sepasang suami istri harus saling mendukung (Rodgers, 1985).

Padung-padung hanya dikenakan oleh perempuan suku Karo kelas atas. Kelas atas yang dimaksud adalah perempuan yang mewakili garis keturunannya,

yaitu nenek moyangnya adalah pendiri desa atau orang penting di wilayah tersebut, dan berasal dari golongan mampu (Richter dan Carpenter, 2011). Hal tersebut dapat dilihat dari jenis material yaitu perak dan emas jenis suasa yang digunakan sebagai bahan baku untuk membuat *padung-padung*, serta detail ragam hias pada perhiasan tersebut, mengindikasikan bahwa perhiasan ini memiliki nilai yang cukup mahal. Berdasarkan hal itu, dapat disimpulkan bahwa perhiasan ini selain dimiliki oleh perempuan dari keluarga kepala desa atau sesepuh adat, ternyata juga dimiliki oleh orang dari golongan masyarakat yang memang mampu secara ekonomi.

Perempuan dalam foto tersebut duduk dengan menyunggi *sumpit*, yaitu wadah dari anyaman pandan, di atas kepalanya. *Sumpit* biasa digunakan untuk menyimpan beras di rumah atau membawa padi dari ladang ke rumah pada musim panen (Sitepu, 1998). Keberadaan *sumpit* dalam foto tersebut terlihat kontras dengan segala aksesoris dan atribut yang dikenakan oleh perempuan tersebut. Hasil analisis konotasi tentang perhiasan yang dikenakan menunjukkan bahwa perempuan tersebut berasal dari kalangan terhormat dan kaya. Sebagai perempuan terhormat dari kalangan atas, ternyata ikatan tradisi tak bisa lepas dari laku kesehariannya. Perempuan-perempuan Karo dalam keseharian mereka adalah pekerja keras. Mereka terbiasa menyunggi beban berat (dalam pengertian yang sesungguhnya) di atas kepala, bekerja di ladang, bercocok tanam, dan mengurus keluarga.

Menurut Suler (2013), makna takut pada sikap dari wajah dapat ditandai dengan mata yang membuka lebar, kelopak atas mengangkat seperti terkejut, namun alis saling mendekat, dan bibir merentang horizontal. Dilihat dari ekspresi wajahnya yang tidak menampilkan senyuman, makna yang ada pada foto perempuan ini merujuk pada deskripsi yang disampaikan oleh Suler. Ekspresi wajahnya terlihat kaku dan tegang. Hal ini bisa terjadi karena beberapa kemungkinan: merasa tegang karena tidak terbiasa difoto, terlebih oleh orang asing, merasa terpaksa difoto dengan pose tersebut, atau memang menunjukkan ekspresi ketidakhagiaannya atas berbagai sebab.

Analisis Mitos

Masyarakat Karo menganut sistem patrilineal yang berarti alur keturunan berasal dari pihak ayah. Sistem ini memosisikan pentingnya anak laki-

laki di dalam sebuah keluarga sebagai penerus keturunan. Dominasi gender jelas terlihat dalam hal ini, di mana penempatan peran gender terhadap kaum perempuan lebih terpusat pada sektor domestik. Marginalisasi terhadap perempuan diperkuat oleh adat istiadat maupun tafsir keagamaan (Fakih, 2013). Perempuan ditempatkan pada suatu *space* yang sangat sempit, dimana masyarakat telah menciptakan suatu batas berdasarkan konstruksi sosial menurut adat dan tata nilai budaya Karo. Kedudukan perempuan dalam masyarakat Karo adalah gambaran terbaik tentang perbedaan antara teori patriarkat dan kenyataannya. Secara teoritis seorang perempuan Karo dibeli dan dijual bak kerbau atau barang tak bergerak ke seorang pemilik yang berkuasa mutlak. Namun tak jarang ia tampil dengan perhiasan dan aksesori lain yang mencolok. Kondisi ini seakan terwakili dalam foto di sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards*, yaitu keberadaan *sumpit* di atas kepala yang seakan menyimbolkan beban kehidupan yang berat, berbanding terbalik dengan adanya aksesori yang seolah menggambarkan kehidupan yang berkecukupan.

Hal yang kontradiktif seperti yang disebutkan di atas menimbulkan mitos bahwa perempuan Karo diperlakukan semena-mena dalam balutan adat istiadat. Perempuan Karo memikul tanggung jawab dalam pekerjaan domestik sekaligus beban kerja yang seharusnya dilakukan oleh laki-laki. Secara fisik, kehidupan demikian sulit bagi kaum perempuan di desa karena beban pekerjaan yang harus dilakukannya seperti mengangkut air, berladang, dan tugas-tugas fisik yang berat lainnya di samping pekerjaan rumah tangga. Orang Karo sendiri tidak menganggap serius konsep yang telah terbentuk tentang perempuan sebagai barang dagangan dan pekerja keras dalam rumah tangga. Dalam praktiknya, mereka memperlakukan perempuan dengan baik. Pola pikir tentang posisi perempuan sebagai kelas kedua pun semakin lama makin hilang di tengah-tengah masyarakat Karo, seiring dengan perkembangan jaman, terutama dengan masuknya agama-agama yang mengajarkan bahwa pria sebagai kepala keluarga harus bertanggung jawab atas kelangsungan keluarganya. Suami dan istri saling memberikan tanggungjawab bagi rumah tangganya dan untuk mengembangkan keluarga. Seorang suami memperlihatkan rasa hormat kepada istrinya sebagaimana yang diharapkannya dari istrinya.

Kesimpulan

Pakaian dan kelengkapan yang dikenakan oleh perempuan Karo dalam foto sampul buku Indonesia 500 *Early Postcards* merupakan praktik yang di dalamnya terdapat relasi makna dan dapat mengomunikasikan identitas kulturalnya. Cara pemakaian *tudung* kepala, *uis* yang dikenakan, penggunaan *padung-padung* dan aksesoris lainnya menunjukkan bahwa perempuan dalam foto tersebut berasal dari suku Karo. *Padung-padung* yang dikenakan tidak sekedar memiliki fungsi pakai yang bersifat fisik (fisiologis) sebagai perhiasan. Lebih dari itu, fungsi simbolis *padung-padung* direpresentasikan sebagai simbol status yang memberikan citra strata sosial kelas atas bagi perempuan yang mengenakannya.

Foto di atas menunjukkan adanya ideologi masyarakat Karo tentang peran perempuan dalam masyarakat. Hal tersebut dapat kita lihat dari penggunaan *padung-padung* sebagai perhiasan yang dimaterialisasi menjadi sebuah penanda identitas komunal. Namun ideologi lain yang dapat kita lihat adalah pemosisian perempuan dalam sistem kemasyarakatan suku Karo pada masa itu, yaitu sebagai lebih rendah atau kelas kedua setelah laki-laki dengan segala peraturan adat yang mengikatnya. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa, perempuan Karo walaupun memiliki jiwa yang kuat dan tegar, namun tetap tunduk pada peraturan adat yang memosisikan mereka di bawah kaum pria.

Daftar Pustaka

- Barnard, M. (1996). Fashion sebagai komunikasi: Cara mengomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas, dan gender. Yogyakarta: Jalasutra.
- Barthes, R. (1972). Mythologies. New York: Hill and Wang.
- _____ (1978). "The photographic message" dalam Image-Music-Text, terjemahan Stephen Heath. New York: Hill&Wang, 1977: 8-9).
- _____ (1990). The Fashion System. United State of America: UniVersity of California Press.
- _____ (2007). Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi. Bandung: Jalasutra.
- Berger, A. A. (2010). Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam kebudayaan Kontemporer. Yogyakarta: Tiara Wacana.

- BrinkgreVe, F & Stuart-Fox, D. J. (2013). *LiVing with indonesian art: The frits liefkes collection*. Volendam, Netherlands: LM Publishers.
- Cooper, J. C. (1987). *Encyclopedia of traditional symbols*. London: Thames and Hudson.
- Ekman, P. (1957). A Methodological Discussion of NonVerbal BehaVior. *The Journal of Psychology*, 43, 141-149.
- Ekman, P. & Friesen, W. V. (1977). NonVerbal BehaVior . In Ostwald, P. F. (Ed.), *Communication and Social Interaction* (pp. 37-46). New York: Grune & Stratton.
- Fakih, M. (2013). *Analisis gender dan transformasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Haks, L., & Wachlin, S. (2004). *Indonesia: 500 early postcards*. Singapura: Didier Millet.
- Loeb, E. M. (2011). *Sumatra: sejarah dan masyarakatnya*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Richter, A. & Carpenter, B. W. (2011). *Gold jewellery of the the indonesian archipelago*. Singapore: Editions Didier Millet.
- Rodgers, S. (1985). *Power and gold: jewelry from indonesia, malaysia and the philippines from the collection of the barbier-mueller museum geneVa*. United Kingdom: Pretel Pub.
- Sitepu, A. G. (1980). *Mengenal Seni Kerajinan Tradisional Karo, Seri A*. Medan: -
- Sitepu, A. G. (1998). *Mengenal Seni Kerajinan Tradisional Karo, Seri B*. Medan: -
- Suler, J. (2013). *Conceptual Photography*. In the 4th Edition of Richard Zakia's *Perception and Imaging*. United Kingdom: Focal Press (ElseVier)
- Sunjayadi, R. A. (2013). *The Continuity of the Exotic Objects of Picture Postcards in Indonesia*. *Proceeding of the 5th International Conference on Indonesian Studies: "Ethnicity and Globalization"*, Yogyakarta, 13 – 14 Juni 2013, 232-250.
- Tarigan, B. T. (2017). *Komodifikasi Kain Tradisional Karo Pada Era Globalisasi*. Tesis. Program Studi Magister (S2) *Penciptaan dan Pengkajian Seni Fakultas Ilmu Budaya UniVersitas Sumatera Utara*. Medan.

WAYANG KEKAYON KHALIFAH
PARAGA MUADZ BIN JABAL:
DEKORASI DAN ORNAMENTASI PESAN
INTELEKTUALITAS MUADZ BIN JABAL
DALAM KRIYA KULIT
Paraga Muadz Bin Jabal in Wayang Kekayon Khalifah:
Muadz Bin Jabal Intellectual Message Decoration and
Ornamentation in Skin Crafts

Lutfianto

Mahasiswa Doktoral Studi Islam
Konsentrasi Kependidikan Islam
UITh Sunan Kalijaga Yogyakarta
Guru Bahasa Jawa SMATH1 Pajangan Bantul Yogyakarta
08122964680, Pos-el: lootfie80@gmail.com

ABSTRAK

Ada wujud Visual yang menarik dalam seni pewayangan. Visual yang menyiratkan pesan tertentu kepada khalayak. Terlebih ketika seni tersebut dipentaskan dalam sebuah pagelaran. Visual tersebut dapat dinikmati oleh pemirsa secara langsung. Sutradara sekaligus pemain utama, yaitu sang dalang memperlihatkan kepiawaiannya. Apalagi didukung oleh team yang handal maka akan semakin hidup pagelaran tersebut. Dhalang menjabarkan lakon yang berisi pesan moral kepada masyarakat. Maka seni ini dapat dipakai sebagai edukasi kepada masyarakat secara non formal. Tokoh yang dihadirkan menyesuaikan dengan tema yang ada. Bahkan dibuatkan tokoh model baru yang mendukung sebuah pagelaran. Maka penciptaan rupa wayang akan tetap ada dalam sepanjang sejarah wayang itu sendiri. Tulisan ini akan membahas model penciptaan tokoh wayang model baru sebagai sarana menyampaikan pesan intelektual Muadz bin Jabal dalam wayang Kekayon Khalifah. Wayang ini merupakan model wayang baru. Penciptaan ini menggunakan metode *Artistic Research* dan skema berpikir *Practice Based Research*, berfokus pada karya seni kontemporer. Tujuan penciptaan itu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan berbasis praktik. Selanjutnya

bagaimana merealisasikan pada kulit sapi atau kerbau. Sehingga pesan intelektual melalui dekorasi dan ornamen yang ada dengan menggunakan pendekatan estetika dan kriya kulit. Rancangan karya kriya kulit ini akan menghasilkan artefak berupa wayang gunung *paraga* Muadz bin Jabal, yang menjadi bagian dari wayang Kekayon Khalifah dengan ornamen dan dekorasi serta kaligrafi nama tokoh. Media ini dapat menghasilkan keindahan Visual dalam menyampaikan pesan intelektualitas Muadz bin Jabal melalui kriya kulit.

