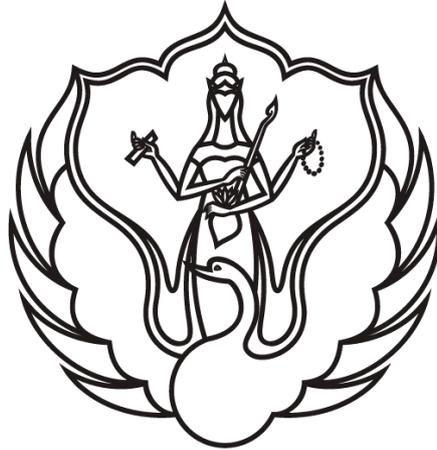


**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN ISI YOGYAKARTA  
SKEMA PENELITIAN TERAPAN**



**Judul Penelitian  
KOLASE IKON MEDIA SOSIAL  
PADA PENCIPTAAN LUKISAN**

**Peneliti :**

**Deni Junaedi, S.Sn., M.A., NIP: 197306212006041001, NIDN: 0021067305 (Ketua)  
Dimas Ragil Rahaditya Irsan; NIM. 1612709021 (Anggota)**

**Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta tahun 2023  
Nomor: DIPA-023.17.2.677539/2023 tanggal 30 November 2022  
Berdasarkan SK Rektor Nomor: 280/IT4/HK/2023 tanggal 8 Mei 2023  
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian  
Nomor: 2465/IT4/PG/2023 tanggal 9 Mei 2023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
LEMBAGA PENELITIAN  
November 2023**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
SKEMA PENELITIAN TERAPAN**

Judul Kegiatan : Kolase Ikon Media Sosial pada Penciptaan Lukisan

**Ketua Peneliti**

Nama Lengkap : Deni Junaedi, S.Sn., M.A.  
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
NIP/NIK : 197306212006041001  
NIDN : 0021067305  
Jab. Fungsional : Lektor  
Jurusan : Seni Murni  
Fakultas : FSR  
Nomor HP : 081392976723  
Alamat Email : tugaskuliahpakdeni@gmail.com  
Biaya Penelitian : DIPA ISI Yogyakarta Rp. 12.000.000  
Tahun Pelaksanaan : 2023

**Anggota Mahasiswa (1)**

Nama Lengkap : Dimas Ragil Rahaditya Irsan  
NIM : 1612709021  
Jurusan : SENI RUPA MURNI  
Fakultas : SENI RUPA

Mengetahui

Dekan Fakultas FSR

  
M. Syalahuddin, S.Sn., M.A.  
NIP. 197010191999031001

Yogyakarta, 13 November 2023

Ketua Peneliti

Deni Junaedi, S.Sn., M.A.

