



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI



FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL FSR ISI YOGYAKARTA

SENI DAN MEDIA DALAM KUASA VIRTUAL

KAMIS, 27 OKTOBER 2022



Editor: Retno Purwandari - Tri Wulandari - Shabrina Tamimi

Diterbitkan oleh: BP ISI Yogyakarta

**Prosiding Seminar Akademik Fakultas Seni Rupa
Seni dan Media dalam Kuasa Virtual
Ramashinta Ballroom Lt. 8. KJ Hotel Yogyakarta
27 Oktober 2022**



**Penerbit
BP ISI Yogyakarta
2022**

**Prosiding Seminar Akademik Fakultas Seni Rupa
Seni dan Media dalam Kuasa Virtual
Ramashinta Ballroom Lt. 8. KJ Hotel Yogyakarta
27 Oktober 2022**



Editor:

Retno Purwandari, Tri Wulandari, Shabrina Tamimi

Diterbitkan oleh:

BP ISI Yogyakarta

**Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2022**

Prosiding Seminar Akademik Fakultas Seni Rupa
“Seni dan Media dalam Kuasa Virtual”
Ramashinta Ballroom Lt. 8. KJ Hotel Yogyakarta
27 Oktober 2022

ISBN: 978-623-5884-25-7

Editor

Retno Purwandari, S.S., M.A

Tri Wulandari, S.Sn., M.A

Shabrina Tamimi, S.T., Arch.

Reviewer

Dr. Yulriawan Dafri, M.Hum

Dr. Arif Agung Suwasono, M.Sn

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

Streering Committee

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum

Yulyta Kodrat Prasetyaningsih, M.T

Desain Sampul

Fia Royyana, S.Sn., M.Ds

Layout Halaman

Tri Wulandari, S.Sn., M.A

Penerbit

BP ISI Yogyakarta

2022

SUSUNAN PANITIA SEMINAR AKADEMIK

Ketua Pelaksana	Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.
Sekretaris	Dian Ajeng Kirana, M.Sn.
Tim Paper dan Prosiding	Retno Purwandari, S.S., M.A. Tri Wulandari, S.Sn.,M.A.
Tim Acara	Shabrina Tamimi , S.T., M.Arch. Gandar Setiawan, S.Sn., M.Sn. Megawati Atiyatunnajah, S.H., M.H. Sekar Adita, S.Sn., M.Sn.
Pembawa Acara	Patrisius Edi Prasetyo, S.T., M.Sc.
Tim Desain	Debby Dwi Elsha, M.A. Fia Royyana, S.Sn., M.Ds. Amar Leina Chindani, S.Sn., M.Ds.
Tim Dokumentasi	Yonata Buyung Mahendra, S.Pd.,M.Sn. Nandang Septian, M.Ds. Silvia Bintang Ayu Candradewi, S.Ds.,M.Ds.

SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS SENI RUPA

Seminar Akademik FSR ISI Yogyakarta 2022

Assalamualaikum Wr. Wb.

Seni rupa dalam dunia digitalisasi pada perkembangan menyangkut persoalan teknologi, *cryptocurrency*, *blockchain*, dan kecerdasan buatan berpotensi memiliki kontribusi pertumbuhan dan distribusi seni rupa makin luas. Dunia maya telah menarik bakat baru, ide, dan bahkan mendorong pertumbuhan industri seni rupa yang memiliki fleksibilitas dan efisiensi (Elena Sidorova, 2019). Generasi saat ini hadir dari industri budaya global ditemukan dalam budaya populer (budaya barat) yang justru menemukan kemandirian pada pertumbuhan budaya lokal di masyarakat. Budaya ini sangat produktif dalam menanamkan nilai-nilai kebangsaan sebagai salah satu produk lokal secara masif masuk ke ranah global.

Menyikapi fenomena-fenomena tersebut secara kritis, realistis, dinamis, dan tentunya secara arif, maka Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada semester gasal 2022/2023 menggelar seminar akademik dengan tema: “Seni dan Media dalam Kuasa Virtual”. Seminar ini merespon ranah seni rupa dan media yang semakin beragam dan juga agar dapat membuka perspektif-perspektif baru dalam kajian-kajian seni rupa dan media. Kajian ini untuk menambah dan mempertajam keilmuan dalam bidang seni rupa dengan perspektif baru menyesuaikan gerak pertumbuhan zaman.

Diucapkan terima kasih kepada para pembicara Dr. Arif Agung Swasono, M. Sn., Dr. Zaki Habibi, M.Com., Dr. Lucky Wijayanti, M.Sn., Nadiyah Tunnikmah, S.Sn, M.A., dan para pembicara pendamping yang telah menyampaikan pokok pikiran yang bermanfaat bagi civitas akademika Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta dan masyarakat umum. Juga pada panitia seminar yang diketuai Daru Tunggul Aji, S.S.,M.A. dan tim yang telah menyukseskan acara seminar ini. Sukses dan bermanfaat. Demikian dan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 November 2022

Dekan FSR ISI Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M. Hum.

SAMBUTAN KETUA PANITIA

Seminar Akademik antar-Perguruan Tinggi, 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 Akademik antar-Perguruan tinggi, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta dengan tema “Seni dan Media dalam Kuasa Virtual” dapat terselenggara dengan baik.

Prosiding ini memuat 13 (tiga belas) artikel terpilih yang telah melewati beberapa tahap seleksi dari panitia. Pembahasan dari setiap artikel memiliki keunikan, baik dari objek materialnya maupun dari sudut pandang yang digunakan oleh para penulis.

Tema “Seni dan Media dalam Kuasa Virtual” sengaja dipilih dengan beberapa pertimbangan, yakni: Yang pertama, seni (dalam ranah apapun: baik seni rupa, seni pertunjukan, maupun seni media rekam) tidak bisa dilepaskan dari apa yang disebut sebagai media. Karena seni dan media menjadi ruang dialogis yang tak hanya kompleks, namun juga konstruktif dan saling beririsan. Yang kedua, keterhubungan seni dan media serta sifat audiens yang aktif membuat ruang-ruang berkesenian menjadi tidak hanya berdaya namun juga akan terus dibicarakan dan menemui daya kreatifnya. Audiens menjadi kata kunci dan titik sentral dalam perbincangan, terutama ketika hadirnya ruang-ruang virtual di tengah kehidupan masyarakat saat ini. Yang ketiga, faktor kuasa. Kehadiran ruang virtual dalam seni dan media ditengarai menjadi cikal bakal munculnya relasi-relasi kuasa baru. Relasi-relasi baru inilah yang kemudian akan selalu erat dengan media dan segala konstruksinya. Seni dan media melalui ruang-ruang virtual mulai menjalankan strategi dan taktiknya untuk menjalankan kepentingannya. Selanjutnya seni dan media merupakan ranah multidisiplin yang tidak bisa selesai dan tuntas dengan dirinya sendiri. Bidang tersebut memerlukan disiplin keilmuan yang lain untuk bisa melihat dimensi-dimensinya yang semakin banyak dan kompleks, sehingga dengan melibatkan keilmuan yang lain diharapkan dapat memperkaya dan memperdalam kajian yang ada.

Akhir kata, saya mewakili panitia mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Dr. Timbul Raharja, M.Hum. beserta jajarannya yang telah mendukung dan memfasilitasi seminar akademik ini;
2. Para panitia Seminar Akademik yang telah bekerja secara maksimal dalam penyelenggaraan acara ini;
3. Para *keynote speaker* dan para penyaji yang telah mempresentasikan *paper*-nya dengan sangat baik, sehingga dapat memantik diskusi yang menarik.

Semoga, dari catatan-catatan (baca: artikel) yang termuat di prosiding ini mampu memantik diskusi yang lebih dalam lagi terkait seni rupa kaitannya dengan media dan ruang-ruang virtual yang keberadaannya sudah tidak bisa dinafikan lagi.

Yogyakarta, 24 November 2022

Ketua Panitia

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

KATA PENGANTAR

Seminar Akademik merupakan agenda rutin yang diadakan oleh Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Kegiatan ini menjadi wadah bagi insan akademik dalam menyajikan gagasan kritis terhadap perkembangan keilmuan bidang seni rupa. Civitas akademika yang turut berkontribusi dalam seminar ini berasal dari internal kampus ISI Yogyakarta sendiri maupun eksternal beberapa kampus dari luar institusi. Gagasan, pemikiran, dan hasil penelitian telah menjadibagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang patut kiranya untuk bisa sampai di kalangan yang lebihluas supaya bisa dinikmati kemanfaatannya, salah satunya ialah dengan media seminar akademik.

Seminar Akademik menjadi sarana pembelajaran dan diskusi baik bagi dosen, mahasiswa, dan civitas akademika untuk meng-*update* pengetahuan di bidang seni, terutama “Seni dan Media dalam Kuasa Virtual”. Judul-judul makalah penelitian yang masuk di dalam seminar ini memiliki keragaman subtema dan topik di bidang seni rupa namun masih dalam bingkai tema utama. Sub- subtema yang dipresentasikan terkait dengan pameran seni virtual, tayangan *website series*, *instagram* ruang komunikasi sosial, dan kecerdasan buatan desain grafis. Selain itu sub-subtema seni lain, seperti: identitas ruang virtual, seni kriya di ruang publik, medium fotografi, produksi novel, teknologi informasi dan komunikasi, pola pembelajaran Pancasila, serta *upcycle* limbah, juga menjaditema yang diwacanakan.

Seminar akademik ini menjadi sangat relevan dalam mewadai perkembangan wacana-wacana pengetahuan objek seni, medium seni, dan peran media dalam ruang virtual. Perkembangan ruang seni dan teknologi menjadi pemicu kreativitas dalam melakukan interaksi seni bagi para pelaku seni dengan penikmat seni. Kini telah berkembang era kuasa virtual sebagai wadah penyajian *display* objek seni dalam ruang virtual dan ruang interaksi sosial yang menjangkau seluruh jaringan penikmat seni tanpa batasan tempat, ruang, dan waktu.

Prosiding ini diharapkan dapat menjadi sebuah kumpulan artikel yang dapat memberikan sumbangsih referensi ilmiah dalam keilmuan seni rupa. Semoga prosiding seminar akademik Fakultas Seni Rupa tahun 2022 ini menjadi sebuah buku yang bermanfaat untuk mahasiswa, dosen, serta masyarakat umum. Aamiin.

Tim Editor

DAFTAR ISI

COVER.....	i
DAFTAR PENULIS	ii
SUSUNAN PANITIA SEMINAR AKADEMIK.....	iii
SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS SENI RUPA.....	iv
SAMBUTAN KETUA PANITIA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
PAMERAN SENI VIRTUAL, MENARIK DAN TAK KALAH ATRAKTIF: INOVASI BARU MENGAPRESIASI KARYA SENI MELALUI ARTSTEPS.COM	1
BERPIKIR SERAGAM SEJAK DINI: ANALISIS KONTEN KUALITATIF MONOKULTURALISME PADA TAYANGAN WEB	16
SERIES ANIMASI ANAK NUSSA	16
INSTAGRAM SEBAGAI RUANG KOMUNIKASI SOSIAL: PENGEMBANGAN TEORI MEDIA BARU PIERRE LEVY DALAM AKUN @WONDERFULJOGJA.....	31
KECERDASAN BUATAN: PELUANG DAN TANTANGAN BAGI DUNIA DESAIN GRAFIS	39
DILEMATIKA IKLAN LUAR RUANG DI YOGYAKARTA PASCA-PANDEMI COVID-19 DALAM KAJIAN SOSIO-DESAIN	46
MEMBANGUN IDENTITAS DALAM RUANG VIRTUAL	56
REPRESENTASI SENI KRIYA RUANG PUBLIK DI YOGYAKARTA	64
REKONSTRUKSI SEJARAH DALAM KARYA AGAN HARAHAP: MANIPULASI REALITAS MELALUI MEDIUM FOTOGRAFI	76
MULTIMODALITAS PADA PRODUKSI NOVEL TERE LIYE SEBAGAI EDUKASI GENDER DALAM RUANG VIRTUAL	85
LANSIA MANDIRI DAN AKTIF, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK), SERTA DESAIN BERMATRA SOSIAL	94
POLA PEMBELAJARAN PANCASILA DENGAN IMPLEMENTASI GAMBAR SEBAGAI MEDIA VISUAL	103
UPCYCLE LIMBAH KENDARAAN TRANSPORTASI SEBAGAI MEDIA BARU PENCIPTAAN KARYA RUPA	111
DAUR ULANG FILM: INTERTEKSTUALITAS “MIRACLE IN CELL NO.7” (2022)	121

PAMERAN SENI VIRTUAL, MENARIK DAN TAK KALAH ATRAKTIF: INOVASI BARU MENGAPRESIASI KARYA SENI MELALUI ARTSTEPS.COM

Firtiara Nur Zalfa

(Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka Yogyakarta, e-mail:
firtiarazalfa@gmail.com)

ABSTRACT

Due to the Covid-19 pandemic, many activities such as concerts, entertainment, and art exhibitions had to be canceled to prevent crowds. This certainly has a big impact, especially on the art industry from an economic and cultural perspective. New solutions must be presented to revive the stagnant art industry during pandemic. The transition concept of organizing exhibitions which was originally done face-to-face now can be done virtually. One of them is by utilizing Artsteps.com web technology. Artsteps.com is one of the innovative web-based virtual exhibition applications that can be accessed anytime and anywhere without anytime limit. The purpose of this study was to determine the advantages, effectiveness, and perceptions of participants towards a virtual art exhibition using Artsteps.com. This study uses data collection methods based on literature studies. The results of this study are the advantages of art exhibitions that can provide opportunities for the general public to access exhibitions and can be viewed and enjoyed personally, virtual exhibitions aren't less effective because they can be enjoyed without having to come in person. Participant's positive perception of Artsteps.com it has economic value because it can be used as a promotion in selling works. By utilizing this modern technology, it's hoped the art industry can manage works of art in the form of digital/virtual exhibitions that are no less interesting than face-to-face exhibitions. This new design for managing works of art is worth a try for artists and art connoisseurs alike. Collaboration between art and technology must be developed now.

Keywords: *virtual exhibition, artsteps.com, technology, innovative.*

ABSTRAK

Akibat pandemi Covid-19, banyak kegiatan, seperti konser, hiburan, dan pameran seni harus dibatalkan untuk mencegah kerumunan. Hal ini tentu berdampak besar khususnya bagi industri seni dari segi ekonomi dan budaya. Solusi baru harus dihadirkan untuk menghidupkan kembali industri seni yang sempat stagnan akibat pandemi. Peralihan konsep penyelenggaraan pameran yang semula dilakukan secara tatap muka kini dapat dilakukan secara virtual. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi *web Artsteps.com*. *Artsteps.com* merupakan salah satu aplikasi inovatif *virtual exhibition* berbasis *web* yang dapat diakses kapan dan di mana saja tanpa ada batasan waktu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keunggulan, efektivitas, dan persepsi partisipan terhadap pameran seni virtual menggunakan *Artsteps.com*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berdasarkan studi literatur. Hasil dari penelitian ini adalah keunggulan pameran seni dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat umum untuk mengakses pameran serta dapat dilihat ulang dan dinikmati secara pribadi. Pameran virtual juga tak kalah efektif karena dapat dinikmati tanpa harus datang secara langsung. Persepsi positif partisipan terhadap *Artsteps.com* yaitu memiliki nilai ekonomis karena dapat digunakan sebagai promosi dalam menjual karya. Dengan memanfaatkan teknologi modern ini, diharapkan industri seni dapat mengelola karya seni berupa pameran digital/virtual yang tidak kalah menarik dengan pameran tatap muka. Rancangan baru untuk mengelola karya seni ini patut dicoba oleh para seniman maupun penikmat seni. Kolaborasi antara seni dan teknologi harus dikembangkan mulai sekarang.

Kata Kunci: pameran virtual, *artsteps.com*, teknologi, inovasi.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang telah melanda 215 negara di dunia termasuk Indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap tatanan kehidupan, salah satunya di bidang ekonomi dan budaya. Untuk memutus rantai penyebaran Covid-19, pemerintah memberlakukan *physical distancing* dan menutup tempat-tempat umum. Sebagai contoh, sekolah, perguruan tinggi, bioskop, galeri, konser, teater dan beberapa tempat umum yang menimbulkan kerumunan ditutup dan ditiadakan. Hal ini tentu berpengaruh terhadap sektor, termasuk sektor kesenian. Tentunya situasi ini membuat industri/penggiat seni menjadi resah karena aktivitas kesenian yang sudah diagendakan terpaksa dibatalkan atau ditunda sampai jangka waktu yang belum bisa ditentukan. Dalam situasi ini, industri seni harus tetap berkreasi, berinovasi dan beradaptasi dengan masa sulit seperti ini. Dampak perubahan akibat pandemi ini tak lain yaitu hampir semua hal dilakukan secara *online/virtual*, seperti pembelajaran di sekolah yang sebelumnya dilaksanakan tatap muka (konvensional) kini dilakukan secara *online/virtual*. Dampak ini tentunya juga dirasakan oleh industri seni yang senantiasa berkarya dan melaksanakan pameran secara tatap muka kini dilakukan secara *online/virtual*. Perubahan model pelaksanaan pameran seni ini merupakan tantangan sekaligus peluang yang harus dihadapi oleh industri/penggiat seni agar pameran tetap berjalan di masa pandemi.

Metode yang paling tepat digunakan di masa hiruk-pikuk wabah Covid-19 ini tak lain adalah metode virtual berbasis internet. Dengan menggunakan metode ini, pengguna dapat melakukan kegiatan kapan dan di mana saja tanpa harus bertemu secara langsung (tatap muka). Berdasarkan jajak pendapat Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia naik 8,9% dari 171,2 juta pada tahun 2018 menjadi 196,7 juta per kuartal 2020. Persentase penduduk Indonesia yang menggunakan internet meningkat dari 64,8% menjadi 73,7% dari 266,9 juta jumlah penduduk Indonesia. Kontribusi terbesar berasal dari Pulau Jawa, yakni 56,4% naik dari sebelumnya 55,7%. Data ini menunjukkan bahwa angka konsumsi penggunaan internet kian meningkat. Kemunculan media internet belakangan ini menjadi media yang sangat penting bagi industri/penggiat seni untuk mendukung aktivitasnya.

Berbagai kegiatan seni, seperti pameran, teater, wayang, dan lain-lain dapat dilakukan dengan metode virtual berbasis internet. Salah satu inovasi yang paling menarik adalah metode *event art online*. Ruang, waktu, dan jarak tidak lagi menjadi kendala. Metode ini dapat menjangkau setiap segmen masyarakat tanpa terkecuali. Ditambah dengan peran media sosial sebagai komponen pendukung aktivitas berbasis *online/virtual*. Dengan demikian, aktivitas kesenian menjadi lebih variatif dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam beberapa bulan terakhir, bidang seni, seperti galeri, museum, acara seni, dan lainnya masih terus berusaha untuk menyapa publik dengan menerapkan sistem *online/virtual* meskipun adanya bayang-bayang ancaman Covid-19. Sebagai contoh, Rupafest 2021 yang bertajuk "*Nostalgic Future*" yang diadakan oleh Departemen Desain Komunikasi Visual (DKV), Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) yang memadukan antara seni dan teknologi (*its.ac.id*). Mahasiswa ITS ini menyelenggarakan pameran virtual menggunakan *app.lapentor.com*. Alasan mengapa mahasiswa ITS menggunakan Lapentor, yakni platform tersebut dipilih karena dianggap memiliki keunggulan dibandingkan platform virtual lain. Selain gratis, platform ini juga mudah untuk dikreasikan dengan konsep tiga dimensi yang menggugah.

Keberadaan teknologi/metode ini menawarkan sejumlah keuntungan bagi masyarakat luas, terutama wacana transmisi informasi seni budaya ke dalam gawai semua orang tanpa memandang status sosial. Melalui mekanisme virtual ini, setiap orang memiliki potensi yang sama untuk menikmati seni tanpa dipisahkan oleh jarak dan waktu. Sebelum pandemi, metode seperti ini jarang dilakukan dalam kegiatan kesenian. Namun, hal yang perlu dipahami ialah ketika sedang dihadapkan pada masa krisis seperti saat pandemi terjadi. Di lain hal, pameran merupakan wadah bagi para seniman untuk mengomunikasikan ide-ide mereka melalui karya, maka banyak faktor yang harus diperhatikan agar kehidupan kesenian tidak hilang begitu saja dan tetap terlaksana meskipun menggunakan metode yang berbeda. Agar kegiatan

kesenian dapat tetap berjalan di masa-masa pandemi seperti ini, perubahan paradigma penyelenggaraan kegiatan kesenian dalam konteks pameran virtual menjadi tantangan sekaligus peluang. Di satu sisi, kesulitan dialami industri seni dalam melaksanakan pameran di masa pandemi terutama bagi para seniman maupun penikmat seni yang belum terbiasa menggunakan metode virtual dalam menyelenggarakan dan mengikuti pameran. Kemudian tantangan lain dalam menggunakan metode virtual dalam menyelenggarakan pameran ini dapat berupa penguasaan teknologi yang rendah, keterbatasan biaya kuota internet, keterbatasan perangkat yang memadai, dan tidak adanya sensasi pameran seni yang sesungguhnya. Namun dibalik adanya tantangan tersebut, keadaan ini menawarkan peluang untuk lebih memanfaatkan teknologi secara maksimal, menyesuaikan terhadap peradaban dan perkembangan teknologi yang semakin maju, dan juga pameran virtual ini tidak hanya dilakukan saat krisis pandemi seperti ini, namun juga dapat dilakukan di luar hal itu. Hal ini merupakan salah satu contoh kolaborasi antara seni dan teknologi yang harus mulai diterapkan mulai saat ini. Tantangan dan peluang tersebut menunjukkan bahwa teknologi berperan penting dalam menunjang pelaksanaan pameran seni di masa pandemi.

Tantangan dan peluang juga hadir tersendiri bagi perusahaan digital khususnya dalam mengembangkan teknologi untuk memfasilitasi masyarakat dalam bersosialisasi di masa pandemi yang terbatas. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi semakin pesat hingga saat ini, yakni dengan tersedianya berbagai jenis *website*, salah satunya *website gallery virtual*. *Website* merupakan kumpulan halaman yang saling terhubung di dalamnya terdapat beberapa item seperti dokumen dan gambar yang tersimpan di dalam *web server*, sedangkan *web app* merupakan aplikasi yang berada di dalam *web server* yang bisa *user* akses melalui *browser* (Sebok, Vermat, dan tim, 2018 : 70). Galeri secara teknologi merupakan tempat pemajangan benda-benda seni, lukisan, atau bendabenda yang mengandung unsur kebudayaan (benda sejarah). Galeri juga merupakan tempat atau media untuk mengapresiasi seni. Hakikat karya seni rupa ialah ungkapan gagasan, perasaan, emosi, dan pengalaman yang diwujudkan dalam bentuk karya dua dan tiga dimensi. Karya seni dapat diapresiasi dengan berbagai media sesuai kebutuhan dan tujuan karya tersebut. Salah satu media atau platform virtual yang dapat digunakan sebagai bentuk apresiasi karya seni, salah satunya ialah *Artsteps.com*. *Artsteps.com* merupakan media atau platform virtual yang dapat digunakan untuk melaksanakan pameran secara online/virtual. Platform ini dapat digunakan oleh siapapun hanya dengan bekal perangkat yang memadai dan jaringan internet saja, sehingga dapat digunakan baik oleh industri seni, penikmat seni, maupun tenaga pendidik. *Artsteps.com* memiliki banyak keunggulan, antara lain tidak berbayar, mudah digunakan, menjadi media khusus untuk melaksanakan pameran virtual, dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan di mana saja. *Artsteps.com* dapat diakses melalui *handphone*, personal komputer, maupun laptop. *Artsteps.com* tersedia dalam dua pilihan cara dalam mengakses, yaitu mengakses hanya melalui web atau mengunduhnya di *Play Store* dan *App Store*. Cara menikmati pameran virtual menggunakan platform ini pun tersedia dalam dua jenis, yaitu dapat menikmati dengan cara yang biasa saja/umum atau dapat juga menikmati dengan cara menggunakan fitur VR (*Virtual Reality*) yang sudah tersedia. Namun, untuk dapat menikmati fitur VR ini, kita harus mengunduh aplikasinya terlebih dahulu, karena fitur ini tidak tersedia di dalam web. Cara menikmati menggunakan fitur VR ini dirasa menyenangkan, karena pengunjung benar-benar akan berjalan di ruangan bebas untuk melihat-lihat karya dan hal ini menjadikan seolah-olah mereka sedang berjalan-jalan sambil menikmati karya di galeri seni.

Berdasarkan permasalahan yang melatarbelakangi, tujuan penelitian ini diharapkan pembaca dapat memperoleh informasi yang lebih konkret mengenai keunggulan, efektivitas, dan persepsi partisipan terhadap media atau platform virtual *Artsteps.com* untuk menyelenggarakan pameran virtual. Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini ialah pembaca dapat mengetahui peran media sosial dan teknologi digital yang membawa pengaruh besar tak terkecuali pada bidang kesenian, seperti pameran virtual. Harapannya melalui penelitian ini pembaca dapat mengetahui keunggulan, efektivitas, dan persepsi partisipan terhadap kegiatan pameran seni yang dilakukan secara virtual menggunakan *Artsteps.com*.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu proses atau serangkaian tindakan yang digunakan untuk melakukan penelitian guna mencapai tujuannya. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan studi literatur berbagai data pustaka dari penelitian yang pernah dilakukan. Metode pengumpulan data sekunder berdasarkan studi literatur ini dilandaskan pada sifatnya nonhitung dan berusaha menggali informasi sedalam-dalamnya dari data yang sudah ada atau penelitian yang sudah pernah dilakukan. Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2018:456). Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan kebebasan kepada penulis untuk mengumpulkan data dan mengkaji keunggulan, efektivitas, dan persepsi partisipan terhadap kegiatan pameran seni yang dilakukan secara virtual menggunakan *Artsteps.com*.

Data yang dikumpulkan untuk menggali keunggulan, efektivitas, dan persepsi partisipan bersumber dari data sekunder yang terdapat pada penelitian yang pernah dilakukan, kemudian diterbitkan ke dalam jurnal, bersumber dari artikel terpercaya dan media sosial, seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *YouTube*. Data faktual yang digali ialah keunggulan dan efektivitas melaksanakan pameran virtual menggunakan *Artsteps.com*. Selain data faktual yang digali, data subjektif juga diikutsertakan, data ini berupa persepsi/ulasan/komentar individu yang mengekspresikan kesan yang didapatkan dari penggunaan *Artsteps.com* sebagai media pelaksanaan pameran virtual.

PEMBAHASAN

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan judul yang serupa, namun menemukan beberapa jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini, di antaranya lihat pada tabel 1 dan 2:

Tabel 1. Tabel Perbandingan Penelitian yang pernah Dilakukan dengan Penelitian Sekarang

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Monita Eva Rahmah dan Jassica Nikita, 2022	Dampak Penggunaan Teknologi dan Pameran Virtual pada Komunitas Seni Lokal Selama Pandemi	Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah <i>deskriptif-kualitatif</i> dengan mengumpulkan data sekunder yang terdapat di media sosial dan artikel berita.	Hasil penelitian jurnal ini adalah banyaknya respon antusias dan ulasan positif dari anggota komunitas seni lokal maupun dari mahasiswa dan dosen mengenai pameran virtual yang diadakan menggunakan <i>Artstpes.com</i>
2.	Heru Setiawan, Riandi Riandi, dan Bambang Supriatno, 2022	Inovasi Metode <i>Gallery Walk</i> pada Pembelajaran Online dengan Aplikasi <i>Artsteps</i> selama Pandemi Covid-19	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan <i>self administered survey</i> yang memberikan deskripsi kuantitatif	Hasil penelitian jurnal ini menemukan bahwa mayoritas siswa memberikan tanggapan yang positif pada pelaksanaan Metode <i>Gallery Walk</i> dengan <i>Artsteps</i> dan <i>Zoom</i>

			<p>atau numerik tentang pendapat suatu populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan formulir.</p>	<p>Meeting dalam pembelajaran daring. Siswa merasa dapat menuangkan kreativitasnya dengan poster yang dibuatnya. Lebih dari tiga perempat siswa bisa memahami materi klasifikasi tumbuhan dan hewan, siswa merasa lebih aktif, lebih bebas bertanya kepada temannya, dan merasa tidak bosan. Siswa juga puas dengan presentasi rekan-rekan mereka.</p>
3.	<p>Muhammad Hilmy Ashshiddiq dan Kiki Zakiah 2022</p>	<p>Artsteps.com sebagai Media Apresiasi Karya Foto</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menemukan, mengembangkan, atau membuktikan penelitian.</p>	<p>Hasil penelitian jurnal ini adalah <i>Artsteps.com</i> sebagai produk sosial sudah layak digunakan sebagai media yang mendukung terlaksananya peristiwa objektif yaitu pameran virtual yang diadakan oleh KMJ UNISBA. Hal ini terlihat bahwa banyak sekali fitur yang bisa dilihat pada proses objektivasi yang memudahkan dan menguntungkan bagi panitia untuk mengelola <i>Artsteps.com</i>. Fitur-fitur yang ada pada <i>Artsteps.com</i> merupakan kelebihan yang dimiliki oleh <i>Artsteps.com</i>, sehingga KMJ UNISBA tertarik</p>

Tabel 2. Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian yang Pernah Dilakukan dengan Penelitian Sekarang

Jurnal Nomor	Persamaan	Perbedaan
1.	Penelitian ini memiliki persamaan, yaitu sama-sama membahas respon/persepsi partisipan mengenai pameran virtual menggunakan <i>Artsteps.com</i> .	Terdapat perbedaan dari metode pengambilan data antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni penelitian ini menggunakan metode pengambilan data sekunder dengan metode pengumpulan data berdasarkan ulasan/respon partisipan melalui media sosial. Penelitian sebelumnya menggunakan metode yang sama namun lebih kompleks dalam pengumpulan data, yaitu melalui artikel berita, sedangkan pada penelitian ini tidak bersumber dari artikel berita.
2.	Penelitian ini memiliki persamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian inovasi teknologi <i>Artsteps.com</i> sebagai media pameran virtual/ <i>gallery walk</i> .	Terdapat perbedaan dari metode pengambilan data antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni penelitian ini menggunakan metode pengambilan data sekunder dengan metode pengumpulan data berdasarkan ulasan/respon partisipan dan efektivitas melalui media sosial. Penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan <i>self-administered survey</i> yang memberikan deskripsi kuantitatif atau numerik tentang pendapat suatu populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan formulir.
3.	Penelitian ini memiliki persamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian tentang <i>Artsteps.com</i> sebagai media apresiasi karya seni.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yakni penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menemukan, mengembangkan, atau membuktikan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data sekunder dengan metode pengumpulan data berdasarkan ulasan/respon partisipan dan efektivitas melalui media sosial.

Berdasarkan tabel 1 dan 2, perbandingan jurnal-jurnal yang pernah dilakukan, peneliti membahas ruang virtual, pameran seni/*gallery walk* menggunakan *Artsteps.com*. *Artsteps.com* sendiri merupakan salah satu jenis web *virtual exhibit* yang mumpuni. *Artsteps.com* dapat digunakan untuk menunjang dan membantu proses dalam berkarya seni rupa. Web ini juga dapat digunakan sebagai ruang untuk menghasilkan karya seni, terutama untuk melaksanakan pameran virtual. Bagi industri seni atau para seniman yang belum pernah menggunakan web ini dan ingin menyelenggarakan pameran virtual melalui

Artsteps.com tidak perlu khawatir, karena fitur yang tersedia di dalamnya tergolong mudah dan tidak ribet. Berikut adalah langkah-langkah penggunaan *Artsteps.com*:

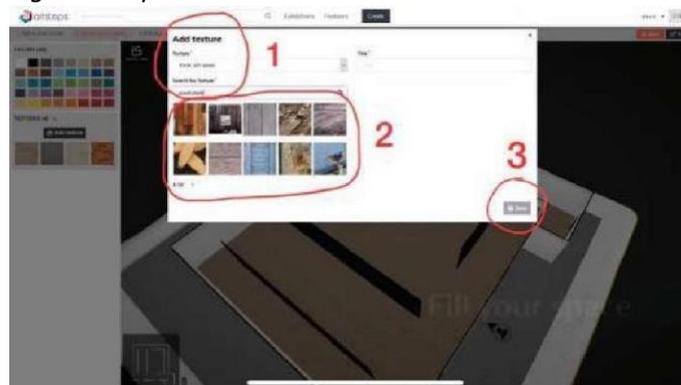
1. Fitur Nomor 1: *Define Your Space*



Gambar 1. Tampilan Bagian Pertama *Artsteps.com*
(Sumber: *YouTube Artsteps.com*, diambil 16 Oktober 2022)

Gambar 1 menunjukkan bahwa pengguna dapat merancang sendiri ruang yang akan digunakan untuk pameran sesuai keinginan masing-masing (gambar A) atau memilih ruang pameran yang sudah disediakan di dalam templat (gambar B). Kelebihan merancang ruang sendiri, yaitu pengguna dapat menyesuaikan kebutuhan pamerannya juga dapat menciptakan preferensi estetika sendiri. Menggunakan templat juga memiliki kelebihan, yakni pengguna tidak perlu merancang sendiri ruang virtual, cepat dan banyak sekali pilihan templat, sehingga tinggal disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya.

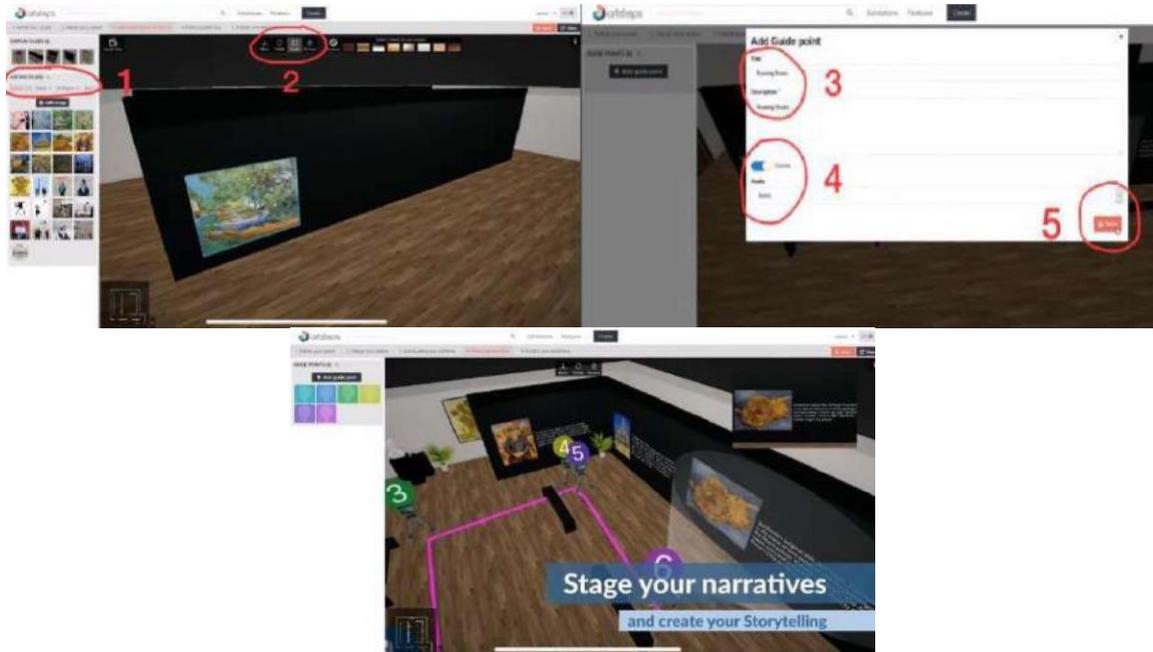
2. Fitur Nomor 2: *Design Your Space*



Gambar 2. Tampilan Bagian Kedua *Artsteps.com*
(Sumber: *YouTube Artsteps.com*, diambil 16 Oktober 2022)

Gambar 2 menunjukkan bahwa terdapat fitur-fitur menarik, seperti “*Colors*” dan “*Textures*”. Pada pilihan “*Colors*”, pengguna dapat menambah warna sesuai keinginan, warna-warna ini dapat diaplikasikan pada setiap bidang di dalam ruangan. Kemudian pada pilihan “*Textures*” (lingkaran nomor 1), pengguna dapat menambahkan tekstur untuk menghias dinding maupun lantai. Pada fitur ini, pengguna dapat mencari tekstur yang diinginkan melalui *search bar* dengan jenis tekstur yang ingin dicari. Setelah itu akan muncul beberapa pilihan tekstur sesuai keinginan (lingkaran nomor 2), tinggal memilih salah satu dan klik “*Save*” (lingkaran nomor 3). Kemudian pilih bagian yang akan diberi tekstur.

3. Fitur Nomor 3: Add & Place Your Artifacts



Gambar 3. Tampilan Bagian Ketiga Artsteps.com
(Sumber: YouTube Artsteps.com, diambil 16 Oktober 2022)

Gambar 3 menunjukkan bahwa di fitur ketiga ini, pengguna akan diminta untuk menambahkan karya yang akan dipajang. Pada bagian "Artifacts" terdapat pilihan lagi, seperti *images*, *videos*, *3D objects*, *text*, *music*, dan *speakage* (lingkaran nomor 1). Apabila pengguna ingin mengunggah karya berupa gambar atau foto, pengguna meng-klik bagian "Images" dan klik pada "Add image". Pengguna dapat memilih karya yang akan dipajang nantinya. Apabila pengguna ingin menambahkan video di dalam ruang pameran, dapat memilih pada bagian "Videos". Apabila pengguna ingin menambahkan objek lain di dalam ruang pameran, dapat memilih pada bagian "3D objects", objek ini dapat berupa hiasan, bangku, meja, dan lain sebagainya. Pada bagian selanjutnya, fitur "Text" merupakan fitur yang digunakan untuk memberi keterangan karya secara singkat, padat, jelas, dan mewakili keseluruhan karya. Keterangan yang dicantumkan dapat meliputi judul karya, nama pembuat karya, ukuran karya, media karya, tanggal dibuat, dan konsep karya. Pengguna juga bisa menambahkan musik atau audio yang sesuai dengan tema pameran dengan cara memilih pada bagian "Music". Di sini pengguna dapat dengan bebas mencari dan menentukan musik yang mereka inginkan. Fitur *Speakage* merupakan fitur untuk menambah audio penjelasan terkait karya yang sedang dipajang. Apabila pengunjung meng-klik salah satu karya, akan muncul seperti *story telling* yang menjelaskan tentang karya tersebut. Jadi, pengunjung tidak hanya membaca pada keterangan saja, namun bisa mendengarkan penjelasan pencipta karya melalui fitur ini. Hal ini menjadi keunggulan, karena pengunjung akan merasa seperti di pameran tatap muka dan fitur *Speakage* di dalam ruang virtual ini seakan-akan menjadi pencipta seni yang sedang menjelaskan terkait karyanya di pameran tatap muka. Selain fitur-fitur tersebut, pada bagian atas akan terdapat beberapa fitur lagi, seperti *Move*, *Rotate*, *Scale*, dan *Remove* (lingkaran nomor 2). Fitur *Move* digunakan apabila pengguna ingin memindah posisi karya atau 3D objek. Fitur *Rotate* digunakan untuk mengganti rotasi atau memutar karya/3D objek ke arah yang diinginkan, fitur *Scale* digunakan untuk mengubah skala karya/3D objek sesuai yang diinginkan, dan fitur terakhir, yaitu *Remove*. Fitur ini digunakan apabila pengguna akan menghapus karya/3D objek. Fitur lain yang sangat penting di bagian ini tak lain adalah "Guide Points" yang digunakan untuk menentukan titik

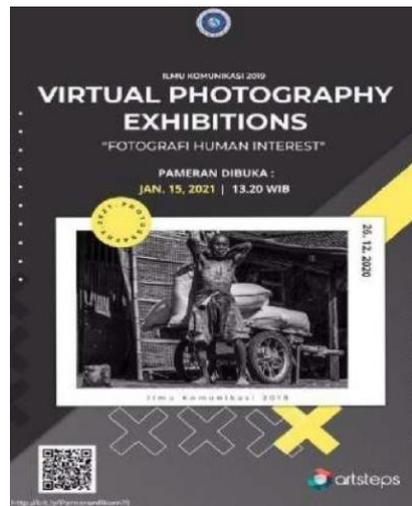
pada ruangan yang dapat dijangkau oleh pengunjung, termasuk petunjuk arah dalam menentukan jalan dalam melihat karya. Pengguna dapat menambahkan judul dan deskripsi pada setiap *guide points*/titik yang akan dibuat (lingkaran nomor 3). Pengguna juga bisa memunculkan atau tidak memunculkan *guide points*/titik ini dan juga pengguna dapat mengaktifkan maupun menonaktifkan audio/*speakeage* sebagai *story telling* dalam penjelasan karya (lingkaran nomor 4), sehingga apabila audio dinonaktifkan pengunjung hanya akan melihat karya dan penjelasan melalui teks saja. Apabila pengguna sudah menentukan *guide points*, cukup meng-klik *save* (lingkaran nomor 5) dan otomatis akan muncul dengan sendirinya. Pada bagian ini juga, apabila pengunjung meng-klik *guide points* tersebut akan langsung memunculkan keterangan dari karya tersebut atau melalui audio/*speakeage*.

4. Fitur Nomor 4: *Publish, Share, and Embed*



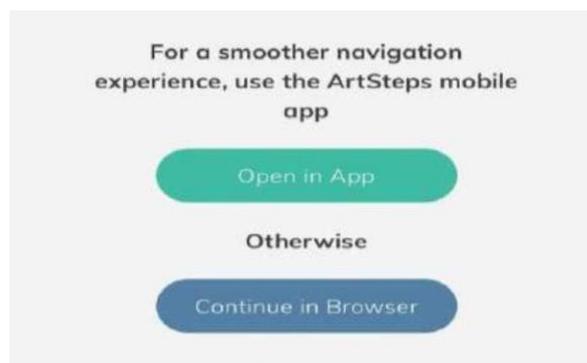
Gambar 4. Tampilan Bagian Keempat *Artsteps.com*
(Sumber: *YouTube Artsteps.com*, diambil 16 Oktober 2022)

Gambar 4 menunjukkan bahwa pada bagian ini merupakan bagian terakhir dari fitur-fitur utama yang terdapat dalam *Artsteps.com*. Bagian ini digunakan untuk publikasi karya-karya yang sudah dimasukkan ke dalam ruang virtual tadi. Seperti pameran seni pada umumnya, pameran virtual atau pameran digital terbuka untuk khalayak umum dan memberikan kesempatan bagi seluruh lapisan masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki koneksi ke dunia seni. Pada bulan Desember tahun 2020 lalu, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teknologi Yogyakarta mengadakan acara pameran seni fotografi virtual bertajuk "Fotografi Human Interest" menggunakan *Artsteps.com*. Mereka mengiklankan acara pameran tersebut melalui aplikasi *Twitter*. Gambar 5 menunjukkan bahwa pameran virtual ini tak luput dari peran media sosial sebagai komponen pendukung aktivitas berbasis *online*/virtual. Penggunaan aplikasi *Twitter* sebagai media iklan dirasa cukup efektif karena *Twitter* merupakan aplikasi yang cukup populer di kalangan masyarakat, sehingga pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah mendapatkan berita atau informasi terbaru di mana pun mereka berada, salah satunya seperti memudahkan mereka untuk melihat sekilas pengumuman tentang pameran seni virtual yang diselenggarakan oleh mahasiswa Universitas Teknologi Yogyakarta. Fitur canggih dari media sosial ini juga dapat menyimpan postingan untuk ditinjau nanti atau langsung mengunjungi pameran melalui tautan yang disediakan. Berikut lihat pada gambar 1.



Gambar 5. Pamflet Pameran Virtual
(Sumber: Twitter, diambil 14 Oktober 2022)

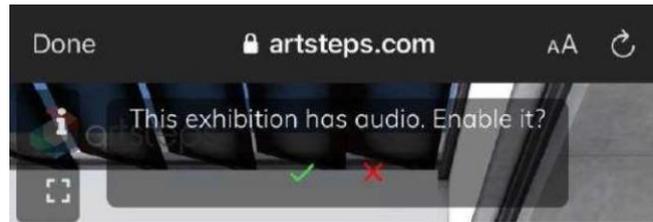
Setelah klik tautan, maka akan muncul pilihan atau *option* untuk menggunakan aplikasi atau tetap menggunakan *browser*. Di sini pengguna dapat memilih salah satunya. Apabila ingin menggunakan aplikasi, pengguna harus menginstal terlebih dahulu di *Play Store* atau *App Store*, namun *developer Artsteps.com* memberi kemudahan lain tanpa harus menginstal aplikasi seperti tetap menggunakan *browser*.



Gambar 6. Pilihan Akses yang Tersedia
(Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

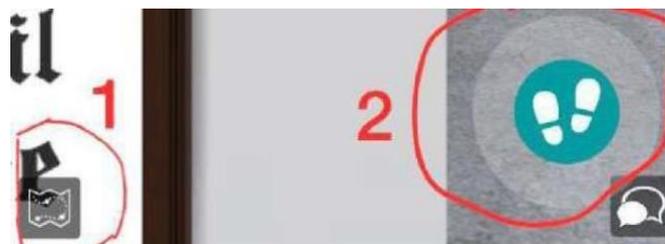
Pada halaman selanjutnya, pengguna akan melalui proses *loading exhibition*. Hal ini penggunanya cukup menunggu hingga proses *loading* selesai, untuk memuat halaman yang ada di dalamnya. Setelah proses *loading* selesai, pengguna akan langsung disugahi pameran seni yang di dalamnya memuat karya-karya dari penyelenggara.

Dalam galeri seni, saat menyelenggarakan pameran tatap muka rasanya akan membosankan apabila tidak disertai dengan audio yang sesuai dengan tema atau momentum pameran tersebut. Maka, kebanyakan penyelenggara seni akan menyetel audio selama pameran berlangsung. Begitu pun dengan pameran virtual, *Artsteps.com* menyediakan fitur untuk menyetel alunan musik, sehingga para pengguna tidak merasa bosan saat mengakses pameran. Namun, *Artsteps.com* juga memiliki fitur menarik, yaitu pada halaman saat awal pengguna masuk akan otomatis disugahi opsi matikan atau nyalakan audio. Hal ini merupakan salah satu kelebihan fitur *Artsteps.com*, yaitu memberi pilihan pengguna ingin menggunakan audio ataukah tidak. Lihat pada gambar 7.



Gambar 7. Opsi pada Fitur Audio
(Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

Fitur berikutnya yaitu tampilan denah pameran yang tersedia di pojok kiri bawah (lingkaran nomor 1). Apabila pengguna ingin menampilkan denah tersebut cukup klik ikon atau logo peta dan otomatis akan menampilkan denah pameran tersebut. Namun apabila pengguna sudah tidak memerlukan denah lagi, cukup klik tanda panah di samping denah. Pilihan fitur ini menjadi keunggulan karena tidak akan mengganggu pandangan pengguna saat mengakses pameran. Pada tampilan awal memasuki galeri virtual ini, pengguna bisa meng-klik fitur “*Guide Points*” yang terletak di pojok kanan bawah (lingkaran nomor 2). Fitur ini mempunyai bentuk tapak kaki/*footsteps* apabila ingin melihat karya, tinggal klik gambar *footsteps* (warna hijau) dan otomatis akan bergerak maju. Fitur ini seperti menggambarkan pengguna sedang di pameran tatap muka dengan berjalan perlahan dan menikmati karya satu persatu. Lihat pada gambar 8.



Gambar 8. Fitur Denah dan *Guide Points*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

Artsteps.com juga memberikan fitur yang tak kalah detail, yaitu jika ingin melihat karya maupun informasinya secara detail, cukup klik pada karya atau lukisan yang ingin dilihat, otomatis halaman akan berubah menjadi gambar karya dan informasi yang diklik tersebut. Pengguna dapat melihat karya yang dipajang beserta informasinya secara detail. Adanya fitur ini membuat pengguna seperti halnya sedang melihat detail atau secara dekat dan membaca informasinya pada karya yang sedang dipajang. Lihat pada gambar 9.



Gambar 9. Teks Keterangan pada Setiap Karya
(Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

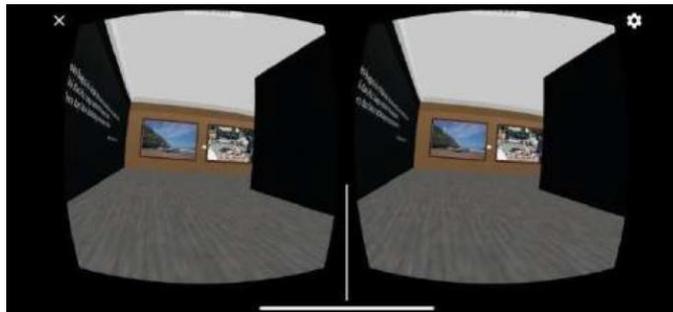
Terdapat perbedaan pada tampilan pameran virtual melalui aplikasi *Artsteps.com* dengan *website Artsteps.com*. Perbedaan ini hanya terdapat pada fitur dan tata letaknya saja. Berikut ialah perbedaannya:

A. Menggunakan Aplikasi *Artsteps.com*



Gambar 10. Fitur yang Terdapat pada Aplikasi *Artsteps.com* (Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

Gambar 10 menunjukkan bahwa pada aplikasi *Artsteps.com* tidak terdapat fitur denah di dalam ruangan virtual. Kemudian, perbedaan letak *footsteps/guide points* di dalam aplikasi terletak di pojok kiri bawah (lingkaran nomor 1). Pada pojok kanan bawah terdapat ikon “mata” (lingkaran nomor 2), fungsi fitur ini sebagai kursor penggerak, pada *website* fitur ini tidak tersedia. Selanjutnya, pada fitur “*play*” (lingkaran nomor 3) merupakan fitur untuk melihat keseluruhan galeri virtual, fitur ini akan bergerak layaknya memutar video. Kemudian fitur terakhir ialah fitur VR (lingkaran nomor 4), pada fitur ini, pengunjung dapat menikmati pameran dengan menggunakan VR. Berikut lihat gambar 11.



Gambar 11. Fitur VR yang Terdapat pada Aplikasi *Artsteps.com* (Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

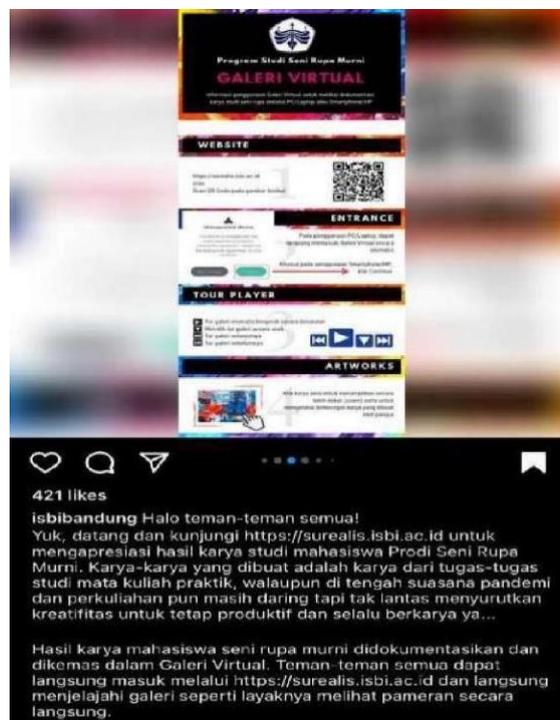
B. Menggunakan *Website Artsteps.com*



Gambar 12. Fitur yang Terdapat pada *Website Artsteps.com* (Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 16 Oktober 2022)

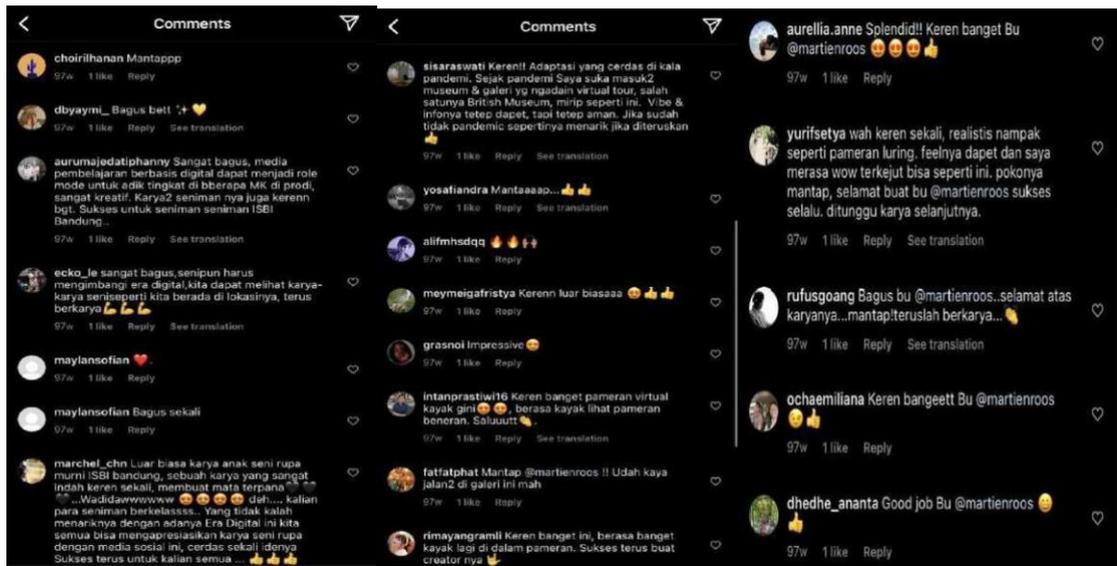
Gambar 12 menunjukkan bahwa pada *website Artsteps.com* terdapat denah ruang (lingkaran nomor 1), sedangkan pada aplikasi tidak terdapat denah (gambar 11). Pada fitur “Play” (lingkaran nomor 2) terdapat pada bagian bawah, sedangkan di aplikasi *Artsteps.com* terdapat di atas (gambar 11). Kemudian letak *footsteps/guide points* pada *website Artsteps.com* terdapat pada pojok kanan bawah (lingkaran nomor 3), sedangkan pada aplikasi terletak pada pojok kiri bawah (gambar 11). Pada *website Artsteps.com* tidak terdapat fitur VR seperti pada aplikasi *Artsteps.com* (gambar 11).

Namun, perbedaan antara keduanya tidak memengaruhi kualitas dari pameran tersebut di atas. Pemilihan mengakses melalui *website* atau aplikasi tergantung pada kenyamanan masing-masing pengakses. Kembali ke bagaimana efektivitas dan keunggulan menyelenggarakan pameran virtual, pada bulan Desember tahun 2020 tahun lalu, ISBI atau Institut Seni Budaya Indonesia Bandung mengadakan pameran seni virtual untuk menampilkan karya-karya seni rupa dari mahasiswa Prodi Seni Rupa Murni. Akan digelarnya pameran virtual yang akan di ditayangkan melalui *Artsteps.com*, maka di *Instagram @isbibandung* membuat pengumuman dan ajakan untuk mengunjungi pameran virtual yang akan diadakan oleh mahasiswa Prodi Seni Rupa Murni. Berikut lihat gambar 13.



Gambar 13. Pamflet Iklan Pameran Virtual ISBI Bandung
(Sumber: *Instagram*, diambil 15 Oktober 2022)

Respon positif partisipan yang telah mengunjungi pameran virtual ini turut mengisi kolom komentar *Instagram @isbibandung*. Mereka memberikan kesan tentang keunggulan dan efektivitas pameran seni virtual ini. Berikut lihat pada gambar 14.



Gambar 14. Respon Positif terhadap Pameran virtual yang Diadakan (Sumber: Instagram, diambil 15 Oktober 2022)

Gambar 14 menunjukkan bahwa komentar seperti ini dapat membantu penyelenggara memahami pentingnya tempat pameran virtual dalam melengkapi pengalaman baru terhadap pengunjung. Selain keunggulan, efektivitas dan persepsi partisipan terhadap penyelenggaraan pameran virtual tersebut di atas, mahasiswa PIAUD dari Universitas Pahlawan juga memberikan respon terhadap keunggulan *Artsteps.com* untuk menyelenggarakan pameran virtual yang bertajuk "*Operculum Art Of Harmony*". Kriteria yang digunakan oleh penulis penelitian ini dalam mengumpulkan data ialah tingkatan kelayakan *Artsteps.com* saat digunakan untuk pameran virtual. Berdasarkan data yang diperoleh, respon mahasiswa terhadap pameran virtual menggunakan *Artsteps.com* sangat baik. Sebanyak 61.2% mahasiswa memberikan respon *Artsteps.com* baik digunakan untuk menyelenggarakan pameran virtual. Kemudian, sisanya yaitu 38.8% mahasiswa memberikan respon bahwa *Artsteps.com* sangat baik digunakan untuk menyelenggarakan pameran virtual.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari respon mahasiswa terhadap penggunaan *Artsteps.com* untuk menyelenggarakan pameran virtual dapat ditarik kesimpulan bahwa *Artsteps.com* memiliki keunggulan sebagai berikut:

1. Bermanfaat dalam bentuk apresiasi karya seni, khususnya dalam pameran virtual *online*;
2. *Artsteps.com* lebih mudah digunakan dan lebih efektif;
3. Memiliki nilai ekonomis karena dapat digunakan untuk mempromosikan penjualan karya seni;
4. Mendapat banyak kunjungan dari pasar domestik dan internasional, sehingga karya semakin dikenal.

Penyelenggara pameran virtual harus bisa menawarkan sejumlah strategi untuk menarik banyak orang untuk mengunjungi pameran virtual yang diselenggarakan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti membagikan pamflet pameran virtual ke grup *WhatsApp*, membuat brosur dan poster, serta memostingnya secara *online*, membuat cuplikan video yang kemudian diposting ke sosial media dan lain sebagainya. Saran dan masukan jika acara diselenggarakan secara *offline* atau menggabungkan *offline* dan *online*, itu akan lebih dinamis.

PENUTUP

Perubahan tatanan kehidupan manusia akibat pandemi Covid-19 ini juga berdampak kepada industri seni terutama seniman. Di balik semua itu, mau tidak mau industri seni harus mampu memanfaatkan teknologi dan berinovasi di zaman serba internet ini, salah satunya ialah pameran virtual menggunakan *Artsteps.com*. *Artsteps.com* merupakan salah satu platform digital yang dapat digunakan untuk mengapresiasi karya seni rupa berupa kegiatan pameran virtual. Platform ini menyediakan banyak fitur untuk memudahkan pengguna untuk menyelenggarakan pameran virtual maupun pengunjung yang ingin menikmati karya seni melalui platform ini. *Artsteps.com* cukup mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat di manapun kapan pun mereka berdua hanya bermodalkan jaringan internet dan perangkat yang memadai. Hal tersebut terbukti dengan respon respon positif tentang keunggulan dan efektivitas dalam melakukan pameran virtual.