Kata kunci: Kriya kulit, seni pewayangan, *paraga* Muadz bin Jabal, pesan intelektualitas

Abstract

*There is an interesting visual form in the art of wayang. Visuals that imply a certain message to the audience. Especially when the art is staged in a performance. The visual can be enjoyed by viewers directly. The director as well as the main player, namely the dhalang plays his skills. Moreover, supported by a reliable team, the performance will be more lively. Dhalang describes a play that contains a moral message to the public. So, this art can be used as non-formal education to the community. The characters presented adjust to the existing theme. Even a new model character was made to support a performance. Then the creation of puppet forms will remain throughout the history of puppet itself. This paper will discuss the model of creating a new puppet character as a means of conveying the intellectual message of Muadz bin Jabal in the Wayang Kekayon Khalifah. This puppet is a new puppet model. This creation uses the Artistic Research method and the Practice-Based Research Thinking scheme, focusing on contemporary artwork. The aim is to develop practice-based knowledge. Next how to make cow or buffalo skin. So that the intellectual message through existing decorations and ornaments by using an aesthetic approach and leather craft. This leather craft design will produce artifacts in the form of the puppet gunung *paraga* Muadz bin Jabal, which is part of the Wayang Kekayon Khalifah with ornaments and decorations as well as calligraphy of character names. This media can produce visual beauty in conveying the intellectual message of Muadz bin Jabal through leather crafts.*

Keywords: Leather craft, wayang art, Muadz bin Jabal paraga, intellectual message

PENDAHULUAN

Seni pertunjukan wayang dapat dijadikan sebagai sarana transformasi informasi kepada masyarakat. Seni wayang wayang sekaligus dapat digunakan untuk menyampaikan nilai, pemahaman, gagasan sekaligus pandangan dan ide kepada khalayak. Sebagai contohnya adalah menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam. Sehingga seni wayang dapat memberikan kemanfaatan di Nusantara dan belahan dunia lainnya.

Pembuatan Visualisasi karakter tokoh dari masa ke masa mengalami dinamika tersendiri. Pada masa kesultanan Demak Visualisasi bentuk rupa wayang mempunyai prinsip tidak melanggar fiqh Islam dan ketauhidan.⁷ Ada satu bentuk Visualisasi yang muncul kala itu, yaitu bentuk gunung atau kayon. Sebuah lukisan pohon kehidupan atau dewadaru. Para wali memaknainya dengan *khayyu* yang berarti hidup.

Gunungan dalam pewayangan menggambarkan watak yang tidak dipunyai oleh karakter wayang yang lainnya, seperti watak angin, guntur, api dan sebagainya. Selain itu juga menggambarkan alam semesta pada umumnya. Di dalam pagelaran wayang sebagai penanda dimulainya pagelaran, pergantian babak maupun sebagai penanda berakhirnya pagelaran.

Pembuatan karya ini merupakan rekayasa kriya kulit dengan metode ‘teknik rasa bahan’ kulit kerbau atau sapi yang unik dengan dekorasi dan ornament yang ditatah sungguh. Desain yang kekinian dengan menggunakan seni kaligrafi nama tokoh Muadz bin Jabal, symbol seorang yang pandai atau mempunyai intelektualitas yang tinggi.

Karya ini dirancang dengan mempertimbangkan sifat natural bahan kulit sapi atau kerbau yang awet dan mudah dalam perawatannya. Karya ini dapat ditempatkan pada hiasan di dinding maupun pada simpingan wayang pada umumnya. Selain itu bisa dipakai untuk media pembelajaran di dalam kelas. Bentuk gunung dengan desain dan pewarnaan yang kontemporer dengan sasaran anak muda atau para peserta didik. Selain itu juga desain ini diperuntukan bagi penikmat karya lama berupa wayang namun dikemas kekinian. Rancangan seperti ini dimaksudkan untuk menjadi artefak yang dapat diwariskan kepada generasi mendatang.

⁷ Agus Sunyoto, *Atlas Wali Songo* (Jakarta: Pustaka Ilman, 2016), hlm. 159.

METODE PENELITIAN

Adapun proses perwujudan sebuah karya memerlukan kerangka yang digunakan untuk mempermudah pola pikir dan cara menjalankan sebuah penelitian. Metode yang peneliti gunakan adalah penelitian *artistic*. Penelitian ini sesuai dengan penelitian di bidang seni. Penelitian ini fokusnya adalah pada budaya kontemporer yang bertujuan untuk terciptanya ilmu pengetahuan yang baru melalui media ekspresi dengan metode praktik.⁸

Metode ini digunakan untuk memudahkan dalam proses penelitian. Metode *practice Based Resear* akan digunakan dalam penelitian ini. Ada tiga bagian utama yang harus dilalui, yaitu pertama *research question, research context*, dan *research methods*. Setelah tiga bagian utama ini dirumuskan kemudian dilakukan pembuatan sketsa dan gambar kerja, riset sumber data (karya referensi, teori, dan kebutuhan penciptaan), riset Visual (bentuk karya). Kemudian memahami, mempelajari dan mulai melakukan praktik.⁹

PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Rumusan Penciptaan

Rumusan penciptaan ini adalah bagaimana merealisasikan rancangan karya penciptaan seni menggunakan media kulit sapi atau kerbau. Sebuah rancangan yang dapat merefleksikan pesan intelektualitas melalui *paraga* atau tokoh Muadz bin Jabal. Visualisasi yang disematkan melalui wujud dan olah ornamentasi kaligrafi, tatah sungging dalam sifat bentuk karya artistik sekaligus bermakna simbolik.

Tujuan Penciptaan

1. Terciptanya karya Wayang kekayon khalifah *paraga* Muadz bin Jabal ini untuk pengkayaan produk artistik mengandung pesan yang dapat tersampaikan kepada masyarakat.

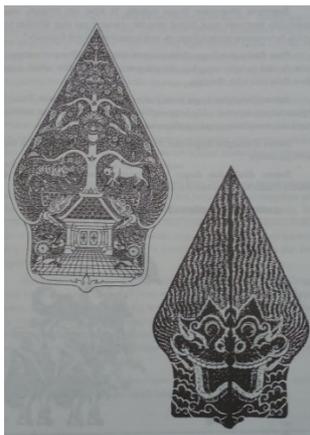
⁸ Hannula, Mika, Juha Suoranta, and T. V. (2005). *Artistic Research- Theories, Methods and Practices*. Academy of Fine Art, Helsinki, Finland and UniVersiy of Gothenburg / Art Monitor, Gothenburg, Sweden..

⁹ Abdullah, A. P. R. (2010). "Practice Based Research in Art and Design, Why Not?" *Jurnal Perintis Pendidikan Fakultas Seni Lukis & Reka UiTM*, 18.1, 41.

2. Artefak dan isi pesannya dapat sebagai bekal hidup diri pribadi pencipta dan juga para penikmatnya.
3. Meningkatkan keberadaan diri pencipta melalui karya seni sebagai bentuk tanggung jawab seniman akademis.
4. Hasil karya penciptaan ini untuk media pembejarian menyapaikan pesan intelektualitas Muadz bin Jabal.

Tinjauan Karya/Referensi Karya

Adapun pembuatan suatu karya memerlukan sumber inspirasi.¹⁰ Pengamatan mendalam berkaitan dengan sumber inspirasi berupa gunungan sangat menginspirasi untuk membuat yang serupa dan mengembangkannya. Wujud, ornamen, warna, titik dan garis serta isian dapat memberi inspirasi pengembangan ide yang baru. Hal ini juga bisa menunjukkan perbedaan atau *distingsi* dengan karya yang serupa bentuknya yang telah dibuat orang lain.



Gambar 1. Gunungan Kalpataru dan Gunungan Sunan Kalijaga

Sumber: RM Pranoejoe Poepaningrat, *Nonton Wayang dari Berbagai Pakeliran* (Yogyakarta. PT. BP. Kedaualatan Rakyat, 2005)

Kayon adalah lukisan sebuah pohon kalpataru (Dewandaru), yaitu lambang pohon kehidupan. Semula wujud ini melambangkan sumber pengetahuan, pengayom dan sumber kehidupan kemudian dimaknai ulang oleh para wali. Kayon atau *khayyu* dalam bahasa Arab bermakna hidup, diartikan

¹⁰ Sahman, H. (1993). *Mengenal Dunia Seni Rupa*. IKIP Semarang Press.

sebagai gambaran simbolis dari kubah masjid. Ketika dijungkirkan akan menyerupai bentuk jantung manusia. Hal ini mengandung mengandung falsafah Islam terkait kehidupan umat Islam. Bahwa jantung hatinya harus selalu terkait dengan masjid. Sedangkan api yang menyala yang dilukiskan di balik kayon merupakan *sengkalan*, *geni dadi sucining jagad*, yang berarti tahun 1443. Pada tahun inilah untuk pertama kalinya kayon dibuat oleh Sunan Kalijaga. *Geni* atau api berwatak 3, *dadi* atau *wahudadi* atau samudra berwatak 4, *suci* berwatak 4, dan *jagad* atau dunia berwatak 1. *Sengkalan* adalah penanda tahun dengan kata-kata yang mempunyai makna angka dan pembacaannya dengan cara dibaca dari belakang menjadi 1443. Tahun ini menandakan pembuatan gunung yang pertama kali oleh Sunan Kalijaga.¹¹

Wayang Kekayon Khalifah *Paraga Muadz bin Jabal*

Karya penciptaan berjudul Wayang Kekayon Khalifah *Paraga Muadz bin Jabal* menggunakan bentuk yang serupa dengan gambar sumber satu dan gambar sumber dua tetapi secara desain isian yang berbeda. Tidak ada penampakan makhluk hidup, hanya tulisan nama Muadz bin Jabal dengan kaligrafi huruf Arab, symbol buku yang memancarkan seberkah cahaya. Symbol tersebut melekat pada intelektualitas sang tokoh. Warna pancaran berwarna kekuningan menandakan keilmuan yang berdasarkan kepada Allah SWT. Muadz bin Jabal mencari ilmu dan mengamalkan keilmuan semata-mata untuk mendekatkan kepada Allah SWT.¹²

¹¹ Poepaningrat, RM Pranoejoe. 2005. *Nonton Wayang dari Berbagai Pakeliran*. Yogyakarta. PT. BP. Kedaualatan Rakyat.