NIP. 197306212006041001

Menyetujui

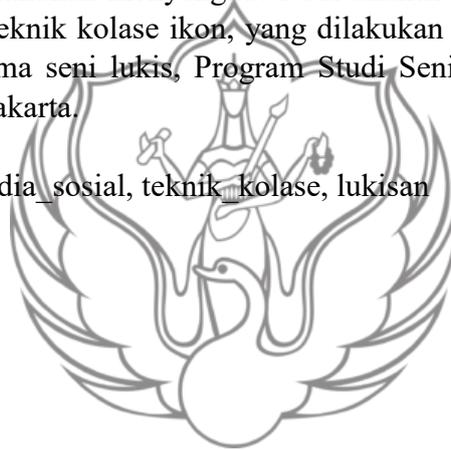
Ketua Lembaga Penelitian

  
Nur Sahid, N.Hum  
NIP. 196202081989031001

## RINGKASAN

Di era disrupsi ini, media sosial memegang peran besar dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi antar masyarakat, yang tidak terbatas secara geografis, dapat berlangsung secara *real time*. Percakapan dalam medsos banyak menggunakan ikon yang telah dipahami bersama maknanya. Ikon-ikon tersebut mempermudah proses komunikasi dan membuatnya lebih efisien. Penelitian ini bertujuan mengangkat berbagai ikon media sosial dalam penciptaan lukisan. Teknik yang digunakan adalah kolase. Berbeda dengan kolase konvensional yang perlu mencari dan menunggu media cetak mengangkat bentuk yang akan ditempelkan, pada penelitian yang ada dalam semangat disrupsi ini, materi kolase diciptakan sendiri sehingga dapat diperoleh bentuk yang diinginkan dengan kualitas material yang lebih baik. Tahapan metode penelitian meliputi pengamatan terhadap ikon media sosial, perancangan lukisan dalam bentuk sketsa, pencetakan material kolase ikon, perwujudan lukisan dengan teknik kolase, dan evaluasi terhadap karya seni yang dihasilkan. Luaran wajib penelitian ini berupa publikasi jurnal terakreditasi minimal Sinta 3 dan pencatatan Kekayaan Intelektual (KI) terhadap lukisan sebagai karya seni yang dihasilkan. Adapun luaran tambahannya berupa video proses pembuatan lukisan tersebut. Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT) penelitian ini ada di level 6, artinya demonstrasi yang dilakukan menyangkut studi analitis dan studi laboratorium, yaitu pembuatan lukisan dengan teknik kolase ikon, yang dilakukan dalam suatu lingkungan yang relevan, yakni di minat utama seni lukis, Program Studi Seni Murni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Kata kunci: Ikon\_media sosial, teknik kolase, lukisan



## PRAKATA

Inovasi penciptaan lukisan mesti terus dikembangkan agar perjalanan seni tidak mandeg. Perguruan tinggi seni menjadi garda terdepan dalam tugas ini. Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta yang telah banyak melahirkan pelaku sejarah seni memiliki tugas untuk pengembangan kreativitas tersebut. Untuk itu, penelitian ilmiah yang berorientasi pada pengembangan kebaruan dalam dunia seni khususnya seni lukis perlu terus ditumbuhkan.

Untuk itu, penelitian ini mengambil tema “Kolase Ikon Media Sosial Pada Penciptaan Lukisan”. Berbeda dengan kolase konvensional yang perlu mencari dan menunggu media cetak mengangkat bentuk yang akan ditempelkan, pada penelitian yang ada dalam semangat disrupsi ini, materi kolase diciptakan sendiri sehingga dapat diperoleh bentuk yang diinginkan dengan kualitas material yang lebih baik.

Adapun bentuk kolase itu adalah ikon media sosial. Keberadaan media sosial membawa perubahan besar pada masyarakat dalam cara berinteraksi dan berkomunikasi. Sebelumnya, hubungan antar individu terbatas pada tatap muka, berkirim surat, atau melalui telepon. Kini, interaksi dan komunikasi dapat dilakukan secara virtual dengan memanfaatkan multimedia secara *real time*. Penggunaan ikon banyak bermunculan untuk memperkuat dan sekaligus mencairkan pesan. Lewat beragam ikon yang maknanya telah dipahami bersama, interaksi lebih efisien. Bahkan, dalam percakapan singkat, di WhatsApp misalnya, jawaban dari suatu pertanyaan atau respon dari suatu pernyataan seringkali hanya ditanggapi dengan sebuah ikon, seperti gambar orang tersenyum tetapi tangannya menutup mulut.

Penelitian ini tentu saja dapat berjalan karena dukungan berbagai pihak. Untuk itu, ucapan terima kasih adalah hal yang mesti peneliti sampaikan, yaitu kepada: Rektor ISI Yogyakarta, Bapak Dr. Timbul Raharjo yang telah mengeluarkan SK Rektor Nomor 280/IT4/HK/2023 tanggal 8 Mei 2023 untuk pelaksanaan penelitian ini; Kepala Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta, bapak Dr. Nur Sahid, M.Hum.; Reviewer yang terdiri dari Dr. Akhmad Nizam, M.Sn. dan Dr. Irwandi, M.Sn.; rekan-rekan sesama peneliti di ISI Yogyakarta tahun 2022, dan seluruh cititas akademika ISI Yogyakarta. Ucapan terima kasih juga dihaturkan untuk keluarga peneliti. Ucapan yang paling utama adalah puji syukur *alhamdulillah robbil'alamin*.