SARAN

Penelitian ini mengarah pada rekomendasi berikut ini:

1. Dengan adanya pameran virtual diharapkan para seniman, penggiat seni, maupun industri seni dapat memaksimalkan penggunaan teknologi digital untuk pameran karya pada masa pandemi atau di luar masa pandemi. Dengan adanya media internet sekarang, akan ada banyak peluang untuk pameran atau karya lebih dikenal masyarakat umum. Hal ini merupakan nilai positif mempromosikan nama dan karya dan juga menaikkan status mereka sebagai seniman;
2. Untuk ke depannya, diharapkan pameran virtual ini dapat dikembangkan dan disempurnakan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- H. Setiawan., Riandi, R., & Bambang, S. 2022. "Inovasi Metode Gallery Walk Pada Pembelajaran Online Dengan Aplikasi Artsteps Selama Pandemi Covid-19". *Asatiza: Jurnal Pendidikan* Vol 3 No. 2, 78-94. 30 Mei 2022 <https://doi.org/10.46963/asatiza.v3i2.526>
- M. H. Ashshiddiq., Kiki, Z. 2022. "*Artsteps.com sebagai Media Apresiasi Karya Foto*" dalam Bandung Conference Series: Journalism Vol.2 No.2 30 Juli 2022.
- Monita Eva Rahmah, Jassica Nikita. 2022. "Dampak Penggunaan Teknologi dan Pameran Virtual pada Komunitas Seni Lokal Selama Pandemi" dalam jurnal Atrat : *Jurnal Seni Rupa* Vol. 10 No. 1 Tahun 2022.
- Sugiyono. 2018. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung: Alfabeta Vermaat, M. E., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Frydenberg, M. 2018. "*Discovering Computer 2018 (Digital Technology, Data, and Device)*". Boston: Cengage Learning

BERPIKIR SERAGAM SEJAK DINI: ANALISIS KONTEN KUALITATIF MONOKULTURALISME PADA TAYANGAN WEB SERIES ANIMASI ANAK NUSSA

Muhammad Alzaki Tristi

(Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada, muhammad.alzaki.t@mail.ugm.ac.id) Rani
Attiqah Gusbet

(Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, rani.attiqah.gusbet@mail.ugm.ac.id)

ABSTRACT

*This research aims to show how the content of monoculturalism is reflected in the animation of Nussa children's web series. This research used a qualitative approach with a qualitative content analysis method by analyzing 5 selected episodes from Nussa Official Youtube channel. This qualitative content analysis adopts a semiotic analysis that sorts through denotative and connotative meanings. The content of monoculturalism is adapted from the "Golden Truth" from the book *The Danger of Monoculturalism in The XXI Century and Indonesia Broadcasting Law no. 32/2002: Article (2) and Article (36)*, which includes four points: (1) Only monotonous society is found; (2) The lack of depiction of tolerance; (3) The lack of diversity; and (4) The lack of interaction through dialogue and other cultural symbols. The results of this study show that Nussa's animated content is not balanced in portraying social and cultural diversity in each episode. The production team of Nussa also did not bring up dialogue and symbols that represent the diversity of cultures that exist in Indonesia. Overall, it can be concluded that Nussa's animated web series content needs to increase diversity in each episode in the future.*

Keywords: children's animated web series, monoculturalism, Nussa, qualitative content analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana konten monokulturalisme tercermin dalam animasi web series anak Nussa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif dengan menganalisis sebanyak lima episode terpilih dari channel *Youtube* Resmi Nussa. Analisis isi kualitatif ini mengadopsi analisis semiotika yang memilah makna denotatif dan konotatif. Isi monokulturalisme diadaptasi dari "Golden Truth" dari buku *The Danger of Monoculturalism in The XXI Century* dan UU Penyiaran Indonesia no. 32/2002: Pasal (2) dan Pasal (36), yang memuat empat hal: (1) Hanya ditemukan masyarakat yang monoton; (2) Kurangnya penggambaran toleransi; (3) Kurangnya keragaman; dan (4) Kurangnya interaksi melalui dialog dan simbol budaya lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten animasi Nussa tidak seimbang dalam menggambarkan keragaman sosial dan budaya di setiap episodenya. Tim produksi Nussa juga tidak memunculkan dialog dan simbol yang mewakili keragaman budaya yang ada di Indonesia. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa konten web series animasi Nussa perlu meningkatkan keragaman di setiap episode di masa mendatang.

Kata Kunci: seri web animasi anak-anak, monokulturalisme, Nussa, analisis konten kualitatif.

PENDAHULUAN

Media yang menjadi konsumsi publik dapat dikaitkan dengan konstruksi sosial yang melekat pada setiap kontennya, termasuk yang dibangun pada media hiburan. Setiap hal yang mendefinisikan frasa "hiburan" sangat sulit mengelak dari konotasi "sosial" maupun konstruksi yang "bebas-nilai" (Gray, 2008;

dalam Irawanto, 2021). Selain fokus pada muatan isi konten, media hiburan fiksi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan dan penyesuaian keyakinan dan pendapat audiens tentang isu-isu sosial yang kontroversial. Hal ini telah banyak dianalisis dengan kacamata teori-teori media efek (Green, 2002).

Audiens yang terpapar pada narasi hiburan cenderung menginterpretasikan isu atau karakter dengan cara yang konsisten dengan ide-ide yang secara implisit dianjurkan dalam narasi (Green, 2000; Slater & Long, 2006; Strange & Leung, 1999; dalam Zhang & Min, 2012). Meskipun dengan muatan ideologitertentu, media hiburan memiliki konten informasional yang biasanya berisikan tema, pandangan, dan perspektif konvensional. Hal inilah yang memunculkan istilah “*Information for those who seek no information*” dan menganggap media hiburan sebagai kekuatan ideologis yang kuat dalam masyarakat manapun (Barnouw & Kirkland, 1992).

Hadirnya konten hiburan dengan segmentasi anak-anak dalam bentuk *web series* berjudul NUSSA yang tayang perdana pada tahun 2018 lalu, menawarkan ranah kajian penting dalam melihat isi kandungan konten yang dibawanya. Hal ini mengingatkan animasi anak ini berhasil mendapatkan atensi tinggi bagi audiens dengan total perolehan *views* (perolehan jumlah konten ditonton) sebanyak 2.107.211.767 dan total *subscriber* sebanyak 8,49 juta yang tercatat pada kanal *Youtube* “NUSSA Official” per 3 Oktober 2021. Seperti yang dikutip pada laman media *online Kompas.com*, eksistensi animasi ini meningkat seiring penayangannya pada stasiun TV swasta NET TV pada Mei 2019 lalu dalam mengisi segmen menjelang berbuka puasa pada bulan Ramadan. Meskipun kemudian tayangan animasi ini sempat beralih ke saluran berbayar dan beralih kembali ke stasiun TV gratis, Trans TV pada tahun 2020. Hingga pada 1 Januari 2021, seperti yang dikutip *cnnindonesia.com*, animasi Nussa resmi berhenti tayang akibat efek domino dari krisis ekonomi dampak pandemi COVID-19.

Perdebatan mengenai tayangan yang ideal bagi anak-anak kemudian menjadi sudut pandang mendasar dalam melihat fenomena ini. Seperti pandangan Wicks (2000) yang melihat media dalam masyarakat kontemporer berperan dalam menyediakan informasi yang ada di luar pengalaman kita sehari-hari. Sistem bahasa menyediakan mekanisme yang dapat mengomunikasikan konsep-konsep yang dimiliki bersama oleh anggota lain dari budaya. Konsep yang diwakili pun dapat mencakup ideide abstrak tentang demokrasi, multikulturalisme, dan bahkan ateisme (Wicks, 2000).

Banyak penelitian telah mencatat hubungan timbal balik yang signifikan antara tingkat perhatian dan pemahaman, atau pemahaman yang diantisipasi dari konten-konten yang dikonsumsi anak-anak. Penilaian anak-anak tentang komprehensibilitas konten televisi memengaruhi tingkat perhatian yang mereka arahkan ke materi-materi yang terkandung di dalamnya (Lorch, Anderson, & Levin, 1979; Pingree, 1986; dalam Evra, 2004). Memakai pendapat Geiger (1923) bahwa ketidakdewasaan anak-anak dalam merepresentasikan gambar (*pictorial representation*) menghalangi ekspresi imajinatif atau kreativitas spontan. Konten yang meragukan secara moral dari banyak film membuat anak rentan terhadap manipulasi emosional dan pembelajaran pesan antisosial dan amoral (Luke, 1990). Tentu hal ini dapat dilihat lebih lanjut di ranah teori efek media.

Kehadiran *web series* animasi anak Nussa memiliki peran besar dalam mengonstruksi dunia yang ingin digambarkan dalam setiap episodenya. Seperti penelitian Luviani & Delliana (2020) yang menemukan bahwa tayangan *web series* ini memberikan efek pada anak usia 4-5 tahun untuk menirukan tingkah laku yang dimunculkan dalam tayangan. Terdapat pengaruh tayangan animasi *Nussa Official* episode “CuciTangan Yuk” di *YouTube* terhadap Perilaku Imitasi Anak usia 4-5 tahun di Bekasi Utara sebesar 18,2% (Luviani & Delliana, 2020).

Dilatarbelakangi oleh keterkaitan antara isi konten yang dibangun dalam animasi Nussa dan upaya untuk membangun narasi monokulturalisme, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian yaitu: bagaimana *web series* animasi anak Nussa mempersempit pemahaman anak tentang multikulturalisme?

Bagaimana pola interaksi, dialog, dan penggambaran karakter di dalam *web series* animasi anak Nussa menciptakan kesan monokulturalisme? Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna monokulturalisme yang terkandung secara tersembunyi di dalam konten *web series* animasi anak Nussa. Demikian pula dengan harapan adanya pemikiran kritis dari audiens orang tua untuk meninjau lebih jauh setiap tayangan anak-anak.

TINJAUAN LITERATUR

A. Anak-anak dan Tontonannya

Studio televisi dan film terus-menerus mereproduksi ulang gambaran kita tentang realitas dengan mengontrol gambar yang kita terima (Littlefield, 2008; dalam Wormer & Juby, 2015). Ketika anak-anak semakin bertambah usia dan lebih berpengetahuan dan berpengalaman dengan televisi atau kini lebih lihai dengan gawai, tuntutan kognitif dari suatu program menjadi lebih penting. Mereka cenderung menggunakan keterampilan konseptual yang lebih tinggi untuk memandu perhatian dan respons mereka terhadap konten (Evra, 2004).

Wormer & Juby (2015) mengatakan, dengan menggunakan analisis isi konten akan ada pesan tersembunyi dalam film-film Disney populer yang tidak boleh diabaikan. Bagi anak-anak, peristiwa sinematik dan gambar layar dapat meninggalkan kesan yang tak terhapuskan karena mereka tidak hanya menyimpan informasi tetapi menyerapnya seperti spons, dan ketidakmampuan bagi anak-anak memaknai batas antara kehidupan nyata dan fantasi itu seringkali tidak jelas (Buijzen & Valkenburg, 2005; dalam Wormer & Juby, 2015).

Lee & Choi (2018) juga menjawab bongkahan-bongkahan makna yang terkandung dalam animasi anak asal Korea Selatan “Pororo si Pinguin Kecil”. Studi ini memiliki temuan bahwa animasi Pororo mereproduksi patriarki konfusianisme dan dinamika gender keluarga, dengan mendistribusikan dan memosisikan karakter dewasa dan anak-anak dalam keluarga khas Korea patriarki (Lee & Choi, 2018). Lee & Choi (2018) menjelaskan lebih lanjut bahwa produksi media dan kebijakan pendidikan harus memperhatikan bagaimana anak-anak sangat dipengaruhi oleh tontonan animasi, terutama dalam hal konstruksi identitas dan pembelajaran norma-norma sosial.

Alsaraireh & Hajimia (2020) secara spesifik menemukan representasi gender pada tokoh perempuan Anna dan Elsa di film animasi “Frozen” yang digambarkan sebagai sosok perempuan yang lemah, tidak berdaya, dan kasar. Karakter tersebut berbanding terbalik dengan karakter pria Kristoff yang disorot sebagai juru penyelamat (Alsaraireh & Hajimia, 2020). Penelitian mengenai ideologi nasionalisme yang terkandung dalam tayangan animasi anak juga telah dilakukan oleh Seman, Noordin, dan Razak (2018) pada animasi “Upin & Ipin”. Temuan yang menarik dari penelitian tersebut adalah episode yang dipilih memiliki pengaruh besar terhadap semangat nasionalisme pada generasi muda.

Berdasarkan keempat studi yang dilakukan Wormer & Juby (2015), Lee & Choi (2018), Alsaraireh & Hajimia (2020), serta Seman, Noordin, dan Razak (2018) tidak melihat unsur keberagaman budaya secara spesifik. Studi-studi di atas belum melihat secara mendalam bagaimana pemaknaan *content diversity* yang seharusnya dibutuhkan untuk tayangan anak-anak dan unsur-unsur budaya tunggal yang tersembunyi di balik tayangan anak-anak. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba memperkaya perspektif dengan menawarkan pandangan monokulturalisme dengan menggunakan metode analisis isi.

B. Monokulturalisme dan Representasi Budaya

Masyarakat monokultural menyatakan bahwa budayanya merupakan satu-satunya budaya yang benar dan dapat diterima. Lebih jauh lagi, orang-orang dari agama, etnis, dan budaya lain mungkin memiliki kebebasan untuk hidup, tetapi budaya mereka tidak memiliki tempat dalam budaya nasional (Adelaja, 2017). Beberapa studi telah membahas muatan monokultural dalam wacana dan teks konten

anak-anak. Seperti studi dari Sun & Kwon (2019) tentang Representasi Monokulturalisme dalam Buku Teks Bahasa Warisan Cina dan Korea untuk Anak-anak Imigran mengatakan, meskipun budaya dibandingkan dan diposisikan berbeda satu sama lain, masing-masing budaya dianggap homogen.

Dalam dua seri buku teks yang dianalisis, pengenalan keragaman budaya terutama terbatas pada representasi negara-negara Eropa dan Amerika Serikat tertentu. Hampir semua gambar dan foto menggambarkan karakter putih, dan setiap negara yang disajikan hanya terkait dengan satu atau beberapa karakteristik terpilih. Penggambaran seperti itu memberikan kesempatan terbatas bagi siswa untuk menyadari keragaman di dalam demografi serta perkembangan multibahasa dan multikultural dunia (Jo & Kwon, 2019; Xiong & Yuan, 2018; dalam Sun & Kwon, 2019).

Studi analisis teks oleh Hofmann (2018), menyatakan bahwa film pendek animasi dapat digunakan karena visual hiperekspresifnya mendorong siswa untuk aktif menggunakan bahasa asing. Selain itu, temuan lain mengungkapkan masih banyak film budaya populer yang tidak dimasukkan dalam kurikulum pembelajaran, meskipun penggunaan film animasi telah memainkan peran utama dalam pendidikan serta sosialisasi anak-anak dan remaja (Roller, 2006; dalam Hoffman 2018).

Lebih lanjut, penelitian dengan fokus representasi gender terhadap animasi layar lebar Pixar Animation Studio yang dilakukan oleh Decker (2010), menyatakan tidak ditemukannya perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan untuk sebagian besar film Pixar yaitu: "Toy Story", "A Bug's Life", "Toy Story 2", "Monster's Inc", "Finding Nemo", "The Incredibles", "Cars", "Ratatouille", "Wall-E", dan "Up". Meskipun demikian, penelitian ini perlu pengembangan lebih lanjut dengan sudut pandang audiens.

Baik studi dari Sun & Kwon (2019), Hoffman (2018), dan Decker (2010) telah menganalisis fungsi teks dan bahasa yang terkandung dalam film animasi anak dan representasi yang dimunculkan, ketiga penelitian ini memiliki perbedaan pada konten yang dianalisis dan metode analisis yang berbeda.

C. Teori Identitas Budaya

Penelitian ini menggunakan teori identitas budaya (*Cultural Identity Theory*) dalam melihat bagaimana konstruksi budaya yang dibangun dalam konten *web series* animasi anak Nussa. Pandangan teori ini berhubungan dengan siapa yang membangun identitas sosial kelompok budaya dan cara identitas tersebut dikomunikasikan (Littlejohn, 2017). Teori ini juga dapat digunakan dalam memahami bagaimana identitas sebuah budaya dikonstruksi, dijalankan, dan dibangun serta tidak menutup kemungkinan untuk dikritisi kembali.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Analisis Konten Kualitatif

Studi ini dilakukan dengan metode analisis isi kualitatif deduktif/terarah (*directed content analysis*). Riset ini juga menekankan pada pendekatan kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Penggunaan *directed content analysis* ditujukan untuk memvalidasi atau memperluas secara konseptual kerangka teori yang membantu memfokuskan pertanyaan penelitian (Hsieh & Shannon, 2005). Dengan menggunakan teori dalam penelitian sebelumnya, peneliti memulai dengan mengidentifikasi konsep atau variabel kunci sebagai kategori pengodean awal, dan selanjutnya definisi operasional untuk setiap kategori ditentukan dengan menggunakan teori (Potter & Levine-Donnerstein, 1999, dalam Hsieh & Shannon, 2005).

Studi ini dimulai dengan tinjauan pustaka yang kemudian dilanjutkan dengan menganalisis sumber data utama, yaitu lima konten episode *web series* animasi anak Nussa dari kanal *Youtube* resmi Nussa Official (<https://www.youtube.com/c/NussaOfficialSeries>). Tinjauan literatur dilakukan untuk mengkaji segala hal yang berkaitan dengan informasi *web series* Nussa dan mengumpulkan analisis mengenai konsep monokulturalisme pada tayangan hiburan, yang akan dijelaskan secara rinci pada kajian konseptual.

Sebanyak lima episode dipilih berdasarkan isi konten yang memuat konteks dialog dan kemunculan karakter tokoh lainnya di luar tokoh utama (Nussa dan Rarra), yang kemudian dialog akan dikategorisasikan berdasarkan konsep yang berhubungan dengan monokulturalisme. Sebanyak lima episode yang dipilih antara lain dengan judul: 1. Senyum Itu Sedekah; 2. Belum Mahram; 3. Merdeka; 4. Tetanggaku Hebat; dan 5. Toleransi.

Dalam menganalisis lima episode terpilih, peneliti tidak menganalisis keseluruhan durasi masing-masing episode, namun dibagi menjadi dua subunit analisis, yaitu dialog (teks *subtitle*) dan visual dari tangkapan layar yang memunculkan interaksi antarkarakter tokoh utama dengan tokoh pendukung. Selama proses menganalisis, gambar diam (*still image*) dari tangkapan layar yang relevan diambil menggunakan perangkat lunak *Snipping Tools*. Jumlah *views*, *like*, *dislike*, dan *caption* tidak secara signifikan memengaruhi analisis, namun hanya menjadi metadata dan informasi singkat mengenai jumlah penonton yang telah terpapar tayangan.

Untuk memaknai konten monokulturalisme dalam lima episode terpilih dari *web series* animasikan Nussa, peneliti mengadaptasi konsep analisis semiotika dari model Roland Barthes secara sederhana yang terdapat konsep pemaknaan denotatif dan konotatif. Pengadopsian analisis semiotika ini dilihat pada dua tingkatan makna, yaitu tingkat pertama, identifikasi tanda dan interpretasi makna denotatif dan tingkat kedua, menggali makna konotasi atau makna tanda (Shah, Riaz, & Aqeel, 2020). Analisis gambar tangkapan layar dan teks dialog disajikan dalam tabel dengan keterangan judul setiap episode, menit, dan makna denotatif serta konotatif.

B. Kajian Konseptual

Beberapa literatur memosisikan monokultural sebagai sesuatu yang berdampak buruk. Michaels (2011) melihat monokultur sebagai perspektif tunggal yang begitu berurat berakar sebagai satu-satunya realitas yang masuk akal, sehingga mulai melupakan cerita yang lain, dan gagal melihat monokultur secara keseluruhan, apalagi mempertanyakannya. Nilai-nilai dasar monokulturalisme terlihat pada perlakuan yang tidak setara dalam melihat perbedaan dan keragaman, dengan upaya untuk membentuk dunia yang beragam secara budaya dan biologis hanya berdasarkan citra yang disukai dari satu kelas, satu ras, dan satu jenis kelamin dari satu spesies saja (Shiva, 1993).

Monokulturalisme, menurut Adelaja (2017) dalam *The Danger of Monoculturalism in the XXI Century*, dipandang sebagai sesuatu hal yang sangat berbahaya. Secara tegas, Adelaja menyoroti praktik monokulturalisme menyebabkan tragedi genosida yang menimpa Armenia oleh Turki pada tahun 1915.

The unwillingness to accept and tolerate the Armenians led to a real genocide which claimed the lives of 1-1.5 million Armenians. What a terrible destruction, the death of innocent people, simply because of the desire to create a monocultural society! We observed that the desire to maintain a monocultural society inevitably led to the segregation of those that differ. Ultimately the growing hatred resulted in the massacre of minority groups. This is exemplified in the Armenian genocide (Adelaja, 2017).

Konsep monokulturalisme yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Kebenaran

Emas (*Golden Truth*) pada sub-bab “*How We Treat Those Who Are Different From Us*” di dalam bukunya Adelaja (2017) dengan penyesuaian khusus pada tayangan anak-anak. Poin-poin Kebenaran Emas yang dimaksud antara lain:

1. Masyarakat monoton, yakni hanya ada satu kelompok tertentu yang ditemukan atau menikmati hak-hak sipil dasar disebut masyarakat monokultural;
2. Sebuah tanda yang sangat penting dari peradaban masyarakat modern adalah toleransi terhadap mereka yang berbeda;

3. Intoleransi menghasilkan keinginan untuk memisahkan orang-orang yang tampak berbeda dari masyarakat;
4. Seseorang yang tumbuh dalam masyarakat monokultural mungkin memiliki keinginan yang mendalam untuk menciptakan lingkungan yang homogen, dapat diprediksi, dan asli;
5. Upaya untuk menciptakan masyarakat monokultural diakui oleh masyarakat internasional sebagai kejahatan terhadap kemanusiaan;
6. Kebencian terhadap orang yang berbeda menggantikan logika dan fakta serta kebenaran yang jelas;
7. Intoleransi dalam masyarakat monokultural merupakan tempat berkembangnya kebencian dan diskriminasi (Adelaja, 2017).

Peneliti juga menambahkan rujukan pada UU Penyiaran no 32/2002: Pasal (2) berisi: Penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab; serta Pasal (36) tentang isi siaran, antara lain: Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu, isi siaran dilarang bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong; menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba dan obat terlarang; atau mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan; dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional (Muntadliroh, 2018).

Setelah dilakukannya penyesuaian pada poin-poin Kebenaran Emas (*Golden Truth*) dan UU Penyiaran No 32/2002 Pasal (2) dan (36), peneliti menempatkan rujukan nilai-nilai monokulturalisme dalam kategori empat poin:

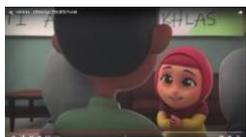
1. Hanya ditemukan masyarakat monoton atau satu kelompok tertentu saja di dalam tayangan, dan minimnya penggambaran tokoh dengan latar belakang budaya lain;
2. Minimnya penggambaran toleransi terhadap mereka yang berbeda, yang terlihat dalam konflik cerita dan interaksi (dialog);
3. Sedikitnya keberagaman yang ditunjukkan dari pengenalan cerita tokoh pendukung dan penggambaran visual tokoh, seperti pakaian atau atribut yang menunjukkan ciri khas budaya lain;
4. Kurangnya atau bahkan tidak terdapat interaksi dengan tokoh pendukung lainnya dengan latar belakang suku, agama, dan ras berbeda.

Empat poin monokulturalisme dalam tayangan animasi anak-anak ini diimplementasikan sebagai kerangka konsep yang mampu menjadi kategori analisis dalam melihat kandungan konten pada animasi *web series* anak Nussa. Keempat poin ini menjadi rujukan dalam mengkritisi pandangan satu arah, seperti yang dikritik oleh Shiva (1993) sebagai "*Monocultures of the Mind*".

HASIL

Tabel 1. Analisis Isi Konten Episode “Senyum Itu Sedekah”

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=XHfTYWKfoZw&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqYtNOHfM&index=73>)

No.	Judul Episode	Tangkapan Layar	Menit	Denotatif	Konotatif
1.	Senyum itu Sedekah		00:05	Anak laki-laki berkopiah putih, memakai baju gamis berwarna hijau, celana panjang coklat, kaki kiri menggunakan kaki prostetik.	Tokoh Nussa menjadi representasi anak laki-laki muslim yang sholeh. Hal ini diperkuat dengan penguasaan ilmu pengetahuan Islam yang ditunjukkan dengan kefasihan tokoh dalam menuturkan <i>hadist</i> dan doa-doa Islami. Penggunaan pakaian gamis berwarna hijau dan kopiah di setiap <i>scenes</i> menunjukkan citra anak yang menjalani nilai-nilai keislaman dengan gaya timur tengah. Hal ini diperkuat dengan asal-usul pakaian gamis yang digunakan setiap hari oleh bangsa Arab (Laveda, 2021). Namun demikian, Nussa digambarkan sebagai anak disabilitas yang tetap ceria menjalani hari.
2.			0:46	Anak perempuan yang menggunakan hijab berwarna merah muda, serta gamis panjang berwarna kuning.	Tokoh Rarra menjadi representasi anak perempuan yang ceria, ekspresif, dan tetap menunjukkan perilaku sholehah, dengan pakaian yang tertutup.
3.			1:17	Bangunan berwarna krem, terdapat plang berwarna hijau bertuliskan “Panti Asuhan Alikhlas” dengan tanaman hijau di samping kanan, kiri, dan depan.	Gedung panti asuhan yang secara spesifik dikelola dan diperuntukan bagi kaum muslim, karena ditekankan pada nama “Al-ikhlas”. Gedung ini dicitrakan sebagai bangunan hangat, sejuk, dan Islami dengan penekanan pada tumbuhan dan penggunaan warna hijau pada plang nama.
4.			1:50	Anak perempuan berjilbab merah jambu menunjukkan gerakan bersalaman <i>namaste</i> dengan seorang anak laki-laki berbaju hijau dan dua orang anak perempuan berkerudung abu abu dengan posisi memunggungi penonton.	Adegan ini menunjukkan interaksi tokoh Rarra dengan anak-anak panti asuhan Alikhlas tanpa adanya dialog. Rarra tidak bersalaman dengan anak laki-laki dikarenakan ajaran Islam yang tidak boleh bersentuhan dengan orang yang bukan <i>mahram</i> , meskipun dalam hukum Islam anak seumurannya Rarra belum dapat menanggung dosa. Anak-anak panti asuhan sebagai

tokoh pendukung sengaja tidak
diperlihatkan wajahnya.

Tabel 2. Analisis Isi Konten Episode “Bukan Mahram”

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=tPrXexNi18A&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdYTN0HfM&index=54>)

No.	Judul Episode	Tangkapan Layar	Menit	Denotatif	Konotatif
1.	BUKAN MAHRAM		0:29	Perempuan berkerudung biru, memakai baju kurung (gamis) berwarna ungu dengan raut wajah tenang.	Umma menjadi tokoh pendukung Ibu dari Nussa dan Rarra. Umma merepresentasikan sosok ibu yang taat beragama dan mendidik dengan cara Islami. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan bahasa seperti panggilan “Umma”, kucing yang bernama “Anta”, dan dialog-dialog dengan penggunaan istilah-istilah berbahasa Arab. Selain itu, pendidikan berbasis agama selalu ditekankan umma kepada anaknya dengan patuh menjalani aturan agama Islam.
2.			0:32	Perempuan berhijab coklat, dengan raut wajah ekspresif dan ceria.	Tante Dewi menjadi tokoh pendukung yang merupakan adik dari Umma, dengan perawakan Muslimah dengan hijab berwarna coklat. Ia digambarkan sebagai sosok PNS Guru yang sudah lama tidak bertemu dengan Nussa dan Rarra.
3.			1:54	Anak laki-laki berkopiiah putih dengan tas memakai gamis hijau bersalaman dengan perempuan dengan gerakan <i>namaste</i> (tidak bersentuhan).	Nussa dalam <i>scenes</i> ini kembali menolak untuk bersalaman dengan tante Dewi dengan alasan bukan <i>mahram</i> .
4.			3:13	Anak laki-laki berkopiiah dengan raut wajah curiga dengan alis yang turun sebelah. Tertulis dialog yang ditayangkan dalam subjudul bertuliskan Nussa: “Salam? Kan bukan muhrim...”.	Nussa bersikeras kepada Rarra membela dirinya karena tidak bersalaman dengan tante Dewi yang tidak ia kenal, dengan alasan keyakinannya karena bukan muhrim.

Tabel 3. Analisis Isi Konten Episode “MERDEKA!!!”

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=bmHOXkSbhAI&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqYTN0HfM&index=47>)

No.	Judul Episode	Tangkapan Layar	Menit	Denotatif	Konotatif
1.	MERDEKA!!!		0:09	Logo berbentuk huruf “n” bercorak merah putih, seperti bendera Indonesia dengan siluet anak laki-laki melambaikan tangan.	Logo pembuka Nussa pada episode ini ditujukan sebagai episode khusus hari kemerdekaan Indonesia. Penyesuaian logo ini menjadi bukti kuat bahwa <i>web series</i> animasi Nussa mencoba menjadi tontonan yang representatif bagi seluruh anak di Indonesia.
2.			0:32	Dua orang anak laki-laki, dan satu orang anak perempuan berhijab sedang menghias sepeda berwarna merah muda. Anak laki-laki sebelah kiri menggunakan pakaian berwarna merah dengan perawakan rambut keriting dengan kulit gelap.	Abdul, menjadi tokoh pendukung sebagai teman bermain Nussa dan Rarra di kompleks perumahannya. Abdul merupakan seorang anak muslim yang bersahabat dekat dengan Nussa. Penggambaran tokoh Abdul juga mengikuti gaya keislaman, dengan pakaian celana panjang hingga lutut dan baju yang menutupi pinggul, sedikit lebih pendek dibanding baju gamis Nussa.
3.			1:12	Seorang anak laki-laki menatap dengan mata lebar kepada seseorang, sembari bergumam dalam hati dengan dialog Abdul: “Wah sepedaku harus lebih keren dari punya Rarra, pokoknya harus menang”.	Abdul dalam episode ini digambarkan sebagai sosok yang kompetitif dan tidak ingin kalah dengan Rarra. Abdul ingin memenangkan lomba menghias sepeda yang diadakan dalam memperingati acara 17 Agustusan.
4.			2:35	Seorang anak laki-laki dengan raut wajah sinis sembari berdialog “Abdul: Susah nih bikinnya, nanti bisa kalah deh lombanya”.	Abdul direpresentasikan dalam <i>scenes</i> ini sebagai sosok yang egois dan tidak ingin berbagi. Ia bangga dengan sepeda yang dimilikinya tanpa merasa bersalah untuk tidak meminjamkannya pada temannya.
5.			2:54	Dua orang anak sedang berbincang dengan dialog Rarra: “Kok kak Abdul jadi ego-egois”	Nussa dan Rarra menyadari bahwa Abdul dalam <i>scenes</i> ini menunjukkan sikap egois dan tidak ingin kalah. Dalam hal ini Nussa merespon dengan sikap tenang tanpa marah sedikit pun.
6.			3:31	Kaki anak laki-laki yang tersandung dengan latar belakang penonton anak laki-laki dengan pakaian	<i>Scenes</i> ini menggambarkan suasana meriahnya 17 Agustusan dengan berbagai lomba. Adegan kaki Abdul tersandung dengan latar belakang

	gamis berwarna biru dan celana panjang. Selain itu terdapat penonton laki-laki dewasa dengan celana kulot.	penonton seolah memberikan gambaran bahwa anak-anak lainnya juga memiliki gaya berpakaian yang sama seperti Nussa.
--	--	--

Tabel 4. Analisis Isi Konten Episode “Tetanggaku Hebat”

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=wTQKB5pEJo&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdYTN0HfM&index=32>)

No.	Judul Episode	Tangkapan Layar	Menit	Denotatif	Konotatif
1.	TETANGGAK U HEBAT		1:11	Dua anak laki-laki sedang melihat seorang anak perempuan yang memungut sampah sembari berdialog Abdul: “Ehemm, kan udah ada yang bersihin juga...”.	Kemunculan tokoh pendukung lainnya, yang memiliki karakter baik dan rajin, dibuktikan dengan tindakannya yang menolong tokoh-tokoh lainnya.
2.			2:32 4:22	Seorang anak perempuan berpakaian muslimah dengan menggunakan hijab berwarna ungu berdialog Syifa: “Tetangga yang baik di sisi Allah adalah yang paling baik sikapnya terhadap tetangganya..”.	Tokoh pendukung perempuan bernama Syifa pertama kali muncul dalam serial <i>web series</i> Nussa pada episode ini. Syifa menjadi sosok perempuan cerdas yang ditunjukkan dengan penguasaan ilmu agama yang baik dengan penggambaran tokoh yang hafal hadis. Karakter Syifa digambarkan sebagai sosok perempuan berdaya.
					
			5:44	Seorang anak laki-laki terlihat takjub dengan seorang anak perempuan yang mengangkat beban dua kali lebih banyak dibanding dirinya.	Syifa digambarkan sebagai sosok perempuan kuat dan tangguh, ditunjukkan dengan <i>scenes</i> ketika mampu mengangkat beban dua kali lebih banyak dibanding Abdul.
3.					

Tabel 5. Analisis Isi Konten Episode “Toleransi”

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ve11nzHYmDM&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdYTN0HfM&index=21>)

No.	Judul Episode	Tangkapan Layar	Menit	Denotatif	Konotatif
-----	---------------	-----------------	-------	-----------	-----------

1.	TOLERANSI		1:07	Seorang kurir kesulitan mengangkut paket dan dua orang anak membantu mengangkutnya ke atas motor.	Nussa dan Rara menunjukkan sikap tolong-menolong dalam episode ini. Seorang kurir dengan latar belakang suku yang berbeda. Hal ini terlihat dari warna kulit dan logat berbicara yang khas dari Indonesia bagian timur.
----	-----------	---	------	---	---

<p>2.</p> 	<p>1:49 1:51</p>	<p>Seorang kurir berbincang dengan dua orang anak berdialog Pak kurir: “Puji Tuhan, semoga Tuhan memberkati ya..” dan <i>scenes</i> kedua menunjukkan kurir bersalaman dengan gaya <i>namaste</i> dengan anak perempuan yang membantunya dengan dialog Pak kurir: “Sekali lagi terima kasih ya Adek-adek..”.</p>	<p>Kurir direpresentasikan sebagai sosok yang memiliki latar belakang agama yang berbeda. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan kata dalam dialog seperti “Puji Tuhan, dan semoga Tuhan memberkati”, meskipun tidak ada dialog yang banyak dan adegan yang beragam.</p>
<p>3.</p> 	<p>2:18</p>	<p>Seorang Ibu sedang menelepon seseorang di rumah dengan latar belakang kaligrafi Arab. Dialog yang muncul pada <i>scenes</i> ini adalah Umma: “Salam Ling dan Aloy”.</p>	<p>Umma sedang berbicara dengan seorang temannya yang berlatar belakang agama dan ras berbeda. Hal ini ditunjukkan oleh penamaan lawan bicaranya seperti “Nci May May, Ling Ling, dan Aloy”, meskipun penggambarannya hanya melalui suara dan dialog, tidak dengan penggambaran visual.</p>
<p>4.</p> 	<p>3:55 4:05</p>	<p>Anak perempuan dengan raut wajah sedih menyodorkan tas sekolah ungu dengan dialog Rarra: “Tas ini boleh dikasih ke Ling Ling kan?” dan Rarra: “Iya Umma, sekarang pasti Ling Ling ngga punya tas buat sekolah..”.</p>	<p>Rarra dengan rasa iba menyodorkan tas sekolahnya untuk diberikan kepada Ling Ling yang pada episode ini menjadi korban kebakaran rumah. Rarra direpresentasikan sebagai sosok yang baik hati meskipun ia tidak mengenal Ling Ling secara fisik.</p>

PEMBAHASAN

Episode “Senyum Itu Sedekah” dipublikasikan pada tanggal 14 Desember 2018, dengan perolehan penonton sebanyak 12.858.233 *views*, dan 198 ribu *Likes*, dengan teks *caption* “*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Nussa lagi sedekah senyum di panti asuhan nih. Berbagi kepada sesama manusia itu adalah salah satu cara untuk selalu dekat dengan Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Yuk kita mulai bersedekah dari hal-hal yang kecil, seperti tersenyum. Selamat menyaksikan episode baru Nussa ya :) #nussabisa #nussauntukindonesia*”.

Dalam episode ini, tokoh Nussa dan Rarra belajar memberikan bantuan kepada rumah Panti Asuhan Al-Ikhlas. Selain memberikan bantuan berupa barang-barang bekas tidak terpakai miliknya, Rarra juga berinisiatif memberikan senyuman sebagai sedekah, hal ini diikuti oleh kakaknya, Nussa. Dilihat dari empat poin rujukan nilai monokulturalisme, terdapat poin pertama dan ketiga, yakni penggambaran tokoh pendukung hanya terbatas di kalangan umat muslim saja tanpa memperlihatkan karakter wajah, pakaian, dan logat yang mewakili ras, agama, dan latar belakang yang berbeda.

Hal ini menjadi kritik, di mana anak-anak yang tidak terpapar keragaman ras dalam pengalaman mereka yang lain, mungkin lebih cenderung menggunakan representasi dari media dalam pembentukan dan penguatan skema kognitif mereka tentang peran dan sifat anggota kelompok minoritas dan dominan (Greenberg, 1972; dalam Li-Vollmer, 2002). Lebih spesifik, penggunaan tagar *#nussauntukindonesia* pada

caption menunjukkan target tontonan ini kepada anak-anak Indonesia secara umum, yang membuat hal ini semakin tidak representatif.

Episode “Bukan Mahram” dirilis pada tanggal 3 Mei 2019 dengan total *views* sebanyak 22.690.815, serta *likes* sebanyak 269 ribu. Di dalam episode ini, keluarga Umma didatangi oleh adiknya bernama tante Dewi. Cerita di episode ini menekankan pada sikap Nussa sebagai anak laki-laki yang menolak untuk bersalaman dengan perempuan yang dianggapnya asing, dan memiliki keyakinan bahwa perempuan tersebut “bukan mahram”. Namun pada akhirnya, Umma memberi tahu bahwa perempuan tersebut adalah adik kandungnya, yang merupakan tante dari Nussa dan Rarra.

Berdasarkan dari empat poin yang merujuk pada monokulturalisme, episode ini mengandung isi poin ketiga, yaitu minimnya penggambaran cerita tokoh pendukung dan penggambaran visual tokoh, seperti pakaian atau atribut yang menunjukkan ciri khas budaya lain. Hal ini ditunjukkan dari tidak adanya representasi perempuan dengan penggunaan non-hijab. Tuntutan keberagaman konten ini juga disebutkan Dill-Shackleford (2016), menyatakan bahwa kemampuan penonton dalam memahami dan menangani representasi media tentang ras dan gender akan memiliki konsekuensi bagi masa depan masyarakat yang sedang berkembang.

Episode “MERDEKA!!!” dirilis pada tanggal 16 Agustus 2019 dengan perolehan *views* sebanyak 21.842.126 kali tonton dengan jumlah *likes* sebesar 201 ribu. Episode ini menghadirkan tokoh pendukung lainnya, bernama Abdul, sahabat Nussa yang berwatak ceria namun dibalut dengan sifat kompetitif yang tinggi. Fokus cerita pada episode ini menunjukkan bagaimana sifat egois Abdul runtuh setelah Nussa menunjukkan sifat kesetiakawannya, dan Abdul mengubah sikap egoisnya tersebut.

Meskipun kemunculan tokoh Abdul menambah karakter yang berbeda, namun tidak cukup menggambarkan bagaimana karakter Abdul dapat menjadi representasi dari budaya yang beragam di Indonesia. Hal ini tidak muncul dalam logat Abdul ataupun pakaian yang digunakannya. Oleh karena itu, pada episode ini terdapat poin ketiga, bahwa pakaian yang digunakan oleh Abdul masih sama dengan apa yang digunakan oleh Nussa, tanpa melekatkan simbol-simbol dari keberagaman budaya lainnya. Hal ini lebih rawan untuk memunculkan stereotip, sebagaimana yang disampaikan Perse (2008), bahwa tontonan media massa penuh dengan representasi stereotip kelompok sosial.

Episode “Tetanggaku Hebat” dirilis pada tanggal 22 November 2019, dengan perolehan *views* sebesar 12.298.824 kali tonton, *likes* sebanyak 117 ribu, dengan *caption*: “Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh Syifa bilang tetangga yang paling baik di sisi Allah adalah yang paling baik sikapnya terhadap tetangganya”.

Fokus cerita dalam episode ini ialah perihal kemunculan tokoh Syifa sebagai peran pendukung tambahan dalam animasi Nussa. Sosok yang ingin direpresentasikan oleh tim produksi, adalah anak perempuan yang cerdas, baik, kuat, dan aktif. Namun, penggambaran sosok Syifa masih dalam golongan yang sama, yaitu anak perempuan muslim yang menggunakan hijab tanpa membawa citra dari latar belakang yang berbeda. Hal ini masih mengandung poin pertama dan ketiga. Hal ini dapat disebut sebagai pembatasan paparan keragaman, yaitu adanya pembatasan yang disengaja atau tidak yang bertujuan untuk mengungkapkan pesan yang tersedia tentang karakteristik, budaya, nilai, keyakinan, sudut pandang termasuk pandangan dunia, preferensi, dan perilaku orang-orang yang diyakini berbeda dari kita (Schumann, 2003).

Episode “Toleransi” dirilis pada 31 Januari 2021 dengan jumlah *views* sebanyak 6.473.873 kalitonton dengan perolehan *likes* sebanyak 73 ribu. Fokus cerita pada episode ini menekankan bagaimana Nussa dan Rarra membantu orang-orang dengan latar belakang berbeda ketika menimpa keadaan sulit. Penggambaran tokoh kurir yang berlatar belakang suku dan agama berbeda ditunjukkan dengan dialogserta perawakan visual. Meskipun demikian, tokoh kurir tidak memiliki dialog yang banyak untuk dapat merepresentasikan latar belakangnya, dan keluarga Nci May May yang mengalami musibah tidak ditunjukkan dalam bentuk visual karakter, hanya dengan dialog via telepon bersama karakter Ibu Nussa,

Umma. Hal ini seolah memberikan jarak kepada Nussa, Rarra, dan penonton untuk mengenal lebih jauh tentang karakter yang memiliki perbedaan budaya dan agama. Hal ini dibuktikan dengan pendapat Evra (2004) bahwa anak kecil mengalami kesulitan membedakan konten televisi dari pengalaman dunia nyata dan mungkin terlalu menggeneralisasi.

Merujuk bagaimana proses dan tahapan awal tayangan dapat membuat stereotip pada anak-anak, adalah dengan pertama-tama mereka mengaitkan realitas yang sama dengan semua yang mereka lihat. Anak-anak cukup egosentris untuk berasumsi bahwa apa pun yang terjadi dalam keluarga mereka sendiri juga terjadi secara lebih umum di keluarga lain baik dalam kehidupan nyata maupun di televisi (Evra, 2004). Berdasarkan keempat poin yang berkaitan dengan monokulturalisme, pada episode ini mengandung poin ketiga.

Dengan demikian, dari lima konten *web series* animasi anak Nussa yang diteliti, tergambar penceritaan kehidupan anak-anak muslim beserta keluarga kecilnya yang terpotret secara sederhana dan dikelilingi karakter dengan latar belakang seragam. Peneliti tidak menemukan kompleksitas interaksi para tokoh utama dengan tokoh-tokoh pendukung lainnya yang berlatar budaya lain. Tim produksi *web series* animasi anak Nussa secara eksplisit maupun implisit, tidak menunjukkan multikulturalisme dari setiap episode yang dirilis, dan bahkan menunjukkan posisi penggambaran monokulturalisme terkandung di setiap episodenya.

PENUTUP

Berdasarkan analisis konten terhadap lima episode *web series* animasi anak Nussa, tim produksi menunjukkan posisi yang tidak seimbang dalam mencitrakan keberagaman sosial di dunia anak-anak. Hal ini memperkuat argumen bahwa media memainkan peran penting dalam bagaimana individu membangun versi mereka sendiri tentang identitas (Miles, 2000; dalam Hill, 2011). Tim produksi Nussa juga tidak memunculkan dialog serta simbol-simbol yang merepresentasikan keragaman budaya yang ada di Indonesia, seolah menciptakan hegemoni keislaman yang sangat kuat di dalam dunia anak-anak yang menontonnya. Dalam melihat monokultural dengan pandangan multikulturalisme kritis, orang tua pada dasarnya diminta untuk membantu meningkatkan jumlah identitas sosial yang diperlihatkan anak-anak mereka selama periode penting perkembangan mereka (Hurtado & Silva, 2008).

Walaupun beberapa judul episode berpotensi mengenalkan budaya lainnya melalui dialog dan karakter tambahan, namun *web series* animasi anak Nussa tidak menutupi keberagaman yang diharapkan muncul dalam tayangan anak-anak yang ideal. Meskipun demikian, lima episode yang diteliti perlu mempertimbangkan efek secara nyata memengaruhi para penonton, yaitu anak-anak maupun orang tua pendamping. Oleh karena itu, direkomendasikan studi lanjutan untuk melihat dari sisi audiens, untuk menggali pemaknaan lebih jauh dan komprehensif. Harapan yang besar untuk penelitian lanjutan agar dapat menganalisis dengan metode yang lebih kritis dan mendalam perihal wacana dan hegemoni Islam eksklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelaja, S. 2017. *The Danger Of Monoculturalism In The Xxi Century*. London.
- Adp 2021, Januari 06. Felix Siau Ungkap Kronologi Setop Serial Animasi Nussa. Retrieved <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210106122504-220-590112/felix-siauwungkap-kronologi-setop-serial-animasi-nussa>
- Alsaraireh, M. Y., Kaur, M., & Singh, S. 2020. Critical Discourse Analysis Of Gender Representation Of Male And Female Characters In The Animation Movie, Frozen. *A Corpus-Based Analysis On Structure Of Moves Of The Abstracts In Social Science Scopus Indexed Articles View Project Project: A Scholarship Of Teaching And Learning (Sotl) Project*. Retrieved <https://www.researchgate.net/publication/349368010>

- Barnouw, E., & Kirkland, C.E., 1992. Entertainment. Dalam Bauman, R. (Ed.), *Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments: A Communications-Centered Handbook*. Oxford University Press.
- Decker, J. 2010. *The Portrayal of Gender in the Feature-Length Films of Pixar Animation Studios: A Content Analysis* (Doctoral dissertation).
- Dill-Shackleford, K. E., & Dill-Shackleford, K. (2016). *How Fantasy becomes Reality: Information and Entertainment Media in Everyday Life*. Oxford University Press.
- Evra Van, J. 2004. *Television and child development*. Routledge. LEA
- Geiger, J. R. 1923. "The Effects of the Motion Picture on the Mind and Morals of the Young". *The International Journal of Ethics*, 34(1), 69-83.
- Green, M. C., Strange, J. J., & Brock, T. C. (Eds.). 2003. *Narrative impact: Social and cognitive foundations*. Taylor & Francis.
- Hill, J. A. 2011. "Endangered Childhoods: How Consumerism is Impacting Child and Youth Identity". *Media, Culture and Society*, 33(3), 347–362.
- Hofmann, J. 2018. "Pixar Films, Popular Culture, and Language Teaching: The Potential of Animated Films for Teaching English as a Foreign Language". *Global Studies of Childhood*, 8(3), 267– 280.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. 200). "Three Approaches to Qualitative Content Analysis". *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Hurtado, A., & Silva, J. M. 2008. "Creating New Social Identities in Children through Critical Multicultural Media: the Case of Little Bill". *New Directions for Child and Adolescent Development*, 120, 17–30.
- Irawanto, B., 2021. Melampaui yang "Remeh-Temeh": Media Hiburan Sebagai Bidang Kajian Ilmu Komunikasi. Dalam Sulhan, M., & Sadasri. L.M., (Eds.), *Jagat Komunikasi Kontemporer: Ranah, Riset, dan Realitas*. UGM Press.
- Laveda, M., 2021, January 12. "Asal-usul Sarung, Baju Koko, dan Gamis". Retrieved <https://republika.co.id/berita/islam-digest/mozaik/qmtcpq430/asalusul-sarung-baju-kokodan-gamis>
- Lee, C. S., & Choi, J. 2018. "Early Childhood and Media Representation: How does South Korean Animation Pororo the Little Penguin Reproduce Patriarchal Family Ideology?" *Animation*, 13(2), 116–130.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. 2017. *Theories of Human Communication*. 11th Editions. Illinois: Waveland Press
- Li-Vollmer, M. 2002. "Race Representation in Child-Targeted Television Commercials". *Mass Communication and Society*, 5(2), 207–228.
- Luke, C. 1990. *Constructing the child viewer: A history of the American discourse on television and children, 1950-1980*. London: Greenwood Publishing Group.
- Luviani, A., & Delliana, S. 2020. "Pengaruh Terpaan Tayangan Animasi Nussa Official (Cuci Tangan Yuk) di Youtube terhadap Perilaku Imitasi Anak". *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Michaels, F. S. 2011. *Monoculture: How one story is changing everything*. Red Clover Press.
- Muntadliroh, M. 2018. "Multicultural Communication in Indonesia Television: Government Control on Cultural Imperialism-Komunikasi Multikultural Di Media Televisi Indonesia: Kontrol Pemerintah Atas Imperialisme Budaya". *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 22(1), 260980.
- Official, Nussa. "NUSSA: SENYUM ITU SEDEKAH" *Youtube*, Uploaded by Nussa Official, 14 December 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=XHfTYWKfoZw&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdyTNOHfM&index=73>. Diakses pada 07 Desember 2021.
- Official, Nussa. "NUSSA: BUKAN MAHRAM" *Youtube*, Uploaded by Nussa Official, 3 Mei 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=tPrXexNi18A&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdyTNOHfM&index=54>. Diakses pada 07 Desember 2021.
- Official, Nussa. "NUSSA: MERDEKA!!!" *Youtube*, Uploaded by Nussa Official, 16 Agustus 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=bmH0XkSbhAI&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdyTNOHfM&index=47>. Diakses pada 07 Desember 2021.

- Official, Nussa. "NUSSA: TETANGGAKU HEBAT" *Youtube*, Uploaded by Nussa Official, 22 November 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=wTQK-B5pEJo&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdYTN0HfM&index=32>. Diakses pada 07 Desember 2021.
- Official, Nussa. "NUSSA: TOLERANSI" *Youtube*, Uploaded by Nussa Official, 31 Januari 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=ve11nzHYmDM&list=PLYc1pO20eF3h6Hb91ZpFXNjKqdYTN0HfM&index=21>. Diakses pada 07 Desember 2021.
- Perse, E. M., & Lambe, J. (2008). *Media effects and society*. Routledge.
- Sari, R.P, (2021, Januari 01). 5 Hal Tentang Animasi Nussa yang Berhenti Tayang Akibat Pandemi Corona. Retrieved <https://www.kompas.com/hype/read/2021/01/04/080927666/5-haltentang-animasi-nussa-yang-berhenti-tayang-akibat-pandemi-corona?page=all>
- Schumann, D. W. 2003. Media Factors That Contribute to a Restriction of Exposure to Diversity. In *The Psychology of Entertainment Media* (pp. 239-257). Erlbaum Psych Press.
- Seman, N. A., Mat Noordin, N. N., & Abdul Razak, F. H. 2018. "A qualitative Content Analysis: The Type of Animation and Elements of Nationalism used in Animation Series of Upin & Ipin in Episodes: Magic Pimpimpong, Masih Ada Sayang & Kompang Dipalu". *Journal of Media and Information Warfare*, 11(2), 187-215.
- Shah, S. K., Riaz, A., & Aqeel, A. 2020. "The Politics of Innocence: A Semiotic Analysis of the Pakistani Animated Cartoon Series Burka Avenger". *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 9(5), 40.
- Shiva, V. 1993. "Monocultures of the Mind—Understanding the Threats to Biological and Cultural Diversity". *Indian Journal of Public Administration*, 39(3), 237-248.
- Sun, W., & Kwon, J. 2020. "Representation of Monoculturalism in Chinese and Korean Heritage Language Textbooks for Immigrant Children. *Language, Culture and Curriculum*, 33(4), 402– 416.
- Wicks, R. H. 2000. *Understanding Audiences Learning to Use the Media Constructively*. LEA
- Wormer, K., & Juby, C. 2016. "Cultural Representations in Walt Disney Films: Implications for Social Work Education". *Journal of Social Work*, 16(5), 578–594.
- Zhang, L., & Min, Y. 2013. "Effects of Entertainment Media Framing on Support for Gay Rights in China: Mechanisms of Attribution and Value Framing". *Asian Journal of Communication*, 23(3), 248–267.

INSTAGRAM SEBAGAI RUANG KOMUNIKASI SOSIAL: PENGEMBANGAN TEORI MEDIA BARU PIERRE LEVY DALAM AKUN @WONDERFULJOGJA

Dyaloka Puspita Ningrum

(Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Widya Mataram Yogyakarta,
dyalokapuspita@yahoo.co.id), Lely Arrianie

(Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional,
leryarrianie@gmail.com)

ABSTRACT

The term digital society which is quite popular in the current era cannot be separated from the phenomenon of information disruption that continues to grow with all its usefulness. The existence of instagram as one of the public alternative media in interacting has become an industry for its users over time. Various interesting creative contents are not only presented persuasively, but the message is also very potential to be a reference to the needs of the public in the future. This study aims to analyze the phenomena that take place in the @wonderfuljogja account by using a qualitative interpretative approach based on Pierre Levy's new media theory as an analysis knife. Overall, the results showed that instagram has succeeded in becoming a social interaction event while being able to build a social integration space for its users, especially those who have the same interest in @wonderfuljogja account to various current information about culinary business, tourism promotion, event procurement, and a number of other attractive and varied marketing of goods or services.

Keywords: Instagram, Social Communication, Wonderful Jogja

ABSTRAK

Istilah masyarakat digital yang cukup populer di era sekarang tidak lepas dari fenomena disrupti informasi yang terus tumbuh dengan segala kebermanfaatannya. Eksistensi instagram sebagai salah satu media alternatif publik dalam berinteraksi pun seiring waktu semakin menjadi sebuah industri bagi para penggunanya. Berbagai konten-konten kreatif yang menarik tidak hanya disajikan secara persuasif, melainkan pesan tersebut juga sangat berpotensi menjadi sebuah referensi terhadap kebutuhan publik di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena yang berlangsung di dalam akun @wonderfuljogja dengan menggunakan pendekatan interpretatif kualitatif berbasis teori media baru Pierre Levy sebagai pisau analisisnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *instagram* telah berhasil menjadi ajang interaksi sosial sekaligus mampu membangun ruang integrasi sosial bagi para penggunanya, terutama yang memiliki kesamaan minat dalam akun @wonderfuljogja terhadap berbagai informasi terkini mengenai bisnis kuliner, promosi pariwisata, pengadaan *event*, dan sejumlah pemasaran produk barang ataupun jasa lainnya yang cukup atraktif dan variatif.

Kata Kunci : Instagram, Komunikasi Sosial, Wonderful Jogja

PENDAHULUAN

Kodrat manusia sebagai makhluk sosial secara alamiah akan terus mengantarkannya berhubungan dengan manusia lain, sehingga pada prinsipnya unsur komunikasi memang menjadi prasyarat mutlak di dalam kehidupan perorangan, per kelompok ataupun organisasi masyarakat. Menariknya lagi di fase sekarang, proses komunikasi yang berasal dari bahasa latin “communis/ sama” justru sudah berlangsung lebih inovatif

berkat perkembangan teknologi modern yang semakin pesat. Interaksi sosial yang terbentuk bahkan mampu membawa sebuah gaya hidup baru terhadap para pelakunya masing-masing.

Tidak dapat dipungkiri, saat ini masyarakat global telah memasuki era disrupsi informasi yang dikenal juga dengan istilah era digitalisasi dengan salah satu media unggulannya, yaitu media baru/*new media*. Menurut Mc.Quail (dalam David dkk, 2017), media baru memiliki ciri utama yang saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan interaktivitas, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya ada di mana-mana. Sedangkan, menurut Creeber & Martin dalam Feroza dkk (2020), media baru adalah produk komunikasi yang termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital. Keberadaannya pun mampu menutupi beberapa kesederhanaan media konvensional terdahulu, sehingga media baru itu sendiri dapat didefinisikan sebagai media komunikasi interaktif yang dalam operasionalnya menggunakan perangkat komputer dengan bantuan jaringan internet. Pertumbuhan media baru yang sangat progresif, bahkan mengalami laju peningkatan penggunaan yang begitu signifikan. Hal tersebut didukung juga dengan data yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet / APJII, yakni terkait penggunaan internet dalam negeri pada tahun 2021 sebanyak 210,3 juta pengguna (dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 196,7 juta pengguna). Selain itu, *Hootsuite We Are Social (2022)* menyebutkan bahwa tren di Indonesia terkait penggunaan internet (tahun 2021 dari 202,6 juta pengguna, naik 1 % menjadi 204,7 juta pengguna), serta penggunaan media sosial aktif (tahun 2021 dari 170 juta pengguna, naik 12,6 % menjadi 191,4 juta pengguna) secara keseluruhan telah cukup banyak digiat oleh publik, baik dalam kegiatan mencari informasi, ide-ide baru, menonton video dan film, maupun hanya sekadar menghabiskan waktu luang, terutama di masa pandemi covid-19.

Peralihan aktivitas publik dari dunia nyata menuju dunia maya terutama pada fenomena yang berlangsung di media sosial semakin mencapai puncak popularitasnya dan turut memberikan sebuah identitas baru yang identik dengan sebutan “Warga Digital/*Netizen*”. Nasrullah dalam Setiadi (2016) mengartikan media sosial adalah suatu perangkat atau wadah bagi pengguna untuk mempresentasikan diri maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Platform digital tersebut seiring waktu mulai marak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya pada pemanfaatan *instagram* sebagai salah satu jenis media sosial terkini yang memiliki peran lebih atraktif dan lebih variatif.

Aplikasi yang diluncurkan pertama kalinya oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010, tiada henti menawarkan layanan-layanan menarik yang menitikberatkan pada aktivitas visual dalam berbagi konten foto serta video berdurasi pendek. Sejumlah menu utama dapat diakses para pengguna, di antaranya : (1) *Home page*, (2) *Comments*, (3) *Explore*, (4) *Profil*, dan (5) *News Feed* (dalam Atmoko, 2012). Di samping itu, *instagram* pun sempat merilis sejumlah fitur dengan versi terbaiknya yang dapat membuat para pengguna terus maksimal berinteraksi antarsatu dengan yang lain, seperti : *live scheduling*, *story*, efek, filter, *shop*, ataupun *video call*.

Akun *@wonderfuljogja* merupakan salah satu dari sekian banyak pengguna aktif *instagram* dengan jumlah unggahan sebanyak 9.667 postingan dan jumlah pengikut sebanyak 923.000 *followers*. Sejauh ini bahkan akun *@wonderfuljogja* cukup rutin dan detail membagikan beragam informasi lokal terbaru di wilayah Yogyakarta dalam bentuk konten foto ataupun video, baik terkait: bisnis kuliner, promosi pariwisata dan kebudayaan, pengadaan *event*, dan sejumlah pemasaran produk barang ataupun jasa lainnya. Keberadaan akun *@wonderfuljogja* memang memiliki daya tarik khusus bagi para *followers*/pengikutnya, karena tidak lepas pula dari keikutsertaan fitur *hashtag* dan *tag* di berbagai aktivitas yang dibagikan setiap hari. Meskipun pengelolaan akun itu sendiri cenderung bersifat komersial.