¹² Khalid, Khalid Muhammad. 2015. *60 Sirah Sahabat Rasulullah SAW*. Jakarta Timur. Al-I'tishom Cahaya Umat.



Gambar 2. Wayang Kekayon Khalifah *paraga* Muadz bin Jabal
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ide Penciptan/Konsep Penciptaan

Terbentuknya Visualisasi wujud karya perlu memperhatikan hal yang terkait dengan keindahan atau estetika dalam proses pembuatannya. Ada tiga unsur dasar yang terdapat pada benda ataupun peristiwa seni, yaitu wujud, bobot dan penampilan.¹³ Wujud atau rupa yang ingin dibentuk berupa karya gunung berbau kulit sapi. Bahan utama yang diwujudkan menjadi gunung dan dapat disimping, sebagaimana karya utamanya.

Bobot ataupun isi dari karya ini mempunyai gagasan yang berasal dari intelektualitas tokoh Muadz bin Jabal. Tokoh ini sangat luar biasa, intelektualitas dalam mengambil keputusan berdasarkan Syariah Islam. Tokoh yang menunjukkan kedekatannya kepada hukum Allah pada saat menjadi wali di Yaman. Representasi yang ingin dihadirkan adalah sebagai bentuk sebuah harapan yang sebenarnya selalu ada dalam diri manusia untuk menjadi orang yang pandai. Walaupun kepandaian tidak membutuhkan adanya medium untuk menggambarkannya akan tetapi penciptaan karya ini menggunakan medium untuk menghadirkan sifat intelektualitas seseorang. Medium ini merupakan

¹³ D. A. A Djelantik. 2004. *ESTETIKA Sebuah Pengantar*. Masyarakat Seni Pertunjukkan Indonesia

simbolisasi dari penggambaran intelektualitas yang mewakili sosok yang ingin dihadirkan. Selain dari pada itu gagasan ini berangkat dari budaya masyarakat Jawa saat ini yang masih menyukai wayang. Budaya dengan muatan moral dan budi pekerti serta kepandaian.

Symbol yang ada adalah buku, cahaya yang memancar, kaligrafi nama Muadz bin Jabal. Dengan teknis tatah dan sungging sebagai mana penggarapan wayang pada umumnya. Buku menggambarkan kepandaian atau intelektualitas seseorang. Kepandaian seseorang salah satunya bisa dilihat dari kepandaian membaca dan menulis buku. Cahaya yang memancar berwarna kuning menggambarkan kecemerlangan Muadz bin Jabal ketika menjadi wali di Yaman.

Aspek mendasar yang ketiga adalah penampilan atau penyajian. Penyajian adalah hal yang menjadi kesatuan dalam unsur estetika. Proses ini dilakukan dengan meletakkan pada simpingan wayang dengan tokoh yang lainnya. Selain itu juga bisa ditempatkan di depan kelas atau di perpustakaan sebagai media pembelajaran yang indah sebagaimana ide dasar penciptaan ini.

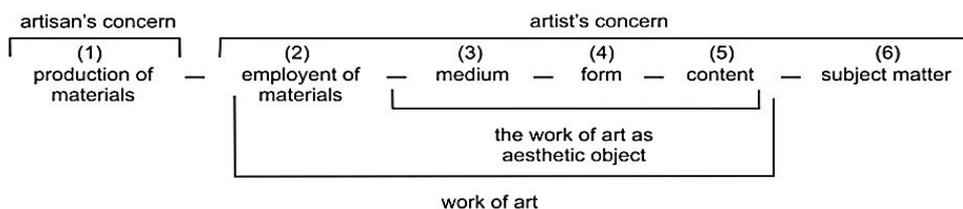
Fungsi seni pada masa kini bertujuan untuk memuaskan berbagai kebutuhan. Hal ini juga merupakan penggambaran ekspresi pribadi masing-masing seniman. Hasil seni karya kriya kulit dapat menggabungkan dua fungsi sekaligus, yaitu personal dan social. Fungsi pertama personal, yaitu bahwa penciptaannya sebagai wujud ekspresi diri dan sekaligus untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan terkait barang-barang yang bermanfaat. Sedangkan fungsi kedua, yaitu social adalah untuk mengekspresikan aspek tentang eksistensi social dari pengalaman pribadinya.¹⁴Terciptanya karya ini berfungsi praktis menghadirkan keindahan di tengah masyarakat sehingga dapat merangsang penikmat seni dengan berbagai pilihan yang mungkin berbeda.¹⁵

¹⁴ Feldman, E. B. (n.d.). Art as Image and Idea.

¹⁵ Supriaswoto. (n.d.). Hand Out ilmu Bahan Logam. Jurusan Kriya Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Ide Bentuk

Ide bentuk karya ini berasal dari gunung Sunan Kalijaga maupun gunung dari pagelaran wayang pada umumnya. skema yang digunakan untuk menerangkan ide pokok dan ide bentuk:



Gambar 3. Skema artist's concern

The material of Art

Ide awal penciptaan ini adalah menciptakan sebuah karya yang bisa untuk media pendidikan yang bernilai tinggi dan estetis serta awet atau langgeng. Selain itu juga terinspirasi dari latar belakang budaya Jawa (wayang). Salah satunya yaitu gunung wayang. Makna simbolik gunung wayang sangat filosofis sebagai gambaran uniVersal dunia. Virgil C. Aldrich berpendapat bahwa perbedaan antara artisan dan seniman (kriyawan) berdasarkan pemilihan medium yang digunakan yang mempunyai fungsi sebagai alat, sarana dan bahasa. Pengrajin akan menghasilkan benda fisik sedangkan kriyawan menghasilkan benda sebagai objek estetik.¹⁶

Perwujudan ide pokok dan ide bentuk dalam proses kerja seni yang perlu diperhatikan oleh kriyawan menurut Aldrich tentang *material of art* yang meliputi *employment of materials*, *medium*, *content*, *form* dan *subject matter*. *Employment of material* (pemanfaatan material), di sini adalah tentang bagaimana sang kriyawan dapat terlibat secara lahir dan batin selama proses penciptaan, sehingga terciptanya perasaan yang begitu menghayati, bukan hanya sekedar menghasilkan sebuah benda.

Medium merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk terciptanya sebuah gagasan. Latar belakang pendidikan maupun kegiatan keseharian merupakan alat atau sarana yang digunakan sehingga sang kriyawan menguasai

¹⁶ Aldrich, V. C. (1963). *Philosophy of Art*. PRENTICE-HALL, INC.

karakteristik material yang digunakan dan mengetahui cara mewujudkannya. Dimungkinkan selama proses tersebut terjadi perubahan yang memungkinkan penguasaan beberapa karakternya. *Content* adalah konten atau isi yang dirumuskan menjadi tema, penciptaan ini menciptakan sebuah pesan membawa seseorang menjadi pribadi yang memiliki akhlakul karimah dalam menjalani kehidupan. *Form* adalah bentuk yang dipilih berupa karya instalasi yang terdiri dari komposisi kaligrafi, symbol rupa dan warna yang ada di dalam gunungan atau kayon itu. *Subject matter* yang merupakan subjek pokok adalah paraga yang berbentuk gunungan dengan balutan kaligrafi dan symbol yang ketika disimping menjadi satu kesatuan kisah atau lakon.

Medium dan Teknik

Material sebagai media dalam penciptaan karya seni perlu terlebih dahulu mempelajari karakteristiknya sebagai sifat yang harus dapat mendukung sang perancang merealisasikan gagasannya. Medium dalam hal ini adalah sarana karya berupa kulit sapi atau kerbau yang biasa dipakai dalam pembuatan wayang pada umumnya.

Aspek teknik kriya kulit sederhana sebagaimana penggarapan wayang pada umumnya. Namun demikian memerlukan tahapan-tahapan yang harus dilaluinya. Selain itu juga perlu kehati-hatian. Hal ini dikarenakan supaya jangan sampai terjadi kesalahan praktikum. Kesalahan dalam praktik dapat merusak material dan alat. Sehingga akan lebih efisiensi dalam pembiayaan. Teknik yang digunakan dalam karya ini sama dengan teknik penggarapan wayang pada umumnya, yaitu tatah dan sungging.

Proses Penciptaan

Dalam proses penciptaan, efektifitas pengerjaan kulit sapi tergantung pada pengalaman kerja yang dilakukan. Pengalaman kerja meningkatkan kecakapan dan juga kepekaan dalam membuat bentuk-bentuk yang lebih menarik.

Proses mempersiapkan bahan dan alat



Gambar 4. Menyiapkan lembaran kulit sapi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada proses ini dimulai dari memilih bahan berupa kulit sapi atau kerbau yang sudah diolah dan siap untuk ditatah.

Proses membuat desain



Gambar 5. Desain gunung Muadz bin Jabal
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Setelah semua bahan dan alat siap, maka dilanjutkan pengemalan gambar pada kulit sapi menggunakan kertas yang berisi desain yang dimaksud dengan cara ditempel.

Menyiapkan lembaran Kulit sapi atau kerbau

Pemotongan dilakukan mengikuti arah goresan gunung yang sudah dimal dengan gambar desain yang ada. Pemotongan kulit sapi atau kerbau tersebut menggunakan gunting atau tatah secara manual dengan tangan.



Gambar 6. Menyiapkan lembaran Kulit
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pengemalan lembaran kertas dengan caa dilem di atas kulit sapi. Selanjutnya adalah proses penatahan.

Proses tatah



Gambar 7. Menatah Kulit yang sudah ditempel gambar desain
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Proses tatah dilakukan dengan tatah yang sesuai dengan bentuk desain dan isian yang ada.

Hasil tatahan



Gambar 8. Hasil tatahan sebelum disungging
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Proses tatahan selesai dengan terbentuknya desain yang sudah dipindahkan di lembaran kulit.

Proses pemberian warna atau sungging



Gambar 9. pemberian warna atau sungging
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penyajian

Karya ini dapat disamping sebagaimana wayang pada umumnya.



Gambar 10. Hasil display dengan wayang yang lainnya. berwarna biru (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Deskripsi Karya

Karya penciptaan berjudul Wayang Kekayon Khalifah *Paraga* Muadz bin Jabal tidak ada penampakan makhluk hidup, yang ada adalah tulisan nama Muadz bin Jabal dengan kaligrafi huruf Arab, symbol buku dan pancaran cahaya berwarna kuning. Tulisan Muadz bin Jabal dengan menggunakan kaligrafi huruf Arab. Gambar buku dan pancaran cahaya berwarna kuning memberi symbol tokoh tersebut pandai atau mempunyai intelektualitas. Gambar pancaran cahaya berwarna kuning merupakan symbol kedekatan kepada Allah SWT. Hal ini dapat kita ketahui dalam sejarah saat tokoh ini diamanahi menjadi wali di Yaman pada masa Rasulullah. Tokoh tersebut memimpin untuk mencari keridhloan bukan untuk mencari kekayaan.

