

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Desain yang bersifat kedaerahan harus menjawab persoalan identitas dengan segala struktur, ideologi, dan kondisi daerah seperti geografis, ekonomi, politik, dan kebudayaan yang benar-benar terjadi di daerah terkait. Jawaban ini bisa didapatkan dengan menggunakan teori-teori seperti Semiotika de Saussure sebagai pisau bedah, dengan menerapkan teori Rasa Benamou untuk memahami kepantasan dari daerah terkait, dan skema AGIL dalam Fungsionalisme Struktural Parsons sebagai instrumen antropologis.

Dalam konteks penelitian di kelurahan Sudiroprajan, ditemukan beberapa hal menarik seperti penduduk yang dominan Jawa justru menganggap bahwa Sudiroprajan masih adalah kampung pecinan. Orang Tionghoa yang berbicara dengan Bahasa Jawa ngoko juga memberi pengaruh seperti terminologi angka Tionghoa bagi orang Jawa. Bahkan telah digunakan dari lama istilah makanan Ampyang “kacangnya Tionghoa, gulanya Jawa” untuk menjelaskan kondisi penduduk di Sudiroprajan. Hal ini membuktikan bahwa kelurahan Sudiroprajan telah menjadi kampung persaudaraan kaum Jawa dan Tionghoa jauh sebelum narasi kebhinekaan ramai diperbincangkan.

Melalui pembedahan tanda-tanda seperti ampyang, budaya Jawa dan Tionghoa yang saling bercampur dan bertukar, muncullah kode berupa kepantasan yang

menunjukkan bahwa tidak bisa menggambarkan Sudiroprajan hanya dengan salah satu budayanya saja. Melalui cara memahami “rasa” yang berlaku, seperti dengan membedah unsur-unsur antropologis menggunakan AGIL Parsons, tampak bahwa hal yang paling utama untuk diangkat sebagai “rasa” dari Sudiroprajan adalah persaudaraan, tenggang rasa, dan identitasnya sebagai Jawa tapi Tionghoa, Tionghoa tapi Jawa.

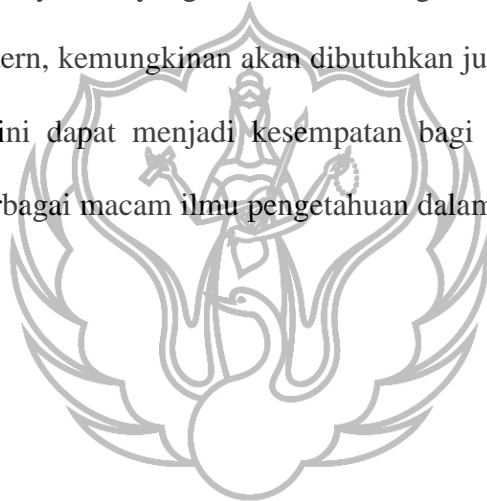
Mencampurkan dua metode yang biasa digunakan untuk Desain Komunikasi Visual dan Seni Rupa, rupanya memberi kesempatan bagi desainer untuk mengidentifikasi kembali kekurangan seperti pemaknaan dalam memahami konteks daerah terkait. Melalui penggunaan kontekstualisasi, pembuktian bahwa Semiotika beroperasi sebagai pisau bedah pengkajian juga rupanya berguna untuk mengidentifikasi tanda-tanda yang perlu diterjemahkan ulang sebagai pesan baru. Artinya pendekatan ini fungsional dan berguna untuk persoalan yang sangat spesifik, yaitu merancang desain yang menjunjung tinggi nilai kebudayaannya.

B. SARAN

Persoalan identitas yang merupakan bagian yang inheren dari desain, adalah tambang emas yang bisa digali dan menghasilkan banyak ilmu pengetahuan. Namun identitas dari Desain Komunikasi Visual di Indonesia sangat sulit untuk diterjemahkan menjadi sesuatu yang homogen, karena Indonesia memiliki banyak sekali kebudayaan

yang khas dari daerahnya masing-masing. “Rasa” yang dijelaskan Benamou juga sangat tergantung pada kebudayaan Jawa. Hal ini menjadi kesempatan peneliti lain untuk menggali pendekatan diluar dari “rasa,” dan menggunakan cara lain untuk menemukan sebuah pendekatan baru yang mungkin lebih tepat untuk digunakan di daerah yang sama sekali berbeda dengan contoh yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga sepenuhnya menggunakan teori-teori yang bersifat strukturalis. Dalam masyarakat yang terus berkembang dalam kehidupan yang modern, dan bahkan postmodern, kemungkinan akan dibutuhkan juga penelitian yang berbasis postrukturalis. Hal ini dapat menjadi kesempatan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan berbagai macam ilmu pengetahuan dalam ranah Desain Komunikasi Visual.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Benamou, M. 2010. *Rasa: Affect and Intuition in Javanese Musical Aesthetics*. New York: Oxford University Press.