Gambar 1. Akun @wonderfuljogja di Instagram
(Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 12 Oktober 2022)

Kendati begitu, admin akun @wonderfuljogja terus berupaya untuk semakin memperluas jangkauan para pengikutnya, termasuk dengan membagikan ulang/“me-repost” dokumentasi perjalanan maupun pengalaman pribadi para pengikut akun @wonderfuljogja yang tiada henti mewarnai media alternatif tersebut. Para pengguna *instagram* menjadi lebih aktif dalam bermedia, baik dalam hal mencari referensi, mendapatkan penghargaan diri, dan bahkan dapat menghasilkan sebuah kontak baru sosial. Di sisi lain, secara komunikatif admin akun @wonderfuljogja pun terlihat dengan intens memenuhi kebutuhan para pengikut terutama melalui *feedback* pada kolom komentar yang cukup banyak dibanjiri pertanyaan atas rasa keingintahuan publik.

Pada hakikatnya, kehadiran *instagram* sebagai media digital praktis di abad ini juga telah mengubah perilaku masyarakat dalam hubungan sosial tanpa memandang jarak sekalipun. Kondisi yang ada sejalan juga dengan perkembangan teori media baru oleh Pierre Levy (dalam Feroza dkk, 2020) dengan dua pandangan, yaitu: *interaksi sosial*, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan berinteraksi tatap muka, dan *integrasi sosial*, media yang diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal dan memiliki nilai yang lebih besar dari pengguna media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis sangat tertarik mendalami fenomena yang berlangsung pada akun @wonderfuljogja dengan tujuan untuk menganalisis perubahan sosial publik di dalam media baru *instagram*. Penelitian sejenis sebelumnya berjudul “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar_rancak sebagai Media Informasi *Online* Pariwisata Sumatera Barat” oleh Novi Herlina yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau pada tahun 2017 lalu menjadi rujukan pada penelitian kali ini namun tentu saja memiliki perbedaan yang lebih spesifik karena penulis memperluas sudut pandang penggunaan *instagram* itu sendiri yang tidak hanya dapat berperan sebagai media promosi pariwisata saja, melainkan dapat juga menjadi sebuah media interaksi baru bagi publik.

Menitikberatkan pada pendekatan interpretatif kualitatif (Sugiyono, 2010) yang metode ini menggambarkan suatu keadaan manusia secara terus-menerus menciptakan realitas sosial dalam rangka berinteraksi dengan yang lain. Kemudian penulis berusaha menginterpretasikan pertukaran komunikasi yang terjadi di dalam akun @wonderfuljogja terkait konten apa saja yang dibagikannya, serta bagaimana respon yang terbangun oleh para pengikutnya sebagai sebuah fenomena sosial dengan menggunakan data primer berupa observasi nonpartisipan dan studi kepustakaan guna menghindari subjektivitas penulis.

PEMBAHASAN

Sulit ditampik, kehidupan masyarakat modern tidak lepas dari pengaruh media digital dengan segala kebermanfaatannya. Kebebasan publik dalam bermedia dituangkan dalam berbagai bentuk sikap baik kritik, kagum, maupun *shock* di tengah era keberlimpahan informasi yang bahkan mirisnya hadir secara ugah-

ugalan di dalam dunia maya. Dalam situasi seperti itu, masyarakat sangat dituntut untuk bisa memiliki keahlian dalam mencari serta menggunakan media yang sehat, mendidik, menghibur, sekaligus juga tetap dapat menumbuhkan daya kritis yang tetap relevan.

Instagram sebagai sarana komunikasi massa populer dalam praktiknya pun telah berhasil melahirkan sejumlah fenomena yang tiba-tiba dapat bersifat *booming*, viral, ataupun *prank*. Konten visual yang kreatif turut pula dijadikan sebagai industri bisnis yang berkelanjutan. Menyoroti reputasi akun *@wonderfuljogja* memang cukup menarik perhatian, karena eksistensi platform digital tersebut bukanlah bagian dari media resmi atau media layanan publik oleh instansi pemerintah daerah setempat, misal seperti keberadaan akun: *@visitingjogja*, *@humasjogja*, maupun *@kratonjogja*.



Gambar 2. Unggahan Sejumlah Konten pada Akun *@wonderfuljogja* di *Instagram* (Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 12 Oktober 2022)

Pengelolaan akun *@wonderfuljogja* sebagai situs/portal informasi lokal di wilayah Yogyakarta, secara perlahan-lahan telah dijadikan media rujukan publik dalam mencari berbagai hal penunjang melalui unggahan postingannya dengan tetap menggunakan gaya bahasa yang santai, ringkas, elegan, dan tidak kaku, baik terkait lowongan kerja, pusat jajanan, penjualan properti, destinasi pariwisata, konser musik, seminar ilmiah, diskon produk, sampai pada berita dan isu terkini yang terus dijadikan sumber referensi bagi para pengikutnya terutama yang lebih didominasi oleh warga asli Yogyakarta maupun juga oleh masyarakat luar daerah yang berstatus sebagai wisatawan.

Hal itu pun serupa dengan salah satu teori media massa, yaitu "*Uses and Effect*" (Sven Windahl) yang berasumsi bahwa kebutuhan hanya menjadi salah satu faktor terjadinya penggunaan media, yang juga menekankan pada efektivitas penggunaan *instagram*, sehingga menghasilkan banyak efek bagi penggunanya masing-masing. Para pengikut akun *@wonderfuljogja* menerima pesan dan mendapatkan efek dari apa yang mereka lihat di setiap unggahannya secara berkelanjutan, bahkan efek tersebut juga saling terhubung dengan para pengguna aktif *instagram* lainnya yang notabene sangat heterogen dan memiliki ketertarikan yang sama atas pesona di wilayah Yogyakarta, baik pada sistem pemerintahan, budaya, pariwisata, maupun setiap sudut jalannya yang bernilai sejarah.

Hadirnya sindrom *Fear of Missing Out/FOMO* yang belakang ini mulai familiar di dunia maya, bukan tanpa alasan memang. Fenomena FOMO pada prinsipnya adalah sebuah pilihan. Istilah tersebut (menurut Przybylski dkk, dalam Fathadhika 2018) merujuk pada situasi khawatir akan kehilangan momen penting terutama oleh para kawula muda, sehingga mendorong adanya pertahanan dan rasa keterikatan dalam aktivitas di media sosial. Tingginya intensitas FOMO dalam akun *@wonderfuljogja* tidak luput dari partisipasi para pengikut yang sering menyertakan *hashtag* #wonderfuljogja dan memberikan *tag*/tanda di

setiap isi konten yang dibagikan oleh para pengikutnya masing-masing, termasuk yang dilakukan juga oleh kelompok *influencer* maupun *selebgram* dengan harapan bisa mendapat pengakuan berupa bertambahnya jumlah *like*.

Admin akun *@wonderfuljogja* bahkan memanfaatkan fitur “*repost*” pada tampilan layar profilnya maupun pada beranda awal *story* atas dokumentasi perjalanan maupun pengalaman pribadi para pengikutnya. Selain menjadi sebuah pendekatan kreatif, tren tersebut turut dijadikan strategi untuk menumbuhkan minat serta kepercayaan publik yang bersifat lebih profesional dan bahkan review yang diberikan terhadap informasi terkini dianggap lebih nyata dibandingkan hanya melalui teks/foto promo di beberapa saluran resmi lainnya, sehingga produksi konten “*repost*” itu pun diharapkan dapat menjadi rencana akan kebutuhan informasi publik di masa mendatang.



Gambar 3. Interaksi Admin Akun *@wonderfuljogja* dengan Para *Followers*/Pengikut di *Instagram*. (Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 15 Oktober 2022)

Uniknya para pengikut akun *@wonderfuljogja* memiliki daya tarik yang relatif kuat di setiap unggahan konten promosi pariwisata. Kondisi ini bahkan ditunjukkan pula dengan tumpah ruahnya sejumlah komentar dan opini para pengikut yang cukup menggelitik di beberapa postingan khususnya dalam periode tiga bulan terakhir, baik yang ingin sekedar bertanya, membagikan cerita yang sama, maupun memberikan *tag* kepada rekan pengguna *instagram* lainnya, meliputi :

1. Video Kedung Pedut by *@besokkemanaril*, dengan jumlah komentar 554 (pada tanggal 7 Oktober 2022);
2. Video Kulon Progo by *@malvino.sumargoreal*, dengan jumlah komentar 492 (pada tanggal 27 September 2022);
3. Video Padusan Banyu Bening Imogiri by *@daaneswara*, dengan jumlah komentar 840 (pada tanggal 15 September 2022);
4. Video Puncak Segoro by *@ahulprawira*, dengan jumlah komentar 248 (pada tanggal 14 September 2022);
5. Video Kaliurang by *@harianiism1*, dengan jumlah komentar 650 (pada tanggal 14 September 2022).

Selain itu, perkembangan media baru yang kian pesat cara kerjanya kembali memunculkan sebuah tren yang biasa disebut juga dengan nama “*algoritma*” berdasarkan pada pengelompokan konten/postingan dengan interaksi terdekat. Dikutip dari laman *Tirto.id*, algoritma media sosial adalah perhitungan otomatis untuk memilih postingan terbaik yang dapat mencapai titik teratas ketika pengguna lainnya mengakses media sosial, termasuk *instagram* (dalam Farid dkk, 2021). Dengan begitu, Hutchinson

(dalam Setiyanto dkk, 2021) juga mengatakan bahwa ada tiga elemen dalam parameter algoritma, yaitu : (1) ketertarikan/*interest*, (2) ketepatan waktu/*timeliness*, dan (3) hubungan/*relationship*.

Masifnya tingkat interaksi para pengikut akun *@wonderfuljogja* dalam berbagi *like*, komentar, *save*/simpan, pesan langsung, dan *share*/berbagi terhadap setiap unggahan konten yang diposting, akan semakin menimbulkan hubungan ketertarikan dan perilaku tertentu terhadap satu minat yang sama, sehingga dapat meningkatkan performa dan *insight instagram*. Dari algoritma itulah, setiap pengguna *instagram* akan dapat mengetahui pihak siapa saja yang “jarang berinteraksi”, pihak mana saja yang “paling banyak melakukan *feedback*”, maupun dapat memberikan saran otomatis terhadap akun pengguna yang sama di kolom “jelajah/*explore*”.

Pengelolaan akun *@wonderfuljogja* sebagai salah satu media pemasaran digital yang potensial sungguh sangat memfasilitasi pemasaran berbagai produk-produk lokal, sehingga admin pun berinisiatif mengandalkan konten visual yang pada dasarnya *related* dengan kehidupan banyak orang. Akun *@wonderfuljogja* tidak hanya dijadikan sebagai media promosi saja, melainkan juga menjadi media perantara yang cukup ampuh serta efektif dalam melakukan *campaign* dan *branding* dengan pengemasan *caption* yang bersifat ajakan, menawarkan keuntungan, menyampaikan kebaruan dan keunggulan, serta menyertakan jaminan yang bisa didapatkan oleh publik. Sederhananya, proses *branding awareness* (menurut Krisnawati, 2016) yang merupakan kesanggupan seseorang untuk mengingat kembali suatu *brand*/merek dengan sengaja dibentuk sebagai formula agar para pengikutnya semakin mengenal karakteristik *brand* di setiap unggahan kontennya.

Dalam rangka menarik perhatian para pengikut, admin akun *@wonderfuljogja* sangat berupaya untuk menjalin komunikasi dua arah yang responsif dan informatif di dalam kolom komentar. Meskipun apabila dianalisis secara menyeluruh, tidak semua komentar maupun pesan yang masuk dapat ditanggapi dengan maksimal dan cepat. Namun, di sinilah tantangan akun *@wonderfuljogja* ke depan untuk dapat meningkatkan kualitas medianya sebagai kunci menjaga kepuasan serta membangun hubungan yang jauh lebih baik lagi dengan para pengikut, di samping memang semakin maraknya pula kreator digital dengan latar-belakang yang sama, seperti: *@jogjainfo*, *@jogjaku*, *@voilajogja*, *@dolanjogja*, dan *@berandajogja*. Perspektif perkembangan teori media baru oleh Pierre Levy sebagai pisau analisis dalam penelitian ini menggunakan dua pandangan, yaitu: *Interaksi Sosial* di dalam akun *@wonderfuljogja*, sejatinya telah terbentuk melalui sejumlah informasi yang diunggah berkala pada media *instagram* tersebut. Hanya dengan menggunakan *smartphone*, proses komunikasi ataupun sosialisasi dijalin secara ekspresif tanpa harus bertatap muka dalam ruang dan waktu yang bersamaan antara pihak admin dengan para pengikut maupun sesama para pengikut itu sendiri sudah berlangsung dengan optimal, bahkan admin akun *@wonderfuljogja* tersebut juga semakin memperluas jangkauan interaksi sosialnya di platform digital lain, seperti: *twitter* dan *tiktok*.

Interaksi yang dilakukan oleh para pengikut akun *@wonderfuljogja* dalam bentuk kata-kata, simbol ataupun gambar untuk saling bertegur sapa, bergurau, mengkritik, mencari informasi, berkirim foto serta mencari kesenangan dan pertemanan. Hal itu pun dituangkan dengan saling mengomentari maupun memberikan *like* di setiap unggahan konten yang dibagikan. Meskipun secara *online*, para pengikut akun *@wonderfuljogja* memanfaatkan berbagai macam postingan konten yang dibagikan untuk menghadirkan diri mereka di tengah-tengahnya sebagai wujud hubungan sosial berdasarkan informasi yang diinginkan.

Dengan berinteraksi, para pengikut mendapat dorongan untuk mengetahui keadaan yang ada di sekitar, baik terkait kepentingan pribadi, bisnis, maupun organisasi masyarakat. Tidak dapat dipungkiri, keberadaan akun *@wonderfuljogja* sangat strategis dan fleksibel digunakan hampir oleh berbagai kalangan masyarakat yang luas, baik yang berusia muda maupun yang berusia lebih lanjut. Namun dengan terlalu banyaknya informasi yang dibagikan setiap saat, sekaligus menghindari kecurigaan dan kekacauan informasi

di era saat ini, maka tetap diperlukan verifikasi ulang terutama terhadap konten yang bernilai komersial oleh para pengguna *instagram*.

Pandangan berikutnya terkait *Integrasi Sosial*, para pengikut aktif dalam akun *@wonderfuljogja* telah memilih dan menggunakan *instagram* sebagai ruang publiknya. Sikap aktif dalam bermedia tidak hanya membuat masyarakat asli Yogyakarta saja yang berkumpul menjadi kesatuan di media alternatif tersebut, melainkan secara kolektif kepuasan dan rasa kepercayaan diri masyarakat yang berasal dari luar daerah pun terpenuhi melalui setiap unggahan yang dibagikan. Dengan demikian, pesan-pesan rutin yang disampaikan oleh admin berjalan sesuai dengan harapan.

Secara keseluruhan, idealnya kehadiran media baru tentu diharapkan dapat memberikan dinamika baru juga yang serba cepat di dalam memenuhi kebutuhan publik setiap harinya. Di era sekarang, *instagram* bahkan telah menjadi alat komunikasi modern yang paling unggul terutama dalam memelihara hubungan antar-penggunanya dari yang reaktif menjadi lebih proaktif. Akun *@wonderfuljogja* dalam kenyataannya mampu menunjukkan perubahan perilaku dan pergeseran struktur aktivitas di dalam masyarakat yang secara inovatif.

Di sisi lain, keberadaan akun *@wonderfuljogja* sebagai media digital dalam aktivitas pencarian informasi lokal memang memberikan kesempatan dan akses saling terhubung bagi para pengikutnya maupun bagi para pengguna aktif *instagram* lainnya. Akan tetapi, super penting dan sangat krusial yang harus dipahami oleh pengguna media baru tersebut tentu harus memiliki prioritas dalam menjaga serta melindungi kerahasiaan identitas personal maupun konten digitalnya masing-masing yang apabila dikemas sedemikian rupa dapat bernilai komoditas. Perkembangan media baru yang sangat atraktif di satu sisi pun dapat memunculkan fenomena *copy right* yang sangat merugikan.

PENUTUP

Akun *@wonderfuljogja* pada akhirnya memang memberikan ruang komunikasi tanpa jarak untuk berinteraksi sosial sesuai dengan pandangan Pierre Levy terhadap perkembangan media baru, terutama di antara admin sebagai pengelola, para pengikut, maupun terhadap para pengguna aktif *instagram* lainnya. Meskipun keberadaan akun itu sendiri merupakan bagian dari salah satu kreator digital lokal yang berpartisipasi menghubungkan antara satu pihak dengan pihak lain khususnya dengan aktivitas bermedia sosial. Eksistensi akun *@wonderfuljogja* juga dijadikan sarana integrasi sosial karena dapat mempertemukan berbagai komponen masyarakat, baik yang berasal dari dalam Yogyakarta maupun mereka yang berkunjung ke kawasan tersebut dengan segala motif yang mendasarinya, sehingga terbukanya kontak baru sosial di dalam akun *@wonderfuljogja*, diharapkan tidak membuat para pengikutnya menjadi apatis dalam praktik di kehidupan sehari-hari. Begitu urgennya untuk terus memperkuat relasi di antara para pengguna aktif media baru baru di masa sekarang serta di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Creeber, G. & Martin, R (ed.). 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*, BerkshireEngland: Open University Press.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. 2017. *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Fathadhika, S. 2018. "Social Media Engagement sebagai Mediator antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja". *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3),208-215.

- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. 2020. "Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun@ Yhoophii Official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan". *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Hutchinson, Andrew. 2018. *Instagram Explains How its Algorithm Works in NewBriefing Indonesian Digital Report 2022*. Diakses 9 Oktober 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-aresocial-indonesian-digital-report-2022/>.
- Krisnawati, D. 2016. "Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung)". *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Przybylski, A., K., Murayama, K., Haan, C. R., & Gladwell, V. 2013. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computer in Human Behavior*, 29, 1841–1848. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.014.
- Setiadi, A. 2016. "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi". *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Setiyanto, F. B., Setyawan, D., & Yulandari, A. 2021, November. "Pengaruh Algoritma Instagram terhadap Keterikatan yang Lebih Tinggi dalam Penggunaan Instagram". In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021* (Vol. 1, No. 1).
- Sugiyono. 2010. *Pintar Menulis Karya Tulis Ilmiah*. Andi : Yogyakarta
- Survei Profil Internet Indonesia 2020. Diakses 15 Oktober 2022. <https://apjii.or.id/survei>.
- Tirto.id, 2021. Cara Kerja Algoritma Instagram 2021: Tingkat Interest dan Following, <https://tirto.id/cara-kerja-algoritma-instagram-2021-tingkat-interest-following-f9PG>, diakses pada 10/04/21.

KECERDASAN BUATAN: PELUANG DAN TANTANGAN BAGI DUNIA DESAIN GRAFIS

Petrus Gogor Bangsa

(Institut Seni Indonesia Yogyakarta, gogorbangsa@isi.ac.id)

ABSTRACT

While we are facing the meritocracy challenges that have been opened up by digitization, then with the presence of digital art in the form of Non-Fungible Tokens (NFT) we are now surprised by the appearance of works of art or designs made with the help of artificial intelligence. Artificial intelligence is not really something new, but it's increasing and opens opportunities to change many things. Technological progress is inevitable, it always brings two sides of consequences in every era: cooperative or threatening. In the field of graphic design, its development is always related to technological advances. This paper examines the development of artificial intelligence technology in the field of graphic design. Using the theory of technological determinism as an approach to examine the relationship between the opportunities and challenges of artificial intelligence for the world of graphic design.

Keywords: *artificial intelligence, graphic design, opportunities, challenges, technological determinism*

ABSTRAK

Belum selesai kita menjawab tantangan meritokrasi yang dibuka peluangnya oleh digitalisasi, kemudian dengan hadirnya seni digital dalam wujud *Non-Fungible Token* (NFT) kini kita dikejutkan dengan kemunculan karya seni atau desain yang dibuat dengan bantuan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*). Meskipun kecerdasan buatan ini bukanlah hal yang benar-benar baru, tapi tak urung kemunculannya yang semakin masif berpeluang mengubah banyak hal. Kemajuan teknologi tidak mungkin kita hindari, dalam setiap masa selalu membawa dua sisi konsekuensi: kooperatif atau mengancam. Demikian pula dalam bidang desain grafis yang perkembangannya tidak pernah lepas dari peran teknologi. Paper ini mengamati perkembangan teknologi kecerdasan buatan dalam bidang desain grafis, menggunakan teori determinisme teknologi sebagai pendekatan untuk mengkaji kaitan antara peluang dan tantangan kecerdasan buatan bagi dunia desain grafis.

Kata Kunci: kecerdasan buatan, desain grafis, peluang, tantangan, determinisme teknologi

PENDAHULUAN

Desain grafis dan teknologi berjalan beriringan sepanjang sejarah perkembangannya. Kombinasi keduanya memunculkan berbagai macam gaya desain, aliran, opini, teknik, konsep, dan lain sebagainya. Teknologi yang berkembang pada setiap periode masanya memengaruhi teknik penciptaan atau perancangan desain grafis. Kemudian, ketika teknik perancangan berkembang, terciptalah suatu aliran atau gaya desain yang baru. Begitu juga konsep-konsep yang baru turut berkembang seiring peluang-peluang baru yang terbuka karena munculnya suatu teknologi baru (Meggs dan Purvis, 2012). Muncul pula komunitas-komunitas desain grafis yang terkait dengan perkembangan teknologi ini. Akan tetapi di balik kedatangan teknologi baru, muncul konsekuensi-konsekuensi yang negatif. Teknologi tidak hanya membawa kemajuan di satu pihak namun juga merugikan di pihak lain.

Kait-mengait antara desain grafis dan teknologi ini dapat dilihat dalam perspektif determinisme teknologi, yang secara sederhana menyatakan bahwa teknologi menjadi sebab utama perubahan di masyarakat (Fuchs, 2020:13). Paper ini ingin membahas tentang peluang dan ancaman terkait dengan perkembangan teknologi pada bidang desain grafis di lingkup Indonesia dari sudut pandang determinisme teknologi. Konteks teknologi yang dibahas di sini adalah mulai dari periode kedatangan Gelombang Digital Pertama (*First Digital Wave*), yaitu mulai dipakainya komputer personal (*personal computer*). Karena rentangnya yang terlalu panjang dan tidak relevan, teknologi dari periode pra-digital tidak menjadi pembahasan. Pembahasan akan dibagi menjadi: *pertama*, sudut pandang teoritis determinisme teknologi. *Kedua*, bagaimana teknologi digital hadir dalam periode-periode gelombang digital tersebut serta peluang dan tantangan yang dimunculkan oleh teknologi-teknologi tersebut. Selanjutnya, pada bagian *ketiga*, secara khusus membahas bagaimana tantangan yang mengiringi kemunculan teknologi *artificial intelligence (AI)* alias kecerdasan buatan pada bidang desain grafis, serta posisi desainer grafis di tengah teknologi tersebut. Semua pembahasan ada dalam lingkup dan konteks perkembangan bidang desain grafis di Indonesia.

PEMBAHASAN

A. Determinisme Teknologi

Teori determinisme teknologi (*technological determinism*) meyakini bahwa teknologi merupakan faktor utama pendorong perubahan pada masyarakat--struktur sosial dan nilai-nilai budaya (Smith, 1994). Istilah determinisme teknologi diyakini dilontarkan oleh Thorstein Bunde Veblen (1857-1929), seorang sosiologis Amerika. Elaborasi awal mengenai determinisme teknologi ini datang dari pemikiran Marx (Fuchs, 2020:13) yang juga memberikan pilihan atas faktor determinan dalam teknologi terhadap masyarakat. Bagi Marx, teknologi tidak sekedar menjadi faktor utama perubahan dalam masyarakat. Marx menganggap hal ini tidak dialektis karena mengabaikan bagaimana antagonisme dalam masyarakat, misalnya: relasi kelas dan kuasa yang juga turut membentuk cara bagaimana teknologi beroperasi di masyarakat. Maka dia menawarkan opsi mengenai optimisme teknologi dan pesimisme teknologi. Optimisme teknologi adalah bentuk determinisme teknologi yang mengklaim bahwa teknologi hanya memiliki konsekuensi positif di masyarakat. Sebaliknya pesimisme teknologi adalah bentuk determinisme yang berpendapat bahwa konsekuensi teknologi senantiasa negatif (Fuchs, 2020:13).

Berbicara dalam konteks teknologi digital, kemajuan inovasi teknologi digital yang sangat pesat telah membawa optimisme dan kecemasan (Nugroho et.al., 2019:1). Fuchs mengemukakan perihal optimisme dan pesimisme teknologi. Mereka para optimis digital menegaskan bahwa teknologi digital telah mengubah dunia secara radikal, menjanjikan bentuk komunitas baru, cara alternatif untuk mengetahui dan merasakan, inovasi kreatif, budaya partisipatif, aktivisme jaringan, dan demokrasi terdistribusi. Sementara para pesimis digital berpendapat bahwa teknologi digital tidak membawa perubahan positif, tetapi lebih memperdalam dan memperluas dominasi melalui bentuk kontrol baru (Chandler dan Fuchs, 2019:2). Sementara itu, di tengah-tengahnya menyisakan mereka para kaum kritis yang berani mengambil jarak dan berhitung atas berbagai kemungkinan, potensi, risiko, keterbatasan, dan ideologi di balik setiap kegiatan digital yang dilakukannya (Nugroho et.al., 2019).

B. Desain Grafis Di Antara Gelombang Digital

Kehadiran komputer grafis Macintosh di Indonesia pada akhir tahun 1980-an mendorong pesatnya perkembangan desain grafis di Indonesia. Disusul perkembangan tipografi yang didorong oleh penemuan bahasa pemrograman berbasis *postscript* oleh Adobe yang memungkinkan penataan tipografi secara digital, sementara Aldus mengeluarkan program *PageMaker* untuk tata letak halaman (Meggs dan Purvis, 2012:531). Banyak kemudahan yang didapatkan oleh generasi baru desainer grafis Indonesia dari perangkat lunak desain grafis khususnya *desktop publishing* (Kardinata, 2015:182). Kemudahan-kemudahan ini

menjadikan semakin banyak olah kerja desain grafis yang tergantung pada komputer grafis. Fleksibilitas dalam melakukan tata letak, permainan *layering*, dan eksplorasi tipografi adalah hal-hal baru yang dibuka oleh komputer grafis yang kemudian memunculkan kebaruan pada gaya dan teknik desain. Demikianlah gelombang pertama digitalisasi masuk dalam ranah desain grafis. Menjelang memasuki milenium ketiga, penggunaan komputer grafis sebagai perkakas kerja desain grafis menjadi semakin lazim, sementara mereka yang enggan menerima teknologi ini berpotensi untuk tertinggal. Jika pada masa pradigital memunculkan aneka spesialisasi bidang profesi terkait desain grafis, dengan adanya komputer grafis hampir semua pekerjaan desain dilakukan oleh satu orang saja (Meggs dan Purvis, 2012: 530).

Berikutnya teknologi Internet mulai merambah dunia desain grafis Indonesia pada awal tahun 2000-an. Internet merupakan kemajuan yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam komunikasi manusia. Pertumbuhannya yang eksplosif membuka cakrawala baru bagi dunia desain grafis baik oleh para profesional maupun individu yang menggunakan komputer dan akses Internet untuk menghasilkan situs Web. Desentralisasi komunikasi media yang sebelumnya tidak terbayangkan telah terjadi (Meggs dan Purvis, 2012:551). Pada periode ini selain memunculkan profesi-profesi baru, seperti: desainer web dan desainer media interaktif, juga membuka peluang kreatif bagi desainer grafis Indonesia untuk memamerkan dan mendistribusikan karyanya.

Ketika teknologi Internet mulai dipergunakan, para desainer grafis memanfaatkannya untuk memamerkan karya desain mereka dengan tujuan apresiasi semata. Maka muncullah komunitas-komunitas *digital art* di antara mereka, salah satu yang cukup populer di Yogyakarta adalah komunitas Jogjaforce pada sekitar tahun 2006, yang beranggotakan para desainer, ilustrator, dan seniman digital. Komunitas Jogjaforce menjadi ajang diskusi dan apresiasi karya desain. Mereka juga membuat beberapa proyek desain yang melibatkan kampus dan komunitas desain yang ada di Indonesia dan luar negeri. Karya-karya desain dipamerkan dalam *e-magazine Designflip* dengan format file *PDF* yang diunggah di situs *Designdiary* yang mereka kelola. Upaya ini membuat karyakarya mereka menjadi dikenal luas secara internasional, sehingga memperoleh pekerjaan desain dari klien dalam maupun luar negeri (Mubarok, dalam Wawancara, 26 Agustus 2020). Distribusi karya desain semakin meluas pada saat mereka mengenal platform digital untuk *showcase* karya, yaitu Deviantart, Behance, dan Kreavi. Platform-platform tersebut memiliki fasilitas yang lebih memadai dan jaringan yang lebih luas daripada blog yang selama ini mereka kelola. Forum diskusi *online* yang menjadi ajang pertemuan para desainer grafis ini mulai sepi, tergeser popularitas media sosial *Facebook* dan *Twitter*, sehingga aktivitas diskusi, pameran karya, dan informasi berpindah ke media sosial. Forum dan pameran juga berlangsung secara tatap muka di beberapa tempat di Yogyakarta. Maka gelombang digital kedua hadir dalam dunia desain grafis Indonesia.

Teknologi Internet mempunyai karakteristik: (1) mudah menyebar (*pervasiveness*); (2) tidak mengenal batas (*borderlessness*); (3) *real time*; (4) berbiaya rendah; (5) interaksi tinggi. Dengan demikian, distribusi karya desain grafis di jagat internet semakin pesat, kemudahannya menyebar, serta kaburnya batas-batas geografis dan sosial membawa dua sisi konsekuensi. Pertama, karyakarya mereka semakin dikenal luas bahkan pada lingkup internasional, bahkan membawa konsekuensi keuntungan finansial dengan masuknya order proyek desain dari klien-klien dalam maupun luar negeri. Kedua, karena kemudahan menyebar, karya-karya tersebut dengan mudah ditiru dan menaikkan peluang plagiasi di antarpara pengakses karya.

Internet pula karena karakter *borderlessness*-nya membuka peluang kesetaraan bagi siapapun untuk bergabung dalam industri digital, maka muncullah apa yang disebut sebagai pekerja digital. Istilah ini muncul pertama kali pada pembahasan mengenai teori masyarakat informasi (*information society theory*) (Neilson, 2018). Menurut pendekatan teori ini, ekonomi kontemporer telah bergeser dari produksi barang menuju pada produksi jasa dan informasi: ekonomi digital. Pusat dari ekonomi digital ini adalah pada teknologi digital untuk segala proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Oleh karena itu, para pekerja digital adalah mereka yang bekerja di sektor informasi, pengetahuan, dan kreatif (Juliawan et.al,

2020:7). Pada kasus ini memakai contoh kemunculan desainer otodidak di Desa Kaliabu, Salaman, Magelang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan formal, pengalaman, maupun profesi desain grafis. Mereka yang semula adalah pekerja sektor informal mengubah diri mereka menjadi desainer grafis ketika muncul peluang yang dibuka oleh teknologi digital dan kehadiran internet di desanya. Tantangan terkait meritokrasi ini muncul akibat sistem *crowdsourcing* yang dihadirkan oleh platform digital yang berfungsi sebagai perantara pertemuan antara klien dan desainer. Para desainer ini mengikuti kontes desain logo yang diselenggarakan oleh platform digital *crowdsourcing 99designs.com*. Dari pekerjaan ini mereka mendapatkan kompensasi finansial yang jumlahnya bisa berpuluh kali lipat dibanding hasil yang mereka dapatkan saat sebelumnya bekerja sebagai pekerja sektor informal.

Peluang yang sama juga terbuka bagi mereka calon desainer atau desainer junior. Internet mengakselerasi visibilitas mereka di depan publik. Maka dengan visibilitas yang tinggi mereka mampu menempatkan diri di posisi yang sejajar dengan desainer yang profesional dan berpengalaman berpuluh tahun sekalipun. Mereka ini umumnya para mahasiswa atau *fresh graduate* yang belum memiliki pengalaman dan jejaring yang kuat. Akan tetapi dengan bantuan karakter internet yang mudah, murah, dan tersedia di mana-mana, mereka melakukan *showcasing* karya mereka di platform *crowdsourcing showcase* dan media sosial. Tercatat beberapa prestasi internasional telah diraih para muda ini, misalnya: ilustrasi *cover* album grup musik internasional, ilustrasi *landing page* situs mesin pencari *Google*, ilustrasi *cover* majalah nasional, atau ilustrasi untuk produk kemasan multinasional.

Model kerja seperti ini diminati oleh banyak anak muda yang menyukai kebebasan dalam mengatur waktu dan tempat kerja. Mereka juga tidak menyukai komitmen formal jangka panjang dengan pihak lain. Melalui kebebasan ini, mereka bisa bekerja untuk beberapa proyek sekaligus, bekerja dari rumah ataumana pun, dan sambil menempuh studi. Akan tetapi, daya tarik pekerjaan ini berpotensi memiliki kerentanan yang erat dengan sifat kerja jangka pendek, tanpa jaminan dan keamanan kerja, kaburnya relasi kerja, dan tanpa standar upah yang jelas (Juliawan, 2020:12).

Saat permasalahan ini masih diperdebatkan, muncul fenomena baru teknologi digital di periode ini seiring dengan apa yang disebut sebagai Revolusi Industri 4.0 yang memunculkan Gelombang Digital Ketiga dengan tonggak-tonggak inovasinya, antara lain: teknologi *blockchain*, dan *artificial intelligence* (Permanasari et.al., 2019:30-31). Dari basis teknologi *blockchain* muncullah seni digital berupa aset *Non-Fungible Token* (NFT) yang popularitasnya dikaitkan dengan sistem finansial baru bitcoin. Meskipun NFT telah populer secara terbatas sejak tahun 2017, namun popularitasnya melonjak di tahun 2020 dan menunjukkan kekuatan sebagai medium koleksi digital. NFT merupakan era baru koleksi digital bagi para penggemar, pengguna, dan kreator. Hal ini merupakan cara baru untuk mendukung seniman sebagai kreator bisa berkarya tanpa melalui perantara pihak ketiga. Bagi kreator, NFT memungkinkan mereka mendapat keuntungan langsung dari karyanya karena tidak ada potongan dari pihak ketiga, seperti distributor, galeri, dan penerbit. Memang popularitas NFT sekarang masih sangat terbatas pada industri seni, hobi, dan hiburan. Fajar kemunculan NFT ini disambut dengan antusias oleh banyak pihak khususnya anak muda yang melihat peluang dan kebebasan yang ditawarkan oleh teknologi ini, antara lain oleh komunitas Sewon NFT Club yang keanggotaan eksklusif mahasiswa, alumni, atau mereka yang pernah kuliah di kampus Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Sementara teknologi *blockchain* masih di ambang fajar, sudah disusul oleh kemunculan seni digital lain yang berbasis pada kecerdasan buatan: *artificial intelligence generated arts* atau seni yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan. Menurut Wooldridge (2021:11), kecerdasan buatan adalah mesin yang ditujukan untuk melakukan tugas-tugas khusus yang saat ini membutuhkan otak manusia (dan juga tubuh manusia) dan teknik komputasi konvensional tidak mampu memberikan solusi. Namun demikian, telah terjadi perdebatan publik tentang kecerdasan buatan, yang sebagian besar mengikuti pemikiran kaum *dystopian* yang mengkhawatirkan bahwa kecerdasan buatan akan mengambil semua pekerjaan kita; menjadi lebih

pintar dari kita, dan kemudian menjadi tidak terkendali; bahkan kecerdasan buatan yang sangat cerdas bisa melakukan kesalahan dan melenyapkan umat manusia (Wooldridge: 10).

C. Kecerdasan Buatan Dan Manusia Desainer

Meskipun dikatakan bahwa era keemasan kecerdasan buatan adalah antara tahun 1956-1974 (Wooldridge, 2021:37), tak ayal kedatangan teknologi ini seolah menyusup diam-diam dalam kehidupan kita. Tiba-tiba dia sudah berada dalam keseharian kita tanpa disadari. Kehadirannya seperti tertutup oleh gegap gempita digitalisasi era ini. Tidak terasa bahkan kecerdasan buatan telah menyatu dengan diri kita yang terwakili oleh perangkat digital. Mulai dari yang sederhana, seperti *predictive text* untuk membantu input proses pesan teks, hingga *artificial intelligence generated artist* yang ditujukan untuk hiburan. Semua ini tersedia di perangkat digital di keseharian kita: *smartphone* atau komputer.

Ledakan perkembangan teknologi aplikasi *mobile (mobile apps)*--aplikasi yang dibuat untuk perangkat-perangkat bergerak (*mobile*), seperti: *smartphone, smartwatch, tablet*, dan lainnya--di tahun 2010an turut mendorong maraknya aplikasi kecerdasan buatan dengan berbagai tujuan dan kegunaan. Seketika kecerdasan buatan bukan lagi sebuah hal yang asing bagi kehidupan kita. Demikian juga yang terjadi pada bidang desain grafis, kecerdasan buatan turut menjadi perangkat dalam proses kerja desain atau lebih luasnya seni rupa. Pada tahun 2022 ini dunia seni rupa dikejutkan dengan peristiwa karya seni rupa buatan kecerdasan buatan yang memenangkan hadiah kompetisi seni rupa tahunan pada kategori digital di acara Colorado State Fair. Ilustrasi digital berjudul "Théâtre D'opéra Spatial" karya Jason M. Allen memenangkan hadiah pertama pada kontes ini dengan bantuan aplikasi *Midjourney*. Tak pelak kemenangannya menuai protes keras dari peserta lain, namun Jason menyatakan dirinya tidak melanggar aturan apapun terlebih karya tersebut didaftarkan dengan nama *Jason M. Allen via Midjourney*. *Midjourney* aplikasi yang dipakai oleh Jason, yang merupakan sebuah laboratorium penelitian independen yang menghasilkan program kecerdasan buatan berpemilik yang membuat gambar dari deskripsi tekstual (Roose, 2022).



Gambar 1. Karya Jason Allen yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan, "Théâtre D'opéra Spatial", menempati posisi pertama dalam kategori digital di Colorado State Fair.

Seni yang dihasilkan kecerdasan buatan memang telah ada selama bertahun-tahun. Namun *aplikasi yang dirilis tahun ini, seperti DALL-E 2, Midjourney, dan Stable Diffusion, telah* memungkinkan mereka yang amatir untuk membuat karya yang kompleks, abstrak, atau fotorealistik sekalipun hanya dengan mengetikkan beberapa kata ke dalam perintah teks. Kecerdasan buatan serupa di aplikasi *mobile* bahkan lebih dahulu dikenal dan ramai dipergunakan. Cara mengoperasikannya pun sangat mudah dan cepat, kita bisa menemukan puluhan aplikasi ini di *Play Store* dan *AppStore* secara gratis maupun berbayar.

Kontroversi atas teknologi pembuatan seni baru bukanlah hal baru. Saat penemuan kamera banyak pelukis mundur karena mereka melihatnya sebagai penurunan cita rasa artistik manusia. Charles Baudelaire, penyair dan kritikus seni Prancis abad ke-19, saat itu menyebut fotografi sebagai "musuh seni

yang paling mematikan”. Pada abad ke-20, alat *editing* digital dan komputer grafis juga ditolak oleh para puritan karena membutuhkan terlalu sedikit keterampilan manusia. Berbagai komentar pesimistik mewarnai perdebatan ini, seperti kekhawatiran akan matinya seni rupa atau menganggap hal ini sebagai sesuatu yang “menjijikkan”.

Sementara mereka yang mendukung mengatakan bahwa menggunakan kecerdasan buatan untuk membuat karya tidak berbeda dengan menggunakan *Photoshop* atau alat manipulasi gambar digital lainnya, dan kreativitas manusia masih diperlukan untuk menghasilkan petunjuk yang tepat untuk menghasilkan karya pemenang penghargaan. Olga Robak, panitia pameran ini, mengatakan bahwa Jason telah cukup jujur mengungkapkan keterlibatan *Midjourney* saat mengirimkan karyanya; karena aturan kompetisi pada kategori digital mengizinkan "praktik artistik apa pun yang menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari proses kreatif atau presentasi". Akan tetapi, ada hal yang menarik di sini bahwa kedua juri kategori tersebut tidak mengetahui bahwa *Midjourney* adalah sebuah program kecerdasan buatan, meskipun demikian keduanya tetap mengakui kemenangan tersebut.

Beberapa kritikus percaya bahwa apa yang membuat generasi baru kecerdasan buatan sebagai suatu alat yang berbeda, bukan hanya karena mereka mampu menghasilkan karya seni yang indah dengan sedikit usaha, karena begitulah cara kerja mereka. Aplikasi seperti *DALL-E 2* dan *Midjourney* dibuat dengan mengekstrak dan mengakses jutaan gambar dari web terbuka, lalu mengajarkan algoritma untuk mengenali pola dan hubungan dalam gambar tersebut dan menghasilkan baru dengan gaya yang sama. Itu berarti bahwa seniman yang mengunggah karya mereka ke internet mungkin tanpa disadari telah membantu melatih pesaing algoritmik mereka, yaitu aplikasi kecerdasan buatan tersebut.

Seni karya kecerdasan buatan baru berada di awal kehidupan manusia, keberadaannya masih terus akan membawa dukungan dan kontroversi. Jason sebagai pemenang kompetisi tersebut, mengatakan dia memang berempati dengan seniman yang khawatir bahwa kecerdasan buatan akan membuat mereka kehilangan pekerjaan. Namun dia mengatakan kekecewaan mereka seharusnya tidak diarahkan pada individu yang menggunakan kecerdasan buatan untuk membuat karya seni, tetapi pada perusahaan yang memilih untuk mengganti seniman manusia dengan aplikasi kecerdasan buatan (Roose, 2022).

PENUTUP

Teknologi adalah hal yang tidak mungkin kita hindari, walaupun selalu membawa dua sisi konsekuensi: optimis dan pesimis, membantu tapi juga mengancam. Namun demikian, setiap teknologi umumnya diciptakan untuk tujuan meringankan beban fisik dan mental manusia. Apa yang seharusnya ditanggung oleh manusia dapat diambil alih dan diserahkan kepada teknologi. Penggunaan teknologi juga merupakan pilihan, tidak ada paksaan untuk menggunakan suatu teknologi untuk diterapkan pada kehidupan kita. Memang ketika seseorang menolak menggunakan suatu teknologi, dia akan berpotensi untuk tertinggal atau mengalami suatu kerugian dan kemunduran. Tidak ada masalah ketika desainer grafis atau seniman, berkeputusan untuk tetap menggunakan cara-cara konvensional dalam berkarya. Akan tetapi, juga tidak ada ruginya pula jika mereka mau mengeksplorasi berbagai kemungkinan teknik dan artistik dengan teknologi baru, termasuk kecerdasan buatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandler, David; and Fuchs, Christian (eds.). 2019. *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. London: University of Westminster Press.
- Fuchs, Christian. 2020. *Marxism - Karl Marx's Fifteen Concepts for Cultural and Communication Studies*. London: Routledge.
- Juliawan, B. Hari; Sinelir, Hanz; Saraswati, Ida; Hasibuan, Febrian A.; Kurniawan, Emmanuel. 2020. *Buruh Digital: Peluang Keuntungan Dan Intaian Kerentanan*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

- Kardinata, Hanny. 2015. *Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia*. Jakarta: DGI Press.
- Meggs, Philip B.; Purvis, Alston W. 2012. *Meggs' History of Graphic Design*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Neilson, T. 2018. "Unions in Digital Labour Studies: A Review of Information Society and Marxist Autonomist Approaches". *Communication, Capitalism & Critique* 16(2): 882-900.
- Nugroho, Heru; Sujito, Arie; Widyanta, AB; dan Wibawanto, Ragil G. 2019. "Membongkar Delusi Subyek-Subyek Algoritmik dalam Masyarakat Digital - Prospek Emansipasi, Keadilan, dan Inklusi Sosial dalam Ruang Kecepatan". Pidato Dies Natalis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada ke-64 28 November 2019.
- Permanasari, Dian; Praha, Rizky Deco (eds.). 2019. *Opus Ekonomi Kreatif Outlook 2019*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- Roose, Kevin. *An A.I. Generated Picture Won an Art Prize. Artists Aren't Happy*. The New York Times, 2 September 2022. <https://www.nytimes.com/2022/09/02/technology/ai-artificialintelligence-artists.html>
- Smith, Merritt Roe. 1994. *Does Technology Drive History?: The Dilemma of Technological Determinism*. London: The MIT Press.
- Wooldridge, Michael. 2021. *A Brief History of Artificial Intelligence - What It Is, Where We Are and Where We Are Going*. New York: Flatiron Books.

DILEMATIKA IKLAN LUAR RUANG DI YOGYAKARTA PASCA-PANDEMI COVID19 DALAM KAJIAN SOSIO-DESAIN

Prayanto Widyo Harsanto
(Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Jl. Parangtritis Km. 6,5 Sewon, Yogyakarta 55188
Email: 1 prayantowh1963@gmail.com)

ABSTRACT

The existence of Outdoor Advertising is undeniable, and communicators are still seen as effective media in conveying messages to the public. Meanwhile, for regulators, especially for local governments, this is considered to be able to provide local income through relatively high taxes. But on the other hand, the rise of Outdoor Advertising raises aesthetic, safety, and environmental problems in an area or city. Outdoor advertising, such as billboards, posters, banners, banners, and other media in every corner of Yogyakarta, is a dilemma. This study aims to uncover and discover the public's social perception of Outdoor Advertising in Yogyakarta. This research will also obtain information and outputs that can be used as a reference for related parties in determining Outdoor Advertising. This research uses qualitative methods with a socio-design (social aesthetic) approach. Through social aesthetics, works of art are appreciated, relating to the environmental-social context, whether human, natural, or social environment. The artwork referred to in this study is the design of Outdoor Advertising which is an essential variable because the message conveyed through Outdoor Advertising will determine what the content, shape, type, and place of installation will be so that a person is expected or forced to see. This research proves the concept of Outdoor Advertising, which is seen in the visual aesthetic aspect and contextually. In a functional context, advertising is created aimed at helping the persuasive marketing of products and services. In the aesthetic context, the display of outdoor advertising needs to look at various aspects of Yogyakarta's social, economic, cultural, and environmental systems. The results of this study show that Outdoor Advertising is still required for communicators to convey messages for products/services. However, as essential regulators, local governments make public spatial policies related to ad placement. Thus, Outdoor Advertising can help increase positive perceptions that correlate to form a particular and comfortable-hearted image of Yogyakarta's urban planning.

Keywords: advertising, public space, sociology, design, Covid-19 pandemic

ABSTRAK

Keberadaan Iklan Luar Ruang tidak dapat dipungkiri bagi komunikator masih dipandang media yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Sementara itu bagi regulator, khususnya bagi pemerintah daerah, hal ini dianggap dapat memberikan pemasukan daerah melalui pajak yang relatif tinggi. Namun di sisi lain, maraknya Iklan Luar Ruang (ILR) menimbulkan persoalan estetika, keamanan, dan tata lingkungan pada sebuah wilayah atau kota. Iklan Luar Ruang (ILR), seperti baliho, poster, spanduk, banner, dan media lain di setiap sudut kota Yogyakarta menjadi persoalan yang dilematis. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan mengetahui persepsi sosial masyarakat terhadap Iklan Luar Ruang di Yogyakarta. Melalui penelitian ini pula akan diperoleh informasi dan *output* yang dapat dijadikan rujukan bagi pihak-pihak terkait dalam menentukan ILR. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan sosio-desain (estetika sosial). Melalui estetika sosial, karya seni diapresiasi, berkaitan dengan konteks lingkungan-sosial, baik lingkungan hidup manusia, alam, maupun sosial. Karya seni yang dimaksud dalam kajian ini adalah desain Iklan Luar Ruang yang menjadi variabel penting, sebab pesan yang disampaikan

melalui Iklan Luar Ruang akan menentukan seperti apa isi, bentuk, jenis, dan tempat pemasangannya, sehingga seseorang diharapkan atau dipaksa untuk melihat. Penelitian ini sebagai pembuktian konseptentang Iklan Luar Ruang yang tidak hanya dilihat pada aspek estetika visual saja, tetapi juga secara kontekstual. Dalam konteks fungsional, iklan dibuat bertujuan membantu pemasaran atas produk dan jasa secara persuasif. Pada konteks estetika, tampilan iklan luar ruang perlu melihat berbagai aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan tata lingkungan di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ILR masih diperlukan bagi komunikator untuk menyampaikan pesan atas produk/jasa. Namun, pemerintah daerah sebagai regulator penting membuat kebijakan tata ruang publik terkait penempatan iklan. Dengan demikian, Iklan Luar Ruang dapat membantu meningkatkan persepsi positif yang berkorelasi membentuk citra tata kota Yogyakarta yang istimewa dan berhati nyaman.

Kata Kunci: iklan, ruang publik, sosiologi, desain, pandemi Covid-19.

PENDAHULUAN

Yogyakarta memiliki sederet predikat, seperti kota pelajar, kota budaya, kota perjuangan, kota wisata, kota gudeg. Berbagai predikat atau sebutan tersebut merupakan kebanggaan bagi masyarakat Yogyakarta, akan tetapi juga mengandung konsekuensi tanggung jawab yang tidak ringan yang harus dipikul bersama. Persoalan yang ada di Yogyakarta tidak jauh berbeda dengan kota-kota besar lain di Indonesia saat ini, seperti persoalan kemacetan, kejahatan, kependudukan, kesemrawutan tata kota. Salah satu persoalan yang dimaksud adalah keberadaan iklan luar ruang yang bertebaran, semrawut, dan merusak keindahan kota Yogyakarta yang berslogan “Jogja Berhati Nyaman” dan “Jogja Istimewa”. Benarkah Yogyakarta saat ini sesuai dengan slogannya? Bagaimana dengan banyaknya iklan luar ruang yang bertebaran di setiap ruas jalan dan di sudut-sudut jalan, seperti spanduk, baliho, poster, *sign system*, dan bentuk iklan yang lain?

Keadaan iklan luar ruang di Yogyakarta dapat dikatakan dalam kondisi sudah gawat. Tidak hanya soal pemasangan iklan yang tidak pada tempatnya, tetapi juga jumlah papan reklame yang sangat banyak, apalagi menjelang Pilkada atau pemilu. Berbagai usaha dan upaya sudah dilakukan, akan tetapi belum menghasilkan Jogja yang berhati nyaman sesuai harapan semua pihak secara signifikan. Bahkan di setiap sudut perempatan/pertigaan justru makin banyak terpasang spanduk, poster, dan billboard. Di sepanjang jalan protokol juga masih banyak terlihat pemandangan berbagai jenis dan bentuk iklan luar ruang, seperti spanduk, poster, umbul-umbul, dan banner yang dipasang tidak pada tempatnya.

Fenomena dan permasalahan tata kota tersebut menjadi wacana serius di Yogyakarta. Dalam dasawarsa terakhir ini Yogyakarta menghadapi permasalahan dilematis dengan maraknya pembangunan berbagai hotel dan pusat perbelanjaan di seluruh penjuru kota, masih ditambah dengan banyaknya iklan luar ruang yang bertebaran di setiap ruas jalan dan di sudut-sudut jalan, seperti spanduk, baliho, banner, poster, *sign system*, dan sejenisnya. Di satu sisi fenomena tersebut telah mendorong pertumbuhan investasi daerah, tetapi di sisi lain menimbulkan persoalan terkait dengan keamanan dan keselamatan masyarakat. Sebagaimana diberitakan pada awal tahun 2022, beberapa baliho roboh menimpa jaringan listrik dan menghalangi jalan. Bahkan, di antara balihobaliho yang roboh tersebut ada yang tidak mengantongi izin (https://foto.bisnis.com/view/20220112/1488445/baliho-di-yogyakarta-ambruk-diterjang_anginkencan). Kenyataan ini dinilai telah menggerus kenyamanan hidup masyarakat kota Yogyakarta. Kondisi yang demikian bisa berujung pada kekhawatiran akan hilangnya slogan yang dicanangkan pemerintah dan menjadi kebanggaan masyarakat Yogyakarta, yaitu “Jogja Istimewa” dan “Jogja Berhati Nyaman”.

Tinjauan pustaka dilakukan dengan melihat beberapa sumber, hal ini diperlukan agar diperoleh informasi, data yang mendukung, serta untuk mendapatkan keaslian dan kebaruan. Di bawah ini beberapa hasil kajian yang pernah dilakukan dan buku yang telah dipublikasikan, antara lain penelitian oleh Nurhadi

yang berjudul “Kajian Spasial Keberadaan Reklame Luar Ruang terhadap Etika dan Estetika Ruang Publik di Kota Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: tipologi reklame luar ruang di Kota Yogyakarta, sebaran reklame luar ruang yang berada pada lokasi strategis maupun tidak strategis, persepsi masyarakat terhadap pengaruh keberadaan reklame luar ruang, dan alternatif lokasi yang direkomendasikan maupun tidak direkomendasikan untuk ruang publik. Hasil analisis menunjukkan bahwa *pertama*, karakteristik reklame di ruang publik kota Yogyakarta didominasi oleh jenis reklame komersial dibandingkan reklame nonkomersial. *Kedua*, sebaran reklame di ruang publik merata, ada 20 titik ruang publik berada pada lokasi strategis dan hanya 2 yang berada pada lokasi kurang strategis. *Ketiga*, persepsi masyarakat menunjukkan bahwa keberadaan reklame belum menciptakan ketertiban kota (82%), belum menciptakan keindahan kota (78%), tidak sesuai dengan kondisi ruang publik (85%), ukuran tidak sesuai (91%), warna menarik (75%), pencahayaan mengganggu (87%), intensitasnya tinggi (92%), mengganggu pemandangan sekitar (87%), tidak sesuai dipasang di lanskap permukiman (93%), sesuai dipasang di lanskap perdagangan dan jasa (97%), dan sesuai dipasang di lanskap ruang terbuka hijau (58%), dan *keempat*, lokasi alternatif yang direkomendasikan untuk pemasangan reklame didasarkan pada pertimbangan tata letak pemasangan reklame dan hasil analisis persepsi masyarakat. Reklame di ruang publik Kota Yogyakarta lebih didominasi reklame komersial daripada reklame non-komersial. Hal tersebut dapat dilihat dari penempatannya yang memilih tempat strategis, ukuran dan bentuknya besar, dilengkapi pencahayaan yang terang, sebaliknya reklame non-komersial cenderung memilih tempat tidak selalu strategis, ukuran dan bentuknya kecil, serta kadang tanpa pencahayaan.

Sementara penelitian yang dilakukan oleh Devin Defriza H pada Jurnal *Sistem Teknik Industri* Volume 7, No. 1 Januari 2006. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sepenuhnya pengaruh iklan ruang luar pada ruang kota. Masih sangat banyak tipe kawasan atau ruang kota dan metode pendekatan lain yang perlu untuk diteliti dalam menyelesaikan sepenuhnya studi ini. Lokasi terpilih untuk studi bersifat membatasi pembahasan dan analisis terhadap iklan ruang luar terkait. Lokasilokasi ini juga mempunyai beberapa karakter berbeda yang dapat membatasi hubungannya dengan lokasi lainnya. Pengaruh iklan ruang luar pada ruang kota yang berbeda karakternya. Terdapat pula kesimpulan terhadap aspek universal terkait dengan karakter iklan ruang luar yang dapat menjadi faktor pembentuk “sense of place” ruang kota, hal pembentukan identitas kota. Bagi para calon pemasang iklan dalam mengidentifikasi kriteria ruang kota yang berpotensi sebagai lokasi prima bagi pemasangan iklan ruang luar, serta menjadi pertimbangan bagi rencana pemasangan iklan yang potensial. Sedangkan di sisi lain, pemakaian metode dan teknik penelitian ini akan menjadi terobosan yang kemungkinan dapat bermanfaat bagi perkembangan model analisis terhadap penelitian ruang kota dan pemaknaannya.

Kajian sumber lain yang dipandang berharga adalah buku yang ditulis oleh Hurlburt yang berjudul *The Design Concept* (1981: 22-29) mengungkapkan bahwa ada tiga konstruksi penting dalam iklan, yakni: Informasi, Identifikasi, dan Persuasi. Hal ini bisa dijelaskan bahwa pada dasarnya setiap iklan senantiasa memiliki fungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi. Fungsi memberitahukan, menginformasikan sesuatu hal berkaitan dengan produk dan jasa kepada konsumen merupakan misi utama dalam iklan. Apa yang diinformasikan dalam iklan mengandung maksud memengaruhi atau membujuk konsumen dengan sajian tertentu supaya dapat menimbulkan rangsang yang mengarah kepada sikap dan perilaku tertentu. Di sini dapat dikatakan bahwa “iklan adalah persuasi” karena hampir semua penyajian iklan mengandung maksud memengaruhi atau membujuk khalayak dengan sajian tertentu supaya dapat menimbulkan rangsang yang mengarah kepada sikap dan perilaku sesuai yang diharapkan oleh iklan. Paparan tersebut dapat dilihat bahwa antara fungsi informasi, identifikasi, dan persuasi memiliki hubungan yang saling terkait dan tidak terpisahkan.

Secara konseptual, permasalahan tentang iklan luar ruang di kota Yogyakarta tidak bisa mutlak diselesaikan dengan sebuah ilmu secara tunggal dan absolut, artinya dalam praktik kerjanya iklan banyak diwarnai berbagai permasalahan (*advertising is based on a problem*). Di dalamnya terdapat berbagai

kepentingan, seperti kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, teknologi, komunikasi, maupun seni rupa (Davidson, 1992: 148 dan Frascara, 2004: 43). Sementara, menurut A.A.M. Djelantik (1999: 10-12), estetika kota tidak lain adalah estetika tentang (per)kota(an) yang dibentuk oleh struktur, tata ruang, ornamen, termasuk keindahan, kerapian, dan kebersihan kota. Berdasarkan konsep tersebut, iklan luar ruang berupa poster, *billboard*, spanduk, videotron, dan neon *box* yang berada di pinggir jalan, media jalan, taman kota, pohon, tiang listrik, dan gedung di sekitar kota Yogyakarta dilihat dari segi estetika kota banyak yang tidak mencerminkan estetika kota. Sebab banyak media iklan luar tersebut yang dipasang pada tempat-tempat tertentu yang mengganggu keindahan sebuah kota. Melalui estetika sosial, karya seni diapresiasi, berkaitan dengan konteks lingkungan-sosial, baik lingkungan hidup manusia, alam, maupun sosial. Karya seni yang dimaksud dalam kajian ini adalah desain Iklan Luar Ruang yang menjadi variabel penting, sebab pesan yang disampaikan melalui Iklan Luar Ruang akan menentukan seperti apa isi, bentuk, jenis, dan tempat pemasangannya.