PENUTUP

Pembuatan wayang Kekayon Khalifah ini menggunakan metode *Artistic Research* dan skema berpikir *Practice Based Research*, berfokus pada karya seni kontemporer. Hasilnya tercipta terciptanya ilmu pengetahuan melalui ekspresi yang berbasis praktik. Karya yang terealisasi melalui media kulit sapi atau kerbau ini dapat merefleksikan pesan moral melalui dekorasi dan ornamen yang ada dengan menggunakan pendekatan estetika dan kriya kulit.

Pembuatan karya kriya kulit ini menghasilkan artefak berupa wayang gunung *paraga* Muadz bin Jabal, yang menjadi bagian dari Wayang Kekayon Khalifah dengan dekorasi dan ornamentasi. Efek estetika yang dimunculkan berupa perpaduan dekorasi dan ornamen serta kaligrafi nama tokoh yang harmonis. Media ini dapat menghadirkan keindahan dalam menyampaikan pesan keintelektualitasan Muadz bin Jabal.

Daftar Pustaka

- Bandem, I Made dan Murgianto. 1999. *Teater daerah di Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Poepaningrat, RM Pranoejoe. 2005. *Nonton Wayang dari Berbagai Pakeliran*. Yogyakarta. PT. BP. Kedaulatan Rakyat.
- Abdullah, A. P. R. 2010. "Practice Based Research in Art and Design, Why Not?" *Jurnal Perintis Pendidikan Fakultas Seni Lukis & Reka UiTM*, 18.1, 41.
- Aldrich, V. C. (1963). *Philosophy of Art*. PRENTICE-HALL, INC.
- Amanto, Hadi, dan D. D. (1999). *ILMU BAHAN*. PT Bumi Aksara.
- Djelantik, D. A. A. 2004. *ESTETIKA Sebuah Pengantar*. Masyarakat Seni Pertunjukkan Indonesia.
- Feldman, E. B. (n.d.). *Art as Image and Idea*.
- Hannula, Mika, Juha Suoranta, and T. V. (2005). *Artistic Research. Theories, Methods and Practices*. Academy of Fine Art, Helsinki, Finland and University of Gothenburg / Art Monitor, Gothenburg, Sweden.
- Khalid, Khalid Muhammad. 2015. *60 Sirah Sahabat Rasulullah SAW*. Jakarta Timur. Al-I'tishom Cahaya Umat.

- Krisnawati, C. (2005). *TERAPI WARNA DALAM KESEHATAN – Energy Colour Therapy*. Curiosita.
- Sahman, H. (1993). *Mengenal Dunia Seni Rupa*. IKIP Semarang Press.
- Supriaswoto. (n.d.). Hand Out ilmu Bahan Logam. Jurusan Kriya Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- _____. (2019). INDONESIA KRIYA FESTIVAL Craft for Sustainable LiVing. In S. G. Gunanto (Ed.), *Limbah Padat Alumunium: Nilai Tambahnya Digali Melalui Seni Kriya* (p. 101). Badan Penerbit ISI Yogyakarta.

Peranan Komunitas Fotografi di Indonesia dalam Industri Fotografi Analog di Era Digital

Yurif Setya Darmawan, Yasraf Amir Piliang, Acep Iwan Saidi, Intan Rizky Mutiaz

Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung
Jl. Ganesa no. 10 Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
Email: yurifsetyad@gmail.com
Tho. Hp. 081216586224

Perkembangan teknologi kamera digital membawa dampak yang signifikan terhadap dunia fotografi analog. Industri fotografi analog yang mulai mengalami surutnya pasar mulai mengatur strategi untuk bersaing dengan industri fotografi digital. Produsen dan merk-merk besar seperti Polaroid dan Kodak mengatur langkah konkret mereka dalam menyasar target pengguna produk analog mereka kepada generasi baru, generasi muda. Dengan adanya target baru ini diharapkan dapat memperbaiki dan menguatkan kembali industri fotografi analog. Di Indonesia, kesuksesan inoVasi dan sasaran target baru merk-merk produsen fotografi analog tersebut tidak lepas dari peran komunitas fotografi. Komunitas fotografi yang pada awalnya heterogen, pengguna analog dan digital, tersebut kemudian mulai tertarik dan berkonsentrasi menekuni dasar-dasar teknik fotografi analog. Komunitas fotografi yang terbentuk sekitar tahun 2008 dan setelahnya didominasi oleh fotografer yang relatif muda yang tertarik mengeksplorasi fotografi analog. Mereka membentuk ekosistem yang pada akhirnya melahirkan komunitas-komunitas fotografi analog di berbagai daerah di Indonesia. Komunitas fotografi analog di Indonesia yang berkembang selama sekitar sepuluh tahun terakhir, menciptakan wacananya sendiri, melalui bazar, diskusi, pameran dan kegiatan lainnya. Melalui penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis wacana pada media digital ini didapatkan data-data yang akan memberikan penjelasan mengenai wacana pertumbuhan komunitas fotografi analog Indonesia yang pada akhirnya juga berimplikasi pada pertumbuhan industri fotografi analog. Realitas wacana mengenai fotografi analog tidak lepas dari peranan internet dan kehadiran media sosial seperti Kaskus, Facebook, Instagram dsb. yang pada akhirnya memperluas jejaring komunitas, pasar dan apresiasi karya fotografi analog.

Kata Kunci: Komunitas Foto, Fotografi Analog, Industri Fotografi Analog, Era Digital

Latar Belakang

Tantangan digitalisasi di dalam dunia fotografi menimbulkan dampak tersendiri bagi penggunanya. Kecepatan yang ditawarkan oleh fotografi digital saat ini dianggap menimbulkan kejenuhan oleh kalangan tertentu. Di Indonesia, beberapa penggiat fotografi masih membutuhkan proses yang dapat dinikmati, yang mereka anggap sebagai proses kreatifitas seperti proses kamar gelap, proses penghayatan dalam memperhitungkan momen pengambilan gambar dan seterusnya. Hal ini pula memicu munculnya komunitas-komunitas fotografi berbasis kamera analog (Haryoko, 2017). Untuk menunjukkan eksistensi fotografi analog salah satunya adalah dengan mengadakan acara pameran seperti yang pernah diadakan oleh komunitas-komunitas kampus dan komunitas di luar lembaga kampus. Salah satu contohnya adalah acara resmi yang digelar oleh Komunitas Fakultas Seni Media Rekam ISI Yogyakarta bertajuk *Visual Routinity* dengan 70 pengarya di galeri FSMR ISI Yogyakarta. Meskipun pameran ini digelar atas nama kampus akan tetapi di dalamnya terdapat para penggerak mahasiswa dan komunitas KOPPI (Keluarga Old Photographic Processes ISI Yogyakarta) yang memang mempelajari secara formal seluk-beluk dunia fotografi analog.



Gambar 1. Poster pameran (kiri) dan antusiasme para pengunjung pameran (kanan)
Sumber: (Haryoko, 2017)

1.1 Era Digital dan Internet

Kemunculan teknologi sensor yang disematkan pada kamera sangat mempengaruhi budaya fotografi setelahnya. Sensor elektronik digital menggantikan teknologi film sebagai medium perekam cahaya di dalam kamera. Hal ini juga yang kemudian menimbulkan resistensi tersendiri terhadap fotografi

digital oleh penggunanya. Minniti menyebutnya sebagai pengulangan nostalgia dari teknologi lama. Istilah lainnya adalah yang disebut sebagai “pengalaman analog”. Minniti mencontohkan ketika seseorang menggunakan kamera instan¹⁷ untuk memotret, hingga menimbulkan pengalaman khusus yang tidak didapatkan pada teknologi digital (Minniti, 2018). Tradisi materialisasi dalam fotografi analog inilah yang mulai berkurang, seperti mencetak foto untuk disusun dalam album foto (Pappas, 2014), bermain bebas dengan mengeksplorasi jenis film dan kertas atau bahan-bahan kimia sehingga menghasilkan efek yang unik dan tak terbayangkan oleh fotografer. Digitalisasi mempermudah pengambilan foto secara terus menerus yang berimplikasi dalam pengambilan foto pada ruang-ruang priVat. Pada akhirnya ruang priVat tersebut dieksplorasi sedemikian rupa dengan pemerolehan Visual foto dengan tonal yang unik dan melampaui kebiasaan hasil foto digital yang pada umumnya mengutamakan kebersihan dan kejernihan foto. Hal inilah yang menjadi alasan bahwa foto digital dianggap kurang menarik daripada analog oleh generasi muda (Morlot, 2013).

Seiring berkembangnya teknologi digital, yang tidak hanya mempengaruhi dalam bidang fotografi, tetapi juga mempercepat transfer informasi dalam ranah teknologi informasi dan komunikasi. Internet mewadahi orang-orang dalam membentuk sebuah jaringan, kelompok, memperluas wawasan dan informasi. Salah satu dampaknya juga dalam bidang fotografi. Dalam tradisi digital, fotografi lebih sering muncul, termediasi untuk tampil di dalam layar. Untuk itu, peran penggunaan fotografi dalam tradisi digital sesungguhnya secara tidak langsung berimplikasi secara masif membentuk kebudayaan dan pola hidup manusia. Foto, dalam hal ini juga sebagai sarana berkomunikasi, membangun identitas dan sebagai wahana dalam memahami realitas. Fotografi digital yang lebih praktis digunakan di era internet, menjadi pilihan utama dan mulai menggeser penggunaan fotografi analog karena dukungan teknologi lainnya yang telah mengalami percepatan. Tidak dipungkiri bahwa teknologi analog yang terkesan lambat seakan menjadi penghambat dalam transfer dan distribusi hasil foto. Apalagi dengan munculnya media sosial yang

¹⁷ Di Indonesia lebih sering dikenal sebagai kamera Polaroid, padahal Polaroid merupakan nama merk.

memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah foto seperti Facebook, Instagram dan Snapchat, semakin menegaskan penggunaan fotografi digital menjadi pilihan utama dalam hal ini (Winston, 2013).

1.2 Hancurnya Industri Fotografi Analog dan Usaha Produsen Analog Menyasar Generasi Baru

Pada tahun 2001 hingga 2009 saat masa transisi teknologi fotografi digital, Polaroid mengumumkan menghentikan produksi kamera instan dan filmnya, tepatnya pada tahun 2008 (Magaudda dan Minnitti, 2019). Hal ini merupakan dampak kehancuran industri fotografi analog, yang merupakan produksi utamanya adalah film seluloid dan film bentuk lainnya, baik plat atau kertas seperti Polaroid. Menyikapi hal itu Polaroid segera membentuk semacam perusahaan baru yang berada di bawah naungannya yang disebut “*The Impossible Project*” atau disingkat TIP. Sejak tahun 2010 TIP berkembang dan memiliki pabrik di Belanda. Mereka memiliki strategi tersendiri dengan mengklaim produknya di pasaran sebagai Polaroid Originals sekaligus menggantikan nama TIP menjadi Polaroid Originals. Ia sukses menempatkan kembali teknologi Polaroid tengah-tengah era digital.