Yogyakarta, 20 September 2023  
Ketua Peneliti

Deni Junaedi, S.Sn., M.A.,  
NIP: 197306212006041001

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	2
<b>RINGKASAN</b> .....	3
<b>PRAKATA</b> .....	4
<b>DAFTAR ISI</b> .....	5
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	6
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	7
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	8
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	9
<b>BAB II. TUNJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
<b>BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b> .....	18
<b>BAB IV. METODE PENELITIAN</b> .....	19
<b>BAB V. HASIL YANG DICAPAI</b> .....	21
<b>A. Penciptaan Lukisan</b> .....	21
1. Pendasaran .....	21
2. Pembuatan Sketsa .....	21
3. Pewarnaan .....	22
4. Pembuatan Materi Kolase Ikon Media Sosial .....	22
5. Penempelan Kolase .....	24
6. Respon Terhadap Kolase .....	25
7. Aksentuasi Akhir .....	25
<b>B. Konsep Lukisan</b> .....	26
<b>C. Pameran Lukisan</b> .....	27
<b>BAB VII. KESIMPULAN</b> .....	28
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	29
<b>LAMPIRAN</b> .....	31

## DAFTAR TABEL



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sebagian emoji yang digunakan di media sosial.[2] .....	10
Gambar 2. Logo platform digital.[7].....	11
Gambar 3. Georges Braque menggunakan kolase tahun 1912 pada lukisan “Fruit Dish and Glass” .....	14
Gambar 4. Pablo Picasso menggunakan kolase pada lukisan "Still Life with Chair Caning" .....	14
Gambar 5. Ellen Gallagher menggunakan kolase dalam karya “eXelento” tahun 2004.....	15
Gambar 6. Karya F.X. Harsono tahun 2017, “NAMA from the Last Survivor”, memanfaatkan kolase..	16
Gambar 7. Peta jalan (road map) untuk menguasai teori dan praktek seni lukis .....	16
Gambar 8. Diagram alir penelitian.....	20
Gambar 9. Proses pendasaran lukisan .....	21
Gambar 10. Pembuatan sketsa .....	22
Gambar 11. Proses pewarnaan .....	22
Gambar 12. Pembuatan desain ikon media sosial di komputer.....	23
Gambar 13. Pencetakan ikon media sosial di kain.....	23
Gambar 14. Pemotongan ikon media sosial .....	24
Gambar 15. Pengolesan lem di ikon media sosial.....	24
Gambar 16. Penempelan kolase ikon media sosial di lukisan.....	25
Gambar 17. Merespon kolase ikon media sosial dengan cat akrilik .....	25
Gambar 18. Pembuatan aksentuasi pada lukisan.....	26
Gambar 19. Deni Junaedi, “Satu Dislike”, 2023, cat akrilik dan kolase digital print kain di kanvas, 50 x 80 cm.....	26
Gambar 20, Lukisan “Satu Dislike” dalam Pameran Lukisan Painting Explorer ke-2 “Disrupsi Membumi” .....	27
Gambar 1. Sebagian emoji yang digunakan di media sosial.[2] .....	41
Gambar 2. Logo platform digital.[7].....	41
Gambar 3. Georges Braque menggunakan kolase tahun 1912 pada lukisan “Fruit Dish and Glass” .....	42
Gambar 4. Pablo Picasso menggunakan kolase pada lukisan "Still Life with Chair Caning" .....	43
Gambar 5. Ellen Gallagher menggunakan kolase dalam karya “eXelento” tahun 2004.....	43
Gambar 6. Karya F.X. Harsono tahun 2017, “NAMA from the Last Survivor”, memanfaatkan kolase..	43
Gambar 7. Diagram alir penelitian.....	44
Gambar 8. Proses pendasaran lukisan .....	45
Gambar 9. Pembuatan sketsa .....	45
Gambar 10. Proses pewarnaan .....	45
Gambar 11. Pembuatan desain ikon media sosial di komputer.....	46
Gambar 12. Pencetakan ikon media sosial di kain.....	46
Gambar 13. Pemotongan ikon media sosial.....	46
Gambar 14. Pengolesan lem di ikon media sosial.....	46
Gambar 15. Penempelan kolase ikon media sosial di lukisan.....	46
Gambar 16. Merespon kolase ikon media sosial dengan cat akrilik .....	47
Gambar 17. Pembuatan aksentuasi pada lukisan.....	47
Gambar 18. Deni Junaedi, “Satu Dislike”, 2023, cat akrilik dan kolase digital print kain di kanvas, 50 x 80 cm.....	47
Gambar 19, Lukisan “Satu Dislike” dalam Pameran Lukisan Painting Explorer ke-2 “Disrupsi Membumi” .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

- Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 70% (disahkan).....	32
- Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) 70% (bermaterai) .....	34
- Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 30% (disahkan).....	35
- Bukti submission artikel ilmiah pada jurnal yang terakreditasi Sinta dan terindeks Garuda	38
- Artikel Ilmiah.....	40
- Surat Pencatatan Ciptaan .....	49



## BAB I. PENDAHULUAN

Keberadaan media sosial membawa perubahan besar pada masyarakat dalam cara berinteraksi dan berkomunikasi. Sebelumnya, hubungan antar individu terbatas pada tatap muka, berkirim surat, atau melalui telepon. Kini, interaksi dan komunikasi dapat dilakukan secara virtual dengan memanfaatkan multimedia secara *real time*. Aktivitas ini dikerjakan melalui berbagai platform digital, seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan media sosial (medsos) lainnya.

Gaya komunikasi pun berubah, penggunaan ikon banyak bermunculan untuk memperkuat dan sekaligus mencairkan pesan. Lewat beragam ikon yang maknanya telah dipahami bersama, interaksi lebih efisien. Bahkan, dalam percakapan singkat, di WhatsApp misalnya, jawaban dari suatu pertanyaan atau respon dari suatu pernyataan seringkali hanya ditanggapi dengan sebuah ikon, seperti gambar orang tersenyum tetapi tangannya menutup mulut.

Dalam penelitian ini, ikon dimaknai sebagai segala jenis unsur visual yang biasanya diselipkan di antara teks dalam percakapan di media sosial; selain itu, ikon juga meliputi logo dari media sosial itu sendiri. Dengan demikian, ikon meliputi ‘emotikon’ (*emoticon*) dan ‘emoji’ (*emoji*) yang dikenal dalam percakapan tertulis di media sosial. Dalam artikel “What’s the Difference Between Emoji and Emoticons?”, Cydney Grannan mendefinisikan emotikon dan emoji sebagai berikut. Emotikon berasal dari kata ‘emosi’ dan ‘ikon’; emotikon merupakan gabungan tanda baca, huruf, dan angka untuk mewakili emosi penulis.[1] Contohnya adalah tanda ini :-) yang merupakan ikon wajah tersenyum untuk mewakili emosi gembira. Jika tanda tersebut diputar 90° searah jarum jam maka akan menjadi gambar mata, hidung, dan mulut tersenyum. Adapun tanda :-( adalah bentuk wajah cemberut yang mewakili rasa sedih. Sementara itu, Grannan mendefinisikan emoji sebagai piktograf wajah, objek, dan simbol. Istilah ini berasal dari bahasa Jepang, yaitu *e* yang berarti ‘gambar’ dan *moji* yaitu karakter.[1] Contoh emoji adalah gambar wajah tertawa berbentuk lingkaran berwarna kuning yang sering disisipkan dalam obrolan (*chatting*) di WA maupun medsos lainnya. Emoji ini juga terkadang disebut ‘smiley’.



Gambar 1. Sebagian emoji yang digunakan di media sosial.[2]