Sebagaimana telah dipaparkan di muka, penelitian ini mencakup permasalahan Iklan Luar Ruang yang bertebaran di Yogyakarta. Bertolak dari topik penelitian ini, yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana kondisi lingkungan tata kota Yogyakarta, sehingga bisa seperti ini? Bagaimana peran pemerintah dalam melihat dan menyikapi kondisi ini? Apakah ada persoalan politik ekonomi serta sosial budaya yang saling memengaruhi, sehingga harus mengabaikan keindahan tata kota? Bertolak dari pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini dilakukan dan bertujuan untuk mengetahui dilema dan fenomena visual Iklan Luar Ruang yang bertebaran di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan konsep tata ruang publik terkait penempatan iklan. Selain itu, juga untuk mengetahui seberapa besar kebijakan pemda berpengaruh terhadap izin pemasangan iklan.

PEMBAHASAN

A. Dilematika ILR di Yogyakarta

Iklan luar ruang (ILR) sebagai salah satu unsur penunjang dalam kegiatan promosi yang digunakan oleh pengiklan nasional maupun lokal untuk menjual barang atau jasa kepada calon pembeli. Calon pembeli/konsumen tersebut bisa orang-orang yang berlalu lalang, dan masyarakat setempat, sehingga dalam koridor tersebut menjadi lahan yang strategis untuk penempatan iklan. Pemasangan ILR akan cenderung mengambil ruang terbuka kota yang dianggap strategis, sehingga pesan yang disampaikan akan lebih mudah dilihat oleh masyarakat. Tempat-tempat yang strategis untuk pemasangan ILR terutama persimpangan jalan di Kota Yogyakarta, antara lain pertigaan Demangan, pertigaan Kolombo, perempatan Condong Catur, pertigaan Janti, serta jalan-jalan protokol. Keberadaan ILR di satu sisi memberikan dampak positif, yaitu memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah melalui pajak, demikian pula dapat meningkatkan kualitas kota secara visual serta memberikan akses informasi terkait iklan yang terpajang. Namun demikian, di sisi lain keberadaannya juga berdampak negatif bagi kota (merusak keindahan/estetika lingkungan), antara lain menghalangi pandangan ke arah elemen-elemen kota yang menarik, seperti arsitektur bangunan maupun unsur lanskap kota dan bahkan dapat mengancam keselamatan masyarakat.



Gambar 1. Robohnya baliho serta masifnya pemasangan Iklan Luar Ruang dengan berbagai ukuran dan ketinggian memberi kesan semrawut yang dapat mengganggu keindahan, kenyamanan, dan keselamatan warga kota Yogyakarta. (Sumber: Dokumentasi foto.bisnis.com dan Prayanto WH, 2022)

Persoalan pemasangan Iklan luar ruang (ILR) di Yogyakarta hingga saat ini belum juga bisa diselesaikan dengan baik. Kajian yang pernah penulis lakukan tahun 2014 dengan persoalan Yogyakarta dalam kepuangan iklan hingga saat ini tidak mengalami perubahan ke arah yang lebih baik, akan tetapi justru semakin memprihatinkan bila membandingkan data ILR tahun 2013 dan tahun 2022, yakni Badan Periklanan Daerah Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) DIY mengatakan bahwa jumlah iklan yang dipasang kurun Januari hingga Oktober 2013 di Kota Yogyakarta ada 1.329 unit. Jika papan iklan dipajang di tepi jalan kota yang panjangnya 32 meter secara berderet panjangnya 28 kilometer. Artinya, kepadatan iklan 87,5% membuat ketidaknyamanan publik. Sementara data sejak Januari sampai akhir September 2022 tercatat ada 3.433 reklame ilegal yang ditertibkan oleh Satpol PPP Kota Yogyakarta. Pemerintah Kota Yogyakarta juga telah memenangkan gugatan terhadap 91 pemasang ILR yang melanggar Perda Nomor 2 Tahun 2015 tentang pemasangan Reklame (*Harian Jogja.com*). Dengan membaca dua data tersebut pemasangan ILR yang ada di kota Yogyakarta dalam kurun waktu 9 tahun mengalami kenaikan hampir 3 kalinya, padahal wilayah/ruang tidak mengalami perluasan. Demikian pula luas dan panjang jalan juga tidak mengalami penambahan, namun justru yang bertambah jumlah/volume pemasangan ILR. Berdasarkan pengamatan penulis, volume atau jumlah pemasangan ILR di Yogyakarta mengalami penurunan yang cukup drastis adalah ketika terjadi wabah Pandemi covid-19 (awal tahun 2020 hingga awal 2022). Suasana sepanjang jalan kota tidak banyak dipenuhi papan iklan, khususnya papan iklan jenis komersial. Tempat-tempat strategis yang biasanya terjadi kontestasi iklan dengan berjejal *billboard*, spanduk, poster, akan tetapi saat pandemi covid-19 hanya terlihat 1-2 *billboard* itu saja jenis iklan sosial/nonkomersial dari pemerintah yang menyampaikan informasi, himbuan, atau pesan sosial yang berkaitan Covid-19. Pada saat dua tahun Pandemi Covid-19 mulai landai, pemasangan ILR kembali marak di sepanjang koridor jalan sisi kanan maupun kiri kota Yogyakarta. Secara positif, dapat dikatakan hal ini menjadi penanda perekonomian pasca-pandemi mulai kembali menggeliat setelah dua tahun lesu. Dunia industri dan usaha masyarakat yang sebelumnya tiarap saatnya kembali bangkit. Untuk menawarkan barang dan jasa, kembali dilakukan dengan berbagai cara yang salah satunya dengan memasang ILR sebagai media komunikasi pemasaran. ILR adalah upaya untuk menyampaikan pesan secara efektif. Harus diakui, ILR hingga saat ini masih dibutuhkan oleh dunia industri, produsen, atau komunikator untuk menyampaikan pesan komersial maupun nonkomersial kepada khalayak. Dalam perkembangan teknologi informasi seperti saat ini, promosi bisa dilakukan melalui media sosial, website/internet, namun ILR masih dianggap media yang baik untuk meningkatkan *brand awareness*. Dengan memasang iklan di tempat publik, akan bisa meningkatkan *brand awareness* untuk khalayak yang tidak terjangkau oleh iklan di media sosial. Bila dibandingkan dengan metode pemasaran lain, penempatan ILR (*billboard*, baliho, spanduk, dan lainlain) dipasang pada tempat yang padat orang berlalu lalang mempunyai *impression* yang sangat tinggi. Artinya,

ILR jenis iklan yang tidak bisa dilewati begitu saja oleh orang-orang yang melaluinya (ILR memaksa khalayak untuk melihatnya). Berbeda dengan iklan *online*, seseorang bisa untuk memilih melewatinya.

Di balik keefektifan ILR sebagai media penyampai pesan, ada sejumlah persoalan yang belum terselesaikan dengan baik, yakni pemasangan ILR menjadi sebuah dilema bagi sebuah lingkungan tata kota. Di ruang publik perkotaan, seperti di Yogyakarta, masih sering ditemukan pemasangan ILR yang melanggar undang-undang. Fasilitas umum yang penuh ILR mulai dari pohon, tiang telepon, tiang listrik, pohon, rolling door pertokoan, tembok, pagar, jembatan penyeberangan, tidak luput menjadi tempat pemasangan iklan. Masyarakat yang lewat seringkali merasa terganggu dengan pemandangan tersebut. Hal itu dianggap memperkumuh tata ruang kota. Belum lagi ditambah adanya *billboard*/papan iklan yang berukuran besar bertebaran di koridor jalan-jalan perkotaan, semakin meneror masyarakat yang melaluinya. Meskipun pihak pemerintah daerah telah berkali-kali menghimbau pemasangan iklan/reklame harus memiliki izin dan mengikuti aturan yang berlaku, tetap saja masih banyak yang melanggar. Sebagaimana dikatakan Dodi Kurnianto, selaku Kepala Bidang Penegakan Peraturan Perundang-undangan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, telah melakukan pendekatan yustisi dan nonyustisi dalam menertibkan reklame yang melanggar aturan pemasangan di kota Yogyakarta. Proses yustisi dilakukan terhadap papan reklame yang diketahui tidak memiliki izin, sehingga berpotensi merugikan keuangan daerah karena tidak ada pemasukan dari pajak reklame, sedangkan proses penegakan nonyustisi dilakukan dengan memberikan peringatan, menghentikan fungsi papan reklame dengan cara menempel stiker, atau menutup reklame hingga pembongkaran (<https://www.msn.com/id-id/berita/nasional/ribuanreklame-di-yogyakartaditertibkan-91-melanggar-perda/ar-AA12oila>).

Kota Yogyakarta sebagai kota pelajar, kota budaya, kota wisata yang banyak didatangi masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia menjadi salah satu sasaran ILR untuk berlomba-lomba menyampaikan pesan produk dan jasa bagi perusahaan. Hampir seluruh bagian ruang publik yang ada di Kota Yogyakarta sudah didominasi oleh kontestasi iklan yang dihasilkan oleh industri kreatif. Kontestasi iklan yang ada di ruang publik terus menghiasi wajah Kota Yogyakarta dan sudah menjadi konsumsi visual sehari-hari, meskipun keberadaannya sering ditemukan mengganggu ruang publik. Sebagai contoh, wajah bangunan sepanjang jalan Gejayan, jalan Magelang, bahkan di Malioboro tidak lagi tampak karena dipenuhi papan iklan berbagai produk. Bagian tampak depannya nyaris terselubung papan reklame berbagai produk yang lebih mencolok ketimbang nama toko yang bersangkutan. Keberadaan ILR ini tidak tersadari bahwa telah terjadi kekerasan simbolik yang dilakukan oleh iklan-iklan yang ada. Masyarakat yang lewat secara sengaja atau tidak sengaja akan dipaksa melihat iklan-iklan yang dipasang di sepanjang jalan. Teror-teror iklan akan terus menghantui ini secara tidak sadar telah tertanam dalam benak alam bawah sadar. Jika hal ini dibiarkan oleh pemerintah sebagai regulator, demikian juga tidak ada kesadaran masyarakat dan berbagai pihak terkait, slogan “Jogja Berhati Nyaman” tidak terwujud.

Tidak dapat dipungkiri, kehadiran ILR sejatinya telah memberikan keuntungan atau kepentingan berbagai pihak, baik di bidang industri, pemerintah daerah, maupun masyarakat luas. Kata "ruang" dalam konteks ini tidak hanya menasar kepada ruang penempatan iklan itu sendiri, tapi tempat ini menjadi perhatian untuk berbagai kepentingan. Kepentingan untuk mengarahkan masyarakat kepada kehendak iklan, seperti berpengaruh pada pembangunan ideologi iklan, gaya hidup, mendorong masyarakat konsumtif, akan tetapi selain tersebut juga secara fisik penempatan media ILR sering mengganggu keindahan lingkungan kota. Saat ini akan sulit melihat dan memaknai desain secara terpisah dari masalah sosial. Kalau berbicara desain komunikasi visual/ILR, hampir tidak mungkin membicarakannya hanya sebatas sebagai media saja. Dalam konsep sosio-desain, sebuah proses kerja desain tidak dapat dilihat sebagai dua hal terpisah yang terdiri atas sistem teknis dan sistem sosial. Keduanya harus dilihat sebagai kesatuan. Dalam teori Victor Papanek, menekankan pentingnya merancang/mendesain dapat menunjukkan pertimbangan sosial sebagai sebuah bentuk tanggung jawab. Papanek menekankan pada pentingnya desainer untuk memiliki tanggung jawab sosial.

Dalam konteks desain, teori sosial mendasari pendekatan perancangan yang memiliki tujuan yang berkaitan dengan audiens, efisiensi, dan efektif. Pada intinya, desain yang didasarkan pada teori sistem sosio menekankan pada upaya menerapkan desain tanpa melupakan isu-isu sosial. Sebab itu, sosio-desain sangat menaruh perhatian pada partisipasi semua pihak yang akan menggunakan atau mendapatkan manfaat dari rancangan/desain. Beberapa konsep yang kemudian berkembang melengkapi desain sosio- desain adalah: Desain Partisipatoris (*Participatory Design*). Sebuah pendekatan untuk perancangan dan pengembangan sistem teknologi dan sosial yang menekankan perlunya keterlibatan pengguna dan *stake- holder* secara menyeluruh. Gagasan-gagasan tersebut telah melahirkan pemikiran tentang estetika lingkungan-sosial, karena pengalaman individu berhadapan dengan pengalaman individu lain, bahkan dengan lingkungan masyarakat (Berleant, 2010). Estetika lingkungan-sosial adalah estetika kontekstual, berangkat dari karya seni yang terwujud dalam penciptaan karya dan diapresiasi, terkait dengan konteks lingkungan-sosial. Yang dimaksud karya seni dalam kajian ini tidak lain karya desain iklan. ILR dalam hal ini menjadi variabel penting sebab melalui ILR yang berfungsi menyampaikan pesan menentukan seperti apa bentuk, jenis, dan tempat pemasangan yang memaksa seseorang/masyarakat diharapkan atau dipaksa untuk melihat. Berleant (2010) menyatakan pengalaman indrawi tidaklah selalu bersifat positif, dan jika itu melukai hati, menyakitkan, mempunyai efek yang jahat dan merusak, pengalaman estetika ini membawa pada wilayah negatif. Sebagaimana dalam kajian ini, sosio-desain digunakan sebagai sebuah pendekatan untuk membaca keberadaan media ILR di Yogyakarta.

ILR bila dilihat berdasarkan pesan yang disampaikan dapat dibedakan menjadi iklan komersial dan iklan non-komersial. Iklan komersial merupakan media yang memberikan informasi suatu barang atau jasa untuk kepentingan promosi dagang. Berdasarkan observasi dan pengamatan, jenis iklan komersial ini terlihat sangat mendominasi di beberapa ruang publik di Yogyakarta. Jenis Iklan komersial ini bertebaran di seluruh koridor jalan di Yogyakarta, terlebih ILR berupa *billboard*/papan reklame yang berukuran besar banyak dilihat di Jalan Solo, Jalan Adisucipto, Jalan Kolombo, Jalan Gejayan, dan jalan utama yang lain. Terlebih *billboard* ini juga berkontestasi di setiap pertigaan maupun perempatan. Berbeda halnya dengan jenis iklan non-komersial pada umumnya menyampaikan pesan pelayanan kepada masyarakat, seperti penyampaian pesan/informasi tentang pajak, menjaga kesehatan di masa pandemi Covid-19, dan layanan sosial yang lain. Berdasarkan pengamatan penulis, jenis iklan non-komersial ini tidak begitu banyak menonjol, akan tetapi dapat dilihat khususnya berada di depan/dekat dengan kantor pemerintahan (Rumahsakit, kantor kecamatan, dan lain-lain). Selanjutnya ILR dilihat dari material dan periode waktu pemasangan dapat dibedakan atas ILR bersifat permanen dan ILR bersifat non-permanen (*temporer*). Secara umum, ILR permanen-permanen dibuat dengan konstruksi yang baik (berfondasi, kerangka besi) dan ditanam ke dalam tanah. ILR jenis ini pada umumnya dipasang dengan melewati proses izin. Sementara ILR bersifat non- permanen (*temporer*), jenis media ini pada umumnya mempunyai ciri mudah untuk dipindahkan atau di bongkar dan tidak perlu membuat sebuah fondasi yang kuat atau konstruksi yang baik maupun bahan yang mahal (cukup dengan bambu/kayu). Media ILR yang jenis ini sangat banyak dijumpai dan dipasang pada sembarang tempat (diikat pada pohon, tiang listrik, tiang telepon), bahkan sering dijumpai dipasang melintang pada trotoar atau bahkan mepet ke badan jalan, sehingga menimbulkan kesan tidak teratur dan tidak mempertimbangkan estetika kota juga mengganggu hak pengguna trotoar/jalan, yang ujung-ujungnya juga mengabaikan keselamatan masyarakat. ILR sebaiknya dipahami tidak hanya sebagai aktivitas komunikasi bisnis, namun iklan juga memiliki beragam peran dan kepentingan dalam masyarakat. Di Yogyakarta masih banyak sekali ILR yang melanggar etika periklanan (undang-undang), sebagai salah contoh adalah iklan *Grab bike* yang secara visual menampilkan dua sosok/figure, salah satunya bintang film Raffi Ahmad sedang diboncengkan dengan sepeda motor. Warna dominan desain hijau dengan teks “ Grabbike hemat, keep Kalem, Keep Murah”, adapun format desain vertical tinggi sekitar 175-an cm dibingkai bambu. Yang menjadi masalah adalah cara pemasangan iklan ini, yaitu dipasang dengan cara mengikatnya pada tiang telepon maupun tiang listrik (lihat Gambar 2). Iklan Grab yang dibintangi Raffi

Ahmad ini dipasang dan dapat dilihat hampir di seluruh jalan kota di Yogyakarta, seperti di sepanjang Jalan Solo, Jalan Adi Sucipto, Jalan Kolombo, Jalan Gejayan, Jalan Condong catur, dan Jalan Babarsari. ILR Grab versi Raffi Ahmad tentu melanggar aturan yang sudah ditetapkan dalam PERDA Yogyakarta No.2 tahun 2015, Pasal 6 ayat 1. Adapun bunyinya “Reklame dilarang diselenggarakan: Menempel pada pohon, tiang listrik, tiang telepon dan rambu lalu-lintas”.



Gambar 2. ILR non-permanen/temporer paling dominan dipasang di jalan-jalan Yogyakarta dan melanggar peraturan.
(Sumber: Prayanto WH)

B. Pergeseran Tempat Pemasangan Papan Iklan (*Billboard*/Baliho)

Pesatnya perkembangan perekonomian baik perorangan maupun badan usaha/lembaga yang mempunyai suatu usaha atau suatu produk akan sangat membutuhkan media periklanan untuk memperkenalkan produk atau usahanya. Pasca-pandemi Covid-19 aktivitas bisnis di Kota Yogyakarta mulai meningkat kembali baik di bidang jasa maupun perdagangan. Salah satu alat untuk melakukan promosi adalah dengan melalui pemasangan media iklan. ILR merupakan salah satu objek pajak daerah yang merupakan salah satu potensi bagi Pemkot Yogyakarta dalam penerimaan pajak daerah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Potensi pajak reklame di Kota Yogyakarta juga sangat besar, oleh karena itu harus terus dioptimalkan. Pemasangan papan iklan (*billboard*) sudah seharusnya dengan izin dan ketentuan sesuai undang-undang. Tanpa dilengkapi izin dan ketentuan itu, maka Pemkot Yogyakarta tidak dapat menarik pajak. Namun menjadi dilematis pada satu sisi keberadaan ILR khususnya yang berizin memberi kontribusi pajak bagi pemkot, di sisi lain di wilayah ini banyak bangunan bersejarah, gedung yang indah dan megah yang turut mempercantik kota Yogyakarta. Oleh karena itu, penataan ruang kota melalui pendekatan sosio-desain bertujuan agar penataan ILR sesuai dengan tata ruang, estetika, kepribadian, dan budaya bangsa, serta tidak bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, dan kesehatan lingkungan. Untuk mengurangi pelanggaran pemasangan ILR dalam hal ini dikeluarkan Peraturan Walikota (Perwal) Jogja No.26/2010 tentang Master Plan Reklame dan Perwal No.85/2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kawasan Malioboro sebagai landasan peraturan. Berdasarkan aturan tersebut, sejumlah ruas jalan, seperti Jalan Sudirman, Jalan Suroto, Jalan Mangkubumi, Jalan Malioboro hingga Nol Kilometer termasuk kawasan steril dari reklame.

Berdasarkan peraturan walikota tersebut sepertinya sungguh-sungguh dijalankan. Hal ini terlihat ketika penulis mengumpulkan data dengan melakukan observasi, pengamatan, dan dokumentasi menyisir jalan-jalan yang disebutkan pada Peraturan Walikota tidak terlihat papan reklame/*billboard* yang melintang di atas jalan. Pada tahun-tahun sebelumnya (sebelum pandemi Covid-19) masih ditemui beberapa *billboard* yang terpasang, sehingga dapat mengganggu kenyamanan dan merusak estetika kota. ILR biasanya terdapat di setiap sudut jalan dan sangat mengganggu pandangan masyarakat yang sedang beraktivitas. Namun demikian, masih ada ILR (nonpermanen) yang melanggar aturan, seperti menempel iklan di tiang listrik,

tiang telepon, di dinding bangunan. Dengan peraturan walikota Yogyakarta tersebut setidaknya ada ruang atau tempat yang tidak boleh lagi untuk digunakan memasang iklan dengan media *billboard*. Oleh karena itu, para penyelenggara ILR baik perorangan, perusahaan/lembaga yang akan mempromosikan barang dan jasanya mencari alternatif untuk memasang iklannya. Berdasarkan catatan peneliti, terdapat pergeseran ke titik-titik pemasangan ILR di luar Perwal tersebut, di antaranya ke Jalan Kolombo volume ILR/*billboard* semakin rapat jarak antarmedia satu ke media yang lainnya. Apabila dicermati, kepadatan *billboard*/ILR yang di Jalan Kolombo bersambung sampai Jalan Gejayan. Pergeseran tempat pemasangan ILR/*billboard* yang lain adalah pada jalan utama arah mau masuk ke kota Yogyakarta. Sebagai contoh dari arah timur mulai pertigaan bandara adisucipto ke arah barat sampai Jalan Janti (*flyover* Janti) kanan kiri jalan banyak *billboard* terpasang. Apalagi kontestasi reklame/*billboard* dengan berbagai ukuran bisa disaksikan di Pertigaan Bandara Adi Sucipto, Pertigaan Maguwo, dan Pertigaan Janti.

Pergeseran tempat pemasangan ILR sangat berkaitan dengan perancangan suatu kota. Untuk memperoleh keseimbangan, diperoleh dari persepsi masyarakat yang melihat sebagian objek sasaran dengan kepentingan penataan kota yang mempertimbangkan keindahan, ketertiban, dan keteraturan. Keseimbangan dapat diukur dari tata letak, ukuran, warna, konstruksi serta jumlah yang berada dalam satu area. Oleh karena itu, perancangan suatu kota dilakukan dengan mengikuti suatu proses dan kriteria desain tertentu yang disepakati oleh masyarakat/warganya. Meskipun tidak bisa diabaikan bahwa pemerintah daerah berusaha mengoptimalkan izin penggunaan ruang terbuka publik untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak. Namun juga diperhatikan ada hak publik untuk menikmati estetika tata kota yang rapi tidak terpenuhi karena ILR yang dipasang secara tidak beraturan, serta sembarangan.

PENUTUP

Iklan luar ruang merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pemasar untuk mengomunikasikan atau memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk dan jasa. ILR dapat menjangkau pasar yang luas dengan upaya membujuk serta memengaruhi konsumen. ILR digunakan karena terbukti efektif dalam menyampaikan pesan-pesan kepada audiens ketika berada di ruang publik. Meskipun perkembangan teknologi informasi seperti saat ini, sebagian besar perusahaan sudah banyak memanfaatkan periklanan secara *online* untuk mengiklankan produknya. Akan tetapi, cara beriklan secara konvensional melalui ILR ternyata masih ampuh untuk digunakan menarik perhatian audiens. Namun pemasangan ILR di koridor jalan perkotaan masih sering terjadi dan hal ini menjadi permasalahan yang berdampak pada sistem visual ruang kota/ruang publik. Hal ini terjadi karena tidak adanya keserasian dan keteraturan antara iklan satu dengan iklan yang lainnya, juga tidak ada keserasian dengan lingkungan di sekitarnya. Berbagai macam bentuk ILR dipasang tanpa mengindahkan aspek-aspek estetika sosial/lingkungan, proporsi, dan aspek keselamatan. Penelitian ini dilaksanakan bersamaan dengan meredanya situasi wabah/pandemi Covid-19. Dari sisi penyelenggara, ILR perorangan atau lembaga memandang bahwa ILR masih penting untuk menyampaikan informasi dan pesan atas produknya. Sementara dari pihak pemerintah/regulator, keberadaan ILR mengandung hal yang dilematis, di satu sisi mengganggu lingkungan/tata kota akan tetapi di sisi lain memberikan pemasukan yang cukup besar bagi Pemda. Selanjutnya bagi masyarakat, menunjukkan tumbuhnya perekonomian suatu kota, namun penataan ILR penting dilakukan agar lingkungan sosial bisa nyaman dilihat.

DAFTAR PUSTAKA

- Berleant, Arnold. 2010. *Sensibility and Sense, The Aesthetic Transformation the of Human World*. Imprint Academic.
- Baudrilard, Jean P. 1970. *La Societe de Consommation atau Masyarakat Konsumsi*. Terjemahan Wahyunto (2006). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- . 1976. *For a Critique of The Political Economy of the Sign*. St. Louis, MO: Telos press.

- Djelantik, A.A.M. 1999. *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Davidson, Martin. 1994. *The Consumerist Manifesto Advertising in Postmodern Times*. London and New York: Routledge.
- Featherstone, Mike. 2001. *Consumer Culture and Posmornism atau Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Terjemahan Misbah ZE. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Feldman, Edmund. 1992. *Varietas of Visual Experience*. New York: Prentice Hall.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan* (Edisi Ketiga). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Holtje, Herbert F. 1978. *Theory and Problems of Advertising*. USA: Mc Graw Hill Book Company.
- Hulburt, Allen. 1981. *The Design Concept*. New York: Watson-Guptill Publications.
- Khasali, Renald. 1999. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Papanek, Victor. 1984. *Design for The Real World: Human Ecology and Social Change*. Chicago: Design Page.
- Stuart Ewen. 2001. *Captains of Consciousness Advertising and The Social Roots of The Consumer Culture*. <https://foto.bisnis.com/view/20220112/1488445/baliho-di-yogyakarta-ambruk-diterjangnginkencang>).
<https://www.msn.com/id-id/berita/nasional/ribuan-reklame-di-yogyakarta-ditertibkan-91melanggar-perda/ar-AA12oila>

MEMBANGUN IDENTITAS DALAM RUANG VIRTUAL

Hartono Karnadi

(Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta Jl.
Parangtritis Km. 6,5 Sewon, Yogyakarta 55188)

ABSTRACT

Integrating digital cameras with mobile phones encourages people to photograph an event or object in front of them anytime and anywhere. This is due to the advantages of a mobile phone camera that is practical, easy to operate, and there is no need to buy film, can be seen immediately, can also be directly shared with the public at the same time, and can also be edited as needed. Nowadays, the practice of photographing is a common thing. It has become a part of everyday life. Unlike in previous times, only certain people have conventional cameras. The combination of communication systems with digital image recording technology has formed a new culture for some people in taking, processing, storing, and presenting photos. Photos are no longer stored in a photo album book but in a virtual space. Both private and family pictures are intentionally shared for public consumption through social networking channels. One of the platforms of social networking sites used is Facebook. Facebook account users have various interests; communication, business, entertainment, and information. They interact with fellow users in a virtual space, sharing text and visual messages. In addition, Facebook, for some of its users, is considered a cinema stage for building identity. This research uses Laura Mulvey's visual enjoyment theory approach. Additionally, in the context of psychoanalysis, it shows how the unconsciousness of society in uploading their photographs in the virtual world has encouraged the occurrence of social exhibitionists. They have a strong desire to get the attention of others on social networks. On the other hand, sure, public spectators are caught up in voyeurism. They get visual enjoyment from the photos shown. This study uses a qualitative method with purposive techniques, which is to test various considerations of a population to obtain information selectively. Source selection is based on a purposive sample strategy, namely non-random sampling with inclusion criteria for the sampling site, by determining specific characteristics that follow the research objectives. Therefore, the source of the data is taken from direct observation of the users of the Facebook account. The descriptive exploration summarizes that the uploader of an image on Facebook gets pseudo-enjoyment when the uploaded images get a response from fellow facebookers. Facebook as a virtual space has implications for displaying pictures of various personal, family, or group identities with a variety of activities and fantasies that come with it.

Keywords: identity, virtual space, Facebook, autograph digital, pleasure visual

ABSTRAK

Integrasi kamera digital dengan telepon seluler mendorong masyarakat dapat memotret suatu peristiwa atau objek yang ada dihadapannya kapan saja dan di mana saja. Hal tersebut disebabkan oleh kelebihan kamera ponsel yang praktis, mudah mengoperasionalkannya, tidak perlu membeli film, dapat langsung dilihat hasilnya, dapat langsung pula dibagikan ke publik pada saat yang bersamaan, termasuk juga dapat diedit sesuai kebutuhan. Saat ini praktik memotret bukanlah suatu hal yang eksklusif, ia sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari. Tidak seperti zaman sebelumnya, hanya orang tertentu saja yang memiliki kamera konvensional. Berpadunya sistem komunikasi dengan teknologi perekam gambar secara

digital, membentuk budaya baru bagi sebagian masyarakat dalam mengambil, memproses, menyimpan, hingga menyajikan foto. Foto tidak lagi disimpan pada buku album foto, melainkan di ruang virtual. Foto-foto pribadi maupun keluarga sengaja dibagikan untuk konsumsi publik melalui saluran jejaring sosial. Salah satu platform situs jejaring sosial yang digunakan adalah *Facebook*. Pengguna akun *Facebook* memiliki berbagai kepentingan; komunikasi, bisnis, hiburan maupun informasi. Mereka berinteraksi dengan sesama pengguna, di ruang virtual saling berbagi pesan teks maupun visual. Selain itu *Facebook* bagi sebagian penggunanya dianggap sebagai panggung sinema untuk membangun identitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori kenikmatan visual Laura Murvey. Di samping itu, dalam konteks psikoanalisis menunjukkan bagaimana ketidaksadaran masyarakat dalam mengunggah foto-foto mereka di dunia virtual telah mendorong terjadinya eksibisionis sosial. Mereka memiliki hasrat yang kuat untuk mendapat perhatian orang lain di jejaring sosial. Di sisi lain, publik tertentu sebagai penonton terjebak dalam voyeurisme, mereka mendapatkan kenikmatan visual dari foto-foto yang ditampilkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik purposif, yaitu menguji berbagai pertimbangan dari suatu populasi dengan tujuan memperoleh informasi secara selektif. Seleksi sumber berdasarkan strategi sampel purposif, yaitu secara non-random sampling dengan kriteria inklusi tempat pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, sumber data diambil dari pengamatan langsung kepada para pengguna akun *Facebook*. Simpulan yang dapat dirangkum dari eksplorasi deskriptif tersebut, bahwa pengunggah foto di *Facebook* mendapatkan kenikmatan semu ketika foto-foto yang diunggah mendapatkan respon dari sesama *facebooker*. *Facebook* sebagai ruang virtual berimplikasi menjadi wahana memajang foto berbagai identitas pribadi, keluarga atau kelompok dengan beragam aktivitas dan fantasi yang menyertainya.

Kata Kunci: identitas, ruang virtual, *facebook*, fotografi digital, kenikmatan visual

PENDAHULUAN

Kebiasaan memotret sejak dahulu di kalangan menengah ke atas sudah sangat lazim dilakukan. Hal itu tidak terjadi pada masyarakat bawah. Mereka tidak dapat menjangkau harga kamera yang sangat mahal, belum lagi untuk memprosesnya hingga menjadi cetakan foto. Bagi yang tidak memiliki kamera, biasanya mereka bersama-sama pergi ke studio foto atau memanfaatkan jasa “tukang foto keliling” yang melewati rumah mereka. Dahulu untuk mendatangkan fotografer profesional belum terjangkau di kalangan ekonomi menengah ke bawah. Beruntung apabila tetangganya memiliki kamera, sehingga dapat dilibatkan sebagai fotografer “sukarela” untuk mendokumentasikan berbagai peristiwa; pernikahan, ulang tahun, kematian, dan acara penting lainnya. Dahulu membuat foto hanya sebagai pelengkap dalam berbagai kegiatan, yang penting ada dokumentasinya. Foto belum menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut menjadi berubah ketika kamera semakin terjangkau ditambah pula dengan adanya inovasi teknologi digital. Pemotretan dapat dilakukan dengan mudah menggunakan kamera digital konvensional maupun kamera yang terintegrasi pada telepon pintar (kamera ponsel). Fotografi digital memberikan fleksibilitas dalam penyebaran foto melalui dunia virtual, sehingga dampaknya terjadi ledakan visual di berbagai platform jejaring sosial.

Berbagai foto di jejaring sosial menjadi yang umum dilakukan. Hal ini sangat dimungkinkan karena telepon seluler maupun gawai lainnya terhubung dengan jaringan internet. Berbagai platform jejaring sosial dapat memfasilitasi penggunaannya untuk berbagai foto tersebut. Salah satunya adalah *Facebook*. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Matt Ahlgren (2022), pada saat ini lebih dari 350 miliar foto telah diunggah ke *Facebook*, yang dilakukan oleh lebih dari 1,9 miliar pengguna aktif di dunia. Sebanyak 31,5% dari semua pengguna *Facebook* berusia antara 25 dan 34 tahun yang merupakan kelompok usia yang paling banyak menggunakan *Facebook*, sedangkan 43,5% pengguna *Facebook* adalah perempuan, dan laki-laki

mencapai 56,5% dari total jumlah pengguna. Berbagai alasan masyarakat dunia memiliki akun *Facebook*; pencari hiburan mencakup 33%, akun berita 23%, promosi produk 17%, memperkuat jaringan profesional 11%, dan tujuan lainnya 16%. Saat ini, ada sekitar 2,53 miliar telepon pintar yang digunakan di dunia. Suatu yang mengejutkan, 85% dari pemilik telepon pintar tersebut menggunakan aplikasi *Facebook*.

Facebook menyediakan fasilitas untuk mempertontonkan foto-foto penggunanya dalam berbagai ruang galeri foto; Foto Sampul dan Foto Profil, Foto tentang Anda, Foto Anda, dan Album. Ruang galeri foto tersebut memiliki perbedaan fungsinya. Foto Sampul seperti sebuah buku selalu dilengkapi lembar perwajahan untuk memberi informasi, termasuk juga menyajikan ilustrasi untuk meningkatkan daya tarik. Foto Profil pada umumnya menyajikan jati diri atau identitas pengguna akun *Facebook*. Foto tentang Anda merupakan kumpulan foto pertautan antar-sesama pengguna yang melibatkan kita atau sebaliknya. Foto Anda merupakan foto-foto postingan yang pernah kita buat, sedangkan Album merupakan kumpulan foto pribadi yang memang sengaja ketika akan diunggah dimasukkan ke dalam fasilitas tersebut.

Fasilitas galeri foto pada *Facebook* mengubah perilaku masyarakat dalam menyimpan foto. Pada era analog, kumpulan foto dalam berbagai peristiwa tertata rapi di dalam album foto, kini bermigrasi ke dalam dunia virtual dalam tampilan layar. Penyimpanan foto secara digital dan virtual secara teknis sangat efektif. Foto-foto digital dapat mudah diakses siapa saja tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Di samping itu, foto dengan format digital selalu stabil, foto tidak mengalami perubahan warna maupun fisik. Berbeda dengan foto-foto analog, secara fisik rentan terhadap kerusakan dari perubahan temperatur yang dapat mengakibatkan emulsi film atau cetakan foto menjadi rusak. Penyimpanan foto pada *Facebook* tidak berbayar, hanya saja foto-foto kita rawan disalahgunakan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu.

A. Facebook sebagai Sinema Virtual

Beberapa dekade sebelum transformasi teknologi analog ke digital, sebagian besar aktivitas pribadi maupun keluarga diabadikan dengan kamera konvensional, dan hasil fotonya disimpan pada sebuah album foto. Album foto keluarga pada umumnya untuk mengarsipkan foto-foto berbagai peristiwa domestik, kelahiran, ulang tahun, pernikahan, kematian, acara berlibur, dan lain sebagainya yang sangat penting dan memiliki ikatan emosi yang kuat dalam suatu keluarga. Fotografi adalah lingkungan simbolis yang khas untuk mewakili dunia. Foto telah berfungsi sebagai kesaksian objektif, serta sifat teknis rekamannya menjadi kenangan karena bentuk representasi fotografi, yang secara mekanis dapat memvisualisasikan dan mereproduksi gambar yang tepat dari sepotong ruang dan waktu (Dong-Hoo Lee, 2010:269). Album foto menjadi arsip sejarah pribadi maupun keluarga dalam bentuk visual. Foto-foto dalam album terakumulasi membentuk biografi atau sejarah pribadi maupun keluarga. Album memberikan serangkaian urutan antara masa lalu dan masa kini, tetapi juga menjadi semacam perjalanan waktu (Karen Strassler 2010:200-203). Album foto bagaikan buku sejarah bergambar, untuk berbagi cerita melalui kolase foto. Menurut Pierre Bourdieu, album keluarga mengekspresikan esensi memori sosial. Gambaran masa lalu disusun dalam urutan kronologis, urutan logis dari memori sosial, membangkitkan dan mengomunikasikan ingatan akan peristiwa yang patut dipertahankan karena monumen masa lalunya (1990:30-31).

Album foto keluarga, dahulu lebih bersifat pribadi yang disimpan sangat rapi. Hanya orang tertentu saja yang diizinkan untuk melihatnya. Tetapi saat ini, album foto tersebut menjadi sangat terbuka di hadapan publik dalam dunia virtual. Fenomena ini tidak dapat dihindari sebagai dampak perkembangan teknologi komunikasi digital yang telah menciptakan lingkungan media baru, sehingga mengubah cara orang dalam mengakses, memproses, memanipulasi, menyimpan, dan mendistribusikan informasi (Dong- Hoo Lee, 2010:266). Berpadunya teknologi komunikasi dan fotografi digital memungkinkan kita untuk menyebarkan konten serta memiliki akses ke ruang komunikasi jejaring sosial. Berbagai platform jejaring sosial; *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan masih banyak lainnya memberikan akses bagi penggunanya untuk mengunggah berbagai pesan teks maupun visual, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Sebelum membahas foto-foto yang diunggah pada jejaring sosial, akan dibahas bagaimana kemudahan dan fleksibilitas kamera ponsel. Ada beberapa hal terutama teknik memotret yang "mungkin" akan sangat merepotkan atau tidak dapat dijangkau oleh kamera konvensional; (1) pengaturan cenderung otomatis, sehingga praktis dan semua orang dapat mengoperasionalkannya; (2) bentuknya pipih, ini sangat memungkinkan untuk memotret pada ruang yang sangat sempit yang hanya dapat dijangkau oleh kamera ponsel; (3) Terdapat kombinasi *focal length* lensa, sehingga dapat memotret dari jarak jauh hingga sangat dekat. Hal ini memberikan efisiensi dari penggunaan berbagai lensa apabila memotret dilakukan dengan kamera konvensional; (4) Ada beberapa ponsel yang dapat digunakan untuk memotret di dalam air, sehingga memberi kesempatan untuk menyajikan area yang berbeda.

Fotografi seluler mengubah budaya komunikasi masyarakat dunia. Saat ini aktivitas menelepon tidak hanya berkata-kata oral saja, tetapi juga dilakukan secara visual. Kadangkala pada saat yang bersamaan para pengguna ponsel dapat secara langsung berkomunikasi melalui foto atau video secara virtual. Dengan kecanggihan teknologi komunikasi digital ini, pengalaman di luar jalur lingkaran (*luring*) seseorang pada suatu area dan peristiwa menjadi pengalaman visual di dalam lingkaran (*daring*) di ruang virtual. Popularitas situs media sosial untuk memosting gambar telah memunculkan bentuk baru komunikasi termediasi: berbagi foto secara daring. Foto-foto yang diunggah pada *Facebook* yang merupakan visualisasi berbagai aktivitas manusia, terakumulasi menjadi rangkaian bingkai foto yang seolah-olah seperti sinematik. Foto-foto tersebut menarasikan peristiwa dalam kehidupan manusia yang setiap saat dapat ditonton oleh siapa saja yang terkait dengan *Facebook*. Tanpa disadari foto-foto dalam *Facebook* menjadi objek tontonan. Rasa ingin tahu pada sesama pengguna, mendorong mereka saling "mengintip" foto-foto yang tersimpan pada galeri foto. Mereka merasakan sensasi kenikmatan visual, sehingga *Facebook* pada akhirnya seperti sinema dan menjadi ruang voyeurisme kolektif. Menurut Laura Murvey, sinema sebagai sistem representasi mengajukan persoalan tentang bagaimana ketidaksadaran membentuk struktur cara melihat dan kenikmatan dalam memandang.

Sinema menawarkan sejumlah kemungkinan kenikmatan. Salah satunya adalah *scopophilia* (kenikmatan dalam memandang). Ada keadaan pada saat memandang itu sendiri adalah sumber kenikmatan, seperti halnya, dalam formasi terbalik, ada kenikmatan untuk dipandang (Murvey, 1989:15- 16). Kenikmatan memandang dan kenikmatan untuk dipandang menyatu seperti dua sisi uang logam. Dalam konteks ini merujuk kepada pengguna akun *Facebook*, di satu sisi ia adalah penikmat tampilan foto-foto dan di sisi yang lain ia ingin menikmati dirinya dipandang oleh publik. Hal ini sejalan dengan pernyataan Murvey bahwa rasa ingin tahu dan keinginan untuk terlihat berbaur dengan ketertarikan pada kemiripan dan pengenalan: wajah dan tubuh manusia, hubungan antara manusia dan sekitarnya (1989:17). Kita memandang foto-foto orang yang dikenal maupun tidak dikenal yang tersaji dalam *Facebook*, secara tidak sadar sedang membandingkan dengan berbagai hakikat kehidupan kita sendiri. Seperti halnya pertunjukan sinema yang bertujuan untuk memenuhi keinginan primordial, tetapi juga mengembangkan *scopophilia* dalam aspek narsistiknya (Murvey, 1989:17).

B. Membangun Identitas dalam Ruang Virtual

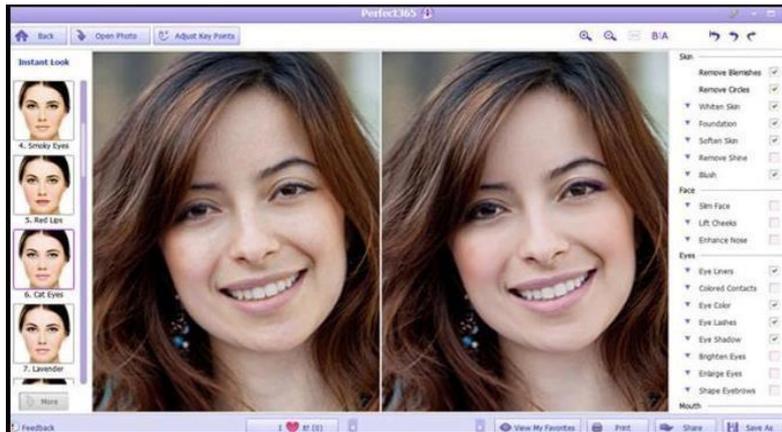
Menurut Pierre Bourdieu, nilai sebuah foto diukur oleh kejelasan dan kepentingan informasinya bahwa ia mampu berkomunikasi sebagai simbol atau jika memungkinkan sebagai alegori (1990:92). Foto-foto di *Facebook* dapat dikategorikan foto bercerita. Foto-foto yang diunggah sejak dahulu hingga sekarang jika diurutkan bisa saja menjadi suatu cerita aktivitas kehidupan seseorang atau keluarga. Hal ini dapat terjadi karena foto-foto di *Facebook* meninggalkan jejak waktunya secara digital, foto-foto tersebut secara otomatis tersusun secara kronologis, sehingga kapan saja apabila kita ingin mengetahui waktu suatu peristiwa akan sangat mudah menjumpainya. Situs jejaring sosial dalam dunia virtual memunculkan fenomena eksibisionis sosial, setiap orang yang memiliki akun jejaring sosial cenderung mengunggah foto berbagai aktivitas individu, keluarga, teman, hingga foto bareng bersama tokoh terkenal. Karakteristik

psikologis dalam aktivitas berbagi foto *online*, menunjukkan bahwa ekstraversi, percaya diri, dan eksibisionisme paling konsisten terkait dengan aktivitas berbagi foto. Eksibisionisme didefinisikan oleh HA. Murray yaitu terkait dengan kesombongan dan keinginan untuk menarik perhatian (Agnieszka Sorokowska, et al., 2015:119-120). Menurut Pierre Bourdieu peristiwa mengambil foto, menyimpan atau melihatnya, dapat memberikan kepuasan pada salah satu dari lima ranah; mengabdikan suatu kesempatan, berkomunikasi dengan orang lain dan mengungkapkan perasaan, pemenuhan atau pencapaian diri, prestise sosial, selingan atau membebaskan diri dari kukungan rutinitas (Bourdieu, 1990:14). Mengaitkan juga dengan pernyataan Dong-Hoo Lee, bahwa internet telah mengubah makna budaya dalam membingkai, mengambil, menampilkan, menyusun, dan meninjau foto (2010:266). Dari kedua pernyataan tersebut dalam konteks seseorang mengambil foto lalu mengunggahnya ke dalam ruang jejaring sosial, memiliki berbagai tujuan. Sudah sangat jelas bahwa *Facebook* menjadi tempat berkumpulnya berbagai orang dari berbagai lokasi dengan berbagai kepentingan pula. Bagi sebagian orang, *Facebook* sebagai jejaring sosial dimanfaatkan untuk membangun identitas sebagai pencitraan diri. Hal ini dikuatkan oleh Johnny Winston (2013), bahwa situs berbagi foto, seperti *Facebook*, foto tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi juga menjadi cara utama individu membangun identitas mereka di web.

Foto-foto yang menyajikan aktivitas domestik dalam suatu keluarga, kebahagiaan dalam kebersamaan, meraih kesuksesan hidup, kesedihan ditinggalkan kerabat yang meninggal dunia, hingga foto yang remeh-temeh menjadi objek eksploitasi dan konsumsi publik. Foto-foto tersebut memicu seseorang atau kelompok tertentu menjadi eksibisionis sosial, semua peristiwa atau kondisi emosi menjadi sangat perlu untuk dibagikan secara transparan. Hal tersebut dapat terjadi karena dari sifat fotografi itu sendiri, yang secara otentik menyajikan realita di dunia ini. Roland Barthes menyatakan bahwa foto tertentu pada dasarnya tidak pernah terpisahkan dari rujukannya. Foto itu selalu membawa referensi dengan dirinya sendiri (1981:5).

Berbagai aktivitas kehidupan manusia dalam bentuk foto telah termediasi dalam jejaring sosial. Setiap orang yang mengunggah foto-fotonya, sangat sadar bahwa foto tersebut akan mendapatkan berbagai respon dari publik. Pengunggah foto seolah-olah menjadi bintang film yang memerankan suatu adegan yang ditampilkan pada layar gawai. Agar mendapatkan respon yang sesuai dengan hasratnya, para pengunggah foto di *Facebook* melakukan cara agar presentasi dirinya menjadi menarik untuk ditonton. Hal ini menimbulkan scopophilia fetisistik, yaitu meningkatkan keindahan fisik objek, mengubahnya menjadi sesuatu yang memuaskan dalam dirinya sendiri (Murvey, 1989:21). Untuk mencapai kepuasan tersebut, bagi orang yang piawai dalam olah digital, ia akan memanfaatkan perangkat lunak *Photoshop* untuk mencapai kesempurnaan foto dirinya, sedangkan bagi yang lainnya banyak tersedia beberapa pilihan aplikasi edit foto.

Melalui aplikasi edit foto, khususnya untuk kaum wanita dapat mengubah tampilan fisiknya menjadi ideal, warna kulit dan warna rambut dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Menambah ketebalan dan mengganti warna rambut, hingga menyediakan fitur make-up wajah; mulai dari lipstik dengan berbagai warna, *eyeshadow*, bedak, penegas alis dan penghilang bekas jerawat. Dengan berbagai pilihan aplikasi edit foto tersebut, tampilan wanita terlihat sangat cantik dengan wajah yang lembut dan cerah seolah-olah telah melakukan *skin care*. Fisik mereka menjadi sangat berbeda, ini yang disebut Jacques Lacan sebagai fase cermin pada anak-anak. Laura Murvey mengembangkan konsepsi Jacques Lacan, bahwa fase cermin terjadi pada saat ambisi fisik anak-anak melampaui kapasitas motoriknya, sehingga pengenalan dia terhadap dirinya sendiri memberi kegembiraan, karena dia membayangkan citra cerminnya lebih lengkap, lebih sempurna dibandingkan yang dia alami melalui tubuhnya sendiri (1989:17).



Gambar 1. Perfect 365 sebagai Salah Satu Aplikasi Virtual Make-up. Ada lebih dari 20 peralatan make up yang disediakan oleh aplikasi ini.

(Sumber: <https://www.liputan6.com/teknoread/2417731/5-aplikasi-yang-bikin-wajah-tambah-ganteng-dan-cantik>, diunduh 19 Oktober 2022)



Gambar 2. YouCam Perfect, Salah Satu Aplikasi Edit Foto yang dapat Menampilkan Foto Terlihat Halus (Sumber: <https://www.liputan6.com/teknoread/2417731/5-aplikasi-yang-bikin-wajah-tambah-ganteng-dan-cantik>, diunduh 19 Oktober 2022)

Johnny Winston (2013) menyatakan bahwa foto-foto presentasi diri di dalam lingkaran (*online*) hampir tidak kentara terdistorsi di banyak tingkatan. Dari saat pengambilan hingga foto diunggah, realitas yang diperoleh dari identitas yang terdistorsi menjadi distorsi. Oleh karena itu, foto-foto yang telah mengalami rekayasa menjadi kehilangan makna alamiahnya. Tetapi di sisi lain pengolahan foto secara digital memicu realitas baru. Objek atau subjek foto tidak harus berada di depan kamera. Objek yang ditampilkan pada suatu foto bisa saja tidak pada ruang dan waktu yang sebenarnya. Foto tersebut dapat saja merupakan kolase, gabungan beberapa citra foto secara artifisial.

Agar tampilan menjadi menarik dalam sebuah foto, secara alamiah orang akan membangun gestur tubuh yang dianggap menarik, bergaya, berpose, berekspresi ceria, berbusana yang baik, dan lain sebagainya. Hal tersebut pada dasarnya sudah terkondisikan sejak kita masih anak-anak. Orang tua kita telah menghantarkan kita menjadi "sadar kamera". Maksudnya adalah sejak kecil kita sudah terbiasa bergaya atau berekspresi sesuai yang diarahkan orang yang akan memotret. Terbiasa bergaya di depan kamera, pada akhirnya melekat hingga saat ini. Kita akan menyesuaikan diri pada ruang fotografis. Sadar kamera ini terus berlanjut ketika kita akan *selfie* dengan kamera ponsel. Dari pengalaman tersebut, mereka sangat sadar bagaimana harus berpose, berekspresi atau bergaya, bahkan hingga berpenampilan ketika akandifoto.

Selain sadar kamera, penyajian foto dalam jejaring sosial dikenal dengan “sadar artistik”, yaitu kesadaran untuk menghasilkan foto-foto yang berkualitas artistik maupun estetis. Sebagian besar orang cenderung akan menata objek yang akan difoto, menentukan intensitas cahaya, sudut pengambilan. Ada yang menarik terkait sudut pengambilan saat ini, yaitu apabila foto bersama orang cenderung meninggikan kamera ponselnya, seperti *high level view*. Sudut pengambilan ini meletakkan kamera di atas kepala orang yang difoto, dengan begitu kamera dapat menjangkau lebih luas. Secara tidak sadar hampir setiap orang melakukannya, seakan-akan telah memahami bagaimana harus mengambil posisi. Sebelum diunggah di jejaring sosial, mereka menyeleksi dan menyusun foto-foto sesuai selera, ia merangkap sebagai fotografer, produser, sekaligus kurator.

PENUTUP

Keterjangkauan dan kemudahan mengoperasikan kamera digital maupun kamera ponsel memberi efek positif bagi pengarsipan aktivitas kehidupan sehari-hari. Saat ini kesadaran untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan melalui fotografi sangat signifikan. Setiap orang dapat memotret tanpa batas ruang dan waktu. Dahulu setiap pemotret hanya sebatas merekam suatu peristiwa atau objek tertentu. Fragmen pemotretannya masih tersimpan dalam bentuk laten pada gulungan film negatif. Hasil pemotretan akan menjadi terlihat setelah melalui proses pencucian film lalu mencetaknya di atas permukaan kertas foto. Berbeda dengan saat ini, setiap orang dapat langsung melihat hasil pemotretannya, bahkan dapat langsung dibagikan foto tersebut melalui jaringan komunikasi digital. Tidak berhenti hingga di situ saja, lokasi pemotretan objek foto tersebut juga dapat diketahui atau diinformasikan secara langsung. Kalau memperhatikan foto-foto zaman dahulu, pada umumnya orang yang difoto hampir semua dengan pose dan gestur cenderung formal, kaku dengan ekspresi wajah sedikit tegang. Berbeda dengan saat ini hampir sebagian besar foto-foto yang terdapat di jejaring sosial cenderung nonformal, menonjolkan keceriaan, romantisme, dan beragam gaya hidup yang ideal. Berbagai foto yang diunggah melalui jejaring sosial, yang semula untuk menunjukkan pengalaman dan kondisi emosional pribadinya, pada akhirnya menjadi pengalaman visual kolektif. Populerisme berbagi berbagai foto dalam jejaring sosial, membentuk gayahidup baru. Foto menjadi fetis narsisisme. Foto sebagai substitusi, ia menjadi pengganti topeng kehidupan yang seolah-olah merupakan idealisme kehidupan dan kesempurnaan tubuh manusia.

Daftar Pustaka

- Ahlgren, Matt , WSR TEAM. 35+ Facebook Statistics & Facts For 2022. <https://www.websiterating.com/research/facebook-statistics/>. October 6, 2022.
- Barthes, Roland. 1981. *Camera Lucida: Reflections on Photography*, trans. Richard Howard. New York: Noonday Press.
- Dong-Hoo Lee. 2010. "Digital Cameras, Personal Photography and the Reconfiguration of Spatial Experiences." *The Information Society*, Volume 26, Issue 4, July 2010: 266–275. <https://doi.org/10.1080/01972243.2010.489854>.
- Hirsch, Robert. 2009. *Photographic Possibilities-The Expressive Use of Equipment, Ideas, Materials, and Processes*. Oxford, UK: Elsevier.
- Mulvey, Laura . 1989. *Visual and Other Pleasures-Languange, Discourse, Society*. New York: Palgrave.
- Ong, Eileen Y.L. , Rebecca P. Ang, Jim C.M. Ho, Joylynn C.Y. Lim, Dion H. Goh, Chei Sian Lee, Alton Y.K. Chua. "Narcissism, Extraversion and Adolescents' Self-Presentation on Facebook". *Personality and Individual Differences*, Volume 50, Issue 2, January 2011, Pages 180-185 <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.09.022>.
- Pengguna Facebook di Indonesia September 2022. Retrieved October 5, 2022, from <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2022/09/>.
- Pierre Bourdieu. 1990. *Photography A Midle-Brow Art*, Oxford, UK: Polity Press - Blackwell Publisher.

- Sorokowska, Agnieszka , Anna Oleszkiewicz, Tomasz Frackowiak, Katarzyna Pisanski, Anna Chmiel, Piotr Sorokowski. 2015. "Selfies and Personality: who Posts Self-Portrait Photographs?" *Elsevier - Personality and Individual Differences*, Volume 90, February 2016, Pages 119-123.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.10.037>.
- Strasser, Karen . 2010. *Refracted Visions: Popular Photography And National Modernity In Java*. USA: Duke University Press Durham.
- Winston, Johnny . 2013. "Photography in the Age of Facebook". *Intersect* Vol. 6 No. 2, July 2013.

REPRESENTASI SENI KRIYA RUANG PUBLIK DI YOGYAKARTA

Ernawati

(Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif, ernawati@dosen.umaha.ac.id)

Renny Nirwana Sari

(Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik, Universitas Maarif Hasyim Latif, renny_nirwanasari@dosen.umaha.ac.id)

Yunita Nur Afifah

(Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Maarif Hasyim Latif, yunita@dosen.umaha.ac.id)

ABSTRACT

The Special Region of Yogyakarta is known as the city of arts and culture. Crafts are inseparable from the daily life of the people of Yogyakarta. The shift in craft art which focuses on the function of use towards the contemporary period has brought about a change in the production pattern of "meaning" in the creation and enjoyment of works of art. The meaning shifts from the artist to the artwork and its audience as well as the development of aspects of technology, shape and size, and even placement. Public space as a new space to present works and steal the attention of the audience. Aspects of representation in the public space craft art and the image of the public space of Yogyakarta city with the presence of craft art in the public space, are problems that need to be explored. The purpose of this research is to know the art of publicspace craft in Yogyakarta from the aspect of representation and image of the public space. The Research is qualitative research with an interdisciplinary approach. To examine the dimensions of the craft or the visual aspects of the work, aesthetic, craft, and representational theories are used. Supporting theories are public space theory and space image theory. Data collection was done through observation, interviews, documentation, and literature study. The results showed that the public space craft art represented multiculturalism and subject identity. Public space craft art conveys a message of morals, education, and belief. The public can interpret the art of public space in a denotative, connotative, and even related way with beliefs, and myths in their culture. The aesthetic dimensions of public space craft art, both outside and inside public service buildings, are able to strengthen the branding of the city of Yogyakarta as a city of art education, tourist destinations, arts and culture. Public craft works of art can become temporary landmarks for the city. The representation of public space craft works can serve as aesthetic dimensions, economic claims, social demands, and symbolic culture. Most of the public perception has a positive response about the art of public space crafts, but they prefer the type of art that includes informative, beautiful and expressive nature than those that only have functional aspects. The findings of this study are expected to contribute to the development of public space crafts and urban planning, especially in building public space crafts in the Yogyakarta area.

Keywords: *craft art, representation, image of public space*

ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai kota seni dan budaya. Seni kriya tak terpisahkan dengan keseharian warga Yogyakarta. Pergeseran seni kriya yang menitikberatkan fungsi pakai menuju periode kontemporer membawa perubahan pola produksi "makna" dalam penciptaan dan penikmatan karya seni. Pemaknaan bergeser dari seniman menuju karya seni dan penikmatnya serta perkembangan dari aspek teknologi, bentuk dan ukuran, bahkan penempatan. Ruang publik sebagai ruang baru untuk mempresentasikan karya dan mencuri perhatian khalayak. Aspek representasi dalam karya seni kriya ruang publik dan citra ruang publik kota Yogyakarta dengan hadirnya seni kriya di ruang publik, menjadi permasalahan yang perlu ditelusuri. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui seni kriya ruang publik di

Yogyakarta dari aspek representasi dan citra ruang publik. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan interdisiplin. Untuk menelaah dimensi kriya atau aspek visual pada karya, digunakan teori estetika, kriya, dan representasi. Teori pendukung adalah teori ruang publik dan teori citra ruang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan karya seni kriya ruang publik merepresentasikan multikultural dan identitas subjek. Karya seni kriya ruang publik menyampaikan pesan moral, pendidikan, dan kepercayaan. Publik dapat memaknai seni kriya ruang publik secara denotatif, konotatif, bahkan mengaitkan dengan kepercayaan, dan mitos dalam kebudayaannya. Dimensi estetika seni kriya ruang publik baik di luar ruang maupun dalam gedung layanan publik mampu memperkuat *branding* kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan seni, destinasi wisata, seni dan budaya. Karya seni kriya publik dapat menjadi *landmark* temporer bagi kota. Representasi dari karya seni kriya ruang publik dapat berperan sebagai dimensi estetika, klaim ekonomi, tuntutan sosial, dan budaya simbolis. Persepsi publik sebagian besar memiliki respon positif tentang seni kriya ruang publik, namun mereka lebih menyukai jenis karya seni yang menyertakan informatif, indah, dan bersifat ekspresif daripada yang sekedar memiliki aspek fungsional. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan seni kriya ruang publik dan tata kota, khususnya dalam membangun seni kriya ruang publik di wilayah Yogyakarta.