Selama dua dekade terakhir terdapat perkembangan tentang ketertarikan terhadap teknologi kuno (*retromedia*) yang mulai populer kembali. Tidak hanya dalam bidang fotografi namun kepopuleran media-media lain seperti Vinyl, kaset pita, dan beberapa perangkat teknologi kuno digunakan kembali oleh beberapa kalangan tertentu (Magaudda dan Minnitti, 2019). Fotografi analog kembali bangkit dan populer di kalangan fotografi amatir. Dikotomi digital dan analog semakin meruncing menawarkan sejumlah pilihan-pilihan bagi penggunaannya. Akan tetapi hal ini tidak sepenuhnya benar, bahwa definisi pertentangan yang terkesan biner antara analog-digital di dalam praktiknya seringkali bersalingkait di era digital ini. Proses-proses *hybrid* dapat ditemui di lapangan, seperti mengembangkan film dan dilanjutkan dengan pemindaian digital melalui *scanner* kerap ditemui oleh pengguna fotografi analog di era digital seperti sekarang. Proses tersebut memudahkan para fotografer analog untuk dapat terlibat juga di dalam sirkulasi dunia digital melalui media sosial. Mereka dengan mudah berpartisipasi mengunggah karya fotografi yang pada awalnya diproduksi melalui teknologi analog, dan hasil akhir dinikmati di

dalam bentuk digital. Kemudahan yang ditawarkan untuk mengadopsi teknologi lama dan menyesuaikan diri dengan dunia digital memicu produsen-produsen film fotografi analog untuk menyusun strategi baru untuk menasar target pemasaran baru.

Sebagai salah satu contohnya, Polaroid dengan TIP yang sengaja membentuk narasi untuk membawa problem materialitas sebagai promosi dan kampanye produk barunya. Kesempurnaan Visual yang ditawarkan oleh sensor digital, dilihat oleh Polaroid sebagai celah yang dapat dipertentangkan dengan Visual foto yang dihasilkan oleh fotografi analog yang serba “tidak pasti”¹⁸. Justru ketidakpastian hasil foto yang didapatkan melalui fotografi analog tersebut dijadikan keunggulan produk Polaroid (Magaudda dan Minnitti, 2019). Sama halnya dengan *Lomography* yang kian terdongkrak penggunaannya ketika ia menasar fotografi adalah permainan bebas untuk menghasilkan Visual yang unik. *Lomography* digagas oleh sekelompok siswa di Wina yang memiliki konsep kamera lucu dengan harga terjangkau (Morlot, 2013). Bahkan pada tahun 2012, komunitas *Lomography* mencapai 500.000 orang di Facebook. Demikian, seperti yang telah dibahas sebelumnya, kini Polaroid 2.0 berkembang pesat di pasaran dan tidak hanya digunakan oleh generasi lama, namun juga generasi baru. Perusahaan lainnya, adalah Fuji Instax yang membuat kamera dan film instan. Fuji Instax juga populer di kalangan remaja dengan format yang lebih kecil dari pada Polaroid, seperti Fuji Instax Mini dengan Varian dan warna yang lucu terlihat seperti mainan. Setidaknya hal ini membenarkan pendapat Morlot yang mengatakan bahwa kamera instan saat ini lebih diminati oleh generasi muda (Morlot, 2013).

Kodak yang menguasai bisnis produsen film seluloid pada akhirnya pun jatuh mengalami kebangkrutan pada tahun 2012. Perusahaan yang pernah menjadi salah satu perusahaan paling kuat di dunia tersebut saat ini memiliki kapitalisasi pasar kurang dari 1 Miliar dolar, dengan demikian Kodak sebenarnya gagal melihat atau terlambat mengatasi tantangan digitalisasi karena disrupsi teknologi (Anthony, 2016). Selain itu pada tahun 2009 Kodak telah memutuskan untuk menghentikan produksi salah satu Varian filmnya, Kodak

¹⁸ Ketidakpastian foto dapat terjadi karena kebocoran kamera sehingga menghasilkan efek-efek seperti *light leak*, atau efek lainnya yang serba tak terduga, hal ini disebut sebagai kecacatan foto.

Kodachrome dan diikuti penghentian Kodak Ektachrome pada tahun 2012 (Frankel, 2017). Hal tersebut tentunya merupakan keputusan Kodak yang telah dipertimbangkan, untuk menyikapi strategi bisnisnya mempertahankan eksistensi roll film seluloid ikonik khas produknya. Berita tersebut disambut baik oleh penggemar fotografi analog. Periklanan Kodak yang mengusung tema kebangkitan era analog di Youtube juga berdampak pada wacana, perbincangan tentang fotografi analog yang semakin tenar di internet termasuk di Indonesia (Kodak, 2017).

1. Tujuan dan Metode Penelitian

Fluktuasi dunia industri penyuplai fotografi analog yang telah diuraikan di atas merupakan sebuah gambaran realitas dinamika industri fotografi analog yang terjadi dalam era digital. Digitalisasi berdampak pada perusahaan-perusahaan besar untuk segera bertindak, berinovasi dan berjuang mengatasi kebangkrutan. Usaha-usaha yang telah dilakukan tersebut beberapa berhasil dengan terbukanya peluang pasar yang didominasi oleh generasi baru pengguna fotografi analog. Namun demikian, di Indonesia tampaknya menarik dilihat bagaimana perkembangan wacana fotografi analog tersebut. Diasumsikan bahwa selain strategi segmentasi pasar yang menawarkan sebuah pengalaman masa lalu seperti *retromedia* yang telah diuraikan di atas, terdapat andil geliat komunitas yang juga dimediasi oleh kemajuan teknologi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana fenomena munculnya komunitas fotografi di Indonesia terhadap perkembangan industri fotografi analog di era digital.

Untuk memahami realitas yang terjadi mengenai perkembangan komunitas fotografi di Indonesia dan bagaimana pengaruhnya terhadap perkembangan industri fotografi analog maka digunakan perspektif analisis wacana kritis. Wacana, atau disebut juga "*discourse*" didefinisikan sebagai sebuah tindakan penggunaan bahasa untuk menggambarkan realitas (Hamad, 2007). Wacana juga berarti sebuah realitas yang dikonstruksikan melalui sebuah teks, perbincangan, tindakan dan artefak. Sebenarnya analisis wacana digunakan untuk memahami sebuah makna, citra yang dihasilkan, atau ideologi-ideologi yang melatarbelakangi sebuah realitas tersebut. Untuk itu prosedur penelitian

ini dapat disusun sebagai berikut; (1) mendeskripsikan realitas; dalam hal ini telah diuraikan di latar belakang sebagai sebuah realitas objektif mengenai dinamika industri fotografi analog dalam kurun waktu tahun 2000-an hingga sekitar tahun 2020. (2) Melihat data-data pembentuk wacana dalam sistem komunikasi tertentu; tahapan kedua ini melihat bagaimana komunikasi anggota komunitas yang terjalin internet seperti pelaku konstruksi, faktor internal (ideologis, idealis), eksternal pasar (sponsor). (3) melihat proses konstruksi “realitas” (realitas yang dikonstruksikan) melalui teks, perbincangan, tindakan dan artefak yang muncul. Untuk keperluan penelitian ini maka dapat diringkas analisis sebagai berikut: (1) data komunitas, (2) analisis komunikasi; (a) pelaku, (b) ideologis, idealis (c) pasar (d) media internet, dan (3) wacana yang terbentuk; tindakan dan artefak muncul. Data-data dalam penelitian ini diambil melalui pemberitaan komunitas fotografi analog yang muncul secara online dalam kurun waktu publikasi sekitar tahun 2010-2020.

2. Data Komunitas Fotografi Analog di Indonesia

3.1 UKM ZOOM UNILA



Gambar 1. Karya foto analog komunitas ZOOM UNILA

Sebuah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) bernama ZOOM UniVersitas Lampung mengadakan pameran foto bertema “Bingkai Kehidupan di Tempat Pelelangan Ikan” pada tanggal 10 sampai 12 Juni 2013. Sebelumnya peserta

pameran hunting bersama di Pusat Pelelangan ikan PPI Lempasing Mei 2013 (Cahaya, 2013).

3.2 Komunitas Analog Lampung

Selain komunitas berbasis kampus, ternyata di Lampung juga terdapat Komunitas Fotografi Analog Lampung di Bandar Lampung. Komunitas ini didirikan sekitar tahun 2015, dan beranggotakan sekitar 39 orang dengan rentang status yang cukup beragam, mulai siswa SMP, SMA, mahasiswa, pengusaha hingga pekerja kantoran. Sama dengan yang lain, komunitas ini memiliki tujuan pendirian komunitas atas dasar kesamaan hobi dan menjalin silaturahmi. Mereka rutin menggelar pertemuan untuk mendiskusikan fungsi operasional kamera analog. Selain itu saat ini mulai kesulitan untuk mencari roll film. Untuk memenuhi kebutuhan roll film tersebut maka anggota Komunitas Analog Lampung saling berbagi informasi *stock* roll film. Bahkan komunitas ini berencana untuk membuka sebuah kedai semi galeri yang menyediakan jasa cuci foto. Selain itu juga untuk memamerkan karya-karya fotografi anggota Komunitas Analog Lampung (Putra, 2019).

3.3 Jelly Playground

Salah satu yang cukup terkenal baik tokoh dan komunitasnya di Indonesia adalah Jelly Playground. Ia dikenal sebagai penggagas acara bazar fotografi analog tahunan yaitu "*Low Light Bazaar*". Pendirinya merupakan seorang tokoh penggiat fotografi analog bernama Renaldy Fernando Kusuma (Enad). Enad merupakan pehobi fotografi analog sejak sekitar tahun 2007. Bahkan Enad pernah mengetuai Komunitas pecinta kamera mainan di Kaskus selama dua tahun. Saat ini Enad selain berkecimpung di bidang fotografi analog, dengan memotret, ia berperan sebagai penyuplai merchandise, dan mengerjakan proyek pemotretan untuk berbagai merk (Ramadhan, 2016).

3.4 Serikat Analog Tangerang (SERANTANG)

Di Tangerang terdapat komunitas SERANTANG atau Serikat Analog Tangerang. SERANTANG menjadi wadah perkumpulan anak muda yang menggunakan kamera analog dan berdomisili di Tangerang. Komunitas ini berdiri pada 20 Mei 2018 atas usulan Tangga dan Pahello atas dasar hobi dan memiliki koleksi kamera analog cukup banyak. Saat ini pada tahun 2019 SERANTANG beranggotakan 82 orang dan berkomunikasi lewat grup LINE.

Selain itu untuk menegaskan eksistensinya, komunitas ini juga membuat akun Instagram @serikatanalogtangerang. Komunitas yang fleksibel ini beranggotakan heterogen rata-rata pekerja dan mahasiswa, sementara ketika mengadakan acara pertemuan rutin biasanya waktu lebih bersifat fleksibel dengan agenda diskusi atau sekedar berbincang-bincang santai mengenai teknik dasar operasional kamera analog. Memang pada awalnya komunitas SERANTANG ini didirikan memiliki Visi untuk tempat diskusi dan menyalurkan wawasan tentang fotografi analog yang berada di Tangerang. Selain hanya berdiskusi, mereka melakukan praktek demonstrasi cuci film sendiri (abouttng.com, 2019).



Gambar 2. Anggota SERANTANG sedang berdiskusi di sebuah kedai
Sumber: abouttng.com

3.5 Komunitas Analog Bogor

Acara pameran yang digelar oleh Komunitas Analog Bogor pada 13 hingga 21 Agustus 2016 ini diselenggarakan di Kuki Store & Café. Menurut Gafirat Theo, pameran ini menampilkan karya-karya yang berbasis kamera analog yang jujur dan tidak manipulatif melalui editan komputer. Dengan mengambil sudut-sudut kota Bogor, banyak foto yang menampilkan bagian kota dengan komposisi warna *vintage*, karena menggunakan kamera analog. Selain itu ada acara seminar dan diskusi mengenai fotografi yang mengiringi pameran ini (Nugroho, 2016).