Dalam penelitian ini, baik emotikon, emoji, smiley, logo media sosial, logo platform digital, maupun piktograf sejenis disebut ikon. Nama ini merujuk pada istilah yang digunakan dalam semiotika khususnya dalam kategori tanda yang digunakan Charles Sanders Peirce. Ia membagi tanda menjadi tiga jenis, yaitu ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*). Kategorisasi tanda itu setelah ia merinci apa yang terdapat dalam tanda, yaitu *representamen*, *object*, dan *interpretant*. *Representamen* adalah sesuatu yang berada bagi seseorang untuk sesuatu yang lain dalam berbagai cara atau kapasitas. Ini merupakan aspek yang menjadi wahana untuk menghantarkan sesuatu ke pemahaman manusia dalam proses penandaan. *Object*, berbeda dengan pengertian sehari-hari, adalah hal yang direpresentasikan, atau sesuatu yang diacu oleh *representamen*. Adapun *interpretant* merupakan hal yang muncul pada benak seseorang karena dibangkitkan oleh *representamen*. [3], [4] Dengan landasan ini ia mendefinisikan ikon sebagai tanda atau *representamen* yang karakternya memiliki kesamaan dengan *object*. Indeks merupakan *representamen* yang keberadaannya berkoeksistensi dengan *object*, atau disebabkan oleh efek keberadaan *object*; seringkali hubungannya bersifat kausalitas. Simbol adalah *representamen* yang kaitannya dengan *object* berdasarkan konvensi atau hukum, biasanya berupa ide umum. Sebuah tanda dapat tergolong dalam ikon, indeks, dan simbol sekaligus. [3], [5], [6]



Gambar 2. Logo platform digital.[7]

Jumlah ikon media sosial yang sangat banyak ini paling tidak dapat diklasifikasikan menjadi beberapa, yaitu: ikon navigasi: untuk menjelajahi fitur-fitur, contohnya, ikon menu dan kembali; Ikon sosial: untuk memudahkan interaksi dengan pengguna lain, seperti, ikon like dan share; ikon notifikasi: untuk memberi tahu tentang aktivitas baru dari pengguna lain, umpamanya, ikon lonceng dan ikon pesan; ikon pencarian: untuk mencari konten, sebagaimana, ikon kaca pembesar; ikon emosi: untuk mengekspresikan perasaan, contohnya, ikon senyum dan marah; ikon media: untuk memperlihatkan tipe media yang dibagikan, seperti, ikon kamera dan video; ikon penunjuk eksternal: untuk membuka laman web di luar media sosial, umpamanya, ikon tautan luar.[8]–[10]

Karena komunikasi pada masa lalu tidak menjadikan ikon sebagai elemen penting, fenomena penggunaan ikon ini menjadi penanda zaman. Untuk itu, mengangkat ikon sebagai tema penciptaan karya seni lukis merupakan hal urgen untuk dijadikan sebagai catatan visual terhadap perjalanan peradaban manusia.

Penciptaan lukisan tentang ikon media sosial ini dilakukan menggunakan kolase (*collage*). Dalam seni lukis, kolase merupakan suatu teknik, dan sekaligus dapat mengacu pada hasil akhir suatu karya, yang memanfaatkan penempelan potongan gambar dari majalah, fotografi, motif kain, atau hal sejenis ke tafril atau permukaan bidang lukisan. Dari sudut pandang kebetukan, Will Gompertz menyatakan, “Kolase dapat diartikan sebagai menciptakan suatu keseluruhan dari bagian-bagian yang berbeda.”[11]

Berbeda dengan kolase konvensional yang perlu mencari dan menunggu media cetak mengangkat bentuk yang akan ditempelkan, pada penelitian yang ada dalam semangat disrupsi ini, materi kolase diciptakan sendiri sehingga dapat diperoleh bentuk yang diinginkan dengan

kualitas material yang lebih baik. Ikon-ikon yang dibutuhkan akan dicetak secara digital ke kain kanvas. Lalu ikon tersebut ditempelkan pada satu kanvas lukis lalu direspon dengan berbagai bentuk menggunakan material cat akrilik.

Singkat kata, rumusan masalah untuk penelitian ini adalah, bagaimana menciptakan lukisan dengan teknik kolase yang menggunakan ikon media sosial sebagai bentuk yang ditempelkan. Luaran wajib penelitian ini berupa publikasi jurnal terakreditasi minimal Sinta 3 dan pencatatan Kekayaan Intelektual (KI) terhadap lukisan sebagai karya seni yang dihasilkan. Adapun luaran tambahannya berupa video proses pembuatan lukisan tersebut. Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT) penelitian ini ada di level 6, artinya demonstrasi yang dilakukan menyangkut studi analitis dan studi laboratorium, yaitu pembuatan lukisan dengan teknik kolase ikon, yang dilakukan dalam suatu lingkungan yang relevan, yakni di minat utama seni lukis, Program Studi Seni Murni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