Kata Kunci: seni kriya, representasi, citra ruang publik

PENDAHULUAN

Penataan kota sebagai magnet yang menarik sekitarnya di wilayah urban, menjadikan ruang tak sebatas pencakar langit ataupun kepadatan material semata. Inilah anggapan umum terhadap kota, beberapa citra lingkungan pada kota di antaranya terbentuk melalui legibilitas, persepsi, struktur, dan identitas. Identitas sebagai bentuk identifikasi terhadap suatu objek. Untuk struktur sendiri merupakan bagian pembentukan pola spasial dan relasi antara pengamat dengan ruang, salah satunya penyampaian pesan melalui objek karya seni rupa dan seni kriya yang disajikan pada area ruang tertentu pada ranah ruang publik. Ruang publik kota merupakan jendela untuk menunjukkan karakteristik kota. Terdapat banyak ruang publik dalam kehidupan masyarakat sehari-hari karena kebutuhan hidup dan komunikasi yang semakin meningkat (Xing & Chen, 2018). Sejak awal globalisasi dan neoliberalisme dari tahun 1990-an hingga saat ini, seni dan seniman telah mengalami perubahan yang menyerupai *roller coaster* (Pang & Hillmann, 2022). Salah satu perubahan yang terlihat yaitu seni kriya dalam aspek bentuk, ukuran, teknologi, dan penempatan. Pergeseran penempatan yang terjadi salah satunya ditematkannya karya di area ruang publik. Seni publik secara tradisional didefinisikan sebagai karya seni yang ditugaskan untuk kepentingan publik yang luas dan ditujukan untuk ruang terbuka di luar museum dan galeri (Zebracki & Luger, 2019).

Seni kriya ruang publik dapat bersifat agresif, abstrak, simbolik, dekoratif, dan estetis. Produk kriya tersebut dibuat oleh seniman atau kriyawan untuk alasan yang beragam. Keberagaman dapat mengambil berbagai jenis bentuk, ukuran, skala, dan dapat bersifat sementara atau permanen. Muatan makna sering menafsirkan sejarah tempat, orang-orangnya, dan mungkin membahas masalah sosial atau lingkungan. Seni publik dapat mencakup mural, patung, memorial, karya arsitektur terintegrasi atau arsitektur lanskap, seni komunitas, media baru digital, dan bahkan pertunjukan dan festival. Adapun yang difokuskan pada kajian ini yaitu seni kriya ruang publik. Seni publik menanamkan makna, rasa identitas, dan pemahaman yang lebih besar tentang tempat kita tinggal, bekerja, mengunjungi, dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi semua. Seni kota atau seni publik yang bersifat permanen besar, proyek sementara, atau bahkan furnitur jalanan adalah bentuk sempurna yang dapat mencerminkan budaya, lanskap, alam, dan interaksi sosial orang-orang kota. Hal tersebut merupakan instrumen yang sempurna untuk memfasilitasi interaksi antara komunitas dan aktivitas budaya, serta sosial mereka. Sebagai bentuk ekspresi seni, seni publik dapat diakses oleh publik, dan komunitas, serta berperan dalam pembentukan lingkungan yang

kondusif. Namun demikian, masih terdapat perdebatan dan argumentasi tentang kontribusi seni publik di ruang terbuka publik, terutama dalam makna dan penghayatannya yang menghambat pertumbuhan seni publik di perkotaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Cuffie, 2021) *Public Art and the Impact it has on the Society* mengemukakan bahwasanya seni publik merupakan bentuk seni yang ditampilkan di ruang publik; itu untuk dinikmati semua orang. Keberadaannya menciptakan minat, hiburan, dan memperindah lingkungan. Seni publik memenuhi berbagai fungsi dalam ruang publik, memberikan kesempatan untuk ekspresi diri artistik; dialog komunitas; pendidikan dan kesenangan; partisipasi yang menginspirasi dalam apresiasi dan penciptaan seni; pemecahan masalah masyarakat; peningkatan infrastruktur fisik dan lingkungan; serta demarkasi, perayaan, dan transformasi tempat. Melihat temuan penelitian tersebut, dapat dikatakan bahwa seni ruang publik memiliki peran yang penting dan besar dalam majunya suatu kota dan seni ruang publik. Maka, seni kriya ruang publik merupakan topik penelitian yang perlu terus ditumbuhkembangkan demi kemajuan baik untuk praktikal seni kriya ruang publik, seni urban, maupun untuk pengembangan wawasan keilmuan bidang seni kriya.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengungkap representasi seni kriya ruang publik yang terdapat di Yogyakarta dan persepsi masyarakat sekitar atas kehadiran karya seni kriya yang dihadirkan. Temuan penelitian ini akan berguna bagi masyarakat lokal sebagai rekomendasi, dan juga berkontribusi pada pembangunan kota dalam meningkatkan kualitas kehidupan perkotaan dan lingkungan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa untuk menempatkan sebuah karya seni, baik itu seni kriya maupun seni murni, perlu dilakukan suatu pertimbangan yang serius dan kerja sama yang baik dari semua pihak. Pertimbangan tersebut terdiri atas perspektif representasi pada karya dan persepsi masyarakat dengan keberadaan karya seni kriya ruang publik tersebut. Oleh karena itu, permasalahan yang akan dibahas dalam tulisan ini adalah bagaimana representasi seni kriya ruang publik yang terdapat di titik-titik lokasi penelitian dan persepsi masyarakat sekitar terhadapnya.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan bersifat eksploratif (Creswell & Creswell, 2017). Lokasi penelusuran dilakukan pada empat titik layanan publik di Yogyakarta, yaitu sepanjang Jalan Malioboro, Lembah Universitas Gadjah Mada, pameran temporer event JICAF#2 pada tanggal 22 September-2 Oktober 2022 di Hartono Mall, dan sekitar gedung dinas kerajinan. Keempat titik tersebut memiliki jenis yang berbeda, yaitu lingkungan kampus untuk Yogyakarta sebagai kota pendidikan, taman dan mall sebagai tempat budaya dan ekonomi, serta Malioboro sebagai pusat kota Yogyakarta berkumpulnya kegiatan wisata, budaya, pendidikan, dan ekonomi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dan kami memilih narasumber untuk menggali informasi dari penduduk Yogyakarta di sekitaran penempatan karya, pendatang yang menetap di Yogyakarta, wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta sejumlah 15 orang. Narasumber yang diwawancarai oleh peneliti memiliki berbagai latar belakang, yang terdiri atas lima audiens umum, lima akademisi dengan latar belakang seni rupa dan seni kriya, juga lima seniman/kriyawan. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan 15 orang dan observasi langsung, sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur akademik, dan telaah dokumen, seperti berita dan media. Observasi dilakukan di wilayah Yogyakarta, yaitu empat titik yang berlokasi di Yogyakarta dan mengulas setiap seni publik yang dipamerkan di sana, baik yang permanen maupun bersifat temporer. Kami meninjau seni publik dalam beberapa dimensi, yaitu: a) identifikasi tipologi seni publik dari literatur; b) nilai-nilai penting untuk menyatakan tujuan seni publik (apakah itu memiliki nilai fungsional, nilai estetika, atau nilai historis); c) persepsi publik terhadap seni kriya publik, meliputi tingkat kesadaran, kebermaknaan (interpretasi dan ingatan), dan daya tarik.

PEMBAHASAN

Ruang publik adalah tempat umum, tempat orang berkumpul untuk apresiasi, tindakan, perdagangan, dan komunikasi, menyatukan orang-orang dari berbagai identitas, ras, gender, dan semua

tingkatan (He & Gyergyak, 2021). Ruang publik merupakan area milik semua orang . Dalam ruang publik, orang bertemu dan seluruh ruang aktif karena komunikasi timbal balik, yang dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya, melalui media karya seni. Kriya seni ruang publik merupakan karya seni yang diletakkan di tempat umum. Melalui media tersebut, seorang perajin, kriyawan, atau seniman bisa langsung menyampaikan pesannya kepada publik, tanpa menggunakan mediator galeri seni atau media lain. Ekspresi kreatif yang mereka miliki dapat tersampaikan kepada siapa saja mulai dari eksekutif, warga pusat kota, pinggiran kota, anak-anak, remaja, lansia, pemerintah kota, rakyat jelata, dan masyarakat lainnya. Oleh karena itu, suatu karya kerajinan di tempat umum bersifat demokratis karena berasal dari, oleh, dan untuk masyarakat.

Karya seni kriya ruang publik beragam, sehingga perlu melakukan pembatasan pada data yang dikumpulkan. Dalam aspek bentuk seni kriya ruang publik terdiri atas karya dua dimensi dan karya tiga dimensi. Adapun karya seni kriya yang dipilih untuk data visual pada penelitian ini adalah karya seni kriya dengan bentuk tiga dimensi. Penempatan karya seni kriya ruang publik ada yang diletakkan di luar ruangan gedung, di ruang terbuka, dan diposisikan di dalam ruangan, namun di luar museum dan galeri, yaitu mall sebagai tempat yang dikunjungi masyarakat setiap harinya. Seni kriya ruang publik untuk segi waktu ada yang permanen, semi-permanen, dan ada yang temporer. 1) Seni kriya ruang publik yang permanen yang dimaksud pada tulisan ini, yaitu karya kriya tertanam pada lokasi ruang penempatan dan memungkinkan peletakan dalam jangka waktu yang lama; 2) seni kriya semi-permanen, yaitu karya yang portabel atau mudah dipindahkan, namun karya menempati ruang tersebut dalam jangka waktu yang relatif lama; dan 3) karya seni kriya temporer, yaitu karya yang ditempatkan di ruang publik namun dibatasi waktu tertentu.

A. Identifikasi Seni Kriya Ruang Publik

Tabel 1. Data Visual Karya Seni Kriya

No.	Karya	Identitas karya	Deskripsi
1.		-	-Peletakan di depan Teras Malioboro I; -Semi-permanen; -Tidak mencantumkan identitas karya; -Patung, Kriya serat/tali; -Estetika; -Simbolik
2.		-	-Peletakan di depan Teras Malioboro I; -Semi-permanen; -Tidak mencantumkan identitas karya; -Patung kuda, kriya logam; -Estetika; -Ekonomi

<p>3.</p>		<p>Nama Tokoh Penjelasan tokoh</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di sepanjang Jalan Malioboro; -Temporer untuk <i>event</i>; -Mencantumkan identitas; -Wayang; -Pendidikan
<p>4.</p>		<p>-</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Jalan malioboro, depan salah satu pusat perbelanjaan; -Semi-permanen; -Identitas belum tercantum; -Patung, Kriya logam; -Estetika, keindahan
<p>5.</p>		<p>Prajurit Yogyakarta Kunjungan.jogjak arta.go.id</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Malioboro; -Mencantumkan Identitas digital kode QR; -Semi-Permanen; -Patung; -Jenis Monumen; -Pendidikan; -Budaya

6.		<p>Judul Karya: Umar Moyo Umar Mandi Kreator : Samto Umar moyo dan Umar Mandi adalah dua karakter tokoh wayang golek Menak yang dahulu di Yogyakarta sempat mengalami keemasan</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Malioboro Kompleks Senopati/Kepatihan; -Mencantumkan identitas; -Semi-Permanen; -Portabel; -Mix-media (tekstil, kulit, logam); -Jenis monumen; -Pendidikan; -Budaya
7.		<p>Judul: Opera Sugriwa Subali 360 cm X 150 cm X 220 cm Besi Recycle Kreator: Tumbuh Alami Studio</p> <p>Karya Instalasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Malioboro Kompleks Senopati/Kepatihan; -Mencantumkan identitas; -Semi-Permanen; -Portabel; -Kriya logam; -Jenis monumen; -Pendidikan; - Budaya
8.		<p>- Properti Pertunjukan di Ruang Publik</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Malioboro, depan Gedung DPR DIY pada <i>event</i> Temporer; -Kriya kulit, wayang; -Pendidikan; -Budaya
9.		<p>- Tanpa Identitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Lembah UGM; -Permanen; -Tanpa Identitas -Instalasi, media kayu; -Keindahan -

10.		Tanpa Identitas	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di Lembah UGM; -Permanen; -Tanpa Identitas; -Patung; -Keindahan; -Simbol -
11.		Tanpa Identitas	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di depan gedung Dewan Kerajinan Nasional Sleman; -Semi-Permanen; -Portabel; -Tanpa Identitas; -Patung burung garuda, kriya kayu; -Keindahan; -Pendidikan; -Simbol
12.		Tanpa Identitas	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di depan gedung Dewan Kerajinan Nasional Sleman; -Semi-Permanen; -Portabel; -Tanpa Identitas; -Patung kuda, kriya kayu; -Keindahan; -Simbol
13.		Blue Moon Ichwan Noor	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di tempat perbelanjaan; -Temporer; -Mencantumkan identitas karya; -Instalasi, kriya logam, mix-media; -Keindahan

14.		Ivan Bestari Seni Kaca	<ul style="list-style-type: none"> -Peletakan di tempat perbelanjaan; -Temporer; -Mencantumkan identitas karya digital kode QR; -Kriya kaca; -Keindahan
15.		Perupa: Nasirun 150x200 cm	<ul style="list-style-type: none"> - Peletakan di tempat perbelanjaan; - Temporer; - Mencantumkan identitas karya; - Kriya tekstil, (mix-media) - Keindahan; -Budaya
16.		Tanpa Identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Peletakan di tempat perbelanjaan; - Temporer; - Tanpa identitas; - Patung, kriya logam; - Keindahan; - Simbol

B. Representasi Seni Kriya Ruang Publik di Yogyakarta

Representasi merupakan kegunaan dari tanda (Danesi, 2011) mendefinisikan sebagai proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik yang disebut representasi. Karya sebagai suatu teks wacana visual menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi merupakan suatu bentuk usaha konstruksi. Karena pandangan-pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia. Melalui representasi, makna pada karya seni dapat diproduksi dan dipaparkan.

1. Wujud Estetika

Kehadiran kriya ruang publik meningkatkan daya tarik suatu tempat dan dengan demikian mendorong penggunaan ruang publik yang lebih intensif; meningkatkan kualitas visual atau estetika tempat, dan mengubah tempat yang sebelumnya tidak dikenal menjadi titik referensi fisik. Karya seni kriya di ruang publik menjadikan kota indah dan terlihat estetik.

2. Klaim Ekonomi

Dilihat dari sudut pandang perekonomian, kriya ruang publik meningkatkan aktivitas ekonomi: menarik dan meningkatkan investasi di bidang seni; meningkatkan kondisi regenerasi ekonomi melalui penciptaan lingkungan visual yang lebih kaya; memberikan peluang pemasaran dan promosi tempat dalam pemasaran kota; meningkatkan pariwisata budaya; menciptakan lapangan kerja bagi seniman, perajin, pabrikan, pemasok, dan pengangkut; mendorong kemitraan publik-swasta; dan meningkatkan nilai karya dan nilai lokasi karya.

3 Tuntutan Sosial

Karya-karya kriya yang dihadirkan di tengah masyarakat mampu meningkatkan interaksi masyarakat dan sosial: menangani kebutuhan masyarakat; menghapus eksklusi sosial; mempromosikan perubahansosial dengan mengungkapkan kontradiksi sosial yang mendasar atau meruntuhkan makna dominan ruang kota; mengurangi vandalisme dan meningkatkan keamanan; dan mendorong hubungan antara seniman dan profesi yang membentuk lingkungan, seperti perencanaan, lansekap, arsitektur, desain, dan teknik.

4. Budaya Simbolis

Budaya daerah merupakan peradaban material dan spiritual, menunjuk pada latar belakang budaya tertentu dan integrasi lingkungan daerah, sistem budaya yang unik, biasanya merupakan akumulasi budaya daerah yang panjang, dan lingkungan ekologis, cara hidup produksi, adat-istiadat sosial dan faktor-faktor lainnya. Budaya daerah menciptakan nilai simbolis tertentu dalam tiap visualnya (Liu et al., 2022). Budaya daerah menciptakan nilai simbolis, meliputi meningkatkan kesadaran akan sejarah dan identitas lokal; mempromosikan identitas nasional; menciptakan rangsangan dan ide in situ bagi pelaku industri kreatif lainnya; berkontribusi pada kekhasan lokal; mengembangkan identitas kewarganegaraan; dan menciptakan nilai dan manfaat pendidikan dan pedagogis. Selain itu lokalitas Yogyakarta masih terlihat kuat dengan terepresentasikan pada karya seni kriya yang ada di ruang publik.

Ekspresi seni kriya ruang publik telah menjadi kaya dengan perkembangan masyarakat yang berkelanjutan. Karya yang disajikan baik gaya, teknik, dan bentuk, serta makna karya menjadi seni interaktif. Pada saat yang sama, ada berbagai cara presentasi. Selain sebagai warisan budaya seni, juga merupakan cara penting bagi budaya lokal yang dapat menyebar dan berbaur. Seni kriya ruang publik secara langsung akan menerima umpan balik dari penonton. Seni kriya ruang publik memainkan peran positif dalam penciptaan tempat-tempat umum perkotaan, seniman, kriyawan, kreator, serta warga mencapai harmoni untuk kota yang unik, dan kota dengan beragam ekspresi budaya.

C. Persepsi Masyarakat terhadap Seni Kriya Ruang Publik di Yogyakarta

Persepsi visual merupakan tindakan apresiasi yang melibatkan indra penglihatan, yaitu mata. Mata merupakan elemen terpenting dalam membuat persepsi. Melalui indra penglihatan, mata, manusia mampu memberi kesan, menganalisis unsur visual, prinsip visual, bentuk *size*, pola, kedudukan, dan sebagainya. Persepsi akan berkaitan dengan representasi, interpretasi, atau pemaknaan. Persepsi visual terhadap karya seni kriya ruang publik lebih kepada bagaimana untuk menjelaskan persepsi dari sudut

penglihatan audiens, yang dipengaruhi oleh berbagai bentuk latar belakang audiens tersebut, misalnya latar belakang pendidikan, ruang lingkup referensi, pengalaman, sehingga persepsi setiap individu dapat berbeda. Dalam buku GOH, n.d. berjudul *Persepsi dan Logic* tahun 2014 terdapat beberapa pendapat di antaranya:

Edward de Bono (1969): “Persepsi adalah tahap pertama dalam proses berpikir. Tahap kedua adalah logika. Persepsi memengaruhi apa yang dilihat oleh logik. Ringkasnya persepsi menentukan logik.”

Abdullah dan Ainon (1996): “Persepsi ialah tafsiran apa yang dilihat oleh mata, atau dengan kata lain, persepsi ialah makna yang diberikan kepada apa yang mata saksikan.”

Seni publik seharusnya memfasilitasi komunikasi, menafsirkan masalah dan keprihatinan publik karena dapat diakses secara publik. Dalam menggali informasi untuk mengungkap persepsi khalayak ramai, peneliti mengategorikan narasumber ke dalam beberapa kategori, yaitu latar belakang pendidikan para pengunjung, kesadaran akan keberadaan seni, dan keakraban masyarakat. Selanjutnya, adalah daya tarik yang dirasakan. Sebuah seni publik yang sukses harus menarik untuk berkontribusi lebih banyak bagi pariwisata, atau lebih mengundang dan menarik perhatian pengunjung. Yang ketiga adalah kebermaknaan. Kebermaknaan juga terkait dengan daya tarik karya seni tersebut. Daya tarik ini berhubungan dengan: Apakah pengunjung merasakan atau melihat makna yang lebih dalam dari karya seni publik? Apakah mereka melihat lebih dari 'keindahan' dalam karya seni? Jika ya, publik telah memberikan apresiasi terhadap karya seni publik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada beberapa masyarakat, yaitu warga Yogyakarta asli, bukan asli Yogyakarta namun berdomisili di Yogyakarta, wisatawan, akademisi, dan praktisi ditemukan bahwasanya sebagian besar dari mereka memperhatikan karya seni ketika mereka mengunjungi seni publik. Namun masih ada beberapa dari mereka tidak merasa terikat atau tertarik pada karya seni tersebut, karena tidak memahami maksud dari karya seni yang disajikan. Hasil pengolahan data yang diperoleh dapat dirumuskan menjadi tiga kategori, yaitu *Pertama*, secara umum persepsi publik lebih positif mengenai jenis seni publik memorial daripada jenis seni publik fungsional. Publik cenderung menyukai seni publik yang mudah didekode, sehingga mereka dapat terhubung ke karya seni. Sedangkan menurut peserta, seni publik fungsional, seperti kursi, meja, dan seni kriya yang memperhatikan aspek fungsional tidak memiliki makna yang lebih dalam bagi mereka, dan mereka hanya menjawab pertanyaan wawancara berdasarkan pengalaman empirisnya. Namun, beberapa seni publik fungsional dengan nilai estetika yang tinggi dan mudah diuraikan juga diperoleh respon positif, misalnya kursi dan meja serta karya seni bentuk binatang dengan media kayu pada *event* yang dilaksanakan di Mall Hartono memiliki bentuk yang unik, dan memiliki keteknikan yang sangat rumit, hanya yang kreatif dan menguasai keteknikan di bidang tersebut yang dapat mewujudkannya. Adapun karya seni kriya selain indah masih tetap memperhatikan aspek fungsional. *Kedua*, seni publik ekspresif yang sulit dipahami oleh masyarakat, misalnya yang ada di Taman lembah UGM, dan beberapa patung di gedung fasilitas publik karena tidak ada identitas karya yang disematkan sebagai informasi untuk khalayak umum. Selama wawancara, banyak peserta tidak dapat mengungkapkan makna karya seni tersebut; oleh karena itu, sulit untuk membuat hubungan antara seni dan audiens sebagai penikmat/apresiator. Minimnya deskripsi dan informasi terkait karya seni membuat setiap individu memiliki interpretasi yang berbeda ketika melihatnya. *Ketiga*, peserta mengharapkan seni publik yang lebih interaktif, dan edukatif melalui informasi karya dan ditempatkan dengan benar dan strategis untuk mendapatkan lebih banyak keterlibatan dari audiens sebagai pengunjung.

Maka dapat dipersepsikan bahwa seni kriya ruang publik mampu mendapatkan pengakuan dan interaksi dari penonton atau audiens. Bentuk ekspresi seni kriya ruang publik secara langsung memengaruhi perilaku masyarakat untuk berhenti dan menonton. Perilaku tersebut tidak hanya terkait dengan bentuk ekspresi, tetapi juga berhubungan langsung dengan tata ruang publik perkotaan. Seni kriya ruang publik dapat mengintervensi ruang kota, dan akhirnya menciptakan pencerahan yang relevan, menciptakan

sebuah lingkungan material yang menguntungkan sebagai ruang intervensi seni untuk masa kini dan masa yang akan datang.

PENUTUP

Jenis seni kriya ruang publik yang terdapat di empat titik Kota Yogyakarta bervariasi, namun seni publik ekspresif adalah yang paling banyak ditampilkan di taman umum. Meskipun tipe ini, seni publik paling banyak ditampilkan, persepsi publik lebih positif tentang jenis seni publik memorial. Mereka tampaknya telah hilang dalam menafsirkan dan memahami seni publik ekspresif karena tidak ada deskripsi atau informasi tentang pekerjaan. Deskripsi karya seni diperlukan untuk memandu khalayak seni publik kriya publik untuk memahami maksud dari karya tersebut. Intinya, seni di ruang publik penting, terutama sebagai penanda identitas suatu tempat/komunitas, dan juga untuk memeramaikan kegiatan masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilindungi dan dikembangkan dengan menciptakan lebih banyak seni kriya ruang publik yang menarik, interaktif, mendidik, dan ditempatkan dengan baik sebagai angin segar dimensi estetika tempat-tempat umum di Yogyakarta dengan menyertakan identitas karya dalam bentuk Kode QR supaya informasi tentang karya mudah diakses oleh masyarakat.

Bagi khalayak atau pencinta seni kriya yang merupakan warga sekaligus pengunjung, kehadiran karya seni kreasi dapat meningkatkan dan melatih kepekaan rasa cinta, juga apresiasi terhadap suatu objek seni, dalam hal ini seni kriya. Warga dari lapisan bawah hingga menengah, tua, dan muda juga dididik dengan keberadaan karya seni yang ada dan menjadi lebih *melek* seni kriya (*craft art awareness*). Mereka menjadi lebih menghargai profesi perajin dengan segala karyanya, mencintai budaya, memahami jati dirinya dan terlatih untuk menjaga karya seni kriya yang ada dengan tidak merusak atau melakukan kegiatan perusakan terhadap seni kriya.

Secara umum diketahui bahwa karya seni yang indah dan berkorelasi dengan lingkungan sekitar dapat membuat jiwa dan perasaan seseorang menjadi lebih halus, sensitif, dan otomatis mampu menyaring hal-hal yang baik untuk dirinya sendiri. Warga menjadi masyarakat yang beradab karena kota mampu menjadi penyejuk di tengah kehidupan yang kering dan keras melalui karya seni yang cerdas, artistik, khas, dan inovatif. Lanskap seni kriya ruang publik juga berpotensi berkontribusi pada stabilisasi imajiner Yogyakarta sebagai “kota kreatif”.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliaamafaza, A. I., Wahyuni, I. S., Erlangga, E. A., & Amirudin, A. 2022. “Ethnography of Thruthuk as Identity of Cultural Arts in Semarang City–Indonesia”.
- File:///C:/Users/ACER/Downloads/Scholar (19).Ris.*
- Basundoro, P., & Dian Putra, L. R. 2019. “Contesting Urban Space between the Dutch and the Sultanate of Yogyakarta in Nineteenth-Century Indonesia”. *Canadian Journal of History*, 54(1– 2), 46–83.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. 2017. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Cuffie, H. A. T. 2021. “Public Art and the Impact it has on the Society”. *Journal of Contemporary Indonesian Art*, 7(2), 98–104.
- Danesi, M. 2011. *Pesan, Tanda dan Makna Buku Teks Dasar mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. terj. Evi Setyarini Dan Lusi Lian Piantari. Yogyakarta: Jalasutra. Faqih, Masour.
- GOH, X. Z. (n.d.). 2014 *JOANES J. AHMAD SOFFIAN A. GOH XZ KADIR S. Persepsi & Logik*. Universiti Teknologi Malaysia: Malaysia.
- He, H., & Gyergyak, J. 2021. “Enlightenment from Street Art Activities in Urban Public Space”. *Pollack Periodica*, 16(1), 169–175.
- Liu, T. L., Cao, W., & Liu, Y. 2022. *Gray Public Space Under Urban Bridge-A Case Study of Public Arts Space Micro-Transformation Focusing on " Regional Culture" and " Art for All"*.

- Li, Y., & Sahari, F. 2022. "The Application of Regional Culture in Urban Public Space Design". *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2116773.
- Mackel, C. 2011. *Impact of the conflict on public space and architecture*. Arts Council of Northern Ireland.
- Novak, D. 2019. "The Arts of Gentrification: Creativity, Cultural Policy, and Public Space in Kamagasaki". *City & Society*file:///C:/Users/ACER/Downloads/Scholar (5).*Ris*, 31(1), 94–118.
- Pang, C. L., & Hillmann, F. 2022. "Urban Art and Cosmopolitanism: Re-imagining the Hybrid City through Art". In *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal* (Vol. 14, Issue 2, pp. 1–5). UTS ePress Sydney.
- Xing, Q., & Chen, L. 2018. "Urban Public Space Design Emotional Expression based on Landscape Archetypes Theory". *2018 International Conference on Management, Economics, Education, Arts and Humanities (MEEAH 2018)*, 156–160.
- Von Schönfeld, K. C., & Bertolini, L. 2017. "Urban streets: Epitomes of Planning challenges and Opportunities at the Interface of Public Space and Mobility". *Cities*, 68, 48–55.
- Yu, S., & Wang, H. 2022. "Prediction of Urban Street Public Space Art Design Indicators based on Deep Convolutional Neural Network". *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022
- Zebracki, M., & Luger, J. 2019. "Digital Geographies of Public Art: New Global Politics". *Progress in Human Geography*, 43(5), 890–909.

REKONSTRUKSI SEJARAH DALAM KARYA AGAN HARAHAP: MANIPULASI REALITAS MELALUI MEDIUM FOTOGRAFI

Satrio Hari Wicaksono

(Prodi Seni Murni, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta, shwicaksono@gmail.com, satrio.wicaksono@isi.ac.id)

ABSTRACT

The development of digital-based media art is growing rapidly in line with the rampant use of digital-based gadgets in society. When photography becomes part of the daily life of modern society, the visual dissemination of information becomes plural and is found around us. Especially when digital imaging is easier to operate, it no longer presents the image as it is, but also able to present a 'fake' narrative that does not actually happen in the real world. This allows the visual to be constructed in such a way as to then provide information that does not correspond to reality. Artist Agan Harahap then used this medium to construct visuals that tended to have false narratives, even in a specific context, he reconstructed history in his work. The method used in this study is a case study through a semiotic approach to dissect the narrative presented in Harahap's work. Through the work and approach used, Harahap seeks to arouse public awareness in receiving information, it needs a confirmation and correction process before consuming information circulating in the community.

Keywords: Agan Harahap, photography, pseudo-reality, reconstruction, semiotic

ABSTRAK

Perkembangan seni media berbasis digital kian berkembang pesat seiring dengan maraknya penggunaan gawai berbasis digital di masyarakat. Ketika fotografi menjadi bagian dari keseharian masyarakat modern, penyebaran informasi secara visual menjadi hal yang jamak dan ditemui di sekitar kita. Terlebih ketika *digital imaging* semakin mudah dioperasikan, tak lagi menghadirkan gambar apa adanya, namun juga mampu menghadirkan sebuah narasi 'palsu' yang sebenarnya tidak terjadi di dunia nyata. Hal ini memungkinkan visual dikonstruksi sedemikian rupa untuk kemudian memberikan informasi yang tidak sesuai dengan realitas. Seniman Agan Harahap kemudian memanfaatkan media ini untuk mengonstruksi visual yang cenderung memiliki narasi "bohong", bahkan dalam konteks yang spesifik, ia merekonstruksi sejarah dalam karyanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah studi kasus melalui pendekatan semiotika untuk membedah narasi yang dihadirkan dalam karya Harahap. Melalui karya dan pendekatan yang digunakan, Harahap berupaya untuk menggugah kesadaran masyarakat dalam menerima sebuah informasi, memerlukan proses konfirmasi dan koreksi sebelum mengonsumsi informasi yang beredar di masyarakat.

Kata Kunci: Agan Harahap, fotografi, pseudo-reality, rekonstruksi, semiotika

PENDAHULUAN

Seni merupakan representasi semangat zaman, seyogyanya sebuah karya yang hadir dalam suatu masa menggambarkan situasi kebudayaan yang sedang berlangsung. Perkembangan teknologi yang kian pesat tentu memberikan pengaruh yang cukup besar juga dalam membentuk wacana kesenian kini.

Kehadiran teknologi digital yang kian dekat dengan masyarakat memudahkan penggunaannya untuk mengaplikasikannya dalam kehidupan keseharian, sehingga mengubah pola hidup dan perilaku masyarakat menjadi masyarakat digital. Kecenderungan budaya media inilah yang kemudian menimbulkan wacana yang dipayungi dalam seni media (baru). Kebudayaan media yang kian lekat dengan masyarakat memungkinkan seniman, sebagai bagian dari masyarakat untuk kemudian menggunakan, mengeksplorasi, dan memediasasi teknologi tersebut ke dalam karya seninya, sehingga perkembangan seni media pun berkembang pesat. Seni media berbasis digital kian digemari para seniman sebagai bahasa ungkap karya mereka, khususnya seniman muda. Kemudahan pengaplikasian dan kompleksitas yang bisa dicapai dengan teknologi digital memudahkan para seniman untuk menggunakan bahasa yang lekat dengan keseharian masyarakat, seperti media foto dan video, sehingga seni dapat diakses dan diapresiasi secara lebih luas.

Fotografi kini menjadi media yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat modern. Tersematnya perangkat kamera di ponsel dan gawai yang digunakan dalam keseharian, menjadikan foto menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat kini. Membicarakan fotografi tidak hanya sebatas pada permasalahan estetika, namun ada kualitas nilai serta fakta sosial yang menjadi perangkat dalam membangun kekuatan visual, yakni daya rekam yang cukup akurat menjadi kekuatan dari fotografi (Aji dan Taju, 2022: 8). Namun, kini realita dan fakta lapangan yang terekam dalam visualisasi foto menjadi rancu ketika teknologi *digital imaging* berkembang semakin canggih. Kemudahan untuk mengubah gambar secara digital melalui aplikasi, memungkinkan individu atau kelompok mengonstruksikan sebuah gambaran imaji yang sebenarnya tak terjadi dalam dunia nyata, sebuah *pseudo-reality* atau realitas “palsu” yang memberikan sebuah informasi yang cenderung “bohong” dan tak memiliki nilai kebenaran. Dengan kehadiran media sosial yang memungkinkan kita berbagi teks dan visual ke seluruh penjuru dunia tanpa terikat ruang dan waktu, menjadikan masyarakat modern kini dibanjiri oleh tumpukan gambar dalam skala besar. Butuh kebijaksanaan bagi masyarakat untuk memilah informasi yang diterimanya, dengan melakukan koreksi dan konfirmasi untuk mendapatkan kebenaran dari realitas yang sebenarnya terjadi. Namun, situasi yang terjadi di masyarakat cenderung berbeda, kesadaran untuk mencerna, mengoreksi dan mengonfirmasi informasi kerap tidak dilakukan secara utuh, sehingga kerap kali informasi “palsu” diterima secara mentah dan kemudian menimbulkan polemik. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh segelintir pihak untuk menggiring opini publik dalam ranah yang luas demi kepentingan tertentu, yang tidak jarang menyudutkan satu pihak.

Agan Harahap, selaku seniman yang kerap memanfaatkan media fotografi sebagai media ungunya tertarik untuk mengangkat isu yang terjadi di masyarakat. Ia kerap kali melakukan proses perubahan foto untuk menghadirkan sebuah representasi “realitas baru” melalui karyanya, sebuah visualisasi yang tak sesuai dengan realitas yang terjadi. Dalam satu tema yang diangkat, Harahap berupaya menghadirkan sebuah rekonstruksi dari sejarah yang terjadi silam. Keterbatasan dokumentasi pada masa lalu, yang hanya terdengar melalui narasi dari beberapa sumber tanpa adanya visualisasi menjadi celah bagi Harahap untuk mengonstruksi dan membuat momen yang sekiranya terjadi di masa lalu, walaupun kemudian ditambah beberapa muatan yang cenderung menggelitik sebagai bentuk parodi dari karyanya yang jauh dari realitas yang terjadi dalam catatan sejarah. Dalam karyanya, Harahap berupaya menyentil kesadaran masyarakat untuk merefleksikan dan meninjau ulang narasi yang dihadirkan. Melalui media foto yang dikerjakannya, apresiasi yang dilakukan oleh masyarakat cenderung luas, lebih mudah diterima dan tak terikat dalam medan seni rupa saja, terlebih media distribusi karyanya yang memanfaatkan media sosial sebagai galeri karyanya, sehingga dapat diakses, direspon, dan dimaknai secara langsung oleh masyarakat umum. Sebuah pendekatan yang tak banyak dilakukan oleh seniman. Kajian ini berupaya untuk menganalisis rekonstruksi yang dilakukan oleh Harahap dalam beberapa peristiwa sejarah yang diangkat dalam karyanya.

PEMBAHASAN

Melalui pemaparan dalam pendahuluan, kajian ini akan dibedah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus adalah jenis penelitian kualitatif dengan peneliti mengeksplorasi atau menjelajahi sebuah entitas tunggal atau sebuah gejala/fenomena yang diangkat oleh waktu dan aktivitas serta mengumpulkan informasi secara detail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dalam sebuah jangka waktu tertentu (Creswell dan Leedy dalam Sumartono, 2017: 97). Umumnya, kajian dengan pendekatan studi kasus bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena khusus yang menarik perhatian peneliti, menurut Gall dan Borg biasanya penelitian studi kasus untuk menghasilkan deskripsi mendetail sebuah fenomena, mengembangkan penjelasan yang mungkin tentang fenomena, atau mengevaluasi fenomena (Gall dan Borg dalam Sumartono, 2017: 98), sehingga penelitian studi kasus bisa bersifat deskriptif, eksplanatoris, maupun evaluatif. Pemilihan karya- karya yang akan dikaji dipusatkan pada karya-karya yang memiliki narasi sejarah yang dihadirkan oleh Harahap, untuk kemudian dikaji secara mendalam dengan pendekatan semiotika sebagai bidang ilmu untuk membaca tanda-tanda spesifik yang hadir dalam karya.

A. Seni Media (Baru)

Sebagai sebuah payung baru yang mewadahi seni berbasis media non-konvensional, penyematan kata “baru” dalam istilah seni media baru pun mengundang diskusi panjang dari para ahli, karena barometer baru itu sulit diklasifikasikan. Jika ada yang “baru” berarti ada konteks yang “lama”, padahal konteks yang menjembatani antara keduanya ialah konvensional dan nonkonvensional. Atas alasan inilah, banyak pihak yang menyepakati penyebutan tentang penggunaan medium non-konvensional dengan istilah “seni media”, tanpa mengenakan penggunaan “baru” dalam penerapannya. Penentuan tentang kapan seni media pertama kali digunakan dalam ranah seni masih menjadi perdebatan para ahli, bahkan batasan yang menjadi parameter dalam penentuan sebuah karya diklasifikasikan sebagai sebuah karya seni media pun masih jadi perdebatan. Ada dua poin penting dalam pembahasan seni media, yang pertama ialah medium artistik sebagai konsep dalam karya dan yang kedua adalah medium sebagai alat untuk berkomunikasi melalui karya (Quaranta, 2013: 29). Kombinasi keduanya sebenarnya sangat memungkinkan diterapkan dalam sebuah karya, tergantung bagaimana kesadaran seniman dalam merespon dan mengonstruksi wacana tentang seni media dalam karyaannya.

Pada awalnya perumusan tentang seni media dikategorisasikan sebagai teknologi media berbasis elektronik, seperti seni video, seni komputer, dan seni multimedia. Seiring perkembangan teknologi digital, pemaknaan tentang seni media tumbuh dan meluas tidak hanya sekedar media berbasis elektronik, namun juga melingkupi sistem kerja kreatif yang berbasis digital, seperti *internet art*, *sound art*, *bio art*, animasi, *software art*, dan lain sebagainya (Hujatnikajennong, 2: 2021). Intinya, kesadaran tentang seni media muncul seiring dengan kemunculan budaya media itu sendiri di masyarakat. Hal ini senada dengan yang diutarakan oleh Karna Mustaqim yang memberikan jangkauan yang lebih luas dalam menginterpretasi istilah seni media:

Secara awamnya, Seni Media (baru) merujuk kepada perpindahan para perupa dari media konvensional yang sudah menjadi tradisi klasik ke medium-medium dengan teknologi yang lebih baru di abad ke-20, dalam menuangkan gagasan mereka tidak lagi terpaku pada identitas sebuah medium seni. Setiap segala sesuatu dapat menjadi mediasi bagi gagasan-gagasan kesenirupaan atau kebersenian. Dengan begitu, maka seni media (baru) senantiasa akan terbarukan oleh medium yang terbentuk dari teknologi baru yang sedang berkembang di tengah-tengah masyarakat dunia (Mustaqim, 2019: 14).

Tidak sulit bagi teknologi digital untuk masuk dan digolongkan sebagai seni media. Kemunculannya yang terhitung baru memberikan konteks kebaruan dalam pengaplikasiannya di dunia seni.

Kedekatannya dengan kehidupan keseharian masyarakat, memberikan akses pengalaman yang lebih dalam dibandingkan dengan media-media lain yang lebih spesifik penggunaannya untuk kalangan tertentu. Hal ini yang kemudian menjadi alasan bagi para seniman untuk menggunakannya sebagai medium ungkap selain tentu kemudahan cara mengaplikasikan dan merepresentasikannya.

B. Seni dan Fotografi

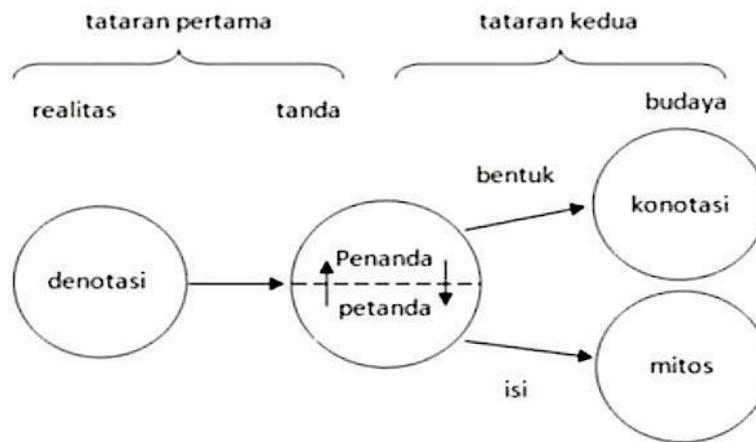
Pembahasan tentang apakah fotografi dapat dikatakan sebagai seni merupakan sebuah wacana yang panjang. Walaupun seni media telah mendapat ruang tersendiri, tidak serta merta menghentikan perdebatan posisi fotografi dalam wilayah kesenian. Foto sebagai sebuah karya seni disebutkan oleh Thomas Munro dalam bukunya yang bertajuk *The Art and their Interrelations*, dikatakan bahwa fotografi dapat dikategorikan sebagai cabang seni rupa, seni yang hanya bisa dirasakan melalui indra penglihatan manusia (Munro dalam Perkasa dan Guntur, 2019: 573). Namun seorang filsuf bernama Roger Scruton bahkan menampik menggolongkan fotografi sebagai sebuah seni. Menurutnya, banyak aspek yang menjadikan fotografi tidak memiliki kualitas “ideal” yang sama seperti karya seni lain, semisal lukisan. Realisme yang terjadi pada fotografi berbeda dengan realisme yang terjadi dalam lukisan. Imaji dalam foto sangat tergantung pada subjeknya dan bukan pada intensi sang fotografer, berbeda dengan lukisan, apa yang terlihat (subjek) dimediasikan oleh pemikiran sang pelukis dan bukan proses mekanisasi. Walter Benjamin, dalam bukunya *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* menyatakan bahwa fotografi mencoba menyentuh wilayah kerja seni, namun kualitas kehadiran dan nilainya menjadi susut, karena dapat direproduksi, sehingga keunikannya menjadi hilang (Benjamin, 1999: 215). Kemampuan reproduksi ini pula yang menghilangkan dimensi auratik dan autentiknya.

Hal ini yang kemudian menghadirkan perdebatan dari pihak yang menyerukan bahwa fotografi merupakan bagian dari seni. Jika sebelumnya dikritik bahwa fotografi hanyalah sebuah kerja mekanik tanpa intensi dari sang fotografer, hal ini kemudian ditentang dengan pendapat bahwa dalam proses menciptakan sebuah gambar, seorang fotografer harus memiliki sebuah intensi, karena sebuah foto menampilkan momen yang menghadirkan sebuah pesan dan tidak sekedar menampilkan hubungan kasual saja (Susanto, 2017: 56). Terlebih dalam teknologi digital sekarang, saat manipulasi *image* dapat dilakukan secara lebih mudah, tentu intensi sang kreator dalam menghadirkan narasi berperan lebih dalam dengan melibatkan kreativitas dan imajinasi, untuk kemudian merekonstruksi *image* dan simbol dalam membentuk suatu narasi tertentu. Melalui media foto, sang kreator mampu menghadirkan sebuah kualitas representasi yang setara dengan kemampuan yang dihadirkan oleh lukisan, yaitu mampu membawa apresiator untuk masuk ke dalam intensi sang kreator. Pada akhirnya, fotografi, lukisan, patung, dan medium lainnya hanyalah media untuk mengungkapkan gagasan dan narasi yang dibangun oleh sang seniman. Hasil representasi dari ide yang memiliki keterkaitan yang erat dengan medium yang digunakan menjadi lebih penting. Bobot sebuah karya seni ditentukan oleh kekuatan dunia empiris yang dipilih seniman untuk membuka ruang pengembaraan menuju pemaknaan (Adityasasmara, 2017: 40).

C. Semiotika Konotatif

Pembacaan tentang tanda dan simbol yang hadir dalam sebuah karya membutuhkan pendekatan spesifik. Penulis menggunakan pendekatan semiotika konotatif yang dikembangkan oleh Roland Barthes sebagai alat bedah untuk mengkaji aspek-aspek visual yang hadir dalam karya. Barthes mengembangkan dua sistem penanda secara bertingkat yang diklasifikasikan dalam *first order of signification* atau denotasi, yang mendeskripsikan visual secara langsung, yang terlihat secara jelas dan objektif dalam karya. Denotasi umumnya ditampilkan dalam wujud yang tanpa disertai dengan makna atau perasaan tambahan. Satu tingkatan lagi ialah *second order of signification* atau konotasi, dijabarkan sebagai tahap pemaknaan pada pesan dari visual yang hadir dalam karya (Perkasa dan Guntur, 2019: 574-575). Jika tahap konotasi

menjabarkan bentuk bermakna, dalam karyanya yang berjudul *Mythologies*, Barthes mendefinisikan isi dari sistem makna kedua ini sebagai *myth* (mitos). Mitos berfungsi sebagai informasi dari lambang yang kemudian menghadirkan makna-makna tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat (Pawito dalam Wibisono dan Sari, 2021: 33-34). Umumnya, satu mitos cenderung tumbuh dan berkembang untuk batas waktu tertentu dan kemudian tenggelam untuk digantikan oleh berbagai mitos lainnya.



Gambar 1. *Two Order of Signification* dari Roland Barthes
(Sumber : Fiske dalam Wibisono dan Sari, 2021: 33)

D. Rekonstruksi Sejarah dalam Karya Agan Harahap

Dalam pemaknaan umum, rekonstruksi dapat diartikan sebagai penyusunan atau penggambaran kembali (<https://kbbi.web.id/rekonstruksi> diakses pada 30 September 2022, Pukul 12.30). proses rekonstruksi umumnya dilakukan dengan melakukan penyusunan ulang, baik mengembalikan sesuai dengan bentuk aslinya atau menambahkan unsur tertentu. Harahap menggunakan metode ini untuk menyusun ulang "gambaran" yang terjadi di masa lalu melalui teknik fotografi dan *digital imaging*. Rekonstruksi visual melalui fotografi sangat mungkin dilakukan karena hubungan fotografi dan sains yang telah memberikan sumbangsih yang besar sepanjang sejarah dalam menemukan hal-hal yang belum terungkap dengan realitas dan visual yang natural (Mullen dalam Wibisono, Artanto dan Ayuswantana, 2021: 1). Dalam melakukan rekonstruksi visual, khususnya sejarah, tentu banyak persepsi dan sudut pandang yang memengaruhi narasi yang kemudian beredar. Tak dapat dipungkiri, kehadiran sebuah narasi tergantung dari siapa pihak yang menarasikannya, karena keberbedaan sudut pandang akan menghasilkan sebuah informasi yang berbeda pula. Beda konteks jika kemudian rekonstruksi dihasilkan dengan memanipulasi beberapa unsur dan tanda agar menghasilkan suatu informasi baru yang sebenarnya tidak terjadi di masa lampau, sebuah realitas "palsu". Dengan kemampuan Harahap yang mumpuni dalam mengolah gambar digital, seperti potongan yang halus, gelap terang yang natural, dan interaksi alami antarobjek yang dihadirkan, menghasilkan rekonstruksi yang dilakukannya menjadi mudah diterima dan dipercaya layaknya sebuah realitas yang terjadi di dunia nyata.

Banyak narasi dari beragam sudut pandang yang berkembang tentang pergulatan sejarah di masa lalu, namun sedikit sekali atau bahkan tidak ada bukti konkret, seperti foto yang mampu menguatkan narasi dan cerita yang beredar. Celah ini yang kemudian dimanfaatkan oleh Harahap untuk kemudian menghadirkan visualisasi dari sebuah situasi yang sebenarnya merupakan rekaan dari Harahap, sebuah respon personal terhadap narasi-narasi sejarah yang beredar. Dalam pameran Jakarta Biennale 2013 yang diikuti oleh Harahap, ia mengangkat tema tentang Sejarah X, ia menghadirkan seorang tokoh fiktif bernama Amrizal Chaniago, yang seolah-olah merupakan seorang fotografer istana yang mendokumentasi, mengikuti perjalanan dan kegiatan Presiden pertama Republik Indonesia, Soekarno. Ia mendeskripsikan tokoh fiktif

tersebut dalam buku yang ia bagikan sebagai pelengkap apresiasi karya. Dalam buku tersebut diceritakan bagaimana sosok Chaniago memotret lawatan-lawatan yang dilakukan Presiden Soekarno ke luar negeri beserta tamu-tamu negara yang berkunjung. Penulis akan mengkaji secara mendalam salah satu karya yang terdapat sosok Soekarno tengah mengobrol santai dengan Marilyn Monroe, Jackie Kennedy, dan Elizabeth Taylor. Karya yang mengundang banyak pembahasan karena kemudian dipercaya kebenarannya oleh banyak pihak.



Gambar 2. Soekarno, Marilyn Monroe, Jackie Kennedy, dan Elizabeth Taylor Karya Agan Harahap
(Sumber : Instagram Agan Harahap

https://www.instagram.com/p/CWD17GlvGB6/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=loading diakses pada 1 Oktober 2022
Pukul 15.30 WIB)

Dalam tahap denotatif, kita akan menganalisis tampilan yang tampak dalam visual. Karya ini ditampilkan dalam visualisasi hitam putih yang terdiri atas empat orang, yang terlihat sosok Soekarno di bagian kanan gambar, tengah mengobrol santai dengan artis serta model Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor, dan istri Presiden Amerika Serikat pada masa itu, Jackie Kennedy. Raut wajah keempatnya terlihat tersenyum dan fokus pembicaraan mengarah kepada sosok Soekarno. Soekarno dan Monroe terlihat memegang gelas berisi minuman. Soekarno mengenakan pakaian kenegaraan yang identik dengan dirinya dilengkapi dengan peci, sedangkan ketiga wanita mengenakan gaun formal.

Pada tahap kedua, yaitu tahap konotatif, pengkajian terhadap objek-objek dalam tahap denotatif diuraikan dengan menggunakan tendensi akan pemaknaan tertentu. Dalam karya ini, dijelaskan bahwa melihat *setting* waktu yang ingin ditampilkan sekitar tahun 1950-1960-an, mengingat kisaran usia dari sosok yang hadir merupakan figur-figur penting pada media tahun tersebut dan penggambaran visualisasi foto hitam-putih yang cenderung menggambarkan kualitas kamera pada masa itu. Pada karya tersebut terlihat digambarkan bagaimana mitos dari Presiden Soekarno yang begitu populer di antara para wanita, sehingga bukan hal yang janggal ketika interaksi Soekarno dan selebriti internasional serta istri presiden Amerika dihadirkan dalam suasana yang santai dan hangat. Ada satu penanda unik yang kemudian menjadikan foto ini mendapat banyak respon dan tidak jarang yang mempertanyakan, yaitu kehadiran artis Marilyn Monroe dan Jackie Kennedy dalam satu frame dan situasi yang hangat. Seperti diketahui Monroe pernah terlibat isu skandal dengan John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat saat itu sekaligus suami dari Jackie Kennedy, yang kemudian memunculkan narasi perseteruan antar-keduanya, sehingga pertemuan keduanya dalam satu frame merupakan sebuah momen yang sangat langka. Tidak jarang kemudian karya ini diunggah dalam beberapa diskusi dan pembahasan tentang sejarah dan dianggap sebagai “bukti” penting dari peristiwa yang terjadi.

Tidak sulit untuk memahami bahwa karya ini merupakan manipulasi jika masyarakat mau melakukan konfirmasi dan mengoreksi fakta berdasar data dari sumber terpercaya. Harahap pun

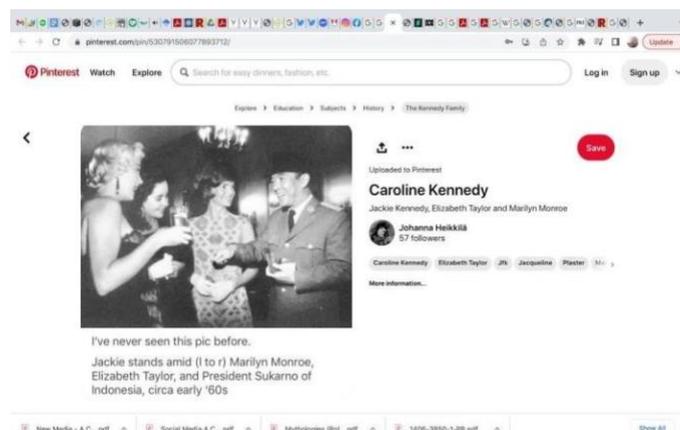
mengakuinya dalam beberapa wawancara yang dilakukannya, bahwa karyanya merupakan manipulasi dari foto asli ketika Soekarno melakukan kunjungan ke Amerika Serikat sekitar tahun 1961 dan bertemu dengan Presiden John F. Kennedy (lihat gambar 3). Dalam upaya untuk memperkuat mitos Soekarno sebagai seorang *womenizer*, ia menyeleksi dan memasukkan beberapa wanita-wanita yang memiliki reputasi dan dikenal secara luas dalam karyanya dan dihadirkan dalam visualisasi sebuah percakapan santai yang hangat.



Gambar 3. Foto Orisinil yang Diedit Harahap menjadi Karyanya

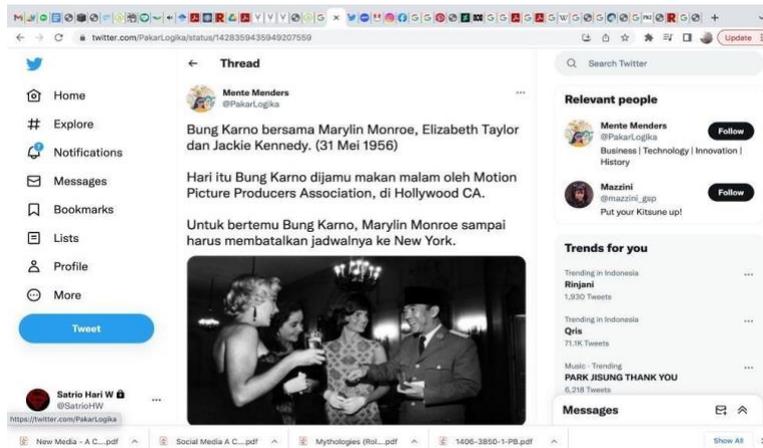
(Sumber : <https://twitter.com/Djajank4/status/1428363159698501632> diakses pada 1 Oktober 2022 Pukul 19.15 WIB)

Publik yang tidak memperhatikan perkembangan seni rupa, sepak terjang karya Agan Harahap, dan tidak memahami bahwa karya ini pernah dipamerkan dalam sebuah Biennale tentu akan mudah terkecoh. Dalam beberapa forum, khususnya di media sosial bahkan foto ini disematkan sebagai bukti otentik bahwa peristiwa ini pernah terjadi (lihat gambar 4 dan 5). Unggahan di media sosial ini memantik perbincangan sebelum kemudian dikonfirmasi tentang editan yang dilakukan Harahap sebagai karya seni fotografinya. Dalam kasus lainnya, banyak yang kemudian mengontak Harahap untuk dikenalkan dengan Amrizal Chaniago, seorang kameramen istana hasil rekaan Harahap, yang seolah tidak terdeteksi keberadaannya karena memang secara realitas sosok tersebut tidak pernah ada, bahkan Yayasan Bung Karno pun pernah mengontaknya untuk meminta foto ini karena mereka merasa tidak memiliki dokumentasi foto rekayasa ini, yang kemudian dijelaskan oleh Harahap tentang otentisitasnya.



Gambar 4. Unggahan Karya Agan Harahap di Akun Pinterest

(Sumber : <https://www.pinterest.com/pin/530791506077893712/> diakses pada 5 Oktober 2022 Pukul 09.15 WIB)



Gambar 5. Unggahan Karya Agan Harahap di Akun Twitter

(Sumber : <https://twitter.com/Djajank4/status/1428363159698501632> diakses pada 5 Oktober 2022 Pukul 09.30 WIB)

Tidak hanya itu, karya Harahap ini juga disematkan dalam buku sejarah bertajuk *Sinema pada Masa Soekarno* yang diterbitkan secara luas pada tahun 2016 dan kemudian mendapatkan perhatian ketika Harahap mengunggah sendiri dalam *instagram* pribadinya pada 2021 dan mengklarifikasi foto dalam buku tersebut adalah karya editannya beserta *caption* yang bertuliskan "Selamat, anda kena preng.." (lihat gambar 6). Dalam wawancara yang dilakukannya, Harahap tidak takut karya-karyanya kelak dianggap mengintervensi sejarah dan dianggap sebagai kebenaran. Ia masih percaya masih banyak media yang serius dan mampu mengklarifikasi fakta sebenarnya sebagai jalan untuk menangkis hoaks yang beredar dan mencerdaskan masyarakat.



Gambar 6. Unggahan Buku *Sinema pada Masa Soekarno* yang Terdapat Karya Agan Harahap

(Sumber : https://www.instagram.com/p/CWD17GlvGB6/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=loading diakses pada 4 Oktober 2022 Pukul 11.30 WIB)

PENUTUP

Rekonstruksi visual merupakan hal yang lazim diaplikasikan oleh Agan Harahap dalam mengeksekusi karya-karyanya untuk menghasilkan sebuah realitas "palsu" yang sebenarnya tidak terjadi di dunia nyata, tidak terkecuali dengan mengangkat konteks sejarah. Keahliannya dalam mengolah visual dengan akurat, detail, dan presisi mampu mengecoh masyarakat dengan gaya parodinya yang kental. Rekonstruksi sejarah penting negeri ini yang menghadirkan sosok Soekarno, Presiden pertama Republik Indonesia, tengah berada di antara para wanita hebat pada masa itu, seperti Marilyn Monroe, Jackie Kennedy, dan Elizabeth Taylor tentu mengundang kontroversi tersendiri. Banyak yang percaya ini

merupakan foto asli, namun tidak sedikit yang kemudian sadar dengan permainan tanda yang dihadirkan oleh Harahap dalam karya fiktifnya.