Gambar 3. Acara pameran yang diselenggarakan oleh Komunitas Analog Bogor
Sumber: Tibunews.com

3.6 Bandung Analog (BANAL)

Di Bandung, terdapat komunitas Bandung Analog (BANAL) yang mengadakan proyek pameran penangkapan lanskap-lanskap di kota Bandung pada Mei 2017. Kehidupan perkotaan ditangkap melalui berjalan kaki yang lebih akrab disebut sebagai *street photography*. BANAL bekerjasama dengan komunitas lain “VISVAL” yang juga berkonsentrasi di bidang fotografi. Kegiatan ini diikuti oleh 200 peserta dari dalam maupun luar kota Bandung. BANAL sendiri sudah berdiri sejak tahun 2013 dan rutin mengadakan acara *hunting* foto, diskusi, dan lain sebagainya. Anggota komunitas BANAL saat ini telah mencapai 100 orang. BANAL juga memiliki akun Instagram komunitas tersendiri dengan alamat @bandunganalog (Official, 2020).

3.7 Komunitas Lomonesia Indonesia

Komunitas Lomonesia merupakan sebuah komunitas fotografi analog yang didirikan pada tahun 2004. Komunitas “lomo” ini tidak hanya di Indonesia saja, namun juga terdapat di luar negeri. Lomo adalah sejenis kamera (merk) yang

berbahan plastik, yang terkesan murah namun penggunaannya mengutamakan teknik kreasi efek foto. Efek foto seperti cahaya, warna yang berbeda dan terkesan unik ini didapatkan melalui penyimpangan yang terjadi saat mengekspos film seluloid. Selain tertarik dengan efek unik tersebut, orang yang bergabung di dalam komunitas Lomonesia ini tertarik bergabung karena dapat mempelajari fotografi dengan biaya murah. Anggota komunitas ini sebagian besar merupakan remaja. Sebagai anggota Lomonesia, terdapat aturan yang harus diikuti sebagai berikut; membawa kamera kemanapun si anggota pergi, pagi, siang atau malam; menganggap lomografi merupakan bagian dari kehidupan; mencoba menangkap foto dari sudut pandang pinggul dan secara dekat. Aturan tersebut dibuat untuk memberikan semangat kepada anggotanya untuk terus berkarya. Pertemuan rutin diadakan setiap bulan dengan agenda diskusi ilmu tentang lomografi. Selain itu komunitas ini mengadakan acara jalan-jalan berfoto rekreasi dan acara hiburan lainnya sebagai cara untuk mempererat keanggotaan dan memicu anggotanya untuk berkarya selama jalan-jalan (Utami, 2016).

3.8 Komunitas Bidik Photography STIKOM Bandung

Kebanyakan pertumbuhan komunitas tidak lepas dari aktivitas mahasiswa di kampus yang mendirikan komunitas-komunitas fotografi. Salah satunya adalah komunitas berbasis UKM (Unit Kegiatan Kampus) yang berada di Kampus STIKOM Bandung ini. Komunitas Bidik Photography sudah cukup tua usianya. Didirikan pada 27 Oktober 1998, komunitas ini mengutamakan kamera analog sebagai medium pembelajaran dasar fotografi di era digital seperti sekarang. Rizky Perdana selaku ketua komunitas menerangkan bahwa untuk angkatan baru yang bergabung di dalam komunitas diwajibkan untuk menggunakan kamera analog. Tujuannya adalah agar lebih mendalami dasar-dasar fotografi, asal mula jenis kamera. Menurut Rizky, kamera digital lebih banyak fitur otomatis yang akan melemahkan kemampuan dasar-dasar fotografi seorang fotografer. Dengan dasar tidak adanya usaha lebih dalam tradisi fotografi digital seperti mengatur cahaya atau mencetak foto melalui kamar gelap maka diwajibkan untuk berkarya dengan kamera analog. Selain itu para anggota baru diwajibkan mengadakan pameran untuk ujian, agar terbiasa menciptakan karya yang dapat dipamerkan kepada masyarakat. Acara besar lainnya di dalam Komunitas Bidik Photography adalah mengadakan Jambore Mahasiswa

Fotografi Indonesia (JMFI) yang beragendakan *hunting* foto bersama dengan mahasiswa di berbagai kota lainnya (Perkasa, 2015).

3.9 Komunitas Jual Beli Peralatan Fotografi Analog

Pada acara Focus-Jakarta Photo & Digital Imaging Expo yang diadakan pada 6 hingga 10 Maret 2013 (sebuah acara bazar fotografi di Indonesia) yang diadakan di Assembly Hall, Jakarta ConVention Center, diramaikan oleh salah satu *booth* yang menjual kamera analog. *Booth* ini didirikan oleh sebuah komunitas fotografi analog yang bernama “Komunitas Kamera Analog” yang berdiri sejak tahun 2009 di Kaskus.com melalui sebuah diskusi bertajuk “Warung Ngumpul Penggemar Kamera Tua” dan “Warung Ngumpul Penggemar Kamera Analog”. Komunitas Kamera Analog ini lebih berkonsentrasi pada transaksi atau forum jual beli peralatan fotografi analog daripada sebuah komunitas yang berbasis diskusi atau berkarya dengan kamera analog (“Bertandang ke ‘Warung’ Penggemar Kamera Tua,” 2013).

3.10 Komunitas Analog Jogjakarta (KAJ)

KAJ atau Komunitas Analog Jogjakarta merupakan sebuah komunitas fotografi analog yang didirikan pada tanggal 11 November 2009 oleh beberapa orang diantaranya; M. Hazman, Swangga, Tegar dan lainnya. Berawal dari Kaskus.com, kemudian mereka bertemu dan sepakat untuk mendirikan komunitas pada halaman web tersebut pada saat melakukan *kopi darat* (bertemu secara *offline*). Hingga pada tahun 2012 komunitas ini memiliki anggota sebanyak 500 orang, dengan anggota aktif sekitar 40 orang. KAJ mengadakan pertemuan yang digelar rutin pada hari Jumat malam jam 20.00 WIB yang mereka sebut dengan istilah “panjat makam” yang berarti “pertemuan Jumat dan makan malam di angkringan Pakualaman”. Acara yang rutin digelar komunitas ini merupakan diskusi, *hunting* bersama, kegiatan pameran dan aktiVitas kemanusiaan seperti peduli bencana. KAJ memiliki halaman Facebook “Kamera Analog Jogjakarta (ANALOG)” dan telah menerbitkan secara online yang berjudul “Ruang Gelap” (“Kamera Analog Jogjakarta,” 2012).



Gambar 4. Foto anggota KAJ
Sumber: destinasiindonesia.co.id

Selain itu, pada tahun 2015, komunitas lainnya selain KAJ yaitu Komunitas Kamera Analog Analogy Jogjakarta juga mengadakan pameran yang bertajuk “Kokang Jepret”. Pameran ini menegaskan status komunitas kamera analog yang masih eksis di Yogyakarta dengan mengadakan pameran di Bentara Budaya Yogyakarta (BBY) hingga 14 Juli 2015. Salah satu peserta sekaligus ketua komunitas AlVa Christo Y.W. mengungkapkan bahwa seluruh karya foto yang dipamerkan menggunakan kamera analog. AlVa Christo memberikan keterangan bahwa pada era globalisasi ini, penggunaan kamera analog mulai berkurang, padahal berkarya menggunakan kamera analog selalu memiliki tantangan tersendiri. Dengan mengusung tema *The Future is Analogue*, kebanyakan karya yang dipamerkan mengekspos fotografi jalanan (*Street Photography*), pendokumentasian aktivitas jalanan yang ditemui oleh fotografer (Radar Jogja, 2015).

Berikutnya adalah persoalan regenerasi komunitas, yang pada awalnya didominasi anak muda yang berkuliah di daerah Yogyakarta, setelah lulus kembali ke kotanya masing-masing atau pindah kota untuk bekerja. Mereka dianggap antusias pada awalnya namun tidak aktif karena biaya operasional fotografi analog yang semakin mahal. Untuk biayanya dijelaskan oleh Wihinggil Prayogi (27 Tahun) yang saat ini berstatus sebagai anggota Kamera Analog Jogja sekaligus founder KAJ bercerita bahwa pada umumnya biaya yang dikeluarkan untuk satu kali proses pemotretan sekitar Rp. 100.000,- sebagai rincian harga jasa cuci cetak/scan Rp. 45.000 untuk harga satu roll film sekitar Rp. 50.000,-.

Sementara itu untuk harga kamera sekitar Rp. 800.000 hingga Rp. 2.000.000,-. Akan tetapi biaya ini terus melambung naik dari tahun ke tahun. Hal tersebut yang memicu penurunan minat pada anggotanya untuk terus berkarya (Herlinda, 2016).

Pada tahun 2017, KAJ diketuai oleh Hardy Wiratama. Selama 8 tahun sejak KAJ berdiri telah mengadakan 4 kali pameran di beberapa tempat sebagai berikut; Misty Gallery Jogja (2010), dua kali di Galeri Biasa Jogja (2012), dan di Pusat Studi Lingkungan UniVersitas Sanata Dharma Yogyakarta (2014). Menurut Hardy selama komunitas ini berdiri, media sosial menjadi sarana yang sangat membantu proses komunikasi untuk memperantarai anggotanya yang berbeda domisili. Bahkan ada beberapa anggota ada yang kemudian berpindah domisili dan menciptakan komunitas di daerah masing-masing (destinasiindonesia.co.id, 2017). Saat ini, KAJ membuat majalah secara digital bernama “Ruang Gelap”, hingga tercatat mencapai 19 edisi pada tahun 2015. Selain itu KAJ menjalin kerjasama dengan komunitas lain seperti Komunitas Kamera Analog Borneo (Kalimantan), Lampung, Jakarta, Bandung, Surabaya, Banjarmasin, Semarang dan Solo. Hal lain yang dilakukan untuk mendukung proses penggunaan kamera analog adalah kebutuhan *supply* film seluloid. Film didapatkan melalui jalinan kerjasama antar anggota KAJ yang mengimpor film dari luar negeri dari Hongkong, dikarenakan menurut mereka, film yang beredar di Indonesia tidak memiliki jenis yang beraneka ragam (Krisanti, 2017).

3.11 Selenoid Solo

Selenoid Solo merupakan komunitas yang terbentuk di kota Solo Jawa Tengah. Menurut Ade Rizal, berdirinya komunitas Selenoid Solo atas dasar untuk mengumpulkan para pehobi fotografi analog yang selama ini dianggap soliter atau berkarya secara *individu* dan sembunyi-sembunyi. Ade juga membuka kios kamera analog dan jasa cuci film (Perdana, 2019).

3.12 Analog Surabaya

Di Jawa Timur, Surabaya, juga terdapat sebuah komunitas fotografi analog. Analog Surabaya merupakan sebuah komunitas yang cenderung baru karena didirikan pada Maret 2017 uang beranggotakan 150 orang. Komunitas ini rutin menggelar pertemuan yang beragendakan *hunting* foto bersama dan

diskusi. Konten diskusi mulai dari pengenalan peralatan fotografi analog hingga proses cuci cetak, sebagai bagian dari edukasi sejarah fotografi. Mereka menganggap berkecimpung di dunia fotografi analog merupakan sebuah nostalgia (“Analog Surabaya ‘Bernostalgia Dengan Roll Film untuk Merekam Sebuah Objek,’” 2018).