Bhabha, H. K. 1994. *The Location of Culture*. New York: Routledge.

Budelman, K. 2010. *Brand Identity Essential*. Massachusetts: Rockport.

Campbell, D. 1998. *Mengembangkan Kreativitas (disadur A.M. Mangunhasjana)*. Yogyakarta: Kanisius.

Carter, D. E. 2005. *Logos Redesigned*. New York: Harper Design.

Daradjadi. 2020. *Geger Pacinan 1740-1743: Persekutuan Tionghoa-Jawa Melawan VOC*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Geertz, C. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

Hoed, B. H. 2014. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.

Koentjaraningrat. 2000. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kumar, V. 2016. *101 Metode Desain: Pendekatan Terstruktur Untuk Mendorong Inovasi di Organisasi Anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Millman, D. 2012. *Brand Bible*. Beverly: Rockport Publishers.

Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. 2004. *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Parsons, T. 1951. *The Social System*. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.

Parsons, T. 1991. *The Social System*. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.

Rustopo. 2007. *Menjadi Jawa*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Strinati, D. 2016. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Narasi.

Sugiharto, B. 2019. *Kebudayaan dan Kondisi Post-Tradisi*. Yogyakarta: Kanisius.

Tinarbuko, S. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Umiarso, & Elbandiansyah. 2014. *Interaksionisme Simbolik: Dari Era Klasik Hingga Modern*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Vartanian, I., & Wada, K. 2011. *See/Saw: Connections Between Japanese Art Then and Now*. San Francisco: Chronicle Books LLC.

Wangsakerta, P. 1991. *Pustaka Rajyarajya I Bhumi Nusantara Parwa 2 Sargah 4*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Wheeler, A. 2018. *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons.

JURNAL

Brown, T. 2008. "Design Thinking". Harvard Business Review, 84-95.

Juwono, B. 1999. "Etnis Cina di Surakarta 1890 - 1927: Tinjauan Sosial Ekonomi." Lembaran Sejarah, 50-80.

Kavaratzis, M. 2004. "From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands." Place Branding and Public Diplomacy, 58-73.

Ricklefs, M. C. 2014. "Babad Giyanti: Sumber Sejarah dan Karya Agung Sastra Jawa." Jumentara, 11-25.

Suyata, P., & Suharti. 2007. "Status Isolek Yogyakarta-Surakarta Dan Implikasinya." Litera, 1-20.

SITUS

Pemerintah Kota Malang. 2019, November 18. “*Beautiful Malang - City Branding.*” <https://mediacenter.malangkota.go.id/city-branding/>

Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. 2014, Januari 7. “*BERBAGAI MACAM GUNUNGAN DALAM UPACARA GAREBEG (GREBEG) DI KERATO*”. <http://dpad.jogjaprovo.go.id/article/library/vieww/berbagai-macam-gunungan-dalam-upacara-garebeg-grebeg-di-kerato-555>

Kemendikbud. 2019. “*Data Bahasa di Indonesia.*” Bahasa dan Peta Bahasa di Indonesia. <https://petabahasa.kemdikbud.go.id/index.php>

Rusdiyana, N. 2018, Mei 10. “*Sudiroprajan, Kampung Tionghoa Kota Solo.*” Pemerintah Kota Surakarta: <http://surakarta.go.id/?p=9957> Diakses 3 Oktober 2019

Pemerintah Kota Malang 2019, November 18. “*Sejarah Malang.*” <https://malangkota.go.id/sekilas-malang/sejarah-malang/>

REPORTASE

Amannullah, G., Winarsih, W., Harahap, I. E., Sinang, R., Susilo, D., Maylasari, I., . . . Annisa, L. 2019. “*Statistik Sosial Budaya*” 2018. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Dokhi, M., Siagian, T. H., Sukim, Wulansari, I. Y., Hadi, D. W., & Sambodo, N. 2016. “*Analisis Kearifan Lokal Ditinjau dari Keberagaman Budaya.*” Jakarta: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

WAWANCARA

Dewi, N. P. 2022. *Hasil Wawancara Pribadi: 1 Maret 2022*

Hadinoto, S. 2022. *Hasil Wawancara Pribadi: 28 Februari 2022*