Perlu kejelian untuk mengupas informasi melalui tanda-tanda yang dihadirkan dalam karya untuk bisa membedah mitos yang diangkat dalam karya Harahap. Di sinilah perlu melakukan konfirmasi dan koreksi terhadap informasi yang hadir dalam foto agar tidak terkecoh. Terlebih dengan semakin kuatnya intensitas masyarakat dengan dunia maya, khususnya media sosial, dibutuhkan kesadaran serta kedewasaan dalam menerima dan merespon sebuah informasi. Harahap menganggap penting untuk menggugah kesadaran masyarakat melalui “bahasa” yang lekat dan dikenal baik oleh masyarakat, seperti media sosial, karena apa yang terjadi di media sosial cenderung memberikan pengaruh dalam kehidupan nyata, dan ini bukanlah hal yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityasasmara, Farhan. 2017. “Kassian Chephas (1845-1912): Dari Kolektivitas Menuju Subjektivitas”. Jurnal *Dharmasmrti*. Universitas Hindu Indonesia Denpasar, Bali.
- Aji, Daru Tunggul, Fransisca Sherly Taju. 2022. “Representasi Visual dan Memori Kolektif dalam Foto Karya Hasan Sakri Ghozali”. *ARS Jurnal Seni Rupa dan Desain* Vol.25 No.1. Yogyakarta.
- Barthes, Roland. 1977. *Elements of Semiology*. England: Hill and Wang.
- Benjamin, Walter. 1999. *Illuminations*. London: Pimlico.
- Darmawan, Ade, Agung Hujatnika, Gustaff H. Iskandar, Krisna Murti, Nerfita Primadewi, Syamsul Barry. 2006. *Apresiasi Seni Media Baru*. Direktorat Kesenian, Direktorat Jenderal Nilai Budaya, Seni dan Film Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses pada 30 September 2022. <https://kbbi.web.id/rekonstruksi>
- Murfianti, Fitri, Rustono Farady Marta, Irmawan Rahyadi. 2020. “Confronting Media Prosumer People with Manipulated Political Memes In Indonesia’s Post Truth Era”. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*. Vol. 7. Issues 1.
- Mustaqim, Karna. 2019. “Seni Media (Baru): Tegangan dan Renggangan”. Katalog Pameran *Artidentity*.
- “No, then-Indonesian president Sukarno did not hang out with Marilyn Monroe, Jackie Kennedy and Elizabeth Taylor”. 2018. diakses pada 13 Oktober 2022 pukul 13.00 WIB. <https://factcheck.afp.com/no-then-indonesian-president-sukarno-did-not-hang-out-marilynmonroe-jackie-kennedy-and-elizabeth>
- Perkasa, Mandira Citra, Guntur. 2019. “Kajian Semiotika terhadap Karya Manipulasi Foto Agan Harahap”. *Prosiding Seminar Internasional Riksa Bahasa XIII*. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Quaranta, Domenico. 2013. *Beyond New Media Art*. LINK Edition. Italia: Brescia.
- Sumartono. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif Seni Rupa & Desain*. Jakarta: Pusat Studi Reka Rancang Visual dan Lingkungan. Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti.
- Susanto, Andreas Arie. 2017. “Fotografi adalah Seni: Sanggahan terhadap Analisis Roger Scruton mengenai Keabsahan Nilai Seni dari Sebuah Foto”. *Journal of Urban Society’s Arts*, Vol. 4 No. 1. Yogyakarta.
- Wibisono, Aryo Bayu, Aphief Tri Artanto, Alfian Candra Ayswantana. 2021. “Fotografi sebagai Rekonstruksi Visual dalam Seni Bercerita Rakyat Studi Kasus ‘Sarip Tambak Oso’”. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* Vol. 17 No.1. Yogyakarta.
- Wibisono, Panji, Yunita Sari. 2021. “Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Bintang Keyjil Karya Wim Umbih dan Misbach Yusa Bira”. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* Vol.1. No.1. Universitas Prof. Dr. Moestopo. Jakarta.
- Wicaksono, Satrio Hari. 2014. “The Development of New Media Art in Indonesia”. *Prosiding Bandung Creative Movement #1*. Bandung: Telkom University.

MULTIMODALITAS PADA PRODUKSI NOVEL TERE LIYE SEBAGAI EDUKASI GENDER DALAM RUANG VIRTUAL

Umilia Rokhani

(Music Studies, Faculty of Performing Arts, Institut Seni Indonesia Yogyakarta E-mail: umilia_erha@yahoo.co.id)

ABSTRAK

Novels will play their roles when they mediate humans' ideas by focusing on the dulce et utile (beautiful and useful) value. This concept entails an opportunity for the readers to get benefits by reading those works in a pleasant way so that they will sub-consciously internalize the moral values contained in them. However, an art form is not always beautiful for the tragic materials may be contained in them. Some of those tragedies relate to the issues about women that were caused by their position as a second-class gender in the societal structure in Indonesia. One of the writers who exhibit a big concern about these issues is Tere Liye. He intentionally formats his production process as a part of his efforts to educate Indonesian women using multimodalities that are capable of representing the women's world not only by means of verbal languages but also by optimizing the virtual spaces. What he does is an interesting phenomenon to be studied among numerous discourses discussing women's world. In this research, Butler's gender study can be used to examine how, during the production process of his works, Liye constructed women in his novels as a manifestation of how he interpreted the socially-institutionalized gender issues. Gender analysis was employed to reveal how women were constructed in Liye's novels in order to educate the readers, especially woman readers in Indonesia. By studying the production process, the writer's pattern of expression in representing the women as subjects, his concept of education, and his strategy in producing his novels can be identified.

Keywords: multimodalities, novel production, Tere Liye, gender education, virtual spaces.

ABSTRAK

Novel akan membawa perannya sebagai suatu hasil produksi karsa manusia yang menekankan pada *dulce et utile* (indah dan bermanfaat). Konsep ini tentu saja membawa pembaca untuk dapat memperoleh manfaat dari membaca karya novel dengan cara yang menyenangkan, sehingga pesan moral yang dibawa akan tertanam kepada pembaca tanpa pembaca tersebut menyadarinya. Sekalipun tidak setiap seni itu indah karena terkadang ada tragedi yang juga menjadi bagian dari materi karya. Materi-materi tersebut seringkali lekat dengan dunia perempuan yang menjadi manusia kelas kedua di tengah masyarakat Indonesia. Salah satu pengarang karya yang *concern* memproduksi karya berkaitan dengan subjek perempuan adalah Tere Liye. Tere Liye memformat proses produksinya sebagai bagian media edukasi bagi perempuan Indonesia dengan multimodalitas yang dapat merepresentasikan dunia perempuan sesuai pemikirannya, bukan hanya melalui bahasa tetapi juga optimalisasi ruang virtual. Hal ini menjadi kajian yang menarik karena berbagai diskursif di Indonesia tentang dunia perempuan muncul dengan sangat beragam. Untuk itu, kajian gender Butler dapat dipergunakan untuk melihat konstruksi subjek perempuan dalam karyanya novel Tere Liye yang dipahami sebagai penafsiran gender yang terlembagakan secara sosial dalam suatu produksi karya. Dengan mempergunakan metode *gender analysis* dalam bingkai produksi karya dilihat konstruksi subjek perempuan sebagai media edukasi bagi pembacanya terutama perempuan Indonesia. Dengan melihat pada proses produksinya, dapat dilihat pola ekspresi pengarang dalam membingkai subjek perempuan, konsep edukasi, serta strategi produksi karya.

Kata Kunci: multimodalitas, produksi novel, Tere Liye, edukasi gender, ruang virtual.

PENDAHULUAN

Sastra berada di lingkup budaya sebagai bagian dari hasil karsa manusia yang tentu memiliki maksud yang ingin dikomunikasikan kepada penikmatnya. Hal ini memenuhi sifat dari sastra itu sendiri sebagai *dulce et utile* (indah dan bermanfaat). Sekalipun tidak setiap karya dapat dikategorikan indah dan menyenangkan karena banyak pula terdapat karya-karya yang bersifat tragedi yang diproduksi selain sebagai suatu memorabilia bagi pengarang maupun masyarakat komunitasnya, juga menjadi pembuka wacana yang akan memberikan nilai-nilai, pandangan-pandangan baru kepada masyarakat terkait dengan tragedi yang direkonstruksi sebagai suatu karya. Dalam hal ini, produksi karya akan menjadi perangkat simbolik yang merekonstruksi objek spesifiknya. Objek spesifik ini seringkali diangkat oleh penulis dari kondisi sosio-kultural yang ada di masyarakat karena pada dasarnya tidak ada kemunculan karya dari kekosongan budaya. Salah satu objek spesifik yang menjadi bahan yang menarik untuk diangkat adalah dunia perempuan. Dunia perempuan menjadi menarik diangkat, baik dalam suatu produksi maupun kajian, karena perempuan menjadi manusia kelas kedua setelah laki-laki, khususnya di lingkungan masyarakat yang memegang pakem budaya patrilineal. Seperti yang terkonstruksi pada masyarakat Korea yang menempatkan laki-laki pada posisi utama, sedangkan perempuan sebagai pelengkap (Pratiwi et al., 2021). Dalam konstruksi adat Jawa, perempuan juga tumbuh menjadi subjek yang hidupnya dikonstruksi oleh konsep-konsep budaya, seperti konsep *kanca wingking*, *swarga nunut neraka katut* (Maulana & Hafidzah, 2021; Setiyawan et al., 2022). Konsep-konsep tersebut membentuk subjek perempuan sebagai manusia yang dilemahkan, tidak *independent*, dan ruang geraknya terbatas. Namun demikian, sebagian perempuan menerima konsep-konsep tersebut sebagai *given* (terberi), sehingga perempuan menjalani sebagai sesuatu yang terberi yang harus dijalani dengan rasa ikhlas. Situasi berbeda muncul di Chili yang menggunakan ruang publik untuk menyuarakan gerakan sosial dari kaum feminis kolektif yang dimotori dari kalangan akademisi (Alvarez & Navarrete, 2019). Berbagai wacana tersebut direspon oleh pengarang, salah satunya oleh Tere Liye, melalui produksi novel-novelnya, antara lain: *Hapalan Shalat Delisa* (selanjutnya disingkat HSD), *Bidadari-Bidadari Surga* (selanjutnya disingkat BBS), dan *Tentang Kamu* (selanjutnya disingkat TK). Dalam proses produksi hingga konsumsi karya, Tere Liye menerapkan penggunaan multimodalitas untuk membangun konstruksi baru melalui perspektif-perspektif mengenai perempuan.

Praktik suatu produksi karya senantiasa berkaitan dengan empat kategori modal yang akan mengikat dan memosisikan agen-agen produsennya dalam suatu struktur bidang. Empat kategori modal tersebut adalah modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik. Empat kategori tersebut yang akan menggerakkan suatu praktik produksi dan menjadi salah satu penentu atas legitimasi karya yang diproduksi tersebut (Bourdieu, 1993). Jadi, dalam setiap produksi artistik mendudukan objek spesifik dalam konstruksi yang otonom dalam relasi perangkat simbolik. Dalam proses produksi juga, tiap agen berada dalam lingkup persaingan untuk mendapatkan modal, sekalipun kompetisi tersebut tidak selalu berpijak atas dasar material. Acuan persaingan dapat berupa pengakuan, penyucian, dan prestise (Bourdieu, 1993). Oleh karena itu, suatu produksi tidak selalu mengacu pada pertumbuhan modal ekonomi tetapi dapat pula berupa perubahan perspektif sebagai suatu bentuk penyucian konstruksi berpikir masyarakat sebagai sesuatu yang perlu direbut untuk diharapkan adanya perubahan.

Dalam produksi budaya diperlukan dua modal, yaitu modal simbolik dan modal budaya. Dalam hal ini, modal simbolik mengacu pada derajat penerimaan berupa selebritas, prestise, penyucian atau penghormatan, yang bermuara pada dialektika pengetahuan dan legitimasi. Sementara itu, modal budaya lebih berfokus pada konsep-konsep pengetahuan budaya serta kompetensi. Melalui modal budaya ini, legitimasi seorang agen menjadi wakil dari suara komunitasnya, sehingga suara tersebut diikuti oleh masyarakat. Seperti halnya fungsi puisi yang menjadi media penyembuhan psikologis bagi perempuan kulit hitam Afrika. Puisi menjadi tempat yang dianggap aman untuk mengartikulasikan kerentanan perempuan kulit hitam Afrika yang ditulis secara bersamaan dengan melibatkan perasaan, mimpi, sekaligus ketakutan

mereka. Dalam hal ini, puisi menjadi strategi penyembuhan psikologis berupa perubahan bahasa menjadi suatu praktik tindakan nyata (Oliphant et al., 2022). Oleh karena itu, produksi karya selanjutnya tidak hanya dilihat sebagai suatu produk materi tetapi juga suatu produksi nilai. Hal itu dapat dilihat pada kontribusinya atas aktivitas produksi berikutnya sebagai suatu prestise atau suatu penerimaan dan penghargaan atas suatu karya. Demikian pula halnya dengan novel-novel Tere Liye yang berkembang di ruang virtual sebagai suatu bentuk multimodalitas edukasi gender di masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilihat bentuk-bentuk multimodalitas di ruang virtual yang dikembangkan sebagai bagian dari produksi novel Tere Liye dan sebagai media edukasi gender. Dengan mempergunakan metode *gender analysis* dalam bingkai produksi karya dilihat sebagai konstruksi subjek perempuan. Dari proses produksi hingga kepada proses konsumsi di masyarakat, strategi produksi yang dilakukan Tere Liye untuk membangun media edukasi bagi pembacanya, terutama perempuan Indonesia, juga dapat diketahui. Untuk itu, juga akan dibahas tentang multimodalitas yang dilakukan Tere Liye dalam membangun pengetahuan atas kesetaraan gender melalui produksi karyanya.

Gender senantiasa diidentikkan dengan jenis kelamin yang terkonstruksi melalui oposisi biner antara laki-laki dan perempuan. Simon de Beauvoir dalam buku *The Second Sex* menyatakan bahwa masyarakat senantiasa mengonstruksi laki-laki dalam norma positif, sedangkan perempuan terkonstruksi dalam norma negatif (Gunawan, 2017). Namun, perkembangan pemikiran mengenai gender berikutnya tidak dibatasi dalam konstruksi laki-laki dan perempuan saja. Beauvoir menyatakan bahwa seseorang dapat tidak terlahir sebagai perempuan tetapi dunia perempuan menjadi bagian dari jati dirinya. Hal itu menjadi polemik karena pelekatan jati diri perempuan ditandai salah satunya dengan jenis kelamin. Pemikiran itu menjadi dasar kemunculan posisi-posisi lainnya dari dikotomi laki-laki dan perempuan, baik lesbi, gay, maupun transgender. Jenis kelamin pada akhirnya hanya sebagai atribut penanda analitik dalam tataran perkembangan pemikiran mengenai gender. Konstruksi gender, dalam hal ini, menjadikan jenis kelamin sebagai atribut penanda analitik manusia karena tidak ada manusia yang tidak berjenis kelamin. Namun, jenis kelamin (seks) menjadi fakta yang tidak dapat diubah dalam kehidupan manusia, sedangkan gender menjadi bagian dari variabel konstruksi budaya jenis kelamin yang tersusun dari permaknaan budaya yang dilakukan oleh manusia itu sendiri (Butler, 1990). Gender menjadi unsur atau dimensi analisis yang dilekatkan pada manusia untuk menandai pembeda biologis, budaya, dan bahasa.

A. Multimodalitas Dalam Produksi Novel Tere Liye

Secara modalitas budaya dan simbolik, konstruksi gender sebagai media edukasi di masyarakat atas novel Tere Liye terbangun atas berbagai moda teks dan media, antara lain: bahasa melalui cetak novel dan audiovisual melalui film dan sinetron. Simbol-simbol yang dimunculkan melalui berbagai moda tersebut menjadi penguat bagi nilai-nilai yang ditekankan pada berbagai teks terkait karya Tere Liye. Melalui cetak novel, bahasa menjadi ujaran pengarang yang mewakili kegelisahan atas kebutuhan akan kebebasan memperoleh pendidikan untuk perempuan. Seperti di novel BBS, suara perempuan yang diwakili tokoh Yashinta, adik Laisa, mempertanyakan hak kesetaraan pendidikan bagi perempuan. Saat itu, Laisa sebagai tokoh utamanya sedang menekankan pentingnya pendidikan bagi laki-laki. Laisa tidak ingin adik-adik laki-lakinya bekerja menjadi seperti layaknya pemuda di kampung Lahambay, yaitu pencari kumbang di hutan; penyadap damar; pencari rotan di hutan; penjual burung, kukang, jangkrik, dan lain sebagainya. Dalam novel-novel Tere Liye, pendidikan menjadi pintu bagi perkembangan pemikiran dan penyetaraan derajat kedudukan perempuan. Dalam hal ini, perempuan selaku seorang ibu menjadi madrasah pertama bagi anaknya. Konsep pendidikan yang menekankan sekolah sebagai bagian dari perkembangan pemikiran dan masa depan yang penting bagi anak perempuannya berada di tangan seorang ibu. Hal ini tergambar jelas dalam novel BBS dan TK. Sementara itu, gambaran pentingnya pendidikan, baik yang bersifat formal maupun yang bersifat ilahiah, dikendalikan dan dipantau langsung oleh seorang ibu terepresentasi dalam HSD.

Konsep gender juga ditunjukkan melalui penggambaran kemampuan perempuan yang terlihat menjadi hiperrealitas dari perempuan pada umumnya. Hal ini ditunjukkan terutama dalam novel TK dan BBS. Dalam novel TK, tokoh Sri Ningsih yang berasal dari Pulau Bungin, pulau kecil di Sumbawa Besar, tumbuh menjadi perempuan hebat yang mampu dan sukses menjajaki berbagai usaha yang berbeda-beda bidang, seperti bisnis kuliner, sewa rental mobil, pengusaha yang memproduksi sabun mandi, dan memiliki pemikiran investasi yang mampu menjamin kehidupannya hingga usia tua. Selain kemampuan itu, ia juga menjadi sopir bus tingkat di London, menjadi guru tari di Paris yang membawanya berkeliling dunia dan tampil di berbagai kedutaan besar di berbagai belahan dunia. Sri yang hanya mengenyam pendidikan dari Tuan Guru Bajang dan bersekolah di madrasah yang berada di Solo mampu memahami dan menguasai banyak bidang. Dalam novel tersebut ditekankan bahwa darah pengusaha menurun dari bapak Sri kepada Sri. Namun tentu saja kepiawaian tersebut tidak bisa semata-mata hanya berdasarkan efek dari darah keturunan. Hal itu membutuhkan waktu berproses untuk belajar, mencermati, dan mempraktikkannya secara langsung dengan bimbingan ahli. Sementara, Nugroho, bapak Sri yang seorang nelayan, meninggal dunia saat Sri masih anak-anak, yaitu berusia sembilan tahun. Hal senada juga direpresentasikan dalam novel BBS yang menempatkan Laisa yang tumbuh dari Lembah Lahambay yang terpencil bahkan ia putus sekolah agar ia dapat membantu Emak Lainuri bekerja, sehingga adik-adiknya dapat mengenyam pendidikan, sukses menjadi pengusaha strawberry yang memiliki ladang strawberry hingga berpuluh-puluh hektar. Pengetahuan tentang bertanam strawberry hanya diperolehnya dari mahasiswa yang KKN di desa atas dari Lembah Lahambay. Dari kesuksesannya tersebut, ia berhasil menyekolahkan semua adik-adiknya dan memberikan kemanfaatan bagi masyarakat di Lembah Lahambay.

Dari representasi yang menjadi perangkat simbol yang diujarkan pengarang untuk mengonstruksi subjek perempuan tidak lagi ditunjukkan menjadi pribadi yang lemah, serba bergantung pada laki-laki, dan keluar dari wilayah domestik dan diberikan ruang kemampuan untuk berlaku sebaliknya sebagai tiang penguat bagi kehidupan dan kesuksesan laki-laki yang berada di lingkup kehidupan perempuan tersebut. Simbol- simbol bahasa tersebut membalikkan posisi dikotomi peran laki-laki dan perempuan yang selama ini diwacanakan di tengah masyarakat. Dikotomi yang dapat digambarkan di tengah masyarakat seperti tabel 1.

Tabel 1. Konstruksi Dikotomi Laki-laki dan Perempuan di Masyarakat

Konstruksi Dikotomi Laki-laki dan Perempuan di Masyarakat	Laki-laki	Perempuan
Sifat Individu	Kuat	Lemah
Karakter Sikap	Menguasai	Dikuasai
Lingkup gerak	Luar lingkup domestik	Domestik

Sementara itu, konstruksi subjek perempuan dalam novel Tere Liye ditunjukkan seperti tabel 2.

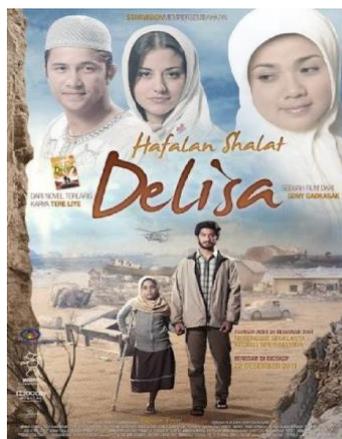
Tabel 2. Konstruksi Subjek Perempuan dalam Novel Tere Liye

Konstruksi Subjek Perempuan dalam Novel Tere Liye	HSD	BBS	TK
Sifat Individual	Kuat, periang, tangguh	Kuat, Tidak Mudah Menyerah, Tangguh, Rela berkorban	Kuat, Cerdas, Tangguh

Karakter Sikap	Penopang dan Penguat Peran Laki-laki (Abi Usman)	Penopang kesuksesan hidup adik-adiknya (Dalimunte, Ikanuri, Wibisana, Yashinta)	Pelopor konsep usaha dan penopang hidup banyak orang melalui keberhasilan bisnis yang dibangunnya dan tinggalan warisannya.
Lingkup Ruang Gerak	Domestik (Ummi Salamah) dan Luar Domestik (Cut Fatimah, Cut Aisyah, Cut Zahra, Delisa)	Domestik dan Luar Domestik	Domestik dan Luar Domestik

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa pengarang mengonstruksi lingkup ruang gerak perempuan ada di dua ranah, ranah domestik dan ranah luar domestik. Dengan konstruksi tersebut, pengarang ingin menyatakan bahwa perempuan juga akan memperoleh capaian hidup yang bahkan bisa lebih tinggi dari laki-laki. Namun melalui capaiannya tersebut, perempuan tidak kemudian menjadi penguasa dunia laki-laki. Sifat keibuan yang ada dalam karakter diri perempuan akan membuatnya memosisikan diri sebagai penopang bagi kehidupan di sekelilingnya. Selain itu, dalam situasi kehidupan di titik terendah pun perempuan akan mengorbankan dirinya untuk menjalankan perannya sebagai penopang tersebut. Pemahaman atas peran perempuan tersebut tidak menjadikannya berpikiran bahwa perempuan itu dilemahkan, dikalahkan, dan ditempatkan sebagai kelas kedua karena dalam lingkup domestik posisi perempuan menjadi penopang bagi kesuksesan laki-laki. Peran ini sangat disadari oleh perempuan itu sendiri. Di sisi lain, ketika peluang untuk melangkah keluar dari ranah domestik, kemampuan perempuan untuk bertahan dan berjuang melebihi kemampuan laki-laki. Hal ini ditandakan oleh Tere Liye untuk menunjukkan ketangguhan perempuan melalui representasi cerita yang dikonstruksi cenderung ke arah hiperrealitas.

Multimodalitas juga ditunjukkan dengan diangkatnya dua novel Tere Liye ke dalam bentuk alih wahana berupa film dan sinetron. HSD diangkat dan dialihwahanakan menjadi bentuk film pada 2011, sedangkan BBS diangkat dan dialihwahanakan menjadi bentuk film (2012) dan sinetron (2013).



BBS Gambar 1. Poster Film HSD
(Sumber: <https://www.klikstarvision.com>,



Gambar 2. Poster Film BBS



Gambar 3. Sinetron

(Sumber: <https://www.klikstarvision.com>, (Sumber: <https://www.klikstarvision.com>, Sumber: <https://m.vidio.com> diambil 15 Oktober 2022 diambil 15 Oktober 2022) diambil 15 Oktober 2022)

Dari konsep alih wahana itu terdapat perubahan sistem tanda yang dikonstruksi pada praktik produksinya. Bentuk film dan sinetron akan mensyaratkan penggunaan bahasa, gambar, bunyi, dan warna. Sementara itu, bentuk novel berkaitan dengan sistem tanda pada bahasa, warna, *lay out*, gambar. Praktik

alih wahana dari novel ke bentuk film dan sinetron itu sendiri menjadi bagian dari prestise dan bentuk legitimasi dari para pekerja film dan sinetron kepada kinerja produksi yang dilakukan oleh Tere Liye, penerbit, percetakan, bahkan hingga ke distributor novel. Dari proses alih wahana tersebut terdapat proses transfer komunikasi sistem tanda dari bahasa ke bentuk audiovisual yang representasinya lebih pasti dan terarah mengikuti konsep penggambaran sutradara. Representasi terarah dari sutradara itu yang kemudian dinikmati oleh penikmat film dan sinetron. Penikmat film dan sinetron itu sendiri juga dapat mengalirkan bentuk komunikasi makna karya dengan membaca secara langsung teks dalam bentuk novel yang diproduksi Tere Liye. Dari proses penikmatan novel dengan penikmatan film/sinetron tersebut, makna karya akan dapat lebih utuh diperoleh atau akan terjadi perubahan makna karena efek dari proses alih wahana karena tidak sesuai dengan ekspektasi penikmat novel, bahkan dapat membangun atau menghancurkan selera penikmat karya itu sendiri. Namun dengan melihat bahwa alih wahana dari novel ke film kemudian diubah lagi ke dalam bentuk sinetron dapat diketahui bahwa penggemar novel Tere Liye cukup tinggi, sehingga agen produksi berikutnya tertarik untuk mereproduksi ke dalam bentuk yang berbeda.

B. Strategi Produksi Karya Sebagai Pendukung Edukasi Gender Melalui Ruang Virtual

Tingginya akses media sebagai bagian dari penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari di tengah masyarakat memunculkan pemikiran terkait dengan penggunaan media sosial pada ruang virtual sebagai strategi yang tepat guna bagi penanaman nilai-nilai kesetaraan gender kepada masyarakat. Selain sebagai strategi penanaman nilai-nilai kesetaraan gender, cara ini dilakukan sebagai media promosi karya sekaligus digunakan untuk mendekatkan pengarang kepada pembaca karyanya maupun sebaliknya, dan mendekatkan pembaca dengan karya-karyanya, seperti yang dilakukan oleh Tere Liye melalui *talkshow* kepenulisan, dan bedah buku, serta melalui ruang virtual berupa akun *fanspage*-nya di *facebook* dan *instagram*. Ruang virtual menjadi salah satu strategi untuk mendekatkan jarak antara penulis dan penikmat secara efektif. Strategi ini dijalankan Tere Liye dengan beberapa cara, antara lain:

a. Membuat Postingan Status Berupa Kutipan (*Quote*) yang Diambil dari Isi Karyanya

Mengutip dari cuplikan isi novelnya menjadi cara yang efisien bagi Tere Liye untuk melihat penanaman nilai-nilai edukasi gender yang telah diserap oleh pembaca novelnya. Tere Liye mengingatkan bahwa perempuan hendaknya tumbuh dengan karakter mandiri, tangguh, kuat. Berikut beberapa kutipan aktivitas Tere Liye di ruang visual.



Gambar 4. Postingan Tere Liye tentang Karakter Cantik Seorang Perempuan
(Sumber: *Instagram tereliyewriter* diambil 14 Oktober 2022)



Gambar 5. Postingan Tere Liye yang Merepresentasikan Sosok Laisa dari Film “Bidadari-Bidadari Surga”
(Sumber: *Instagram tereliyewriter* diambil 14 Oktober 2022)



Gambar 6. Postingan Tere Liye yang Dikutip dari Novel TK Mengenai Karakter Sabar dan Tangguh
(Sumber: *Facebook Fanspage Tere Liye* diambil 16 Oktober 2022)

Dari ketiga gambar tersebut, Tere Liye secara konsisten menekankan konsep cantik seorang perempuan seperti yang ia konstruksikan pada karakter sosok Laisa, sehingga cantik tidak dilihat dari wajah atau fisik tetapi pada kemampuan perempuan tersebut untuk memiliki karakter kemandirian, kesederhanaan, kebaikan pada akhlak, prinsip-prinsip hidup, serta karakter unggul lainnya. Hal ini dikonstruksikan atas tokoh-tokoh perempuan dalam novel-novelnya. Laisa dalam BBS tidak dicitrakan sebagai perempuan yang cantik secara fisik, bahkan banyak laki-laki yang membatalkan keinginan untuk menikahinya karena melihat tampilan fisiknya. Delisa dalam HSD digambarkan sebagai gadis yang awalnya sempurna secara fisik lalu cacat karena musibah tsunami Aceh tetapi keriangannya, ketangguhan, dan sikap pantang menyerah membuatnya tetap tumbuh sebagai anak yang sempurna. Sementara itu, Sri Ningsih dalam TK juga menikah pada saat usianya yang hampir empat puluh tahun. Sri menyibukkan diri dengan upaya-upaya kemandiriannya, sehingga ia menjadi karakter yang tangguh, tidak mudah menyerah, dan berusaha senantiasa membawa kebermanfaatannya bagi orang lain. Dari konstruksi ini dapat dilihat bahwa keistimewaan perempuan tidak terletak pada kesempurnaan fisik dan kecantikannya. Kecantikan dan kesempurnaan secara fisik menjadi hal yang pada dasarnya tidak akan bernilai abadi.

b. Membuat Postingan Berulang Kali Hakikat Karakter yang Harus Dikonstruksi atas Subjek Perempuan
Penanaman nilai-nilai tersebut tidak selalu dikaitkan dengan karya-karyanya. Tere Liye membuat postingan untuk menekankan prinsip-prinsip hidup pemikirannya tentang konstruksi subjek perempuan sekalipun tidak mengaitkannya dengan karyanya. Prinsip-prinsip ini dibuat dan diposting untuk menanamkan nilai-nilai tersebut sebagai bentuk edukasi kepada masyarakat, khususnya untuk penggemar karya-karyanya. Sekalipun tidak mengaitkan dengan karyanya, prinsip-prinsip yang dipegang atas subjek perempuan tersebut direpresentasikan pada banyak karyanya, khususnya karya yang membahas mengenai dunia perempuan. Berikut beberapa aktivitas di ruang virtual.



Gambar 7,8,9. Postingan Tere Liye tentang Hakikat Kecantikan Subjek Perempuan (Sumber: Facebook Fanspage Tere Liye, diambil 17 Oktober 2022)

- c. Membuat kuis untuk Mengecek Kembali Ingatan Penggemarnya dengan Novel-Novel yang Pernah Dibaca
- Tere Liye sering membuat kuis pertanyaan dengan menyebutkan nama tokoh yang ada dalam salah satu novelnya. Kuis ini akan mendorong penggemar yang teringat nama tokoh di salah satu novelnya memberikan respon jawaban. Di sisi lain, penggemar yang terlupa dengan tokoh yang dimaksud oleh Tere Liye akan berusaha untuk membuka kembali novel yang pernah dibacanya. Berikut contoh kuis Tere Liye.



Gambar 10. Kuis bagi Penggemar untuk Mengingat Karya Novel Tere Liye (Sumber: Facebook Fanspage Tere Liye diambil 17 Oktober 2022)

Dengan mengingatkan kembali pada tokoh novel yang pernah lekat dibaca oleh penggemar atau penikmat karyanya, endapan nilai-nilai yang masuk dan tersimpan dalam gudang memori pembaca akan dapat dimunculkan kembali. Hal ini menjadi salah satu cara untuk memutar ulang rekaman nilai-nilai yang diamankan dari novel-novel tersebut. Demikian pula halnya dengan novel-novel yang membawa amanah atas nilai-nilai kesetaraan gender. Nilai-nilai edukasi atas gender perlu dibangkitkan kembali secara kontinu, salah satunya melalui strategi yang dipilih oleh Tere Liye dengan kuis yang dibuatnya. Melalui strategi ini, Tere Liye dapat melihat kembali kedekatan penggemar karyanya dengan karya itu sendiri. Selain itu, ragam respon yang ditunjukkan oleh penggemarnya dapat dijadikan wacana berikutnya untuk dapat memproduksi kembali dengan karyakarya terbarunya.

PENUTUP

Tere Liye merupakan penulis novel yang memiliki ketertarikan atas konstruksi subjek perempuan. Dalam hal ini, Tere Liye cenderung tidak melakukan dikotomi yang tegas antara laki-laki dan perempuan.

Namun, Tere Liye memperluas peran dan fungsi perempuan, sehingga konstruksi yang terbangun menunjukkan adanya ketergantungan laki-laki terhadap keberadaan perempuan. Dengan demikian, posisi, keberadaan, dan eksistensi perempuan tidak difungsikan untuk menguasai dan menekan posisi laki-laki, melainkan untuk menopang kehidupan laki-laki. Selain itu, subjek perempuan diberi ruang gerak yang lebih longgar melalui pendidikan. Namun demikian, Tere Liye mengonstruksi perempuan berada di dua ranah, yaitu ranah domestik dan ranah luar domestik. Dengan meletakkan perempuan berada di dua ranah tersebut, eksistensi perempuan terkonstruksi semakin kokoh.

Pengonstruksian subjek perempuan dan penanaman nilai-nilai edukasi atas hal itu dilakukannya melalui praktik produksi, baik produksi novel, bentuk-bentuk alih wahana, maupun temu penggemar, baik tatap muka secara langsung maupun secara tidak langsung melalui ruang virtual. Berbagai bentuk upaya praktik produksi untuk menanamkan nilai-nilai edukasi atas konstruksi perempuan versi Tere Liye menuntut adanya multimodalitas dari proses produksi hingga penikmatan karya. Sistem simbol yang digunakan juga memiliki bentuk-bentuk yang berbeda. Dengan kompleksitas praktik produksi tersebut, penanaman nilai-nilai edukasi gender dapat dilakukan oleh agen-agen pemproduksi secara simultan dan kontinu, sehingga konstruksi perempuan Indonesia akan memiliki nilai lebih melalui eksistensi yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, S. L., & Navarrete, A. B. 2019. "Cronología del Movimiento Feminista en Chile 2006-2016". *Revista Estudios Feministas*, 27(3). <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n354709>
- Bourdieu, P. 1993. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. (R. Johnson (ed.)). Columbia University Press.
- Butler, J. P. 1990. *Gender Trouble: Feminism and The Subversion of Identity*. Routledge.
- Gunawan, L. 2017. "Kesetaraan dan Perbedaan Laki-laki dan Perempuan: Kritik terhadap Gerakan Feminisme". *Societas Dei: Jurnal Agama Dan Masyarakat*, 3(2), 288. <https://doi.org/10.33550/sd.v3i2.39>
- Maulana, M. F., & Hafidzah, L. 2021. "Nguplik: Women's Strategy Leaving the Domestic Sphere". *MUWAZAH: Jurnal Kajian Gender*, 13(1), 61–80. <https://doi.org/10.28918/muwazah.v13i1.3544>
- Oliphant, V. N., Broyles, D., Clement, D. N., & Wingate, L. R. 2022. "Mental Health Strategies Informed by Black Feminist Thought". *Open Cultural Studies*, 6(1), 137–146. <https://doi.org/10.1515/culture-2022-0151>
- Pratiwi, R. Z. B., Susilowati, E., Rusdiana, J., & Rohmatika, A. 2021. "Femininity and Women's Resistance: Deconstruction of Meaning by Sara Mills' Critical Discourse in 'Mother' Movie". *MUWAZAH: Jurnal Kajian Gender*, 13(2), 193–220. <https://doi.org/10.28918/muwazah.v13i2.4563>
- Setiyawan, R., Setiyowati, A., & Maulida, M. 2022. "Gender Relations during Pandemic Era in Indonesia: Negotiation and Resistance of Urban Woman Workers at Work From Home (WFH) in Family". *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 17(1), 97–118. <https://doi.org/10.21580/sa.v17i1.10437>

LANSIA MANDIRI DAN AKTIF, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK), SERTA DESAIN BERMATRA SOSIAL

Suastiwi

(Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta, suastiwi.isi.ac.id triatmodjosuatiwi@gmail.com)

ABSTRACT

Health programs for the elderly are increasingly related to their development with Information and Communication Technology (ICT). In many developed countries, the union of the two has had a real impact on the lives of the elderly, meanwhile in Indonesia, the use of ICT in the health program for the elderly is still in its early stages. Referring to the experience of developed countries and examining the development of elderly health programs in Indonesia, this paper recommends that a social design approach is more suitable for designing an ICT-based health program for the elderly group. However, this must be accompanied by a proactive attitude from the elderly group, government, and stakeholders, in order to achieve the goal of the elderly living independently and actively.

Keywords: health, elderly, ICT, social design

ABSTRAK

Program kesehatan kelompok lanjut usia (lansia) semakin terkait perkembangannya dengan teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Di banyak negara maju penyatuan keduanya telah memberi dampak yang nyata pada kehidupan lansianya, sementara itu di Indonesia pemakaian TIK pada program kesehatan kelompok lansia masih berada di tahap awal. Mengacu pada pengalaman negara yang telah maju program kesehatan lansianya maka makalah ini menyimpulkan bahwa pendekatan desain bermatra sosial (*social design*) lebih cocok dipergunakan untuk merancang program kesehatan kelompok lansia dengan berbasis TIK, namun begitu hal tersebut harus diimbangi dengan sikap proaktif dari kelompok lansia, pemerintah, dan para pemangku kepentingan, demi dapat mencapai tujuan lansia hidup mandiri dan aktif.

Kata Kunci: Kesehatan, lanjut usia, TIK, desain bermatra sosial

PENDAHULUAN

Dua isu penting di antara banyak isu-isu yang saat ini banyak dibicarakan orang adalah isu peningkatan jumlah penduduk lanjut usia (lansia) di dunia dan semakin kuatnya peran teknologi informasi komunikasi (selanjutnya disebut TIK) dalam kehidupan manusia. Hampir di semua negara di dunia jumlah penduduk lansia ini terus meningkat yang paling tinggi adalah Jepang dengan angka 21 % dari total jumlah penduduk berusia 65 tahun ke atas pada tahun 2007 lalu, sementara di Indonesia berjumlah adalah 9.73 % pada tahun 2020 lalu. Peningkatan jumlah yang signifikan ini menjadi perhatian banyak pihak karena hal ini menimbulkan konsekuensi yang kompleks, dan mencakup beberapa aspek kehidupan, seperti pekerjaan, kesehatan, sosial, ekonomi, dan budaya. Sementara itu, peran pentingnya TIK dalam banyak sektor kehidupan telah diakui, dan di sini TIK dikaitkan dengan program kesehatan lansia, karena kemampuan TIK tersebut diharapkan dapat memfasilitasi dan memudahkan penyelesaian problem-problem dalam berbagai sisi kesehatan kelompok lansia. Dalam pandangan pemerintah dan masyarakat umum pertambahan jumlah penduduk lansia diharapkan tidak akan membebani kehidupan masyarakat, dan mengusahakan bagaimana

dapat menghadirkan penduduk lansia yang aktif, mandiri, dan sejahtera. Selanjutnya dalam konteks desain adalah bagaimana kehidupan penduduk lansia yang rentan kesehatannya ini dapat ditopang oleh desain dalam arti luas untuk mencapai hidup mandiri dan aktif, walaupun sesungguhnya mereka mengalami penurunan kualitas pada fisik, kognisi, emosi, dan pergaulan sosialnya.

Isu penuaan penduduk telah terjadi di banyak negara. Untuk menjawab implikasi isu tersebut pada beberapa aspek kehidupan masyarakat, seperti pekerjaan, kesehatan, dan sosial banyak ahli mengandalkan pemakaian TIK untuk mengatasinya. Di beberapa negara maju telah banyak riset yang dilakukan dan banyak pula temuan maupun solusi canggih yang telah dihasilkan, seperti AAL (*Ambient Assisted Living*) dan Robotic (Triatmodjo, S, 2021). Di Indonesia, riset tentang TIK dan penduduk lanjut usia memang sudah banyak dilakukan namun masih terbatas pada bidang kesehatan, keperawatan, dan demografi, sementara untuk desain secara umum belum banyak dilakukan. Artikel ini berusaha untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mencoba pembuat pembacaan lebih teliti terhadap apa yang sudah dilakukan di negara lain terkait TIK dan kesehatan lansia, dan kemudian menyimak tulisan-tulisan tentang perkembangan program kesehatan lansia di Indonesia saat ini seperti apa, dan terakhir menarik simpulan tentang strategi yang diambil oleh desain agar dapat merancang program, sistem ataupun peralatan berbasis TIK untuk menjawab kebutuhan para lansia Indonesia agar dapat hidup mandiri dan aktif di tempat tinggalnya.

PEMBAHASAN

a. Kesehatan Lansia dan TIK

Salah satu subtema yang dibicarakan pada seminar hari ini adalah budaya layar dan digitalisasi masyarakat. Masuk dalam subtema ini adalah bagaimana salah satu golongan penduduk, yaitu kelompok lanjut usia, memanfaatkan budaya layar dan digitalisasi yang telah secara deras masuk dalam kehidupan mereka. Walaupun intensitasnya tidak sama dengan golongan muda usia, kelompok penduduk lanjut usia pada masa kini juga terlanda perubahan perilaku dan cara hidup yang disebabkan oleh masifnya penggunaan peralatan yang berbasis TIK di masyarakat. Seperti halnya kelompok pengguna yang lain, penggunaan sistem atau pun peralatan berbasis TIK dalam kesehatan lansia memang menjadi pisau bermata dua, yaitu dapat memberi pengaruh positif dengan meringankan dan memudahkan kehidupan para lansia, sehingga dapat hidup lebih aktif dan mandiri, namun sebaliknya hal tersebut dapat pula memberi dampak negatif menjadikan para lansia khawatir, takut, dan terbebani, atau menjadi terasing/ terpisah dari pergaulan dengan orang lain.

Pada bagian awal ini baiklah diketahui terlebih dahulu arti TIK atau *ICT (Information and Communication Technology)*, yaitu istilah payung yang memasukkan semua alat komunikasi atau aplikasi, termasuk: radio, televisi, telepon seluler, komputer, dan jaringan perangkat keras dan perangkat lunak, sistem satelit dan sebagainya, demikian juga berbagai macam layanan dan aplikasi yang terkait dengannya, seperti konferensi dengan video dan balajar jarak jauh. TIK sering dibicarakan dalam suatu konteks tersendiri, seperti TIK dalam Pendidikan, perawatan kesehatan atau perpustakaan (Wikipedia).

Selanjutnya disampaikan pula tentang pengertian penduduk lansia, atau lanjut usia, adalah kelompok masyarakat yang sudah memasuki usia 60 tahun ke atas. Para lansia ini biasanya sudah memasuki purna tugas atau pensiun, kecuali para lansia yang mempunyai usaha sendiri biasanya mereka masih dapat aktif bekerja. Sejalan dengan bertambahnya usia manusia maka tubuh seutuhnya, yaitu fisik, psikologi, dan mental, serta sosial mengalami kemunduran fungsi dan kemampuannya. Ini disebut sebagai proses degeneratif dan penurunan fungsi tubuh, sehingga lansia masuk dalam kelompok rentan masalah kesehatan. Oleh karena itu, biasanya dibuat program spesial yang dapat memantau keadaan kesehatan lansia tersebut.

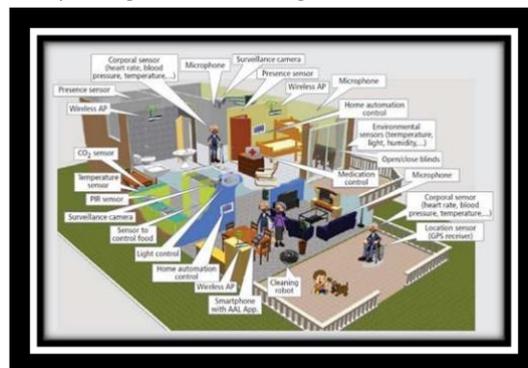
Kelompok lansia tersebut pun mengalami perubahan pola hidup karena perubahan pada susunan keluarga. Anak-anaknya tumbuh dewasa dan membangun keluarga sendiri yang terpisah. Demikian pula suami atau istri dapat berpisah karena perceraian atau karena meninggal dunia, hal ini memaksa para lansia

untuk hidup sendiri. Demikian pula dengan pergaulan sosial, karena sudah tidak bekerja pergaulan sosial berkurang. Di sisi lain bisa terjadi banyak sanak, kadang juga teman seusia yang sudah pergi mendahului menyebabkan teman untuk berinteraksi pun berkurang. Kondisikondisi ini tentu akan melahirkan polahidup baru dan kebutuhan desain peralatan pendukung yang berbeda dengan masa sebelumnya ketika mereka masih muda dan fisik masih sempurna dan kuat.

Apabila dikaitkan dengan kelompok lansia, TIK dapat dikatakan membantu dan memberi kemudahan pada tiga area, yaitu: konteks pekerjaan, pergaulan di komunitas, serta dalam mengakses layanan yang bersifat publik ataupun privat (Christophorous, et.al., 2016). Di Eropa, TIK untuk kesehatan kelompok lansia sudah dikembangkan dengan sangat luas, dalam pandangan mereka peralatan berbasis TIK ini berpotensi mendukung terbangunnya lansia aktif dan mandiri dengan biaya lebih efektif. Dalam laporan tahun 2019 EPTA Parlemen Uni Eropa untuk Assesmen Teknologi untuk orang tua, mengatakan ada 3 area berbasis TIK yang dapat dikembangkan, yaitu *Ehealth*, *Active Assisted Living*, dan *Robotics* (EPTA Eropa, 2019). Sementara itu, menurut Fares, N. (2021) sudah ada 7 jenis solusi TIK yang telah dikembangkan untuk mendukung kehidupan lansia yang mandiri, yaitu:

1. *Basic ICT System* - Sistem TIK Dasar;
2. *Social Communication System* - Sistem Komunikasi Sosial;
3. *Smartphone Health Care System* - Sistem Perawatan Kesehatan Berbasis Telepon Pintar;
4. *Tele-health and Human Monitoring System* – Sistem Pengawasan Badan dan Kesehatan jarak Jauh;
5. *Assistive ICT Dementia and Dependent People* – TIK bantu untuk dimensia dan orang berkebutuhan khusus;
6. *Smart Homes and Environmental Monitoring Systems* – Sistem Pengawasan dalam Rumah dan Lingkungan Pintar;
7. *Robotics* – Robot (Fares, N., et al., 2021).

Solusi nomor 6 dan nomor 7 tertera pada gambar 1 dan gambar 2:



Gambar 1. A Smart Communication Architecture dengan Teknologi Ambient Assisted Live (AAL)
(Sumber: bstassen wordpress.com, diakses 8 Juni 2021)



Gambar 2. Robot yang Dikembangkan untuk Melayani Para Lansia
(Sumber: Fiorini, et al., 2017)

Di Eropa sendiri, pengembangan sarana pendukung kesehatan lansia berbasis TIK ini tidaklah seragam antara satu negara dengan negara yang lain, hal ini disebabkan kondisi demografinya berbeda-beda. Demikian pula dengan cara pandang terhadap kehidupan lansia yang aktif, seperti apa serta kebijakan-kebijakan pemerintah negara tersebut terkait dengannya. Pada laporan EPTA 2019 di Eropadukungan untuk mencapai lansia aktif dan mandiri berbasis TIK pun masih menghadapi beberapa kendala untuk dapat mengembangkannya secara penuh. Beberapa kendala yang dapat disebutkan di sini adalah:

1. Akses dan Pemakaian Internet;
2. Keterasingan terhadap Hal Digital;
3. Kesepian, sehingga lebih membutuhkan inovasi sosio-teknologikal dari pada solusi teknologi;
4. Kekurangan dalam Infrastruktur Digital;
5. Pembiayaan;
6. Masalah Integritas dan Privasi (Laporan EPTA, 2019).

Isu lain yang muncul ketika membicarakan kebijakan pemakaian TIK untuk mendukung kesehatan lansia adalah hal *digital divide*. Istilah ini diartikan sebagai jarak yang ada di antara mereka yang mempunyai akses dan tidak mempunyai akses terhadap bentuk baru dari teknologi informasi dan komunikasi (Van Dijk, 2006 dalam Alexopoulou, S., 2020). Dalam kaitannya dengan pemakai lansia, kemudian muncul gap antara pemakai TIK lansia dan pemakai TIK bukan lansia, oleh Alexopoulou (2020) disebut sebagai *grey digital divide*. Dalam pembagian ini disampaikan rintangan dasar bagi para senior untuk masuk dalam dunia digital atau *basic obstacles for seniors for digital inclusion*, terdapat 7 hal:

1. *Lack of Interest, Motivation* – tidak tertarik, tidak ada motivasi;
2. *Lack of e-Literacy* – Tuna Literasi Elektronik;
3. *Lack of Skills* – tidak mempunyai keterampilan;
4. *Apathy* – Apatitis;
5. *Cost of Equipment* – Harga Peralatan;
6. *Feelings of Oldness* – merasa tua;
7. *Technophobia* – Fobia Teknologi
8. *Obstacles in Having Access to IT such as Having Concerns about Security and Privacy* – Rintangan untuk Mengakses TI seperti Khawatir tentang Keamanan dan privasi;
9. *Physical/Health Issues like Disability* – Isu Kesehatan/isik seperti Ketidakmampuan Fisik (Alexopoulou, S., 2020).

Studi yang dilakukan Alexopolou tersebut memberi rekomendasi bahwa bagaimana pun kondisi yang dipunyai oleh para orang tua tersebut, tetapi apabila mereka menghendaki untuk mempergunakan TIK dalam menjaga kesehatannya, akses harus dapat diberikan kepada mereka dan sebisa mungkin mereka diberi pelatihan agar *melek* secara digital. Rekomendasi ini disampaikan dengan mempertimbangkan bahwa TIK itu sangat penting bagi para lansia. Tentu saja rekomendasi seperti ini hanya berlaku pada negara-negara yang sudah maju sarana dan prasarannya, serta pemakaian TIK-nya juga sudah tinggi, seperti di Eropa. Dalam bagian akhir laporan EPTA 2019 tersebut dikatakan bahwa mereka memberi beberapa solusi dan praktik baik untuk dapat dicontoh oleh negara-negara lain, yaitu: perlunya keterampilan digital baik untuk lansia maupun pendampingnya (perawat), kebijakan terhadap inovasi harus memihak kepentingan publik, inovasi sosial dan teknologikal, serta inklusi para pemangku kepentingan dan pemakai.

b. Kesehatan Lansia di Indonesia dan akses lansia terhadap internet

Dalam Undang - Undang Nomor 13 Tahun 1998 tentang kesejahteraan lanjut usia, bab 1 pasal 1 ayat 2, yang dimaksud lanjut usia adalah seseorang yang mencapai usia 60 tahun ke atas (Depkes RI, 1999). Usia lanjut sebagai tahap akhir siklus kehidupan merupakan tahap perkembangan normal yang akan dialami oleh setiap individu yang mencapai usia lanjut dan hal ini merupakan kenyataan yang tidak dapat dihindari. Lanjut usia adalah kelompok orang yang sedang mengalami suatu proses perubahan menuju tahap akhir, yang dapat berlangsung lama, yaitu 10 sampai 20 tahun. Orang yang memasuki usia ini biasanya lebih

rentan terhadap gangguan kesehatan. Oleh karena itu, perlu diadakan suatu kegiatan yang dapat memantau keadaan kesehatan para lansia tersebut.

Sebagai wujud nyata pelayanan kesehatan pada kelompok usia lanjut ini, pemerintah telah mencanangkan pelayanan pada lansia melalui beberapa jenjang. Pelayanan kesehatan di tingkat masyarakat adalah posyandu lansia, pelayanan kesehatan lansia tingkat dasar adalah puskesmas, dan pelayanan kesehatan tingkat lanjutan adalah rumah sakit. Pemerintah dalam usahanya membangun lansia berkualitas, yaitu lansia yang sehat, mandiri, dan produktif. Kemudian dibuatlah program promosi kesehatan pada lansia yang bertujuan untuk mengoptimalkan kesehatan lansia dan menjadikan lansia sebagai lansia yang berkualitas dan berfokus pada pemberdayaan masyarakat dengan membentuk kelompok lansia dan kader kesehatan lansia (Kemenkes, 2016). Salah satu layanan promosi kesehatan lansia adalah posyandu lansia yang sering ditemukan di level RT atau RW, unit ini berfungsi untuk memonitoring dan mendeteksi masalah kesehatan lansia dan kegiatan pendidikan kesehatan (Putri, Sukihananto, 2018).

Di Indonesia pemakaian TIK untuk bidang kesehatan masyarakat sudah cukup luas dipraktikkan, dan demikian pula bagi kelompok lansia, banyak peralatan layanan kesehatan yang berbasis TIK yang sudah digunakan. Namun begitu, layanan kesehatan yang menerapkan TIK ini masih terbatas pada promosi kesehatan. Hasil penelitian mengatakan bahwa TIK digunakan untuk promosi kesehatan lansia dalam hal berikut: 1) promosi kesehatan kepada individu, keluarga, dan komunitas; 2) membantu pengasuh lansia di rumah untuk melaporkan masalah kesehatan lansia di rumah kepada petugas kesehatan; 3) meningkatkan kemampuan klinis perawat dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada lansia; 4) membantu perawat komunitas dapat memasukkan data kesehatan masyarakat pedesaan dalam sistem *database* yang digunakan sebagai pelaporan ke pelayanan kesehatan lainnya (Putri & Sikhianto, 2018).

Selanjutnya dalam analisis kebijakan mewujudkan lansia sehat menuju lansia aktif, Kemenkes RI Bersama kemitraan global, yaitu WHO dan ITU, meluncurkan *m-Ageing*. Sebuah program untuk mendorong lansia yang tidak memerlukan perawatan supaya mendapat promosi lanjut usia yang sehat, berupa edukasi gaya hidup sehat, teknik-teknik mempertahankan fungsi intrinsik tubuh dan sebisa mungkin tetap hidup mandiri dan sehat saat menua (Policy paper, Kemenkes RI, 2019).

Walaupun demikian, dalam analisis kebijakan disampaikan pula bahwa saat ini untuk masyarakat umum Kemenkes RI telah meluncurkan apa yang disebut sebagai Sehatpedia. Ini merupakan sebuah aplikasi yang diberi nama "Sehatpedia", aplikasi kesehatan yang mengakomodasi dan memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan informasi kesehatan yang akurat, kredibel, dan terpercaya. Dalam aplikasi ini, tersedia berbagai fitur yang memberikan informasi-informasi seputar kesehatan meliputi fitur konsultasi interaktif (*Live Chat*), artikel kesehatan, fasilitas pelayanan kesehatan, link pendaftaran rawat jalan, dan *e-Policy*. Aplikasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum, sehingga bukan khusus ke lansia. Sementara ada layanan kesehatan diperuntukkan lansia yang diprakarsai oleh kelompok masyarakat, yakni *Golansia.com*, situs web berupa media sosial ini merupakan upaya terobosan yang cukup efektif dan membangun interaksi, interrelasi, dan interdependensi antar-sesama lanjut usia dengan sumber informasi terpercaya. Banyak informasi yang dapat diakses melalui situs ini baik artikel, tips kesehatan, film, lagu, maupun berbagai kebutuhan yang relevan untuk kelompok lanjut usia. Selain interaksi sosial secara *online* melalui situs ini kemudian dapat dikembangkan interaksi sosial langsung di luar jaringan.



Gambar 3. Cover Depan Aplikasi Sehatpedia dari Kementerian Kesehatan RI dan Gambar 4. Situs golansia.com
(Sumber: internet diakses 4 November 2022)

Bila dikaitkan dengan 7 ICT *solution* (Farez, N., et al., 2018) beberapa hal yang telah disebutkan di atas masih terbatas pada solusi nomor 1) *Basic ICT System*, 2) *Social Communication System*, 3) *Smartphone Health Care System*, dan 4) *Tele-Health and Human Monitoring System*.

Bagian keempat ini, sistem pengawasan badan dan Kesehatan jarak jauh, belum sepenuhnya dilakukan melalui jaringan TIK.

Tampaknya program Kesehatan lansia yang berbasis TIK di Indonesia memang masih banyak terkendala, hal ini dilatarbelakangi antara lain oleh akses TIK para lansia masih terbatas pula. BPS Susenas Maret 2018 menyebutkan bahwa persentase penduduk lansia menurut akses TIK, dikutip dari Policy Paper Kemenkes RI tahun 2019, adalah:

Tabel 1. Persentase Persentase Penduduk Lansia menurut Akses TIK

	HP	Komputer	Internet
Kota	48.32	4.44	10.12
Desa	34.87	0.56	1.05
Laki-laki	50.44	3.72	7.46
Perempuan	33.98	1.52	1.54

Dalam gambaran tersebut terlihat bahwa di perkotaan, lansia yang mengakses TIK jauh lebih tinggi dari pada di pedesaan. Akses terhadap TIK oleh lansia ini juga sangat dipengaruhi oleh gender dan status ekonominya, laki-laki mempunyai akses lebih besar dibandingkan wanita, demikian juga penghasilan ekonomi semakin besar penghasilan akses kepada TIK semakin besar pula.

Sementara itu mengutip hasil BPS Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2021 (BPS, 2021), mengatakan bahwa sebesar 14,1% lansia di Indonesia mengakses internet pada tahun 2021. Angka ini jauh meningkat pesat dibandingkan tahun 2017 di mana hanya 2,98% lansia yang menggunakan internet, dan tren peningkatannya juga konsisten. Tentu saja ini merupakan fakta yang menggembirakan mengingat bahwa internet dan produk TIK lainnya akan dapat memberi banyak bantuan kemudahan bagi lansia untuk hidup secara lebih aktif dan mandiri. Lebih lanjut dijelaskan bahwa kenaikan jumlah akses internet oleh lansia didorong oleh faktor individual dan konteks sosial. Dari segi individu, internet dan perangkat TIK memberikan kemudahan bagi pemenuhan kebutuhan, sehingga lansia terdorong secara otodidak mempelajari cara mengakses internet serta perangkat TIK. Sedangkan dari segi konteks sosial, pengaruh lingkungan sekitar dan dukungan yang diberikan mendorong lansia turut memanfaatkan TIK di dalam aktivitas sehari-hari. Terlebih saat ini berbagai sektor sudah mulai sepenuhnya beralih ke digital, sehingga lansia pun perlu beradaptasi agar dapat menikmati berbagai fasilitas yang tersedia. Data yang disampaikan

oleh Susesnas 2021 cukup optimis bahwa akses lansia terhadap TIK terus naik, dan optimisme ini perlu terus ditingkatkan karena seperti apa yang disampaikan Alexopoulos bahwa TIK penting untuk dikuasai oleh lansia, karena akan sangat membantu keberhasilan program kesehatan lansia.

Sampai sejauh ini dapat dinyatakan bahwa permasalahan untuk menyatukan TIK pada sistem dan peralatan untuk mendukung kesehatan lansia di Indonesia ada dua, yaitu dari internal lansia sendiri, seperti yang disebutkan dalam *grey digital divide*, yakni terkait dengan keterbatasan diri lansia. Dari eksternal, terbatasnya sarana dan prasarana TIK serta kebijakan pemerintah yang belum secara intensif memanfaatkan TIK untuk program kesehatan lansia.

c. Desain bermatra sosial

Dalam laporannya EPTA 2019 disampaikan beberapa pelajaran yang dapat diikuti, yaitu perlunya keterampilan digital baik untuk lansia maupun pendampingnya (keluarga atau perawat), kebijakan terhadap inovasi harus memihak kepentingan publik, inovasi bersifat sosial dan teknologikal, serta inklusi *stakeholder* dan pemakai. Mengikuti nasihat ini maka di bagian berikut disampaikan pendekatan desain bermatrasosial yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan pengintegrasian TIK dalam kesehatan lansia.