Gambar 5. Foto Anggota Komunitas Analog Surabaya
Sumber: Citymagz.net

3.13 Wonogiri Low-Fi (Wolf)

Sebuah komunitas fotografi analog di Kota Wonogiri Jawa Tengah mengadakan pameran fotografi yang bertajuk “Tak Sekedar Wonogiri”. Komunitas yang dinamakan Wolf ini merupakan singkatan dari “Wonogiri Low-Fi” ini menampilkan 44 karya foto dan ratusan foto lainnya yang merepresentasikan potensi daerah Wonogiri. Pameran ini berlangsung pada 16 hingga 17 Februari 2013. Wolf diketuai oleh Theodorus Satriyo Singgih (Rio). Komunitas ini berdiri pada November 2011. Wolf memiliki misi untuk mengabarkan potensi daerah Wonogiri, khususnya bidang pariwisata yang ingin diangkat dan diperkenalkan kepada masyarakat umum melalui fotografi analog (Arum, 2013).

3.14 Komunitas “Klisebinar” Kediri, Jawa Timur

Tidak hanya tersebar di kota-kota besar atau daerah metropolitan, komunitas fotografi analog juga terdapat di kota Kediri. Sebuah kota yang cukup jauh jaraknya dari Ibu Kota Jawa Timur, Surabaya dimana industri perlengkapan fotografi analog terutama roll film masih relatif mudah ditemui. Di Kediri

terdapat komunitas bernama Klisebinar, yang usianya cukup muda karena baru didirikan sejak Agustus 2017. Setelah satu tahun berdiri, Klisebinar beranggotakan 25 orang. Tidak ada struktur kepengurusan, seperti ketua komunitas di dalam komunitas ini, karena semua dianggap sama-sama belajar. *Hunting* bersama biasanya diadakan pada hari Minggu dan objek yang diambil merupakan benda mati (*Still Life*) (Setiono, 2018).

3.15 Komunitas Analog Borneo (Kalimantan)

Tidak hanya di Jawa, komunitas fotografi analog juga didirikan di Pulau Kalimantan. Salah satunya adalah KAB (Komunitas Analog Borneo) yaitu komunitas fotografi yang didirikan oleh beberapa penggiat foto seperti Ari Baskara (Banjarmasin), Sigit (Banjarbaru) dan Ipung (Balikpapan) yang pada awalnya sebatas jejaring media sosial, grup di Facebook dan Kaskus. Grup ini juga seperti grup fotografi pada umumnya, adalah untuk diskusi berbagi pengetahuan seputar peralatan fotografi analog. Acara pertemuan secara langsung diadakan untuk menjalin silaturahmi dan *hunting* foto bersama. Anggota grup ini sudah mencapai ratusan, dan tersebar di beberapa daerah bahkan di luar Kalimantan. Kerjasama terjalin erat di dalam komunitas ini untuk mempertahankan eksistensi dengan membeli roll film dengan jumlah banyak di forum online.

3.16 Komunitas di Pulau Bali (Suku Analog)

Di Bali, terdapat komunitas fotografi analog yang bernama Suku Analog. Komunitas ini terbentuk sekitar tahun 2012 bermarkas di kota Denpasar, Bali. Komunitas Suku Analog pada tahun 2018 diketuai oleh Ayik. Menurutnya, berdirinya komunitas Suku Analog adalah sebagai wadah untuk berdiskusi. Selain berdiskusi, komunitas yang beranggotakan 40 orang ini juga mengadakan pameran foto di kawasan Tuban, Bali pada Januari 2018. Menurut Yudis, salah satu anggota Suku Analog, memberikan keterangan bahwa ia menggemari kamera analog karena sejak lahir sudah berada di dalam era digital yang membuatnya penasaran untuk mempelajari fotografi analog karena prosesnya yang cenderung lambat tidak seperti di dalam fotografi digital, yang instan dalam mengamati hasil foto yang diperoleh (kumparan.com, 2018).

3. Analisis Komunikasi

3.1 Pelaku

Dapat dilihat melalui uraian data di atas pelaku yang membentuk komunitas, penggagas munculnya komunitas analog merupakan pemuda yang berusia 20-30 tahunan. Pada umumnya pekerjaan para pendiri komunitas ini merupakan mahasiswa, akan tetapi penggagas komunitas di luar kampus biasanya lebih heterogen, misalkan saja Renaldy yang pada awalnya merupakan pecinta kamera mainan lomo yang sempat menjadi ketua komunitas di kaskus akan tetapi mendirikan komunitas lainnya seperti Jelly Playground. Selain itu, komunitas lainnya didirikan oleh beberapa kelompok yang tidak mengenal struktur ketua, pendiri dan anggota, semuanya dianggap rata, tidak ada hierarki keanggotaan di dalamnya. Hal ini bertujuan untuk mempererat kekeluargaan dengan tidak adanya yang mengetuai berarti semua anggota dianggap sama dan bergerak secara sukarela.

Sementara itu untuk anggota telah dijelaskan bahwa di dalam berbagai komunitas yang terbentuk baik di Jawa atau di luar Jawa, seperti di Sumatra, Bali dan Kalimantan pada umumnya heterogen, berbagai pekerjaan yang melatarbelakangi mereka untuk masuk di dalam komunitas. Jumlah anggota per komunitas pun tidaklah sama, akan tetapi dapat dilihat bahwa setiap komunitas berjumlah sekitar 20 orang hingga 500 orang. Tampaknya pembentukan komunitas secara online atau offline juga berpengaruh terhadap jumlah anggota. Selain itu komunitas yang terikat domisili juga mempengaruhi keikutsertaan anggota di dalam domisili tersebut. Misalkan komunitas yang berdomisili di kota besar berdampak pada besarnya jumlah anggota yang ada di dalamnya. Sementara komunitas yang terbentuk di kota kecil seperti Klisebinar di kota Kediri yang anggotanya cukup sedikit sekitar 25 orang. Kecuali komunitas yang mengatasnamakan domisili seperti KAB, tetapi membuka keanggotaan secara online, jumlah anggota berpotensi bertambah tak terhingga karena platform media online tidak terikat domisili, siapapun dapat mengakses meminta bergabung keanggotaan.

Ideologis, idealis

Secara ideologis dapat diidentifikasi di dalam berbagai komunitas fotografi berbasis analog di Indonesia, didasari oleh keinginan untuk membentuk

wadah komunikasi antar pengguna kamera analog. Akan tetapi komunitas kampus justru membentuk komunitas analog untuk memperkuat penguasaan teknik dasar-dasar fotografi seperti Komunitas Bidik Photography STIKOM Bandung. Komunitas yang lain memiliki tujuan lain, dapat dikatakan Komunitas jual beli peralatan fotografi analog merupakan sebuah wadah untuk anggotanya berjual beli peralatan fotografi analog. Dengan demikian secara garis besar terdapat tiga dasar ideologis yang melatari terbentuknya komunitas fotografi analog yaitu (1) sarana komunikasi (2) teknik (3) jual beli (ekonomi)

3.2 Pasar

Munculnya komunitas fotografi analog, secara otomatis meningkatkan permintaan atas bahan baku yang mengiringi penggunaan peralatan fotografi analog, seperti roll film, seperangkat alat cuci cetak film, bahan kimia pengembang foto, dan lain sebagainya. Di dalam komunitas pada umumnya sangat menggantungkan informasi mengenai penjualan roll film, karena roll film merupakan hal yang paling dibutuhkan bagi pengguna fotografi analog. Informasi ini dibantu secara online dengan pasar-pasar online yang mudah dijangkau di dalam forum, seperti Kaskus, Facebook dll. Selain itu acara seperti bazar dan pameran fotografi yang diselenggarakan oleh komunitas berpotensi menciptakan sirkulasi pasar dengan adanya transaksi jual beli perlengkapan fotografi analog di dalamnya.

3.3 Media komunikasi langsung, dan Internet (Kaskus, Instagram, Facebook)

Saluran komunikasi yang digunakan dalam hal ini terbagi dua; secara *offline* dan *online*. Secara *offline* komunitas berkomunikasi dengan para anggotanya melalui perkumpulan rutin. Beberapa komunitas teragendakan kumpul pada hari-hari tertentu untuk berdiskusi mengenai agenda komunitas. Sementara itu sarana komunikasi di internet terjalin melalui Kaskus.com. komunitas fotografi analog yang terbentuk di Kaskus ini kemudian juga mengadakan “*kopdar*” (istilah untuk pertemuan secara langsung). Seperti komunitas Lomonesia yang terbentuk di Kaskus, KAB yang terbentuk di Facebook dan komunitas lainnya juga memanfaatkan sarana komunikasi internet untuk membuat jaringan keanggotaan dan mengadakan diskusi secara *offline*.

Selain itu platform lain juga dibuat seperti Instagram untuk memposting agenda komunitas dan karya-karya anggotanya seperti SERANTANG yang membuat akun Instagram untuk menegaskan eksistensinya. Tidak hanya komunitas Lomography yang telah disinggung di atas (secara global) yang menggunakan Facebook sebagai sarana komunikasi komunitas, akan tetapi dengan adanya internet, turut serta mempengaruhi komunitas-komunitas fotografi analog di Indonesia untuk membentuk wadahnya sendiri melalui fasilitas “grup” Facebook.

3.4 Wacana; tindakan dan artefak muncul

Dapat dilihat melalui perspektif deskriptif di atas bahwa wacana (realitas konstruksi) yang terbentuk atas tindakan dan teks yang muncul dibagi beberapa hal konstruktif sebagai berikut; (1) kumpul bersama (diskusi), (2) jalan-jalan dan *hunting* bersama, (3) demonstrasi cuci-film, (4) pameran, (5) majalah, dan (6) bazar.

Kumpul bersama berdiskusi menjadi agenda rutin komunitas. Pembahasan di dalam acara diskusi pada umumnya untuk saling berbagi pengetahuan mengenai seluk-beluk fotografi analog. Transfer komunikasi yang terjalin di antara anggota dalam komunitas membuat mereka saling bertukar pikiran, tidak hanya putar teknis fotografi analog, tetapi pada akhirnya melebar bidang lainnya seperti promosi daerah melalui fotografi analog, amal, bazar dan seterusnya. Bagi komunitas, memang pembicaraan dengan *kopdar* dirasa lebih akrab untuk mempererat silaturahmi daripada berdiskusi Via Kaskus ataupun Facebook. Bahkan Komunitas Analog Lampung melalui diskusi berencana untuk membuka usaha kedai semi galeri dengan layanan cuci cetak.

Acara lain yang turut meramaikan wacana fotografi analog di dalam komunitas adalah kebersamaan dalam rekreasi, jalan-jalan, atau *hunting* foto bersama. Konsep “bermain-main” setiap waktu dengan kamera juga diterapkan oleh komunitas Lomonesia, mereka harus membawa kameranya kemanapun ia pergi. Dengan demikian sebenarnya jalan-jalan, *hunting* bersama ataupun membawa kamera setiap waktu merupakan sebuah wahana yang menciptakan *mindset* pada anggota komunitas bahwa memotret dengan kamera analog merupakan pilihan yang menyenangkan untuk berekreasi. Di Kediri, Klisebinar justru mengadakan *hunting* foto *still life*.

Agenda demonstrasi *cuci film* (pengembangan film) juga diadakan sebagai bagian dari pewacanaan fotografi analog melalui proses pengembangan atau pos-produksi film. Tanpa proses pengembangan, fotografi analog belum dianggap selesai, meskipun proses pengambilan gambar telah selesai dilaksanakan. Tidak banyak anggota fotografi analog yang memahami proses pengembangan film. Pada umumnya proses pengembangan ini perlu didemonstrasikan sebagai ajang edukasi bagi para anggotanya seperti yang diadakan Analog Surabaya, Komunitas Analog Lampung dan SERANTANG.

Di beberapa komunitas, aktif menggelar pameran. UKM ZOOM UNILA misalkan yang menggelar pameran dengan mengangkat potensi lokal daerah. Komunitas Bidik Photography yang aktif berpameran dan produktif dalam berkarya. Sementara itu, *street photography* juga diusung oleh KAJ sebagai tema pameran yang mendokumentasikan foto dengan berjalan kaki menggunakan kamera analog. Di Wonogiri, komunitasnya menggelar pameran yang mengangkat wisata daerah dengan fotografi analog. Pameran yang digelar Wonogiri Low-Fi menegaskan status eksistensi komunitas yang bermanfaat bagi daerah dan eksistensi fotografi analog sekaligus.

Majalah yang diterbitkan oleh komunitas merupakan sebuah artefak penting bagi pewacanaan fotografi analog. Majalah menjadi rekam jejak dan data-data komunitas pada masanya selain media online seperti Facebook dan Instagram. Selama ini komunitas yang tercatat membuat majalah secara digital adalah Komunitas Analog Jogja.

Dalam sirkulasi perdagangan perlengkapan fotografi analog yang sangat tersegmentasi, diperlukan pembentukan pasar-pasar khusus. Forum jual beli secara *online* di internet sepertinya belum cukup berdampak signifikan dalam dunia industri fotografi analog. Untuk itu dalam rekam jejaknya, pengadaan bazar fotografi secara *offline* penting untuk dicatat. *Low light bazaar* agenda tahunan yang diadakan oleh Jellyplaygroud tampaknya memberikan dampak signifikan terhadap transaksi jual beli dan peningkatan minat terhadap fotografi analog. Akan tetapi perlu dilihat lebih jauh sebenarnya eVent bazar seperti ini yang paling memberikan gaung terhadap wacana fotografi analog adalah penyebaran acara melalui poster-poster di media Instagram dan Facebook sebelum eVent bazar tersebut terjadi. Selain bazar, acara pameran foto analog yang diadakan di café-café, berpotensi memberikan *feedback* yang positif kepada

lokasi penyelenggaraan. Dengan demikian, terkadang kegiatan komunitas didukung oleh sarana yang tersedia berupa fasilitas umum, ruang-ruang pameran, ruang pasar seperti bazar dalam bentuk kedai-kedai kecil yang disediakan oleh café melalui kerjasama khusus.

Kesimpulan; Signifikansi Komunitas Fotografi Analog dengan Dunia Industri

Pertumbuhan komunitas fotografi analog di Indonesia merupakan aspek yang penting di bahas dalam dinamika timbul tenggelamnya. Eksistensi fotografi analog secara global dalam iklim digital. Tidak dapat dipungkiri bahwa peranan media digital internet yang mengalami kemajuan pesat, turut serta membantu kebangkitan industri fotografi analog yang sempat mengalami kehancuran. Akan tetapi yang terpenting adalah bahwa ruang Virtual menyediakan akses untuk membentuk jejaring komunitas fotografi analog. Terutama di Indonesia yang diawali oleh sebuah forum diskusi di Kaskus.com., kemudian Facebook dan Instagram. Tiga platform tersebut yang sempat masuk dalam platform yang paling disinggung dalam pewacanaan mengenai komunitas fotografi analog di Indonesia sebagai sarana komunikasi dan eksistensi. Munculnya komunitas secara tidak langsung turut meningkatkan pewacanaan mengenai fotografi analog di ruang publik. Melalui pameran, bazar, *hunting* foto bersama, hingga acara-acara lainnya merupakan bentuk komunikasi yang akan memberikan dampak signifikan terhadap industri dan sirkulasi pasar. Terbentuknya forum jual beli secara digital *online* dan *offline* melalui bazar juga memberikan peranan khusus mengenai transaksi pernak-pernik fotografi analog. Terkadang impor roll film secara patungan juga dilakukan oleh komunitas yang membuka target segmen baru di Indonesia oleh produsen fotografi analog. Akan tetapi semua data-data mengenai komunitas dan hubungannya dengan industri di atas masih dapat dikembangkan melalui penelitian selanjutnya, terutama difokuskan dalam artefak-artefak unik yang muncul seperti roll film hasil modifikasi yang saat ini mulai muncul di pasaran.

Pustaka

- Analog Surabaya “Bernostalgia Dengan Roll Film untuk Merekam Sebuah Objek.” (2018): , diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://www.citymagz.net/analog-surabaya/>.
- Anthony, S. D. (2016): Kodak’s Downfall Wasn’t About Technology, , diperoleh melalui situs internet: <https://hbr.org/2016/07/kodaks-downfall-wasnt-about-technology>.
- Arum, T. S. (2013): Komunitas Fotografi Analog Pamerkan Foto Wonogiri, diperoleh 9 Februari 2021, melalui situs internet: https://m.solopos.com/komunitas-fotografi-analog-pamerkan-foto-wonogiri-380016?mobile_switch=mobile.
- Bertandang ke “Warung” Penggemar Kamera Tua. (2013): , diperoleh 12 Februari 2021, melalui situs internet: <https://inet.detik.com/fotostop-news/d-2189284/bertandang-ke-warung-penggemar-kamera-tua>.
- Cahaya, H. (2013): Pameran Foto Kamera Analog UKM ZOOM Unila, diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://www.unila.ac.id/pameran-foto-kamera-analog-ukm-zoom-unila/>.
- Frankel, T. C. (2017): Kodak says it’s bringing back Ektachrome film, and photographers eVerywhere are smiling, , diperoleh melalui situs internet: https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2017/01/06/kodak-says-its-bringing-back-ektachrome-film-and-photographers-eVerywhere-smile/?utm_term=.3a6404f404cf.
- Hamad, I. (2007): Lebih Dekat dengan Analisis Wacana, *Mediator*, **8**(2), 325–245.
- Haryoko (2017): Pameran Fotografi Hitam Putih Analog : Visual Routinity.
- Herlinda, W. D. (2016): Tertarik Fotografi Analog? Simak Penuturan Founder Kamera Analog Jogja, , diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20160124/220/512410/tertarik-fotografi-analog-simak-penuturan-founder-kamera-analog-jogja>.
- Kamera Analog Jogjakarta. (2012): , diperoleh 9 Februari 2021, melalui situs internet: <https://www.unisifm.com/kamera-analog-jogjakarta/#.YCNmcWgzBdc>.
- Kodak, E. (Sutradara). (2017): *Kodak is proud to announce the return of one of the most iconic film stocks of all time. Kodak Ektachrome.*, diperoleh melalui situs internet: <https://www.youtube.com/watch?v=NAJCN2TfCGw>.
- Kokang Jepret, Puluhan Karya Foto Kamera Analog Tersaji di BBY. (2015): , diperoleh 9 Februari 2021, melalui situs internet: <https://radarjogja.jawapos.com/boks/2015/07/13/kokang-jepret-puluhan-karya-foto-kamera-analog-tersaji-di-bby/>.

- Komunitas Kamera Analog. (2017): , diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://destinasiindonesia.co.id/category/komunitas/blog?idB=dFd5b2VLU1IyZkk4MXhJVWw3Vm9Gdz09/>.
- Krisanti, M. W. W. (2017): Eksistensi Komunitas Kamera Analog Jogja di Tengah Arus Digital, diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <http://newslab.uajy.ac.id/2017/12/07/eksistensi-komunitas-kamera-analog-jogja-di-tengah-arus-digital/>.
- Magaudda, P., dan Minnitti, S. (2019): Retromedia-in-practice: A practice theory approach for rethinking old and new media technologies, *The International Journal of Research into New Media Technologies*, **25**(4), 673–693.
- Minniti, S. (2018): ‘Buy Film Not Megapixel’: Analogue Photography as a Practice of Technological Resistance in the Digital Age, *Cinéma & Cie*, **18**(30), 139–140.
- Morlot, E. (2013): *Nostalgic consumption behaviours among young generations in photography. A comparative approach of Instagram and analogue photography.*, Umea UniVersitet.
- Nugroho, L. A. (2016): Menikmati Sudut Menarik Kota Bogor Melalui Foto yang Jujur di Pameran Foto Analog Bogor, , diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://bogor.tribunnews.com/2016/08/13/menikmati-sudut-menarik-kota-bogor-melalui-foto-yang-jujur-di-pameran-foto-analog-bogor>.
- Official, V. (2020): VISVAL X Bandung Analog.
- Pappas, A. (2014): *Analogue Photography in the New Media Age*, Leicester (UK).
- Perdana (2019): Selenoid Solo, Wadah Pehobi Kamera Analog; Ada Kenikmatan di Setiap Jepretan, .
- Perkasa, P. A. (2015): Komunitas Bidik Photography merawat kamera analog di era digital, , diperoleh 9 Februari 2021, melalui situs internet: <https://www.merdeka.com/gaya/komunitas-bidik-photography-merawat-kamera-analog-di-era-digital.html>.
- Putra, M. A. (2019): Mengintip Eksistensi Komunitas Analog Lampung di Jaman Serba Instan, diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://kumparan.com/lampunggeh/mengintip-eksistensi-komunitas-analog-lampung-di-jaman-serba-instan-1551577469005743186/full>.
- Ramadhan, R. (2016): Renaldy F.K: “Analogue is My Playground!,” diperoleh 9 Februari 2021, melalui situs internet: <https://hai.grid.id/read/07567091/renaldy-fk-analogue-is-my-playground>.
- Serikat Analog Tangerang (SERANTANG). (2019): .
- Setiono, E. A. (2018): Komunitas Kamera Jadul “Klisebinar” Kembali Hidupkan Seni Fotografi Analog di Kediri, , diperoleh 9 Februari 2021, melalui situs internet:

<https://jatimtimes.com/baca/178248/20180901/090000/komunitas-kamera-jadul-klisebinar-kembali-hidupkan-seni-fotografi-analog-di-kediri>.

Suku Analog, Pilihan Karena Roll Film Tak Pernah Mati. (2018): .

Utami, E. (2016): Lomonesia Indonesia; Wadah Pecinta Seni Fotografi Analog, diperoleh 10 Februari 2021, melalui situs internet: <https://komunita.id/2016/07/12/lomonesia-indonesia-wadah-pecinta-seni-fotografi-analog/>.

Winston, J. (2013): Photography in the Age of Facebook, *Intersect*, **6**(2), 1–11.

Diterbitkan oleh:
Badan Penerbit ISI Yogyakarta
2021

ISBN 978-623-5884-16-5