Sebetulnya apakah *social design* (selanjutnya dibaca sebagai desain bermatra sosial) itu? Pencetus *social design* adalah Margolin, desainer dari Amerika, dalam penjelasannya ia mengatakan bahwa desain bermatra sosial adalah praktik atau metodologi desain yang fokus pada perancangan untuk pelayanansosial, dan rancangan tersebut dimanfaatkan sepenuhnya untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Margolin, Margolin, 2002). Dalam artian ini, desain tidak lagi dimaknai semata-mata melahirkan produk baru tetapi lebih luas lagi yaitu menghasilkan perilaku baru yang berbeda dari sebelumnya. Contoh yang baru dan jelas adalah tentang protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu. Hal ini merupakan desain bermatra sosial, yakni mengubah perilaku masyarakat ketika harus masuk dan bertemu orang banyak di ruang publik, maka mereka harus berperilaku tertentu, seperti mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak, perilaku ini berbeda dengan perilaku sebelum adanya Covid-19.

Desain bermatra sosial ini di Inggris dikembangkan lebih lanjut dan lebih dikenal sebagai transformatif desain. Burns dan kawan-kawannya di Design Council UK, mengatakan bahwa tujuan utama dari metode ini adalah melahirkan perubahan di masyarakat, *societal transformation*. Selanjutnya disampaikan pula bahwa dengan pendekatan desain ini sangat mengandalkan basisnya kepada budaya manusia, oleh karenanya konsep desain transformatif dapat diterapkan untuk mengubah secara radikal pelayanan publik yang ada di organisasi masyarakat maupun target pencapaian sosial yang progresif di perusahaan-perusahaan swasta (Burns et al., 2006). Layanan publik, seperti kesehatan untuk lansia adalah bidang yang sangat mungkin untuk dirancang dengan pendekatan transformatif desain, atau pun desain bermatra sosial.

Hal yang perlu digarisbawahi dari studi mereka adalah dikenalnya 6 karakteristik desain transformatif, sengaja keenam karakteristik tersebut tidak diterjemahkan agar tidak kehilangan maknanya instrinsiknya. Keenamnya adalah: 1) *defining and redefining the brief*; 2) *collaborating between disciplines*; 3) *employing participatory design techniques*; 4) *building capacity and not dependency*; 5) *designing beyond traditional solutions*; 6) *creating fundamental change*; (Burns, et al., 2006). Dari keenam karakteristik ada dua hal yang menjadi *lesson learnt* di Laporan EPTA 2019, yaitu nomor 2 dan 3.

Kerja sama antara disiplin dan desain dengan partisipasi banyak orang atau *co-creation*, yaitu kerja bersama di antara beberapa ahli dari berbagai disiplin serta melibatkan para pembuat kebijakan, dan *stakeholder* lainnya, seperti *supplier*, industry, dan yang paling penting adalah pemakai dalam mengambil keputusan desain. Dalam hal ini, solusi kesehatan lansia berbasis TIK, pemakai desain adalah perawat, tenaga administrasi dari rumah sakit, keluarga pasien, dan lansianya sendiri. Kolaborasi ini bertujuan agar

dapat membuat solusi yang tepat demi perbaikan pelayanan kesehatan lansia baik di rumah, ruang-ruang sosial di komunitas, dan klinik atau rumah sakit.

PENUTUP

Pada masa depan penambahan penduduk usia lanjut di Indonesia adalah tantangan nyata bagi semua bidang kehidupan masyarakat termasuk di dalamnya adalah bidang desain. Sejauh ini TIK telah dapat berperan nyata dan menjadi bagian solusi desain untuk berbagai sistem dan peralatan hidup manusia.

Dalam konteks Indonesia, permasalahan nyata untuk mengaplikasikan TIK pada peralatan ataupun sistem untuk mendukung kesehatan lansia di Indonesia ada tiga, yaitu internal berupa *grey digital divide*, masih terbatasnya sarana dan prasana untuk mengakses TIK, dan belum adanya kebijakan pemerintah dalam pemakaian TIK untuk mendukung kehidupan lansia yang mandiri dan aktif. Oleh karena itu, pendekatan desain bermatra sosial, yang mengombinasikan solusi sosial dan teknologikal akan dapat menjadi ujung tombak untuk menghasilkan rancangan desain (sosial, sistem, dan produk) berbasis TIK untuk lansia mandiri. Kolaborasi ahli dari beberapa disiplin perlu dibuat dan diaktifkan agar dapat bekerja bersama untuk menyelesaikan banyak permasalahan pada bidang ini.

Namun demikian, solusi desain cerdas berbasis TIK untuk para lansia ini harus diimbangi pula dengan adanya kebijakan pemerintah yang pro kepada pemakaian TIK untuk mendukung sistem kesehatan lansia. Kedua, adanya antusiasme dan tindakan proaktif para lansia bersama keluarga dan perawat untuk senantiasa belajar tentang sistem dan peralatan tersebut. Hal ini harus dilakukan karena perkembangan sistem dan peralatan berbasis TIK begitu cepat, sehingga pemakai biasanya harus secara terus-menerus mengikuti perkembangan tersebut. Ketiga, yaitu di sisi eksternal terkait sarana dan prasarana harus diperbaiki oleh pemerintah bersama masyarakat, agar akses kepada TIK bisa merata di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexopoulou, S. 2020 *The portrait of older people as (non) users of digital technologies: A scoping literature review and a typology of digital older (non) users*, Gerontechnology (2020) 19:3
<https://doi.org/10.4017/gt.2020.19.00dan3.11>
- Alosaimi, W., Ansari, M., Alharbi, A., Alyami, H., Seh, A. H., Pandey, A. K., Khan, R. A. 2021. *Evaluating the Impact of Different Symmetrical Models of Ambient Assisted Living Systems*. Symmetry, 13(3). <https://doi.org/10.3390/sym13030450>
- Beer, P., Oleńska, S., Podobas, I., & Zbieć, M. 2017. *Design for AAL Integrated Furniture for the Care and Support of Elderly and Disabled People*. DRVNA INDUSTRIJA, 185-193.
DOI:10.5552/drind.2017.1642
- Christophorou, C., Kleanthous, S., Georgiadis, D., Cereghetti, DM., Andreou, P., Wings, C., Christodoulou, E., Samaras, G., *ICT services for active aging and independent living: identification and assessment*, Healthcare Technology Letters, 2016, Vol. 3, Iss. 3, pp. 159– 164 DOI: 10.1049/htl.2016.0031
- Costa, R., Carneiro, D., Novais, P., Lima, L., Machado, J., Marques, A., & Neves, J. (2008). *Ambient Assisted Living*. Advances in Soft Computing , 86-94. DOI: 10.1007/978-3-540- 85867-6_10
- Fares, N.; Sherratt, R.S.; Elhadj, I.H., 2021, *Directing and Orienting ICT Healthcare Solutions to Address the Needs of the Aging Population*. Healthcare 2021, 9, 147. [HTTPS://doi.org/10.3390/healthcare902014](https://doi.org/10.3390/healthcare902014)
- Fiorini, L., D'Onofrio, G., Limosani, R., Sancarolo, D., Greco, A., Giuliani, F., . . . Cavallo, F. 2017. ACCRA Project: Agile Co-Creation for Robots and Aging. Ambient Assisted Living, 133-150.
- Kemenkes RI. 2016. *Situasi Lanjut Usia (Lansia) di Indonesia*. Pusdatin.
- Putri, SE., Sukihananto. 2018. "Penerapan Sistem Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Dalam Promosi Kesehatan Lansia di Indonesia". *Jurnal Wawasan Kesehatan*, Volume: 3, Nomor 2, Desember 2018.
- Statistik Penduduk Lanjut Usia 2020, Katalog: 4104001, Badan Pusat Statistik Indonesia.

Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2021 (Badaan Pusat Statistik, 2021)

Technologies in care for older people, European Parliamentary Technology Assessment (EPTA) Report 2019.

Tiodora, Mulyono, S. 2022. “Pengaruh Teknologi dalam Peningkatan Kualitas Hidup Lansia”. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, Vol. 1 No.9 Februari 2022.

Triatmodjo, S. 2021. “Desain Interior: Ramah Lansia”. *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan & Perancangan Desain Interior* | Vol.9 No1 Th.2021 | Hal 45-54 <https://www.eithealth.eu/-/sparking-ideas-for-healthcare-solutions-in-areas-of-bringing-carehomeand-real-world-data/>.

POLA PEMBELAJARAN PANCASILA DENGAN IMPLEMENTASI GAMBAR SEBAGAI MEDIA VISUAL

Megawati Atiyatunnajah

(Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, megaatiyatunnajah@isi.ac.id)

ABSTRACT

In this article, the author will explore the Pancasila learning system in the arts community, especially Visual Communication Design. Pancasila contains the history of the development of the formation of the Indonesian nation and the practice of the points in each of its precepts. However, the learning method applied to a number of Visual Communication Design students by pouring the values of Pancasila into a form of visual study in the form of illustrations or caricatures. If applied among artists, of course, it will be very easy for them to practice the values of Pancasila in their daily lives. Pancasila is used as the basis and motivation in attitudes, behavior and actions in the life of society, nation and state. All the precepts of Pancasila cannot be implemented separately because Pancasila is a unified whole that is interrelated. Pancasila is used as the basis of the state and the nation's view of life to regulate the administration of the state. The application of Pancasila with visual media will create a description that will make it easier for Visual Communication Design students to understand the historical meaning of the Indonesian nation's movement. The purpose of writing this article uses a qualitative goal, which is to make it easier for theories in the Pancasila Course that can be digested and understood easily by Visual Communication Design students. Visual Communication Design itself is a science that studies the concept of communication and the expression of one's creative power which is applied in various visual communication media by processing graphic design elements consisting of images, letters, colors, compositions and layouts. The object of this research is students. The method used to analyze the data is a descriptive research method that focuses on a deep understanding of a problem.

Keywords: Pancasila, design, image, visual

ABSTRAK

Dalam artikel ini, penulis akan menggali mengenai sistem pembelajaran Pancasila di lingkungan kalangan seni, terutama Desain Komunikasi Visual. Pancasila berisi mengenai sejarah perkembangan terbentuknya bangsa Indonesia beserta pengamalan butir-butir dalam setiap silasilanya. Akan tetapi, metode pembelajaran yang diterapkan di sejumlah mahasiswa Desain Komunikasi Visual dengan menuangkan nilai-nilai Pancasila ke dalam suatu bentuk kajian visual yang berupa gambar ilustrasi ataupun dengan karikatur. Apabila diterapkan di kalangan seniman tentunya akan sangat mudah bagi mereka untuk mengamalkan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Pancasila dijadikan dasar dan motivasi dalam sikap, tingkah laku dan perbuatan dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Semua sila dari Pancasila tidak dapat dilaksanakan secara terpisah karena Pancasila merupakan satu kesatuan yang utuh saling berkaitan. Pancasila dijadikan dasar negara dan pandangan hidup bangsa untuk mengatur penyelenggaraan negara. Penerapan Pancasila dengan media visual itulah yang akan menciptakan suatu deskripsi yang akan lebih mudah mahasiswa Desain Komunikasi Visual memahami arti sejarah pergerakan bangsa Indonesia. Tujuan dari penulisan artikel ini menggunakan tujuan kualitatif, untuk mempermudah suatu teori-teori dalam Mata Kuliah Pancasila dapat dicerna dan dipahami dengan mudah oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Desain Komunikasi Visual itu sendiri adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif seseorang yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri atas gambar, huruf, warna, komposisi, dan *layout*. Objek penelitian ini adalah mahasiswa. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode penelitian bersifat deskriptif yang memfokuskan pada pemahaman yang mendalam tentang suatu masalah.

Kata Kunci: Pancasila, desain, gambar, visual

PENDAHULUAN

Pancasila merupakan ideologi dan dasar negara Republik Indonesia yang menjadi pedoman tingkah laku dalam kehidupan bernegara dan kehidupan dalam sehari-hari. Pancasila merupakan sumber dari segala sumber hukum yang tertinggi, yang menjadi susunan tertinggi dalam tatanan hierarki peraturan perundang-undangan di Indonesia. Oleh karena itu, Pendidikan Pancasila dijadikan sebagai mata kuliah wajib dalam kegiatan perkuliahan di Perguruan Tinggi. Institut Seni Indonesia Yogyakarta mengelompokkan Pendidikan Pancasila ke dalam mata kuliah umum. Mahasiswa seni wajib untuk mengambil dan mengikuti perkuliahan Pancasila. Tujuan mahasiswa seni harus mempelajari Pendidikan Pancasila adalah untuk memperkuat jiwa Pancasila di dalam sikap, tingkah laku, dan tindakan, selain itu membentuk kesadaran sebagai warga negara yang taat dan patuh terhadap peraturan negara Republik Indonesia. Dalam penerapan nilai-nilai Pancasila di lingkungan Pendidikan khususnya untuk ilmu seni, sistem pembelajaran dikemas dalam bentuk yang semaksimal mungkin menarik dan mendorong mahasiswa untuk semangat mempelajarinya. Walaupun Pendidikan Pancasila itu sendiri berisi mengenai teori. Untuk mengimplementasikan butir-butir dalam kelima Sila di lingkungan mahasiswa seni dan mengolaborasikan ilmu tersebut, agar mahasiswa dapat memahami dengan mudah, sistem pembelajarannya menggunakan media gambar baik berupa ilustrasi, komik, media visual, video, maupun lagu-lagu kebangsaan. Karena adanya kolaborasi antara teori-teori pembelajaran dalam Pancasila yang diimplementasikan ke dalam sebuah desain gambar, diharapkan sistem pembelajaran ini lebih menarik serta memberikan kesan tersendiri bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Dengan adanya pengimplementasian Pancasila ke dalam media gambar menciptakan suatu bentuk karya seni dari mahasiswa itu sendiri, serta membangkitkan semangat dari mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam menuangkan inspirasinya, ke dalam coretan-coretan, baik berbentuk ilustrasi, komik, gambar, foto tokoh pahlawan yang berhubungan dengan sejarah bangsa Indonesia. Gambar-gambar yang dihasilkan oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual beraneka ragam maknanya, ada yang berupa lambang negara Burung Garuda, kemudian mengilustrasikan keadaan rapat BPUPKI dalam perumusan Pancasila. Keanekaragaman budaya di Indonesia, mereka ilustasikan ke dalam bentuk media visual dengan adanya gambar pakaian adat beserta lambang negara, peta Indonesia, dan rumah peribadatan. Ideide yang tercurah dalam bentuk coretan tangan mereka akan mempermudah untuk mengingatkan momen-momen penting dalam perkembangan bangsa Indonesia dalam meraih kemerdekaannya. Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan keanekaragaman lainnya.

Apabila kita telaah dari latar belakang masalah di atas, akan didapat rumusan masalah berupa pola pembelajaran Pancasila yang diterapkan kepada mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan bentuk pengimplementasian Pancasila dalam gambar sebagai media visual. Artikel ini merupakan salah satu penulisan ilmiah yang terhitung penting bagi setiap pendidik yang proses pembuatannya harus bisa dipahami dan mudah dimengerti untuk pembacanya. Dalam artikel ini juga terdapat tujuan penelitian dalam penyusunan artikel ini, yakni mengimplementasikan mata kuliah Pendidikan Pancasila agar lebih mudah untuk dicerna dan dipahami oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual; menggunakan gambar sebagai sarana untuk mendeskripsikan apa yang telah ditangkap dari pembelajaran teori Pendidikan Pancasila; menciptakan alat praktikum digital dan ekonomis; menimbulkan rasa ketertarikan dan semangat mahasiswa untuk belajar; dan mahasiswa mampu untuk mengapresiasi karya seninya yang dituangkan dalam pembelajaran mata kuliah Pendidikan Pancasila. Manfaat penelitian ini, bagi mahasiswa, sebagai wujud pengembangan sistem pembelajaran yang berinovasi, sehingga memiliki karakter tersendiri dalam penyampaian pembelajaran terutama mata kuliah Pendidikan Pancasila; bagi civitas akademik, untuk membentuk kolaborasi keilmuan yang berisi teori bisa dijabarkan ke dalam praktik pengaktualisasian media visual; bagi pemerintah, berpartisipasi dalam mengembangkan inovasi pendidikan Indonesia dengan membentuk generasi unggul yang mampu bersaing di Internasional.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode penelitian bersifat deskriptif yang memfokuskan pada pemahaman yang mendalam tentang suatu masalah. Penelitian deskriptif merupakan metode yang memberikan gambaran objek dan subjek secara mendalam dan meluas terhadap kajian penelitian, yang digunakan dalam pemecahan suatu masalah dengan mengumpulkan data-data atau analisis. Untuk lokus penelitian dilakukan di Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dengan menggunakan objek penelitian, yakni mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual. Selain itu menggunakan metode penelitian kualitatif dalam pengambilan sampelnya. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005), sedangkan menurut Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, penelitian dilakukan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah, dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

PEMBAHASAN

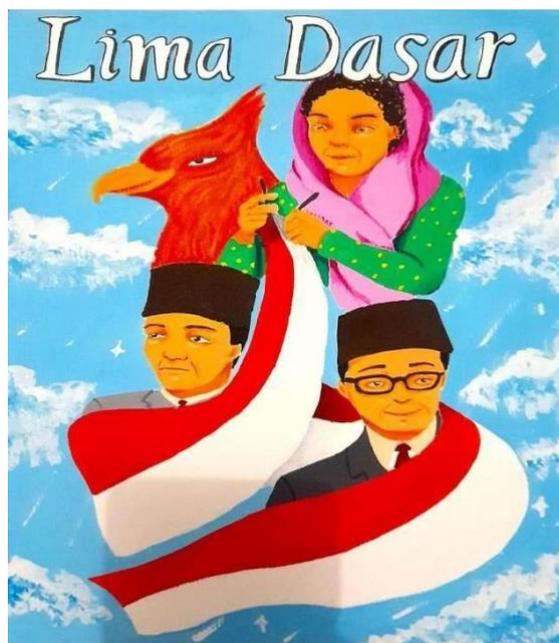
A. Pola Pembelajaran Pancasila yang Diterapkan kepada Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Pancasila merupakan dasar negara Republik Indonesia atau ideologi negara Indonesia, yang merupakan sumber dari segala sumber hukum. Jika kita tinjau secara etimologis, Pancasila berasal dari bahasa Sansekerta, *panca* artinya 'lima', *syila* artinya 'dasar'. Apabila digabung artinya menjadi 'lima aturan tingkah laku yang penting'. Dalam artikel ini, membahas tentang pola atau sistem pembelajaran Pancasila yang diterapkan atau dipraktikkan pada semester gasal dengan objek kajiannya adalah mahasiswa 3 (tiga) Program Studi Desain Komunikasi Visual, yakni mahasiswa yang mengambil mata kuliah Pendidikan Pancasila berjumlah 83 orang yang terbagi menjadi dua kelas A dan B. Sistem pembelajaran yang mengalami perubahan pasca- pandemi Covid-19 menjadi era endemi Covid-19 membuat peralihan dan adaptasi suasana dalam kegiatan belajar mengajar, terutama di kalangan mahasiswa seni yang sebagian besar mendapatkan mata kuliah praktik. Untuk sementara Pendidikan Pancasila merupakan mata kuliah umum yang wajib ditempuh oleh mahasiswa seni yang terdiri atas berbagai banyak materi teori-teori tanpa ada praktik di kelas, akan tetapi dalam penerapan di kehidupan sehari-hari, mahasiswa wajib untuk mempraktikkan secara langsung dalam perilaku kehidupan sehari-hari hal-hal yang diajarkan dalam materi Pendidikan Pancasila. Sebenarnya, pola pembelajaran ini bisa dilakukan secara *blended learning*, agar suasana pembelajaran tidak terasa membosankan dengan mengolaborasikan ilmu teori ke dalam ilmu seni. Dalam praktik kelas luring (tatap muka di kelas) awal pertemuan dengan pengenalan dan pendahuluan tentang apa itu pengertian dari Pancasila, kemudian Pancasila menurut para ahli, dan tujuan mempelajari Pendidikan Pancasila bagi mahasiswa seni serta arti pentingnya nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila di kehidupan sehari-hari terutama di lingkungan kampus Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dalam mendeskripsikan tentang proses lahirnya Pancasila serta perjuangan untuk mencapai kemerdekaan bangsa Indonesia, untuk mempermudah mahasiswa mengkaji dan memahami pembelajaran, mahasiswa diminta untuk menceritakan atau mendeskripsikan sejarah kebangsaan Indonesia bukan dengan tulisan pada umumnya atau paparan narasi, akan tetapi dengan gambar yang bisa mengarahkan seseorang yang melihatnya dapat menangkap alur dari gambar tersebut tentang seluk beluk Pancasila. Jadi, dalam penerapannya tidak terpaku dengan materi dalam *powerpoint* saja, sehingga dengan pengolaborasian gambar, ilustrasi, komik, ataupun lukisan membuat semangat mahasiswa prodi Komunikasi Visual yang latar belakang mereka calon seniman dan calon pendesain. Hal ini memicu ide-ide kreatif mereka dan dengan coretan tangan mereka lah, sehingga dapat mengapresiasi suatu sejarah bangsa. Desain Komunikasi Visual (DKV) apabila kita tinjau dari definisinya adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun tujuan persuasi yaitu memengaruhi perilaku). Yang menarik dari sini adalah

seorang mahasiswa DKV harus bisa mengolah pesan yang disampaikan saat perkuliahan Pendidikan Pancasila tersebut secara efektif, informatif, dan komunikatif. Banyak hal-hal mendasar yang dipelajari di program studi DKV dengan mengembangkan bentuk bahasa visual (bermain gambar), mengolah pesan (bermain kata) keduanya dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada kelompok lainnya. Visual berwujud kreatif dan inovatif, sementara inti pesan harus komunikatif, efisien, dan efektif saling mendukung agar tersampaikan dengan baik pada sasaran.

B. Bentuk Pengimplementasian Pancasila dalam Gambar sebagai Media Visual

Media gambar merupakan suatu media visual yang hanya bisa dilihat, akan tetapi tidak mempunyai unsur audio atau suara. Menurut Sadiman Arief S. (2003:21), media gambar adalah sebuah gambar yang berkaitan dengan materi pelajaran yang berguna untuk menyampaikan pesan dari guru kepada siswa. Media gambar ini bisa membantu siswa untuk mengungkapkan informasi yang terkandung dalam masalah, sehingga hubungan antar-komponen dalam masalah tersebut bisa terlihat dengan lebih jelas. Untuk sementara objek penelitian yang dikaji adalah mahasiswa, jadi media gambar merupakan gambar yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan dalam suatu mata kuliah yang akan dipaparkan oleh mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual. Gambar di sini digunakan sebagai media penghantar komunikasi yang bisa mendeskripsikan tentang apa yang diterangkan dalam mata kuliah Pendidikan Pancasila di kelas dalam bentuk tugas. Hasil dari tugas yang dikerjakan mahasiswa akan berwujud sebagai suatu hasil karya seni.

Bentuk pengimplementasian gambar sebagai media visual dalam mata kuliah Pendidikan Pancasila seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Gambar Visual Karya Gendis Ghinandra
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Gambar berbentuk lukisan ini menggambarkan terbentuknya 5 sila dalam Pancasila, sebagai dasarnegara Republik Indonesia. Tokoh-tokoh yang dideskripsikan adalah Ibu Fatmawati, Ir. Soekarno, dan Moh. Hatta. Pengilustrasian tokoh ibu Fatmawati yang sedang menjahit bendera merah putih yang dikalungkan kepada Ir Soekarno dan Moh, Hatta menggambarkan bahwa beliau adalah tokoh Proklamator dan membacakan proklamasi kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945. Pancasila disahkan pada tanggal 18 Agustus 1945 dengan adanya gambar kepala burung Garuda yang menceritakan Lambang Negara Republik Indonesia, Burung Garuda.



Gambar 2. Gambar Visual Hasil Karya Farid Ardhan Maulana
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Ilustrasi di atas merupakan pencerminan dan pendeskripsian Bhinneka Tunggal Ika, dengan gambar burung Garuda yang menjadi lambang negara kita, terdapat simbol dari kelima sila Pancasila. Walaupun berbeda-beda tetap satu jua, mungkin itu pesan yang dapat disampaikan dalam ilustrasi di atas. Tampak ada gambar rumah peribadatan yang menceritakan bahwa di Indonesia merupakan negara yang menghormati adanya perbedaan agama dan keyakinan dengan menjunjung tinggi nilai-nilai toleransi yang berkembang di dalam masyarakat. Selain perbedaan agama dan keyakinan, di Indonesia juga terdapat banyak keragaman budaya, suku, ras. Dengan adanya perbedaan membuat Indonesia menjadi semakin menjunjung tinggi persatuan dan kesatuan dalam kehidupan antar-umat beragama. Bhinneka Tunggal Ika sebagai dasar untuk mewujudkan persatuan dan kesatuan Indonesia. Semboyan tersebut berasal dari kata (frase) dalam Kakawin *Sutasoma* (syair bahasa Jawa Kuno). Semboyan Bhinneka Tunggal Ika berasal dari kata *bhinneka* dengan arti 'beraneka ragam', *tunggal* berarti 'satu', dan *ika* berarti 'itu'. Apabila mengacu kepada arti secara harfiahnya, semboyan bangsa Indonesia itu secara keseluruhan berarti 'berbeda-beda, tetapi satu juga'. Fungsi mendasar arti Bhinneka Tunggal Ika adalah landasan persatuan dan kesatuan, sedangkan peran semboyan negara untuk membentuk dan menanamkan pada masyarakat tentang keberagaman, sehingga tidak memicu konflik dalam masyarakat. Dengan penerapan media visual dalam Pendidikan Pancasila terhadap mahasiswa Desain Komunikasi Visual, maka mahasiswa dapat menyampaikan pesan melalui hasil karyanya berupa ilustrasi gambar yang sangat menarik, sehingga dalam mempelajari Pancasila tidak terasa membosankan karena dibumbui dengan unsur-unsur seni yang terkandung di dalamnya.

Komik ini menceritakan tentang Perumusan Pancasila dalam sidang BPUPKI. Ditinjau dari isi penggambarannya, karya ini hampir sama dengan karya milik Friska Angela, memiliki persamaan memaparkan tiga tokoh nasional merumuskan Pancasila. Perbedaannya terdapat dalam bentuk media visualnya, kalau yang gambar 3 adalah gambar lukisan, sedangkan gambar 4 berupa komik. Di dalam komik ini, hasil perumusannya ditulis dari setiap tokohnya, sehingga lebih mempermudah pembacanya untuk menghafal dan memahami isi perumusan sila-sila Pancasila tersebut.



Gambar 5. Gambar Ilustrasi Karya Shaqina Alfisyah
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Ilustrasi di atas menceritakan pembacaan proklamasi kemerdekaan oleh Ir. Soekarno di Rumah Ir. Soekarno, Jl. Pegangsaan Timur Nomor 56 dengan dihadiri dari golongan tua maupun golongan muda. Saat pembacaan teks naskah Proklamasi tersebut disiarkan di berbagai media massa baik radio maupun surat kabar. Dengan pernyataan bahwa Indonesia telah mengumumkan kemerdekaannya, serta ini lah saat yang dinanti-nantikan oleh Rakyat Indonesia. Pembacaan teks Proklamasi pada tanggal 17 Agustus 1945, sehingga Ir. Soekarno dijuluki sebagai Bapak Proklamator. Mungkin itulah yang dinarasikan oleh ilustrasi karya mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Walaupun hanya sekadar gambar akan tetapi gambar tersebut bisa berbicara, karena mendeskripsikan tentang sejarah-sejarah bangsa dan nilai-nilai Pancasila.

PENUTUP

Pendidikan Pancasila merupakan mata kuliah wajib yang diterapkan pada mahasiswa seni di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dalam pengimplementasian ilmu-ilmunya dilakukan inovasi dan modifikasi dalam pembelajaran dengan sistem penugasan yang membuat menarik mahasiswa, serta memberikan kemudahan dalam menghafal sejarah kebangsaan Indonesia, dengan penerapan metode gambar visual. Penelitian ini dilaksanakan pada akhir Agustus sampai dengan bulan Oktober. Pola perkuliahan menggunakan *blended learning* agar perkuliahan tidak membosankan. Untuk penugasannya bervariasi, penulis sesuaikan dengan latar belakang keilmuan mahasiswa yakni di bidang desain dan seni. Tugas untuk mahasiswa pun sangat bervariasi dari resume terhadap definisi Pancasila menurut pemikiran mahasiswa, membuat gambar sebagai media visual dalam pembelajaran Pendidikan Pancasila, membuat puisi dan membacakan di depan kelas, serta memberi responsif terhadap video film dokumenter koleksi dari ANRI. Artikel ini mengulas pengaplikasian gambar ilustrasi dalam mata kuliah Pendidikan Pancasila. Dengan gambar kita bisa bercerita tentang isi dari suatu materi, dengan gambar pula lah bisa menyampaikan pesan-pesan yang menarik kepada pembacanya. Dari gambar tersebut bisa dikembangkan lagi menjadi sebuah bentuk Desain Grafis, sehingga menghasilkan suatu karya. Dari karya yang dihasilkan mahasiswa dalam rangka pemenuhan tugas, bisa didaftarkan menjadi hak cipta dalam Hak Kekayaan Intelektual. Jadi, ilmu yang didapat dalam pembahasan topik di atas bisa sangat luas. Berawal dari pengimplementasian Pancasila dikemas supaya bisa menarik untuk dipelajari, kemudian mahasiswa juga bisa mengembangkan bakat untuk mengolah gambarnya yang nantinya bisa menjadi desain suatu karya seni. Dari karya tersebut digiring ke

ranah Hak Kekayaan Intelektual, sehingga hasil karya mereka tercatat sebagai hak cipta dan diakui oleh Direktorat Jenderal HAKI.

Pola pembelajaran ini diharapkan mampu untuk membentuk interaksi antara dosen dan mahasiswa dengan perkuliahan yang nyaman dan tidak membosankan. Untuk ke depannya diharapkan dosen MKU yang menerapkan pola pembelajaran ini bisa belajar tentang seni dan menambah wawasan pengetahuan tentang ilmu mendesain dari mahasiswa dan mahasiswa pun mendapatkan ilmu materi tentang Pendidikan Pancasila dari dosen tersebut. Jadi, pembelajaran lebih fokus kepada diskusi dan tukar pengetahuan. Selain itu pembelajaran ini berguna untuk meningkatkan penguasaan materi tentang Kebijakan Perkuliahan MKU, Metode Pembelajaran berbasis perkembangan moral dan pendekatan ilmiah (*Scientific Approach*), Pancasila sebagai *General Education*, Pengembangan Metode Pembelajaran Inovatif, dan Materi Perkuliahan Pendidikan Pancasila yang aktual. Peningkatan penguasaan materi Pancasila dalam membina warga negara yang baik (*good citizenship*) mampu berpartisipasi secara demokratis dan bertanggung jawab dalam proses formulasi dan implementasi kebijakan pembangunan nasional yang bertumpu kepada kepentingan masyarakat, bangsa, dan NKRI. Adanya peningkatan kemampuan dosen pengampu Mata Kuliah Pancasila dalam mengembangkan materi serta aplikasi metode pembelajaran yang menunjang kecakapan partisipasi mahasiswa sebagai Warga Negara Indonesia berdasarkan nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945 demi kepentingan masyarakat, bangsa, dan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, M. M. 2020. "Kekuatan Nilai-Nilai Pancasila dalam membangun Kepribadian Masyarakat Indonesia". *Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan*, 14(2) 121-138.
- Asmaroini, A. P. 2017. "Menjaga Eksistensi Pancasila dan Penerapannya bagi Masyarakat di Era Globalisasi". *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*. 1(2). 50-65.
- Eddy, I. T. 2018. "Aktualisasi Nilai Pancasila dalam Kehidupan Berbangsa dan Bernegara". *Dharmasmrti*, 1(18), 116-123.
- Hardiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kaelan. 2010. *Pendidikan Pancasila*. Yogyakarta: Pradigma.
- . 2014. *Pendidikan Pancasila*. Yogyakarta: Pradigma.
- Makna Pancasila sebagai Pandangan Hidup, Ketahui Isi dari Kelima Butirnya. Retrieved October 16, 2020, from <https://bPIP.go.id/berita/1035/256/makna-pancasila-sebagai-pandanganhidup-ketahui-isi-dari-kelima-butirnya.html>
- Pancasila sebagai Kepribadian Bangsa, Apa Maksudnya? Retrieved August 3, 2021, from <https://kumparan.com/berita-hari-ini/pancasila-sebagai-kepribadian-bangsa-apa-maksudnya-1wG59rvYvLG>
- Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, from <https://www.itb.ac.id/program-studisarjana-desain-komunikasi-visual>
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- . 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- . 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taniredja, T., Supriadi, A., Harmanto, & Ridha, M. 2014. *Kedudukan dan Fungsi Pancasila*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Widjaja. 2004. *Penerapan Nilai-nilai Pancasila dan HAM di Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.

UPCYCLE LIMBAH KENDARAAN TRANSPORTASI SEBAGAI MEDIA BARU PENCIPTAAN KARYA SENI RUPA

Arif Suharson

(Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta)

ABSTRACT

The creation of works of fine art continues to undergo changes and developments according to the era of the times. New media with new technology are created by genius artists through the reading of artistic creations even through long research to be able to give birth to a work of art. The adaptation of artists is needed in responding to rapid change wisely and wisely. Creative people and fine art artists are required to have the ability to create an innovative, creative, and adaptive work. The innovation process through deepening concepts based on creativity is a mandatory thing to do to produce renewable works. Upcycle is an alternative method for creative people in fine arts to realize the new work. Industrial waste from transportation vehicle tools such as bicycles, rickshaws, motorcycles, cars, even to aircraft that are no longer used can be used as raw materials for creating art. Creative products that have a selling point with new changes in function are created, both as monumental works of art and interior and exterior ornamental elements.

Keywords: *artist, creative person, technology, upcycle.*

ABSTRAK

Penciptaan karya seni rupa terus mengalami perubahan dan perkembangan sesuai era zaman. Media baru dengan teknologi baru dikreasikan oleh seniman genius melalui pembacaan kreasi artistik bahkan melalui penelitian yang panjang untuk dapat melahirkan sebuah karya seni. Adaptasi seniman sangat dibutuhkan dalam menyikapi terhadap perubahan yang cepat secara arif dan bijaksana. Insan kreatif dan seniman seni rupa dituntut memiliki kemampuan dalam berkreaitivitas seni untuk menciptakan suatu karya yang inovatif, kreatif, dan adaptif. Proses inovasi melalui pendalaman konsep yang berbasis kreativitas merupakan hal yang wajib dilakukan untuk melahirkan karya-karya terbarukan. *Upcycle* menjadi alternatif metode bagi insan kreatif dunia seni rupa untuk mewujudkan karya baru tersebut. Limbah industri dari alat kendaraan transportasi, seperti sepeda, becak, motor, mobil, bahkan sampai pada pesawat yang sudah tidak dipergunakan dapat menjadi bahan baku untuk berkreasi seni. Terciptalah produk-produk kreatif yang memiliki nilai jual dengan perubahan fungsinya yang baru, baik sebagai karya seni monumental maupun elemen hias interior dan eksterior.

Kata Kunci: *seniman, insan kreatif, teknologi, upcycle.*

PENDAHULUAN

Penciptaan karya seni berbasis *upcycle* saat ini sedang menjadi perhatian khusus bagi insan kreatif seni rupa. Tidak hanya pada dunia seniman, tetapi telah merambah pada dunia pendidikan seni yang mengubah material limbah industri kendaraan transportasi menjadi karya seni. Limbah industri tersebut banyak menggunakan material bekas dari kendaraan transportasi, seperti sepeda, becak, motor, mobil, dan pesawat terbang. Kajian ini memfokuskan pada pembahasan limbah industri kendaraan transportasi yang menjadi bahan material penciptaan produk-produk kreatif, baik digunakan sebagai karya seni rupa, furnitur, maupun sebagai produk hias interior atau eksterior. Kesadaran masyarakat seni rupa terhadap *upcycling*

dimulai dari unsur 3R atau *Reuse*, *Reduce*, dan *Recycle*. *Reuse* berarti menggunakan kembali sampah yang masih dapat digunakan untuk fungsi yang sama ataupun fungsi lainnya. *Reduce* berarti mengurangi segala sesuatu yang mengakibatkan sampah, dan *Recycle* berarti mengolah kembali (daur ulang) sampah menjadi barang atau produk baru yang bermanfaat. Perkembangan dalam dunia kreativitas, saat ini mulai diperkenalkan pendekatan baru yang melengkapi skema 3R, yaitu *upcycling*.

Istilah *upcycling* sendiri tercatat mulai digunakan pada tahun 1994 oleh Thornton Kay dalam artikelnya di SalvoNEWS yang mengutip Reiner Pilz, insinyur asal Jerman. Selanjutnya, pada tahun 1999 bahwa *upcycling* digunakan sebagai judul buku Gunter Pauli sebagai revisi edisi awal dari buku *UpSizing* pada tahun 1998. Pada tahun 2017 diterbitkan buku kembali dengan judul *UpSizing the Road to Zero Emissions, More Job, More Income, and No Pollution* yang di-publish oleh Routledge. Penegasan Reiner Pilz memaknai *upcycling* sebagai proses transformasi barang yang sudah tidak terpakai menjadi sesuatu yang lebih berguna dan seringkali bersifat lebih bagus daripada awalnya. Tujuannya untuk mencegah pemborosan materi dengan memanfaatkan materi yang sudah ada. Selain itu, juga berguna untuk mengurangi berbagai polusi yang dihasilkan dari proses produksi, seperti pencemaran udara ataupun air (www.cleanomic.co.id). *Upcycling* juga merupakan langkah nyata dalam mengurangi produksi sampah, terutama sampah industri yang berasal dari unsur logam yang membutuhkan waktu yang lama untuk dapat diurai oleh bumi.

Hal ini seperti diungkapkan oleh Myers (2014) bahwa *upcycle* adalah suatu cara yang genius untuk menggunakan barang yang telah menjadi limbah atau tidak digunakan lagi sesuai fungsinya menjadi produk atau karya baru yang memiliki nilai lebih baik atau lebih bermanfaat dengan kandungan nilai dan fungsi yang berbeda. Metode kreasi dengan cara mendaur ulang akan memiliki nilai yang lebih tinggi sebagai metode membawa limbah industri kembali pada rantai ekosistem produksi melalui kreativitas desain oleh para kreator. Pada intinya *upcycling* bertujuan untuk meningkatkan nilai estetika dan nilai ekonomi dari produk yang tidak digunakan lagi (Myers, 2014). Seniman dan insan kreatif menjadikan limbah kendaraan transportasi sebagai salah satu media kreatif untuk menciptakan karya seni yang tidak hanya bernilai tinggi tetapi memiliki nilai estetika yang syarat akan makna.

PEMBAHASAN

Keberadaan limbah padat khususnya pada industri kendaraan transportasi dinyatakan oleh Titiana Irawani dan Budi Hartono (2017) bahwa limbah padat atau onderdil kendaraan bermotor dapat dikategorikan menjadi dua golongan, yaitu limbah logam dan non-logam (plastik, karet). Limbah logam pada umumnya dilakukan daur ulang (*recycle*) dengan cara dilakukan peleburan. Bengkel-bengkel kendaraan bermotor banyak yang menjual limbah (*spare part*) dari kendaraan yang telah rusak dan tidak digunakan lagi dan menjual limbah onderdil kepada para pengepul untuk kemudian dilebur dan dicetak kembali menjadi barang baru, baik dibuat barang baru seperti awal maupun menjadi produk baru yang lain tidak sama dengan produk sebelumnya. Limbah onderdil kendaraan biasanya dijual dalam bentuk kiloan dengan harga yang murah dan belum banyak kreator yang mengolah limbah onderdil kendaraan transportasi menjadi karya seni yang mungkin harganya akan lebih bernilai (Irawani, 2017: 35).

Penggunaan kendaraan transportasi pribadi (motor dan mobil) terutama di Indonesia telah tercatat memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi. Kondisi transportasi kendaraan yang bersifat umum di Indonesia dinilai belum cukup memadai dengan layanan yang baik untuk kebutuhan masyarakat yang menjangkau ke seluruh wilayah terutama di wilayah pedesaan. Hal ini menjadi alasan utama tumbuh suburnya penggunaan transportasi kendaraan pribadi yang menyumbang keberadaan limbah industri dari kendaraan transportasi. Penumpukan kendaraan pribadi di kota-kota besar dengan peningkatan volume kendaraan tidak tercegah yang diperparah dengan minimnya penambahan akses jalan baru, sehingga sering terjadi kemacetan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah kendaraan bermotor di

Indonesia pada 2021 mencapai 143,8 juta unit. Jumlah tersebut meningkat 5,7% dari tahun sebelumnya yang sebesar 136,1 juta unit (BPS, 30 Maret 2022). Kemudahan akses kredit kepemilikan kendaraan transportasi mobil dan motor dengan deposit dan cicilan terjangkau akan meningkatkan jumlah kendaraan di tahun-tahun mendatang.

Masyarakat Indonesia memiliki tingkat apresiatif terhadap sesuatu yang baru, atau bentukbentuk yang baru karena persaingan dalam gaya hidup (*behavior*) untuk menunjukkan jati diri sebagai orang yang ingin disebut memiliki tingkat kesuksesan tertentu. Tingkat kesuksesan tersebut sering ditunjukkan dengan kepemilikan kendaraan transportasi pribadi yang memiliki kebaruan, tingkat kemahalan, dan “barang branded” sebagai salah satu tolak ukurnya. Produk yang sudah tidak gaul dianggap kuno, sehingga sesuatu yang sudah lewat masa tren desainnya dianggap sudah ketinggalan zaman dan banyak yang menjadi barang rongsokan atau limbah dari derasnya arus perkembangan persaingan gaya hidup. Walaupun harus kita akui juga ada pencinta produk *lawasan* yang sering disebut penggemar barang antik.

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari apa-apa yang dikonsumsi, baik konsumsi barang atau jasa. Konsumsi tidak hanya mencakup kegiatan membeli sejumlah barang (materi) dari televisi hingga mobil tetapi juga berlaku dalam kegiatan konsumsi jasa, seperti: pergi ke tempat hiburan dan berbagai kegiatan sosial (belanja, *window shopping*, dan lain-lain). Menurut Assael, gaya hidup adalah “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions).*” Gaya hidup mencitrakan keberadaan seseorang pada suatu status sosial tertentu. Misalnya saja pada pilihan mobil, perhiasan, bacaan, rumah, makanan yang dikonsumsi, tempat hiburan, dan berbagai merek pakaian semua itu sebenarnya hanyalah simbol dari status sosial tertentu (Assael, 1984: 252). Gaya hidup erat kaitannya dengan budaya material (*material culture*). Budaya kita kini telah meningkatkan derajat budaya material yang membuatnya tampak begitu sensual dan tidak beriman memustahilkan sifat sebenarnya dan bentuk ekspresi budaya untuk menyesuaikan diri. Bourdieu juga menekankan bahwa perebutan posisi sosial di dalam kelas-kelas sosial banyak ditentukan oleh relasi-relasi yang terbentuknya oleh adanya artefak-artefak ini (Yasraf Amir Piliang, 2018: 181-182). Kepemilikan sarana kendaraan transportasi menjadi bentuk artefak yang berfungsi fungsional praktis tetapi juga melekat sebagai artefak untuk menunjukkan status stratasosial dalam kelas sosial masyarakat.

Perkembangan dunia yang begitu serba cepat bersamaan pula dengan era revolusi industri 4.0 telah menuntun kita pada perubahan gaya hidup. Terutama pasca-pandemi Covid-19 yang menuntut kita untuk berubah dan akrab dengan dunia teknologi. Harus diakui dalam kegiatan kreatif pada masa pandemi Covid-19 mendidik dengan keras pada kita semua untuk melek teknologi. Adaptasi kehidupan untuk menyesuaikan dengan tatanan hidup baru masa pandemi maupun pascapandemi juga sangat dibutuhkan (Suharson, Desember 2020: 3661-3675). Kemampuan untuk bangkit dari pengalaman yang negatif menjadi bukti pencerminan individu seni adaptif untuk tetap berkarya seni dalam keadaan apapun. Keberadaan resiliensi insan kreatif seni rupa berdaya guna memberikan sumbangan inovasi pada penciptaan produk- produk seni. Hal ini juga memberikan daya kreasi imajinasi pada para kreator yang mencoba menciptakan produk-produk karya seni dari bahan limbah industri kendaraan.

Setiap individu manusia memiliki jiwa resiliensi dalam interaksi sosial dan budaya. Hal ini seperti diungkapkan oleh Chung, bahwa setiap individu dalam diri manusia memiliki resiliensi yang tinggi. Dampak dari resiliensi tersebut cenderung membawa tiap individu akan mudah bersosialisasi, bersinergi, dan melakukan kolaborasi dengan kelompok masyarakat dari *experience* kreatif yang dialaminya. Bahkan akan muncul keterampilan berpikir yang baik, termasuk keterampilan untuk memberikan penilaian terhadap sesuatu hasil kerja kreatif pada kelompok masyarakat komunal di lingkungan kita. Hal ini didukung oleh keyakinan dan kemampuan pada kekuatan diri sendiri yang memiliki bakat satu atau lebih berdasarkan spiritualitas dan religiusitas. Kebajikan (*virtue*) dan kekuatan (*strength*) sebagai dasar untuk memiliki resiliensi (Chung, 2008). VandenBos menambahkan bahwa, individu yang resiliensinya tinggi akan

menampilkan kemampuan dalam dirinya, yaitu sebuah proses dari hasil adaptasi dengan pengalaman hidup yang sulit atau menantang, terutama melalui mental, emosional dan perilaku yang fleksibilitas, baik penyesuaian eksternal dan internal (VandenBos, 2015: 910).

Kemajuan dunia digital dapat menjadi inspirasi ide untuk menjawab kebutuhan produk-produk kreatif terkini, terutama dalam penciptaan karya seni rupa dengan media baru yaitu limbah industri kendaraan transportasi. Keberadaan insan kreatif dan seniman yang memiliki kekuatan konsep berkarya mampu memberikan *value* lebih pada produk-produk limbah kendaraan transportasi. Insan kreatif dan seniman biasanya memiliki pribadi-pribadi sebagai individu yang resiliensinya tinggi untuk menampilkan segala kemampuan dalam dirinya termaktub dalam karya seni yang diciptakan. Baumgardner memberikan pendapatnya terhadap individu yang memiliki resiliensi tinggi biasanya memiliki intelektual yang baik dan mampu memecahkan suatu masalah, mempunyai temperamen yang *easy-going* dan kepribadian yang dapat beradaptasi terhadap perubahan. Karakter individu kreatif mempunyai *self image* yang positif dan menjadi pribadi yang efektif, optimis, dan mempunyai nilai pribadi dan nilai budaya yang baik, serta mempunyai selera humor (Baumgardner, 2010).

Yogyakarta disebut sebagai salah satu kota pengepul barang rongsokan atau pengepul dari limbah industri kendaraan transportasi yang dipilah dan dipilih oleh beberapa orang (bakul) untuk dijual kembali. Produk limbah kendaraan transportasi yang terpilih dijual kembali sebagai barang *second hand* dengan kriteria masih dapat digunakan sesuai fungsi dan juga dijual karena memiliki nilai keunikan yang menjadi barang antik. Muncullah beberapa pasar atau tempat penjualan barang tersebut dengan istilah *klithikan* yang hampir tersebar di setiap kota kecamatan di wilayah Yogyakarta. Keberadaan penjual barang *klithikan* ini dapat ditemukan setiap hari di pasar Pakuncen yang khusus menjadi pasar barang bekas, antik, bahkan produk baru dengan harga yang lebih murah dengan berbagai kualitas. Juga dapat ditemukan di tempat lain, seperti di Pasar Bantul (*kliwonan*), Pasar Jodog (*wagenan*), Pasar Niten (malam hari), Pasar Kotagede (malam hari), dan Pasar Beringharjo (setiap hari). Para bakul ini banyak menyediakan berbagai alat *spare part* berbagai model dan jenis yang beragam bentuk limbah kendaraan, baik dari sepeda, becak, sepeda motor, mobil, truk, bahkan unsur-unsur dari pesawat terbang.



Gambar 1. Pasar *Klithikan* Pakuncen Yogyakarta sebagai Salah Satu Pusat Penjualan Limbah Industri Kendaraan Transportasi
(Sumber: Dokumentasi Penulis, diambil 5 Oktober 2022)

Seniman kreatif Yogyakarta yang berada dalam lingkungan barang-barang limbah industri kendaraan transportasi membaca material ini dapat dijadikan sebagai media baru dalam kreasi artistik. Penciptaan karya seni rupa dilakukan dengan proses eksperimen bahkan sampai riset berkelanjutan yang diekspresikan dengan pembuatan karya seni maupun sebagai produk pemenuhan kebutuhan benda hias, baik interior maupun eksterior. Ekspresi seniman modern dapat dikatakan selalu mengedepankan ekspresi modern walau dengan bahan baku limbah industri kendaraan transportasi dengan penggarapan mencari landasan atau paradigma kebaruan. Habermas menyatakan bahwa pada tataran ekspresi, estetika modern, estetika modernisme bersandar pada konsep referensi diri (*self reference*), yaitu pengalaman temporalitas, bahwa

setiap proses berkarya sama artinya dengan proses mencari landasan, paradigma, referensi, dan kriteria-kriteria baru dengan menolak konvensi dan kode-kode sosial-budaya bahasa yang ada. Karya yang diciptakan otentik dikaitkan dengan saat kemunculannya yang baru dan saat keberangkatannya dari yang lama. Kebaruan adalah pemenuhan sementara terhadap kerinduan abadi akan keindahan. Kebaruan bersifat temporer, karena ia segera dikuasai dan dijadikan usang oleh kebaruan berikutnya (Habermas, 1985: 4).

Penciptaan produk limbah industri kendaraan telah banyak dilakukan oleh seniman akademisi maupun seniman dari dunia praktisi industri, sebut saja Ichwan Noor, Edi Sudarmono, Lutse Lambert D Morin, Andre Suryaman, dan kreator lainnya telah menghadirkan kreasi-kreasi baru penciptaan karya seni bernilai dari limbah industri kendaraan transportasi. Bermula dari empati keprihatinan seniman terhadap limbah industri, hobi mengoleksi benda antik, sampai pada hobi mengoleksi motor-motor tua yang akhirnya membawa mereka pada penciptaan karya seni yang memiliki nilai jual tinggi. Salah satu seniman kontemporer Indonesia Ichwan Noor dengan latar belakang sebagai pematung dan telah banyak memenangkan event kompetisi atau lomba serta telah banyak pula memperoleh penghargaan di bidang seni. Karya-karyanya telah dipamerkan dalam event pameran nasional dan internasional di berbagai kota, seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Brunei Darussalam, Singapura, Italia, Malaysia, Switzerland, Miami, Hongkong, dan Swiss.

Menurut Rifki Aswan pada pameran Triennale Seni Patung Indonesia #2 terdapat 53 seniman patung lintas generasi yang menghadirkan karya patung kontemporer. Ichwan Noor merupakan salah satu peserta pada pameran tersebut. Karya patung Ichwan Noor yang berjudul *Beetle Sphere* mampu membuat pengunjung tercengang. Visualisasi bentuk patung ini sangat atraktif dan unik. Patung tersebut mendapat sambutan hangat dan apresiasi yang besar dari pengunjung pameran. Berbicara mengenai *Beetle Sphere*, patung ini menampilkan citra sebuah mobil VW Beetle (di Indonesia lebih dikenal VW Kodok) yang digulung menyerupai bola raksasa. Karya ini pernah terpilih pada pameran keliling *Art Basel* yang diselenggarakan di Miami, Hongkong, dan Swiss. Pada pameran tersebut, karya ini juga mendapat apresiasi dan kekaguman yang luar biasa (Smyth, n.d.). Selain itu, dengan karya ini senimannya terpilih sebagai finalis dalam nominasi *Prudential Eye Award 2015* kategori *Best Emerging Artist Using Sculpture* (Aswan, 2020: 16). Karya patung *Beetle Sphere* ini dibandrol dengan harga Rp800 juta.



Gambar 2. Patung karya Ichwan Noor berjudul *Beetle Sphere*. (Sumber: Jurnal *Imaginarium*, Vol.1 No.1 Februari 2020)

Karya lain dari Ichwan Noor yang menggunakan limbah industri kendaraan transportasi adalah karya yang diberi judul *Blue Moon* (2016) dan dipamerkan kembali dalam event *Jogjakarta International Creative Arts*

Festival (JICAF#2) dari tanggal 22 September 2022 – 2 Oktober 2022 di Atrium Pakuwon Mall yang juga menyita perhatian pengunjung. Tak kalah uniknya, karya dengan judul *Chinese God of War* (2018) yang pertama kali dipamerkan di ARTJOG dibuat dengan ukuran besar, 330 x 170 x 132 cm. Patung ini sangat spesial dan membuat banyak orang terkegugah karena bahan baku pembuatan patung tersebut dibuat menggunakan *part-part* dari mesin kendaraan, seperti blok mesin dan blok silinder yang dibuat dengan detail-detail di setiap bagian patung, mampu menghipnotis yang melihat untuk berhenti sejenak dan menikmati karya kontemporer dari limbah industri kendaraan transportasi tersebut. Karya patung *Chinese God of War* ini merupakan penggambaran dari Dewa Perang Guan Yu yang dipuja karena kesetiaan dan kejujurannya. Melalui karya *Chinese God of War*, seniman patung Ichwan Noor mencoba menghadirkan metafora dari pengaruh Tiongkok dalam konstelasi global. Menurutnya, karya tersebut juga melambangkan sifat ksatria yang selalu menepati janji dan setia pada sumpahnya.



Gambar 3. Patung karya Ichwan Noor berjudul *Blue Moon* dan *Chinese God Of War*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 3 Oktober 2022 dan <https://kustomfest.com/artjog-2018-enlightenment>, diakses 5 Oktober 2022 Pukul 08.15)

Kehadiran karya-karya kreatif dari limbah industri kendaraan transportasi mengilhami beberapa seniman lain untuk berkreasi seni serupa dengan tema dan konsep yang berbeda. Ciri khas dan idealisme seniman dimunculkan dengan alasan kreativitas dan karena keadaan untuk merespon pandemi Covid-19. Seniman Eri Sudarmono dari Padukuhan Kauman, Gilangharjo, Pandak, Bantul yang pernah mengenyam pendidikan di Seni Kriya ISI Yogyakarta tetapi lebih banyak membuat karya lukisan dan dekorasi mencoba berkreasi di masa pandemi. Penciptaan patung-patung robot dari motor bekas tersebut dilakukannya setelah sepi order melukis dan membuat dekorasi untuk event-event pertunjukan. Koleksi motor tua yang ia miliki kemudian dicoba untuk dikreasikan menjadi robot-robot yang unik dan laku keras di pasar Internasional terutama Cina. Eri Sudarmono mengakui belum pernah membuat replika robot dari bahan baku besi. Modal pendidikan seni yang pernah ia dapatkan menjadi modal besar untuk memberanikan diri berkreasi di bawah tekanan pandemi Covid-19. Hobi mengoleksi motor tua kemudian digabungkan dengan ilmu seni kriya dengan metode eksperimen. Eri bersama teman-temannya yang juga terdampak Covid-19 karena PHK mencoba berkreasi seni membuat replika robot, seperti dalam film “*Transformer*”. Kegigihannya berhasil membuat replika robot dengan tinggi 2 hingga 4 meter dari bahan limbah motor bekas dan tiap bulan sudah dapat membuat sebanyak 5-10 buah robot dengan harga mencapai puluhan juta rupiah per unitnya. Penciptaan robot ini terus dikembangkan yang dibantu oleh 12 rekan kreatifnya agar terlihat lebih unik dan hidup. Ke depan cita-cita Eri, robot dari bahan limbah industri kendaraan transportasi ini akan dibuat dapat berjalan dengan kreasi teknologi yang terus dikembangkannya.



Gambar 4. Patung Karya Eri Sudarmono dengan Model Transformer yang Laku Keras di Cina (Sumber: Santo Ari [Tribunnews.com](https://tribunnews.com/)//2021, diakses 7 Oktober 2022 Pukul 23.15)

Berbeda dengan seniman akademis Lutse Lambert D. Morin yang juga menggunakan material limbah kendaraan transportasi dikombinasikan dengan material lain sebagai karya seni patung yang masih memiliki relevansi dengan adaptasi masa pandemi. Karya instalasi jaring Antropoda menawarkan salah satu kiat untuk menggambarkan hidup beradaptasi yang dipersonifikasikan dengan laba-laba merah yang memiliki kaki yang panjang dengan jaring-jaring. Pemaknaan secara khusus karya ini menggambarkan kegigihan dan keberanian untuk terus bertahan hidup di masamasa yang susah. Karya ini secara pemaknaan filosofidiselaraskan dengan harapan bagi museum Benteng Vredeburg yang disesuaikan dengan arti kata *Arthro* dalam bahasa Yunani yang berarti 'buku, ruas atau segmen'. Sejalan dengan karya ini, harapannya adalah museum Benteng Vredeburg akan termotivasi untuk menajamkan kembali segmen, menambah inovasi, memperkuat jejaring untuk memperluas jangkauan layaknya laba-laba Arthropoda yang memiliki jaring dan kaki yang panjang. Selaras dengan keberadaan museum untuk tetap menjadi pusat studi literasi dan referensi masyarakat tidak hanya pada basic perjuangan tetapi lebih dari itu sebagai sumber ilmu yang lain dalam segala aspek kehidupan. Museum tidak hanya menjadi area publik megah dan agung tetapi sepi pengunjung dan diharapkan mampu berdaptasi di era baru menjadi area publik yang menyenangkan untuk pembelajaran sejarah dan keilmuan lainnya. Tujuan yang hendak dicapai adalah museum akan menjadi representasi gambaran secara visual pengetahuan perjuangan bangsa Indonesia demi pembentukan karakter luhur generasi yang akan datang.



Gambar 5. Patung Karya Lutse Lambert D. Morin dengan Model Laba-Laba Antropoda yang Dipasang di Halaman Benteng Vredeburg 28 Juli 2020
(Sumber: Ferganata Indra Riatmoko [Kompas.id](https://kompas.id/)//2020 diakses 8 Oktober 2022 Pukul 02.05)

Kreasi unik yang lain dari unsur limbah kendaraan transportasi diusung oleh seniman Andre Suryaman yang sudah digelutinya sejak tahun 2013. Meredupnya alat transportasi sepeda onthel atau sepeda tua dan becak karena kalah bersaing dengan kehadiran motor dan transportasi *online* (ojol) membuat sepeda dan

becak terpinggirkan. Beberapa sepeda yang tidak memiliki *brand* kuat akhirnya tidak laku untuk dijualbelikan dalam keadaan utuh dan hanya laku dijual dalam bentuk kiloan. Selain sepeda tua, kendaraan transportasi becak juga menjadi medan kreasi artistiknya. Kendaraan becak mampu bermigrasi menjadi becak motor (bentor) tetapi terdapat beberapa komponen becak yang akhirnya harus dimodifikasi menjadi becak motor dan beberapa item lain harus dibuang. Bentuk khas kendaraan transportasi roda tiga tersebut menjadi esentrik dan ikonik tatkala digubah oleh Andre Suryaman menjadi produk furnitur. Ada yang masih dipertahankan bentuk-bentuk aslinya, tetapi ada yang *dipreteli* menjadi beberapa item yang dikreasikan menjadi furnitur dan elemen dekorasi. Produk kreatifnya ini menjadi magnet bagi pengunjung pameran IFEX dan JICAF#2 yang pangsa pasarnya sudah merambah ke Eropa dan Amerika.



Gambar 6. Produk Kreatif dan Esentrik Furnitur kreasi Andre Suryaman
(Sumber: Dokumen Penulis Repro dari Katalog Produk Andre Suryawan, 2022)

Penciptaan karya seni fungsional dari limbah kendaraan transportasi terus dikembangkan oleh para kreator lain dengan material yang berbeda-beda. Pesawat terbang juga tak luput dari sasaran kreasi artistik yang digubah menjadi produk-produk furnitur. Kreator Ari Wibowo (Mas Popo) dengan *brand name* usaha “Java Wood Steel” membuat kreasi furnitur unik dari bangkai pesawat atau *spare part* pesawat yang sudah tidak digunakan lagi. Pesawat yang sudah tidak layak terbang kemudian *dipreteli* menjadi berbagai komponen yang dibuat menjadi elemen artistik dan furnitur yang futuristik. Kebebasan untuk mengungkapkan ide gagasan ke bentuk-bentuk yang tidak biasa, kreatif, dan inovatif menghasilkan sesuatu yang dinamis, selalu berubah sesuai perkembangan zaman menjadi dasar utama penciptaan karya-karya futuristik. Tidak kalah pentingnya adalah selalu mengedepankan struktur modern dengan unsur teknologi terbaru (Kartika Sahar, 2022: 263-265).



Gambar 7. Produk Kreatif dari Limbah Pesawat Terbang
(Sumber: Dokumen Penulis Repro dari katalog produk “Java Wodd Steel” dan “Alpen Steel”)

Seniman kreatif menghadirkan tanda-tanda dengan juga memproduksi makna dari pola pikir dan gaya hidup di lingkungan masyarakat sesuai era zamannya. Menghadirkan karya kreatif dari limbah industri kendaraan transportasi memberikan daya tampilan visual yang unik dan mampu merangsang daya pikat untuk memilikinya sebagai pemenuhan kebutuhan akan kesenangan. Pola berpikir orang-orang modern yang terjadi saat ini dapat dikatakan lebih mengutamakan penampilan ketimbang substansi. Hal ini tampak pada cara berpikir masyarakat yang populer, yaitu bukanlah makna terdalam dari setiap tindakan,

tetapi gaya kita bertindak. Piliang menyatakan bahwa cara berpikir orang populer di zaman saat ini lebih mengutamakan kesenangan daripada pengetahuan. Suatu contoh di media sosial orang lebih tertarik untuk mengomentari atau membahas sesuatu demi kesenangan, bukan demi terungkapnya sebuah kebenaran atau tersebarnya pengetahuan. Cara berpikir seperti ini cenderung mengondisikan diri kita untuk “anti-berpikir” (Yasraf Amir Piliang, 2018: 173-182).

Hal ini juga terjadi pada gaya hidup dalam masyarakat yang baru-baru saja terjadi di Indonesia dengan munculnya gaya hidup sehat dengan bersepeda. Orang-orang terdorong untuk memiliki dan menggunakan sepeda dengan spesifikasi harga yang tinggi dan mahal, bukan untuk kebutuhan olahraga pada tempatnya tetapi hanya untuk menunjukkan gaya belaka. Berbagai tanda dihadirkan untuk membuat perbedaan diri dari orang lain, kelompok lain, dan seterusnya. Manusia membangun tanda-tanda dan memproduksi makna-makna di dalam gaya hidup. Menarik untuk mencermati dinamika yang berkembang dalam dunia seni rupa yang terjadi, baik di Indonesia maupun luar negeri. Penciptaan karya seni dengan *basic riset*, sentuhan tangan kreator genius, dan persinggungan dengan teknologi menjadi sinergitas yang tidak terpisahkan. Kehadiran seniman dalam membuat karya-karya seni rupa baru dengan media baru menjadi bukti sejatinya berkarya seni tidaklah statis, melainkan memiliki kemampuan untuk senantiasa berevolusi, bertransformasi, dan beradaptasi pada kehidupan modern.

PENUTUP

Karya seni dari limbah industri kendaraan transportasi yang telah dijelaskan di atas menjadi bukti bahwa material ini mampu menjadi media kreasi baru dalam dunia seni rupa. Bentuk-bentuk khas yang dihadirkan dari komponen-komponen yang menyatu pada kendaraan transportasi, seperti sepeda, becak, motor, mobil, bahkan pesawat terbang ataupun elemen-elemen yang ada pada kendaraan dimunculkan oleh seniman menjadi karya seni yang unik dan artistik. *Block-block* mesin yang memiliki alur garis yang asimetris, elemen-elemen sepeda yang memiliki lengkungan, sisi-sisi bentuk bodi pesawat, dan masih banyak bentuk-bentuk lain yang biasa kita lihat seolah hanya bersifat benda mati dan tidak berarti apa-apa. Pendalaman kreasi artistik serupa melalui kontemplasi bahkan sampai pada eksperimen yang mengarah pada riset-riset khusus dilakukan, kemudian menghadirkan karya-karya *upcycle* dari limbah industri kendaraan transportasi menjadi produk-produk karya seni yang memiliki nilai ekonomis dan nilai artistik, bahkan mampu memiliki makna filosofis berkenaan dengan tujuan penciptaan karya seni dalam dunia seni rupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. 1984. *Consumer Behavior and Marketing Action (second editions)*. Boston: Kent Publishing Company.
- Baumgardner, S. &. 2010. *Positive Psychology*. London: Pearson.
- Chung, H. 2008. *Resiliency and character strengths among college students*. The University of Arizona, Tucson.: ProQuest. (Unpublished doctoral dissertation).
- Habermas, J. 1985. *Modernity and An Incomplete Project*. London: Pluto Press.
- Irawani, Titiana, B. H. 2017. Penciptaan Seni Logam Kreatif dengan Memanfaatkan Limbah Onderdil Kendaraan. *Corak Jurnal, Jurusan Kriya Vol 6 No.1*, 35-43.
- Kartika Sahar, W. A. 2022. “Kajian Arsitektur Futuristik pada Bangunan Pendidikan”. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 263-277.
- Myers, G. J. 2014. *Designing and Selling Recycled Fashion: Acceptance of Upcycled Secondhand Clothes by Female Consumers Age 25 to 65*. North Dakota State University.
- Rifki, A. 2020. “Analisis Ideologis Kekaryaannya pada Karya Patung Beetle Sphere Ichwan Noor”. *Imaginarium Jurnal*, 16.

- Suharson, A. 2020. "Strategi UMKM Bantul Merespon Pandemi (Studi Kasus Bidang Kriya/Kerajinan)". *Jurnal Riset Daerah Bantul Vol. 20 NO.3*, 3661-3675.
- VandenBos. 2015. *APA dictionary of psychology, second edition*,. USA: American Psychological Assosiation.
- Yasraf Amir Piliang, J. J. 2018. *Teori Budaya Kontemporer Penjelajahan Tanda & Makna*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.

DAUR ULANG FILM: INTERTEKSTUALITAS “MIRACLE IN CELL NO.7” (2022)

Firdaus Noor

(Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta, Jalan. RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia, firdausnoor@upnvj.ac.id)

ABSTRACT

How is the relationship between texts smuggled into recycled films? When and where does this process stop? When it ends, what will a recycled film look like after being interpreted with meaning? These are the questions that the author poses in analyzing the relationship between the texts contained in the Remake film “Miracle in Cell No. 7”. Hanung’s work recycles while expanding and deepening the elements of the original source, while still guarding the personal aesthetic corridor. By using a qualitative paradigm, the approach is carried out using a textual study that the recycled film located in the structure is produced in accordance with the narrative findings of the original film model. This paper attempts to provide a broad and systematic approach to the phenomenon of cinematic remakes, based on the latest intertextuality theory. The results of the study reveal a fundamental proposition about the concept of film recycling, in which every creation of film recycling is similar to adapting the text. The original must change the original text itself like a quote grafted into a new context through the cultural setting that forms both narrative and cinematic content, and as such will inevitably be reflected and disseminated.

Keywords: film recycling, intertextuality, film remake, Indonesian movie

ABSTRAK

Bagaimana hubungan antar-teks diselundupkan ke dalam film daur ulang? Kapan dan di mana proses ini berhenti? Bila berakhir, seperti apakah film daur ulang setelah disetubuhi makna? Pertanyaan-pertanyaan inilah yang penulis ajukan dalam menganalisis hubungan antar-teks yang termuat lewat film *remake* “Miracle in Cell No. 7” versi asli dan Indonesia. Karya Hanung ini mendaur ulang sembari memperluas dan memperdalam unsur-unsur sumber aslinya, sekaligus tetap mengawal koridor personal estetisnya. Dengan menggunakan paradigma kualitatif, pendekatan dilakukan dengan kajian tekstual bahwa film daur ulang yang terletak di struktur yang diproduksi dibandingkan dengan penemuan naratif model film aslinya. Tulisan ini berusaha memberikan pendekatan yang luas dan sistematis terhadap fenomena *remake* sinematik berdasarkan teori intertekstualitas. Hasil penelitian menyingkap satu proposisi mendasar tentang konsepsi daur ulang film, bahwa setiap terciptanya daur ulang film sebagaimana mengadaptasi teks aslipasti mengubah teks asli itu sendiri, seperti sebuah kutipan yang dicangkokkan ke dalam konteks baru melalui latar budaya yang membentuk konten naratif maupun sinematik, dan dengan demikian tak terelakkan akan direfleksikan lalu disebarluaskan.

Kata Kunci: daur ulang film, intertekstualitas, film *remake*, film Indonesia

PENDAHULUAN

Beberapa isu dan kekhawatiran yang muncul dari konsep pembuatan ulang (*remake*) film menimbulkan pertanyaan mendasar tentang apa itu daur ulang film? Bagaimana pembuatan ulang film bisa berbeda dari film aslinya? Ini adalah pertanyaan yang jarang ditanyakan, apalagi dijawab dengan memuaskan. Catatan terbaru tentang pembuatan ulang film telah mendefinisikan pembuatan ulang film secara beragam. *Pertama*, sebagai film yang berdasarkan skenario sebelumnya (Mazdon, 2000: 2). *Kedua*, sebagai versi baru dari film yang sudah ada (Grindstaff, 2001: 134), dan *terakhir* sebagai film yang melipatgandakan film sebelumnya (Horton & McDougal, 2022: 3). Catatan penting tentang *remake* ini berisiko esensial, dalam banyak kasus lebih mengutamakan keaslian bentuk daur ulangnya sebagai upaya

mengukur keberhasilan *remake* daripada menyadari apa yang dianggap sebagai elemen penting dari teks aslinya (Cartmell & Whelehan, 2005: 3). Kriteria utama pemilihan pada sebuah film akan ditetapkan sebagai *remake* jika dua atau lebih dari sejumlah sumber teridentifikasi dapat diandalkan dari *genre* film tertentu (Wright, 1989: xi-xii).

Daur ulang film berbeda dari adaptasi ke media baru karena hubungan yang dibangun antara film asli dengan film yang dibuat ulang, terutama dalam hal elemen-elemen naratif maupun sinematik yang menjadi dasar dari pembuatan film. Ini berarti bahwa setiap film, bahkan setiap representasi dapat dianggap sebagai adaptasi karena tidak ada film yang merespon secara langsung terhadap realitas itu sendiri melainkan mengadaptasi atau menampilkan kembali beberapa model yang sudah ada sebelumnya. Robert Eberwein menunjukkan kedekatan antara istilah “adaptasi” dan “pembuatan ulang” ketika dia mendefinisikan istilah yang terakhir sebagai membaca ulang teks asli (Verevis, 2006: 92). Definisi ini tampaknya berlaku sama untuk keduanya, tetapi yang membedakan kedua konsep tersebut adalah hubungan antara versi baru (adaptasi atau *remake*) dan medium asli.

Selain itu, klaim awal Leitch menguatkan bahwa pembuatan ulang film itu unik karena fakta bahwa produsernya biasanya tidak membayar biaya adaptasi kepada pembuat film versi aslinya, melainkan membeli hak adaptasi dari penulis atau penerbit (Leitch, 1990: 138).

Pendekatan lainnya menunjukkan bahwa *remake* film terletak pada teks atau struktur yang diproduksi sesuai dengan penemuan model naratif film sebelumnya (Altman, 2000: 84). Pendekatan tekstual daur ulang film mengarah ke penyusunan kembali kategori tekstual dengan mempertimbangkan teks (plot dan struktur). Sampai di sini terbuka kemungkinan setiap *remake* yang dilakukan dapat berusaha untuk mendefinisikan dirinya sendiri.

Pada dasarnya *remake* sejati menolak klaim apa pun untuk bisa lebih baik dari aslinya. *Remake* sejati berarti berurusan dengan klaim kontradiktif dari semua *remake*, bahwa mereka sama seperti aslinya hanya lebih baik dengan cara bersaing secara teknologi maupun budaya, juga berusaha membuat yang asli relevan dengan memperbaruinya (Verevis, 2006: 8). Di sini *remake* sejati menekankan gagasan intertekstualitas, karena strategi retorikanya tergantung pada teks sebelumnya.

Dalam diskusi Mikhail Lampolski tentang intertekstualitas dalam film, sebuah teks justru merupakan hasil dari kemampuannya untuk membangun hubungan dengan teks-teks lain yang datang sebelumnya, dan kadang-kadang dengan teks-teks yang datang kemudian (Verevis, 2006: 29). Lampolski mengambil alih kisah Ferdinand de Saussure dan Julia Kristeva tentang hubungan tersebut untuk mendefinisikan elemen intertekstual sebagai bagian teks yang melanggar perkembangan linearnya berupa pengulangan agar memperoleh motivasi yang mengintegrasikan ke dalam struktur teks maupun dari luar teks itu sendiri. (T̃ Ampol'skiĭ, 1998: 8). Artinya, struktur intertekstual ini sangat khusus dalam pengulangan elemen naratifnya, dan pengulangan ini paling sering berhubungan dengan urutan pesan daripada dengan bentuk atau kode film (Frow, 1990: 45).

Dalam sepuluh tahun terakhir, penelitian telah dilakukan dari berbagai bidang untuk melihat hubungan antar-teks pembuatan ulang film-film Korea sebagai bagian dari transformasi budaya. Sebagai contoh, dengan pendekatan studi sastra, terlihat bahwa intertekstualitas untuk film umumnya dianalisis dengan menggunakan dua konsep, yaitu: adaptasi dan terjemahan ulang. (Gündel, 2021: 1700), Murthy menawarkan area penelitian *remake* film India terbaik dan terbesar dalam hal hubungan antar-teks lintas budaya (Murthy, 2013). Rusmawati menggunakan teori naratif Greimas dalam upaya menemukan model aktansial dan fungsional dalam film “Miracle in Cell no.7” (2013) (Rusmawati & Sudrajat, 2015). Lee menganalisis diplomasi budaya film Korea Selatan melalui film peraih oscar “Parasite” (Lee, 2022). Lee berfokus pada analisis teks film dan mempertanyakan bagaimana narasi diubah agar sesuai dengan budaya dan tradisi lokal. Dilengkapi dengan pentingnya menuju pendekatan metodologi multidisiplin dalam studi film *remake* (Cuelenaere, 2020).

Kajian ini dibatasi pada analisis hubungan antar-teks yang ada dalam film *remake* “Miracle in Cell No.7” versi asli yang dibuat pada tahun 2013, kemudian didaur ulang ke versi Indonesia (2022). Disutradarai Hanung Bramantyo dan ditulis ulang Alim Sudio. Film produksi *Falcon Pictures* ini mulai ditayangkan di bioskop seluruh Indonesia pada 8 September 2022. Seperti aslinya, film ini cukup menarik perhatian karena sukses meraih *box office*. Menurut data situs *filmindonesia.or.id*, film ini telah menempati posisi kelima di antara film Indonesia yang paling banyak ditonton pada tahun 2007-2022. Kemungkinan jumlah penonton ini akan terus bertambah karena pada saat artikel ini ditulis masih dalam penayangan bioskop di seluruh Indonesia. Pada titik ini, akan tepat untuk membuat analisis komparatif untuk memahami bagaimana hubungan antarteks dari sumber asli dengan teks yang sudah didaur ulang. Ini berarti sampel penelitian ditentukan sebagai “Miracle in the Cell No.7” (2013) dari versi Korea Selatan dan *remake* Indonesia dengan judul yang sama, yakni “Miracle in Cell No.7” (2022). Kisah repetitif dari dua narasi ini, diproduksi dalam dua sejarah dan geografi yang berbeda, dengan perbedaan waktu, ruang, dan budaya akan dianalisis secara komparatif dan mempertanyakan bagaimana *remake* itu disesuaikan dengan budaya lokal.

Dalam konteks ini, kedua film “Miracle in Cell No.7” akan dikaji sebagai teks. Teks yang dimaksud di sini difokuskan pada struktur naratif yang membentuk konstruksi dramatik. Dramatik berarti penataan bagian-bagian secara logis dan estetis untuk menghasilkan dampak emosional intelektual dan dramatis yang maksimal (Petrie & Boggs, 2012: 44). Kemudian dilanjutkan dengan menyandingkan teori intertekstualitas dalam upaya mengamati relasi-relasi yang dibangun dari teks sumber asli ke versi daur ulang dan bagaimana hubungan antar-teks disatukan dalam sebuah pola yang membentuk seluruh kesatuan dalam bentuk film.

Upaya deskriptif disandingkan agar terancang sebagai penelitian kualitatif, elemen-elemen dasar yang membentuk naratif film seperti waktu, ruang, karakter, plot dipertanyakan secara komparatif di kedua film. Metode peringkasan jalan cerita menggunakan teknik menulis *basic story* (Miller dalam Ajidarma, 2000), dalam *basic story* sudah pasti tergambarkan alur cerita, tokoh-tokoh penting, maupun ketegangan konfliknya, dan dipadukan dengan metode segmentasi Bordwell. Persamaan dan perbedaan budaya dari teks yang diproduksi dalam versi asli dan daur ulang dianalisis. Dalam rekonstruksi cerita daur ulang film, makna baru yang terbentuk akibat pendauran ulang akan dipertanyakan. Maka dari itu, salah satu pendekatan yang diterapkan untuk mendukung pertanyaan penelitian dalam kajian ini adalah analisis komparatif. Ini berarti analisis film akan disusun untuk mendeteksi persamaan dan/atau perbedaan dari dua teks, untuk memahami satu atau semua teks yang dibandingkan, lalu membuat kesimpulan tentang hubungan mereka. Untuk itu, analisis komparatif digunakan dalam bidang kajian film sekaligus sebagai pendekatan yang diterapkan dalam menawarkan kesempatan untuk mengkaji bidang dengan judul yang sama (Zhang, 2006: 29).

Tujuan utama dari penelitian ini untuk membandingkan teks dari sumber asli dengan film yang di daur ulang. Dengan demikian, artikel ini mengusulkan satu proposisi mendasar tentang konsepsi daur ulang film bahwa setiap terciptanya daur ulang film sebagaimana mengadaptasi teks asli pasti mengubah teks asli itu sendiri, seperti sebuah kutipan yang dicangkokkan ke dalam konteks baru melalui latar budaya yang membentuk struktur naratif maupun sinematik, akhirnya tak terelakkan akan direfleksikan lalu disebarluaskan.

PEMBAHASAN

Untuk memulai analisis komparatif dari kedua film ini serta dalam upaya mengungkap hubungan teks antara sumber asli dan yang daur ulang, penulis melihat terlebih dahulu alur cerita dari film aslinya berdasarkan model segmentasi Bordwell untuk menjamin bahwa teks sudah dibaca, lalu ceritanya akan dibandingkan. Segmentasi merupakan garis besar yang tertulis di film dan memecahnya menjadi bagian-

bagian besar dan kecil, dengan bagian-bagian yang ditandai secara berurutan (Bordwell & Thompson, 2016: 67).

Miracle in Cell No.7 (2013) - Korea Selatan

Sutradara: Hwan kyung Lee

Durasi: 127 Menit

Lee Yong-gu memiliki keterbelakangan mental, ayah dari seorang putri berusia enam tahun bernama Lee Ye-seung. Dalam kondisi yang terbatas, mereka menjalani kehidupan bersama. Suatu hari mereka ingin membeli tas sekolah dengan karakter Sailor Moon untuk melengkapi hari pertama sekolah putrinya. Tas tersebut terpampang di salah satu etalase toko, Yong-gu berjanji akan membeli tas itu pada saat menerima gaji keesokan harinya. Namun, tas tersebut diambil dari etalase dan akan dibeli oleh putri dari Kepala Kepolisian. Meskipun ada penegasan yang mengatakan bahwa tas itu seharusnya milik mereka, pembeli yang merupakan kepala polisi tersebut tidak mendengarkan mereka bahkan sampai memukuli Yong-gu. Pada segmen berikutnya, saat sudah gajian putri kepala polisi menyapa Yong-gu, gadis itu ingin menunjukkan kepada Yong-gu toko lain yang menjual tas yang sama. Saat mereka menuju toko, berlari beriringan, gadis itu jatuh terpeleset genangan air lalu tertimpa batu bata yang mengakibatkan tewas seketika.

Menyadari hal itu, Yong-gu memberikan pertolongan pertama berdasarkan pengalaman dia bekerja, tapi tindakannya justru disalahpahami oleh saksi mata yang kebetulan lewat. Polisi menuduh Yong-gu melakukan pembunuhan dan perkosaan. lalu mengintimidasinya untuk mengaku bersalah agar kasus ini segera selesai. Sementara itu, putrinya Ye-seung menunggu sendirian hingga malam, Yong-gu ditangkap dan dikirim ke penjara, dan dia menempati sel no.7 dengan lima narapidana lainnya yang dihukum karena kejahatan yang berbeda.

Pada awalnya Yong-gu tidak disambut baik oleh narapidana lain, hingga Yong-Gu berhasil menyelamatkan nyawa pemimpin napi di kamarnya yang ingin dibunuh oleh narapidana lain. Karena kebajikannya itu, para narapidana mengabdikan keinginan Yong-gu untuk bertemu putrinya. Yeseung diselundupkan ke penjara. Dalam peristiwa lainnya, Yong-gu juga menyelamatkan hidup kepala sipir penjara dari kebakaran. Akibat penyelamatan tersebut, kepala sipir mulai menyadari bahwa Yong-gu sepertinya tidak bersalah dan mulai menyelidiki kasusnya.

Pada akhirnya semua orang di penjara mengetahui bahwa kepala polisi berpangkat komisaris jenderal menggunakan kekuasaannya untuk memaksa Yong-gu membuat pengakuan palsu. Selama persidangan, kepala sipir penjara dan narapidana lain mencoba membuktikan bahwa Yong-gu tidak bersalah, akan tetapi sebelum sidang putusan peninjauan kembali dimulai, kepala polisi mengancam Yong-gu untuk mengakui kesalahan yang tidak dilakukannya dan dipaksa untuk menerima hukuman mati jika ingin putrinya selamat. Mendengar putusan itu, narapidana sel no.7 dan lainnya berencana untuk membebaskan ayah dan anak perempuannya itu keluar dari penjara menggunakan balon udara. Rencana itu gagal karena balon itu tersangkut di kawat berduri pembatas penjara.

Selang beberapa tahun kemudian, Ye-seung menjadi seorang pengacara yang berjuang agar kasus Yong-gu dibuka kembali di pengadilan. Ye-seung berupaya meyakinkan pengadilan untuk menyelidiki kembali kematian gadis kecil itu demi membersihkan nama baik ayahnya. Dalam proses persidangan, penghuni sel no.7 dan ayah keduanya yang merupakan kepala sipir penjara turut menyaksikan dan mendukungnya. Keadilan diperjuangkan meskipun terlambat, pada akhirnya senyum lebar Ye-seung terlihat sambil mengucapkan selamat tinggal kepada ayahnya yang terbang ke langit bersama Ye seung kecil dengan balon udara.

Miracle in Cell No. 7 (2022) - Indonesia

Sutradara: Hanung Bramantyo

Durasi: 145 Menit

Adalah Dodo Rozak, tukang balon dan ayah yang mencintai putrinya, Ika Kartika. Dodo memiliki kecerdasan terbatas, bertingkah laku seperti anak-anak. Suatu hari pada tahun 2022, ia melihat Melati Wibisono, putri ketua partai pembangunan nasional Wili Wibisono sedang meratap kuburan anjing peliharaannya. Dodo mendekatinya dengan memberikan balon, Melati mengindahkannya, berlari menghindari, namun ia tersandung tali, jatuh terbentur pinggir meja, dan tercebur kolam renang. Dodo berniat menolong dengan menariknya menggunakan kayu, namun tidak sampai hingga ia menyeburkan dirinya ke kolam renang dan membawanya ke pinggir. Sambil teringat nasihat almarhumah istrinya, Juwita "Kalau baju basah harus diganti baju kering, biar tidak masuk angin". Dodo pun membuka bajunya dan Melati, pada saat bersamaan, kedua pembantu rumah tangga menyaksikannya, lalu berteriak minta tolong. Reaksi salah satu pembantu rumah tangga lainnya memukul Dodo hingga pingsan. Dodo kemudian ditangkap dan dibawa ke kantor polisi untuk diinterogasi, ia dituduh membunuh dan memerkosa Melati. Polisi memaksa Dodo mengakui tuduhan itu dengan dalih biar cepat pulang dan bertemu putrinya, ia pun menjadi pusat perhatian media.

Ika gelisah menunggu di rumahnya, dari pemberitaan di tv, neneknya memberitahu proses rekonstruksi. Ika dan neneknya pun bergegas kesana. Proses rekonstruksi dipaksakan agar mendapat pengakuan. Ika melihat Dodo, sambil berlari ia memanggil "bapak", namun dihadang oleh petugas kepolisian.

Dodo lalu dibawa ke Lapas Mahameru dengan tahanan lainnya. Hendro, kepala sipir penjara mengetahuinya, koran dengan headline "Pembunuh Melati, Putri dari Wily Wibisono telah Dijatuhi Hukuman Mati" sempat dibacanya. Saat pertama kali datang Dodo dipukul kepala sipir penjara karena ingin menelepon putrinya, ia pun lalu ditempatkan di sel no.7 yang telah dihuni lima napi lain: Kepala geng napi Japra, Zaki, Bewok, Gepeng, dan si Hacker Bule. Keesokan harinya, di ruang makan napi Dodo melihat rencana pembunuhan Japra, Dodo berhasil mencegahnya namun dia ikut tertusuk. Akibat pertolongan Dodo, Japra menganggap Dodo sebagai saudara dan bersedia mengabdikan keinginan Dodo yang ingin bertemu dengan anaknya, Kartika Rozak.

Pada saat acara keagamaan diadakan di lapas, Kartika diselundupkan di dalam kardus yang berisi roti. Kejutan bingkisan roti yang didalamnya ada Ika itu membuat Dodo histeris. Namun Ika harus segera dikembalikan karena acara dipercepat. Alih-alih ingin dikembalikan ternyata peserta lainnya sudah pulang, akhirnya Ika pun menginap di dalam sel No.7. Berdasarkan foto-foto yang didapat, Hendro melakukan sidak ke sel No.7 dan menemukan Ika di dalamnya. Ika pun dibawa keluar, lapas di sweeping, dan Dodo terkena hukuman isolasi di sel khusus.

Akibat adanya kecemburuan dari para napi lain mengenai anak yang diizinkan masuk, sedangkan ia sendiri untuk bertemu bapaknya tidak diizinkan lapas dibakar. Hendro bernegosiasi dan mengizinkannya, namun napi itu mengatakan sudah terlambat karena bapaknya telah mati dan menganggap ini semua terjadi karena Hendro. Ia pun membuang bensinnya agar api semakin menyulut, Hendro berusaha menghentikannya, terjadilah perkelahian. Hendro dikalahkan dan tertimpa lemari besi. Semua napi lapas berupaya menyelamatkan diri dari kobaran api, Hendro berteriak meminta tolong. Saat itulah Dodo lewat, namun pintu terkunci. Dodo berusaha membukanya, lalu mengangkat lemari untuk menyelamatkan Hendro. Saat berada di ruang perawatan, dokter memberitahu Hendro bahwa Dodolah yang menolongnya.

Hendro mulai menunjukkan simpatinya. Dodo dipanggil ke ruangannya dan menanyakan apakah Dodo yang membunuh Melati? Mendengar jawaban Dodo tidak boleh jahat, Hendro dan para napi lain mulai menyelidiki berkas-berkas Dodo, melakukan reka ulang, dan memberi izin untuk membawa Ika kembali ke sel no.7.

Pengajuan untuk banding diterima, Wili dan Hendro bertemu untuk membicarakan sidang banding kasus Dodo. Hendro mengatakan bahwa abdi negara seharusnya mengutamakan keadilan, bukan kekuasaan untuk balas dendam, karena dia pun merasakan bagaimana rasanya kehilangan anaknya.

Dodo ditemui Ruslan, pengacara resmi lapas. Ruslan menakuti Dodo bahwa ayah Melati sangat berkuasa, jabatannya anggota DPR yang mencalonkan jadi gubernur. Ayah Melati bisa melakukan apa saja untuk membalas tindakan Dodo atas kematian Melati. Setelahnya Hendro memberikan petisi dari para Napi

untuk membebaskan Dodo, tapi pengacara mengatakan bahwa data itu tidak ada gunanya karena lawannya berat. Hendro pun berusaha menyakinkan bahwa tidak mungkin orang seperti Dodo bisa menulis BAP setertata ini.

Simulasi persidangan dilakukan oleh para napi untuk membantu Dodo. Di atas kertas, Dodo belajar membacakan kalimat pernyataan untuk membuktikan bahwa dia memang tidak bersalah. Di ruang tunggu sidang pengadilan, Wili mendatangi Dodo, merobek catatannya, mengancam hidup Kartika jika Dodo tidak membuat pengakuan bersalah dan menerima hukumannya. Hakim pun menyatakan atas dasar pengakuan Dodo hukuman bersifat tetap seperti hukuman sebelumnya.

Tekad para napi untuk membebaskan Dodo dari lapas dilakukan dengan cara lain, mereka bekerja sama membuat balon udara, saat acara paduan suara dari SD Negeri Ciliwung. Kartika menyanyikan lagu penyair abu nawas yang terkenal dengan Syair Al I'tiraf, Dodo dan Ika pergi dengan balon udara namun tali tersangkut kawat berduri pembatas lapas.

Saat hari eksekusi akan tiba, Dodo dipindahkan ke Lapas Nusa Kambangan. Kalimat selamat jalan tertulis di baju Dodo yang ditulis napi satu selnya. Perpisahan Ika dan Dodo diiringi ritual berhitung 1....2....3... menandakan Dodo takkan pernah kembali.

Dua puluh tahun kemudian, Kartika tidak jadi dokter sesuai harapan ibu dan Dodo sebelumnya, tapi justru jadi pengacara yang bertekad membersihkan nama baik Dodo Rozak dan membela orang-orang yang memiliki keterbelakangan mental seperti Dodo yang diperlakukan secara tidak adil dan dianggap tidak normal oleh masyarakat. Mahkamah Agung memeriksa perkara terpidana peninjauan kembali nama Dodo Rozak, tanggal lahir 7 Mei 1982, pada akhirnya atas nama keadilan berdasarkan Ketuhanan yang Maha Esa, Hakim menyatakan Dodo tidak bersalah. Dodo pun bebas terbang tinggi dengan balon udara keluar lapas seraya berucap "Dadah Ika, Bapak terbang ya...". Ika pun tersenyum, dan mengucapkan "Selamat tinggal, pak...".

A. Studi Komparatif: Karakter

Remake "Miracle in Cell No.7" (2022) berusaha untuk tetap setia pada narasi film aslinya dengan pertimbangan tertentu, dan cenderung menyimpang dari teks sebelumnya dalam proporsi tertentu. Dalam konteks ini, unsur pertama yang mencolok dalam upaya menganalisis perbandingan film adalah perubahan karakter.

Karakter ayah yang diperankan dalam teks asli dengan nama Lee Yong Gu diubah menjadi Dodo Rozak. Yong Gu bekerja sebagai tukang parkir mobil di pusat perbelanjaan. Dodo, seorang tukang balon yang menjadi salah satu simbol masyarakat pinggiran, namun karakter utama ayah yang memiliki sifat keterbelakangan mental sama-sama dipertahankan. Keluarga utama dalam teks asli berubah, dari dua orang menjadi empat orang. Dalam teks *remake* terdapat penambahan peran nenek dan istri Dodo, Juwita.

Karakter anak yang menunjukkan fakta bahwa mereka siswi sekolah dasar serupa, hanya nama Ye Seung diubah menjadi Ika Kartika. Meskipun Yong Gu mencari nafkah dengan bekerja, Ye Seung juga mengambil tugas di rumah seperti menghitung pengeluaran dan membayar tagihan, memiliki peran seperti orang dewasa daripada Ika. Ada elemen "keibuan" yang tidak terdapat dalam teks asli, telah ditambahkan ke teks *remake* dengan hadirnya nenek Ika dan istrinya, Juwita.

Lima teman sekamar Yong Gu di penjara terdiri atas Gangster So Yang Ho (43), terkena kasus penyelundupan dan dijadikan bos oleh napi lainnya. Shin Bong Shik, Nomor tahanan 38, dipenjara karena mencopet, Choi Choon Ho (38) kasus penipuan, Kang Man Beom (36), kasus perzinahan. dan yang dituakan, Seo (60), penculik yang dijuluki "Kakek". Perubahan karakter dilakukan selang beberapa tahun kemudian setelah mereka bebas, Ye Seung mendatangi Man Beom dan Bong-shik yang menjadi peramal, kemudian mendatangi gereja untuk bertemu Yang-ho yang menjadi pendeta bersama Choon-ho yang memainkan piano.

Dalam *remake* versi Indonesia, jagoan geng napi sel no.7 diperankan Japra yang dipanggil Forman, sikapnya berani dan kebabakan, meskipun terkena kasus merampok dan membunuh orang. Japra menjadi lokal dengan logat bicara Jawa, dibaluti seragam napi biru dengan nomor tahanan 117. Lalu ada Zaki (686),

seorang penipu, Yunus "Bewok" (178) terlibat kasus perkelahian dan pemalakan, Atmo "Gepeng"(315) kasus perampokan, dan Asrul "Bule" (470), seorang *Hacker*. Perubahan terjadi pada karakter kepala geng napi setelah bebas, dari pendeta menjadi guru ngaji.

Dua karakter berseragam yang mempersonifikasikan otoritas publik dalam teks asli adalah kepala polisi dan kepala sipir penjara. Karakter kepala lapas tetap dipertahankan dengan beberapa perubahan secara budaya. Kepala polisi berubah menjadi Ketua partai (Wili Wibisono), selain itu, personifikasi baru dibuat. Salah satunya adalah kenaikan pangkat ayah Melati dari anggota DPR menjadi Gubernur, artinya otoritas kekuasaan meningkat. Dengan perubahan ini, personifikasi Korea dalam teks asli diperbarui agar beradaptasi dengan budaya Indonesia.

B. Perubahan Ruang dan Waktu

Struktur sebuah cerita memiliki empat dimensi: periode, durasi, ruang, dan tingkat konflik (Gündel, 2021: 1710). Periode dan durasi menentukan dimensi waktu cerita; periode adalah tempat cerita dalam kurun waktu, durasi merupakan panjang atau lamanya waktu, sedangkan ruang adalah dimensi fisik cerita atau lokasinya berada dalam ruang. Tingkat konflik adalah urutan tingkatan cerita berupa perjuangan manusia (McKee, 2011, hlm. 79). *Remake* adalah produksi baru yang memperbarui *setting* film aslinya. Dalam konteks ini, analisis dilakukan untuk melihat perbedaan ruang dan waktu ketika mempertanyakan perubahan teks asli dalam film yang didaur ulang.

Dalam teks asli, durasi film 127 menit sedangkan versi *remake* berdurasi 145 menit. Peristiwa dimulai seperti saat film ditayangkan, yakni tahun 2013. Adegan dibuka ketika Ye Seung menjadi pengacara yang meninjau kembali berkas-berkas ayahnya dalam kurun waktu 1997 dan peristiwa berkembang dengan adegan kilas balik hingga periode menjelang Natal, 23 Desember 1997 saat Yong-gu akan dieksekusi. Cerita berakhir ke masa kini dengan putusan pengadilan yang menyatakan ayahnya tidak bersalah.

Narasi *remake* diubah dalam konteks waktu, dimulai pada selang waktu 20 tahun saat Kartika juga menjadi pengacara, Kartika kecil dikonstruksi pada tahun 2002, waktu kejadian perkara ayahnya pada 23 Mei 2002 dan waktu eksekusi Dodo ditentukan dua hari menjelang lebaran, sedangkan Ika menjadi pengacara pada tahun 2022. Dengan perubahan waktu, cuplikan kehidupan disajikan bergantian antara kembali ke karakter siswi sekolah dasar dan pengacara.

Perubahan waktu juga menyebabkan peristiwa dalam jalan cerita berbeda, isu-isu sepanjang tahun-tahun ke depan dalam teks *remake* menunjukkan periode tahun-tahun *merchantile*, yang artinya hukum diperdagangkan kepada penawar tertinggi (Tempo, 2002). Oleh karena itu, ada lingkungan politik tempat tekanan otoritas terjadi pada kekuasaan atas individu. Dalam konteks ini, unsur-unsur kekuatan ketua partai politik dimasukkan ke dalam cerita dengan suasana lokal.

Penyesuaian yang bergantung pada waktu juga telah dilakukan di bidang lain. Misalnya, baju tahanan lapas berwarna oranye diubah menjadi biru, nyanyian gereja yang diubah menjadi nasyid Islami, momen menjelang natal diubah menjadi ramadhan, dan penjara yang kumuh dibandingkan teks asli yang lebih *colorfull*.

Salah satu elemen lainnya yang diubah dalam teks *remake* adalah ruang, terutama bangunan dan pemandangan. Mengikuti geografi dan budaya yang ada, tempat yang dipilih adalah ruang pribadi, seperti rumah juga menyesuaikan kondisi lokal, pemandangan dipindahkan ke pinggiran kota yang padat penduduk, ditempatkan di samping rel kereta api. Daur ulang juga terjadi pada ruang lainnya, seperti tempat reka ulang, penjara, ruang sidang, dan sekolah dasar. Dalam teks *remake* tidak terdapat panti asuhan, pasar, dan toko yang menjual tas *Sailor moon*.

Dalam kedua teks, tempat utama adalah penjara. Dalam teks asli, enam orang narapidana ditempatkan di ruang penjara Korea yang dapat dikategorikan sebagai kamar sel yang juga terdapat ruang khusus toilet, sedangkan dalam teks *remake* sel disatukan dengan kamar sel tanpa pintu masuk ke ruang

toilet. Kedua teks sama-sama memiliki sel khusus, tempat para tahanan diisolasi sendiri. Perbedaan dengan teks asli terjadi pada interior ruangan yang dibuat dalam warna-warna cerah dan hangat, dengan pintu yang atasnya berupa jendela besi menghadap ke luar, ditambah dua jendela di sebelah pintu kamar, sedangkan dalam teks *remake*, interior ruangan dibuat dengan kesan pengab dan kumuh dengan beragam coretan di dindingnya, ditambah pintu sel tertera angka 7 berwarna biru, disisipi semacam jendela geser yang berfungsi untuk buka-tutup.

Hananto yang meneliti berbagai desain penjara dalam melaksanakan hukuman, pengklasifikasian penjara di lapas dilakukan berdasarkan tingkat kelas satu sampai tiga, dikarenakan masyarakat Indonesia plural, maka sel dirancang untuk diisi 3, 5, atau 7 orang. Bentuk sel, tata letak, hingga bahan yang digunakan berperan penting dalam upaya mengintegrasikan kembali narapidana kepada masyarakat (Hananto, 2016: 55-69). Hal ini menunjukkan bahwa penjara dalam teks *remake* menjadi subjek sinema yang terkait erat dengan iklim politik pada periode teks didaur ulang. "Miracle in Cell no.7" keduanya ingin melihat keadilan dari penjara dengan dibumbui cerita ayah dan anak.

Perbedaan praktik budaya juga tercermin dalam gaya hidup sehari-hari di ruang sel, seperti pola tidur, buku-buku di rak dinding, televisi, serta gitar. Menurut teks asli, narapidana di penjara Korea Selatan menggunakan kamar sel untuk kegiatan sehari-hari mereka, seperti duduk, bermain kartu, dan tidur di kasur lengkap dengan selimut. Ruangan itu terlihat seperti ruang yang sempit tapi hangat, ditambah makanan yang terpampang di meja rendah. Poster-poster wanita seksi menempel di dinding sel, poster dengan konten demikian membuat Ye-seung mendandani foto wanita telanjang itu dengan kostum Moon Warrior, dan ketika para narapidana menanyakannya, Ye-seung dengan polosnya menjawab kekanak-kanakan "Saya pikir ia kedinginan. Itu sebabnya aku mendandannya".

Dalam teks *remake*, gaya hidup yang dapat dilihat di penjara juga dipamerkan. Kasur kapuk, meja laci, dan segala macam perangkat mandi ditampilkan. Di dinding sel, menempel poster penyanyi terkenal pada masa itu, Madonna. Berbeda dengan budaya penjara Korea, dalam teks *remake* diperlihatkan area berlatih memukul samsak dari karung dan area ruang makan di lapas berikut makanan yang telah disiapkan oleh pihak lapas. Untuk alasan ini, penjara menjadi tempat orang makan dan berbicara, minum bersama, bernyanyi dan bersenda gurau. Jendela geser di pintu sel menegaskan hilangnya hubungan ruang dari dunia luar dan berkontribusi pada efek dramatis yang membuat dunia menjadi suram dan menindas, hal ini berbeda dengan teks asli.

Pakaian yang dikenakan tahanan di penjara telah menjadi diskusi dan praktik yang berbeda dari satu negara ke negara lain. Pakaian penjara merupakan bagian dari budaya seperti arsitektur penjara, hukuman publik, kerja paksa, dan perbedaan perlakuan antara kelas dan gender (Ash, dalam Gündel, 2021).

Sementara beberapa negara telah meninggalkan praktik menggunakan seragam penjara dengan argumen bertentangan hak asasi manusia dan lebih memilih untuk mempraktikkan pakaian bebas. Beberapa negara mengadopsi penggunaan seragam dengan pemikiran bahwa hal itu akan menghilangkan diskriminasi kelas dan menciptakan lingkungan yang lebih egaliter. Di Korea, para tahanan melanjutkan hukuman mereka dengan seragam berwarna oranye, dan mereka dibawa ke ruang sidang dengan seragam yang sama. Dalam teks asli, terlihat bahwa semua tahanan mengenakan seragam oranye dan Yong-gu dibawa ke ruang sidang dengan seragam yang sama. Di teks *remake*, tahanan mengenakan pakaian berwarna biru saat masuk Lapas Mahameru, oranye saat menjadi tahanan di kepolisian dan saat melakukan proses rekonstruksi, lalu menggunakan rompi oranye saat berada di sidang pengadilan.

C. Perbedaan Plot

"Miracle in Cell No.7" pada dasarnya adalah kisah seorang ayah dan anak. Karakter utamanya diperankan oleh ayah yang memiliki keterbelakangan mental. Dalam teks *remake*, plot diperbarui. Kejadian perkara dipindahkan ke rumah ketua partai politik dan kematian gadis diatur menjadi tenggelam, serta

properti penyebab ketidakadilan, yakni tas *Sailor Moon* dihapus dari cerita. Yong-gu diperkenalkan lahir pada 18 Januari 1961, orang tuanya meninggal pada saat usianya lima tahun, dituduh melakukan penculikan anak pasal 287, pembunuhan pasal 305, dan pemerkosaan pasal 298 dengan nomor tahanan 5482, kasusnya berada pada level 4. Sementara Dodo, lahir 7 Juni 1982 dengan nomor tahanan 737. Tuduhannya kekerasan pada anak seperti pemukulan yang berujung pembunuhan. Penyangkalan Dodo bahwa gadis itu sebenarnya tidak dikejanya, tapi jatuh sendiri, terbentur meja, lalu tercebur di kolam renang. Dalam teks asli penyangkalan Yong Gu berupa tindakan pertolongan pertama atau dikenal dengan istilah *Cardio Pulmonary Resuscitation* (CPR), langkah-langkahnya pertama, mengendorkan celana untuk membantu sirkulasi darah, memberikan nafas buatan, menekan dada secara vertikal, memberikan bantuan napas sebanyak 12 kali per menit, lalu menggoncangkan pasien supaya sadar.

Saksi mata dalam teks *remake* diubah menjadi pembantu rumah tangga yang turut memukul korban saat kejadian berlangsung, sedangkan dalam teks asli, saksi mata adalah seorang ibu yang kebetulan lewat di pasar. Perubahan lain dalam plot terlihat ketika pembelaan Yong-gu oleh Yesung/Kartika dewasa dalam sidang pengadilan banding. Dalam teks asli, kesaksian dua teman sekamar Yong-gu dan kepala sipir dihadirkan untuk membantu mengungkapkan bagaimana insiden sebenarnya. Dalam *remake*, hanya kepala lapas yang dihadirkan sebagai saksi mata.

Dalam teks asli, Ye-sung diam-diam diselundupkan ke dalam sel pada acara pertunjukan bakat yang secara rutin dilaksanakan di lingkungan penjara. Dalam pertunjukan ini, ditampilkan ritual agama Kristendan Buddha yang merupakan bagian dari budaya keagamaan Korea. Dalam teks *remake*, elemen-elemen ini diubah menjadi pertunjukan nasyid Islami. Namun kegiatan agama lainnya tertera dalam dialog "ada lima agama", namun yang ditampilkan berikutnya hanya acara keagamaan Budha.

Dalam teks *remake* juga terlihat perubahan plot dari teks aslinya, tidak adanya adegan penandatanganan petisi oleh para napi, yang ada hanya dialog Hendro yang memberikan kertas hasil penandatanganan petisi tahanan kepada pengacara, juga tidak ditampilkannya adegan perjalanan Yong-gu dan Hendro dengan bus menuju sidang pengadilan. Saat sidang pengadilan tidak terucap permintaan maaf Yong-gu untuk putrinya, Ye-sung pun datang saat pengadilan sudah dimulai, tidak ada juga komunikasi dari kepala sipir dengan guru yang memberitahukan hari pertemuan terakhir Yong Gu dengan putrinya, begitu juga surat dari Ye-sung kepada Yong-gu tidak terdapat dalam teks *remake*. Dalam teks asli, Inspirasi untuk aksi pembebasan dengan balon udara muncul dari lukisan di dinding, sedangkan dalam teks *remake* muncul dari pernyataan Dodo mau terbang.

Akhir cerita tetap sama dengan mempertahankan fitur balas dendam atas nama kekuasaan melalui putusan pengadilan. Karena mekanisme peradilan yang tidak berfungsi, pelarian dan penyelundupan ayah-anak dari penjara menjadi tujuan para narapidana di kedua film, walaupun dengan cara yang berbeda.

Dalam teks asli dan *remake*, rencana pembebasan dengan balon terbang sama-sama gagal dan vonis hukuman mati tetap dijalani. Pencarian atas nama keadilan sama-sama digambarkan selama bertahun-tahun kemudian. Teks asli bergerak dalam pembentukan genre, membuat transisi tajam antara drama dan komedi yang menciptakan perubahan suasana hati. Suasana lucu terjadi saat Yeseung dibawa ke penjara, bersembunyi di kamar, menghabiskan waktu bersama para narapidana, bermain kartu bersama, mengajari kepala geng napi membaca dan menulis, juga menari. Upaya ayah-anak untuk melarikan diri dari penjara dengan membuat balon udara juga tampak hidup, walaupun pada akhirnya tidak berhasil. Namun, perpisahan terakhir Yong-gu dari putrinya sebelum dieksekusi mati cukup emosional, Ye-sung digendong erat serasa tak ingin terpisah, ditambah pertanyaan Yong-gu; apakah kamu bisa hidup tanpa ayah? Puncaknya, ritual hitungan 1..2...3... sebagai simbol selamat jalan, Yong-gu terjatuh lalu bangun kembali dan segera berlari untuk memeluk Ye-sung sambil berteriak bahwa "Aku tidak salah".

Dalam *remake*, lingkungan penjara terlihat lebih gelap dan suram dengan perubahan karakter dan peristiwa. Muncul pula tambahan suasana religi seperti pertunjukan dari paduan suara SDN Ciliwung yang

menyanyikan lagu penyair abu nawas yang terkenal dengan Syair Al I'tirafnya, syair ini bermakna sebuah pengakuan hamba yang meminta belas kasih dan ampunan. Konstruksi dramatik film menjadi meningkat, meskipun perpisahan ayah-anak akan terjadi. Oleh karena itu, bentuk naratif dari teks aslinya adalah drama komedi, emosi *remake* diarahkan pada drama dengan caranya sendiri.

D. Intertekstualitas sebagai Daur Ulang Teks Antarbudaya

Naskah film "Miracle in Cell No.7" yang asli terinspirasi dari kisah nyata, ini berarti ada kesamaan antara kisah pendeta Jeong Won-seop dan filmnya (Gündel, 2021: 1715). Peristiwa terjadi pada tahun 1972, saat putri seorang perwira polisi berusia sembilan tahun di kota Chuncheon diperkosa dan dibunuh di pedesaan. Jeong, 38, yang mengelola toko komik, didakwa dengan pasal pembunuhan karena sering mengunjungi toko korban, dan dijatuhi hukuman penjara seumur hidup. Karena pengakuan dan bukti palsu yang diperoleh melalui tindakan pemaksaan selama interogasi, ia harus menjalani hukuman 15 tahun penjara. Jeong yang telah mengajukan pengadilan banding beberapa kali, berusia tujuh puluhan saat dibebaskan dari tuduhan palsu. Ketika insiden itu terjadi, Komisi Kebenaran dan Rekonsiliasi Korea yang dibentuk pada tahun 2005 gencar menyelidiki pelanggaran hak asasi manusia serupa yang terjadi dalam pemerintahan Korea. Hingga ditemukan petugas polisi telah membuat pengakuan palsu melalui beragam tindakan kekerasan seperti pemaksaan, penyiksaan, penyerangan, dan intimidasi.

Menurut Zhang dan Lauer, sebuah kenyataan yang harus diterima secara universal ini berarti budaya membentuk kebiasaan kita dalam menceritakan, berbagi, dan memahami cerita. Dengan demikian, struktur cerita saat kondisi mereka kembali akan disampaikan untuk dibaca tergantung pada lokasi geografis, zona waktu, dan budaya dari mana mereka berasal, dan ini sangat berbeda (Yehong Zhang & Lauer, 2017: 693).

Dengan konsep *remake*, dapat dinyatakan bahwa sebuah film biasanya mewarisi cerita dan karakter dari film sumber lain serta mengubah waktu dan tempat untuk menyesuaikan cerita dengan waktu dan budaya yang berbeda (Arnold-de Simone, 2012: 382). *Remake*, dalam arti tertentu, berarti melalui proses mengoreksi perbedaan-perbedaan ini untuk audiens baru. Dengan menggunakan perubahan dan adaptasi budaya, industri perfilman memiliki kesempatan untuk memasarkan produksi barunya ke masyarakat yang berbeda, bahkan jika mereka didasarkan pada cerita yang sama.

Kristeva menguraikan intertekstualitas sebagai pelintasan dari satu sistem tanda ke sistem tanda lainnya dengan memperlihatkan pentingnya dimensi ruang dan waktu (Piliang, 2003: 120). Kristeva menggunakan istilah transposisi untuk menjelaskan pelintasan ini, yang di sepanjang pelintasan tersebut satu atau beberapa sistem tanda digunakan untuk merusak sistem tanda sebelumnya. Perusakan ini dapat berupa penghapusan bagian dari sistem tanda yang menjadi referensi dan menggantinya dengan sistem tanda yang baru. Dalam bentuknya yang lebih politis, perusakan dapat dilakukan dengan cara mendistorsi, mengubah, atau mempermainkan tanda dari teks referensi untuk tujuan kritik, sinisme, atau sekedar lelucon. Dengan merusak makna teks yang asli, sebuah teks dapat menghasilkan makna baru, atau bisa juga menjadi tak bermakna apa-apa. Akan tetapi, perlintasan ini bisa bukan untuk tujuan perusakan tetapi sebagai penghargaan dan nostalgia.

Dengan demikian, intertekstualitas digunakan untuk menjelaskan ketergantungan satu teks dengan teks-teks sebelumnya, dalam pengertian bahwa teks tersebut eksis berdasarkan mosaik dari kutipan- kutipan teks yang mendahuluinya. Teks asli didaur ulang ke dalam ragam kebudayaan kontemporer.

PENUTUP

"Miracle in Cell" (2022) karya Hanung Bramantyo dianggap berhasil mengungkapkan pembaruan dari struktur cerita yang dikenal sebelumnya lalu menyajikan ulang kepada penonton. Oleh karena itu, *remake* berarti produksi baru yang mengubah lingkungan budaya film aslinya, sampai di sini *remake* secara harfiah berarti 'pendauran ulang'. Sementara film yang asli diperbarui sesuai kondisi Indonesia, "Miracle in Cell No

7” (2022) tetap otentik dengan menghasilkan perbedaan serta mengikuti struktur dasar “Miracle in Cell No. 7” (2013). Dalam konteks, film ini juga memberikan contoh bagaimana isu-isu lokal dapat dimasukkan ke dalam karya yang bersumber dari luar negeri. Perbedaan praktik budaya antara kedua negara telah berperan dalam mengikuti cerita yang sama dengan ragam kekayaan budaya yang berbeda. Film buatan Korea, dengan cerita aslinya, telah didaur ulang di Indonesia dan berhasil memiliki penontonnya sendiri. Meskipun teks *remake* tidak secara langsung mengkritik sistem hukum Indonesia, tetapi berupaya menyadarkan titik-titik lubang yang harus dibenahi dalam sistem peradilan melalui kisah seorang ayah berkebutuhan khusus dan anak perempuan yang diadili dan dieksekusi tanpa investigasi yang adil karena adanya kekuatan dari penguasa.

Bertentangan dengan apa yang biasanya ditampilkan di media, kedua film ini menggambarkan aspek sosial kehidupan penjara secara positif, memanusiasikan para penjahat yang terpinggirkan, dan menampilkan mereka sebagai individu yang berhati nurani. Demikian pula, menjadi refleksi untuk pembuat keputusan akhir dengan mendahulukan asas praduga tak bersalah, penyalahgunaan kekuasaan dengan dorongan untuk membalas dendam agar tertutup kebenaran. Kajian lanjutan dapat dilakukan dengan tidak hanya menyelidiki *remake* film secara tekstual namun dapat dimulai dengan pertanyaan kontekstual, seperti bagaimana penonton mendefinisikan dan menilai film daur ulang?

Akhirnya, hubungan antar -teks dalam daur ulang dalam film “Miracle in Cell no.7” (2002) tidak hanya berfokus pada soal kerentanan orang yang memiliki keterbelakangan mental, tetapi juga mengarahkan untuk memikirkan kembali dan mempertanyakan konsep-konsep seperti hak asasi manusia, keadilan, hukum, kekuasaan, dan kecintaan seorang ayah dalam budaya yang berbeda. Meskipun ada relasi-relasi antara satu teks atau dengan teks lainnya dalam daur ulang atau *remake* film, pada dasarnya merupakan satu teks atau karya yang tidak bisa berdiri sendiri, namun mempunyai landasan atau kriteria berdasarkan versinya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajidarma, S. G. 2000. *Layar Kata: Menengok 20 Skenario Indonesia Pemenang Citra Festival Film Indonesia 1973-1992*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Altman, R. 2000. *Film/Genre*. British Film Institute.
- Bordwell, D., & Thompson, K. 2016. *Film Art: An Introduction (Eleventh edition)*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Cartmell, D., & Whelehan, I. 2005. *Adaptations: From Text to Screen, Screen to Text*. London & Newyork: Routledge Taylor & Francis Group.
- Cuelenaere, E. 2020. *Towards An Integrative Methodological Approach of Film Remake Studies*. *Adaptation*, 13(2), 210–223.
- Frow, J. 1990. *Intertextuality and Ontology*. Manchester University Press, 45–55.
- Grindstaff, L. 2001. *A Pygmalion Tale Retold: Remaking La Femme Nikita*. *Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies*, 16(2 (47)), 133–175.
- Gündel, N. 2021. “Zamanın ve Mekânın Dönüşümüyle Güney Kore Sinemasından Türk Sinemasına Yeniden Çevrim: Miracle in Cell No.7 (2013) ve 7”. *Koğuştaki Mucize (2019) Filmleri*. SELÇUK Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi.
- Hananto, P. M. 2016. “Bangunan Penjara dan Pelaksanaan Penghukuman”. *Sisi Lain Realita*, 1(1), 55.
- Horton, A., & McDougal, S. Y. (Eds.). 2022. *Play It Again, Sam: Retakes on Remakes*.
- Amol'skiĭ, M. B. 1998. *The Memory of Tiresias: Intertextuality and Film*. Berkeley: University of California Press.
- “Kasus Perburuhan Menempati Urutan Pertama Sepanjang Kasus Hukum Tahun 2002”—*NasionalTempo.co*. (n.d.). Retrieved October 19, 2022, from

<https://nasional.tempo.co/read/35269/kasus-perburuhan-menempati-urutan-pertamasepanjang-kasus-hukum-tahun-2002>

- Lee, S. T. 2022. "Film as Cultural Diplomacy: South Korea's Nation Branding through Parasite (2019). Place Branding and Public Diplomacy, 18(2), 93–104. <https://doi.org/10.1057/s41254-02000192-1>
- Leitch, T. M. 1990. "Twice-Told Tales: The Rhetoric of the Remake". *Literature-Film Quarterly*, 18, 138.
- Mazdon, L. 2000. *Encore Hollywood: Remaking French cinema*. London: BFI Pub.
- Murthy, C. S. H. N. 2013. "Film Remakes as Cross-Cultural Connections between North and South: A Case Study of the Telugu Film Industry's Contribution to Indian Film Making". *Journal of International Communication*, 19(1), 19–42.
- Nowlan, Robert A, & Wright, G. 1989. *Cinema Sequels and Remakes, 1903-1987*. Jefferson, N.C : McFarland & Co.
- Petrie, D. W., & Boggs, J. M. 2012. *The Art of Watching Films* (8th ed). Dubuque: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Rusmawati, F., & Sudrajat, R. H. 2015. "Kasih Sayang Ayah dalam Film Analisa Naratif Film "Miracle In Cell No.7" dengan Teori Algirdas Greimas. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 9.
- Verevis, C. 2006. *Film Remakes*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Zhang, Yehong, & Lauer, G. 2017. *Introduction: Cross-Cultural Reading. Comparative Literature Studies*, 54(4), 693–701.
- Zhang, Yingjin. 2006. "Comparative Film Studies, Transnational Film Studies: Interdisciplinarity crossmediality, and Transcultural Visuality in Chinese Cinema". *Journal of Chinese Cinemas*, 1(1), 27– 40.



FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
Jl. Parangtritis Km 6.5, Yogyakarta
Telp. (0274) 384107
Laman: <https://fsr.isi.ac.id>
2022

