

**PERSEPSI VISUAL DAMPAK GLOBALISASI  
TERHADAP POLA KONSUMTIF**



**MINAT DAN KEMAMPUAN SENI GRAFIS  
PROGRAM STUDI SENI RUPA S. MURNI  
JURUSAN SENI MURNI FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2008**

**PERSEPSI VISUAL DAMPAK GLOBALISASI  
TERHADAP POLA KONSUMTIF**



**PENCIPTAAN KARYA SENI**

**Nugroho Wijayatmo**

**MINAT UTAMA SENI GRAFIS  
PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI  
JURUSAN SENI MURNI FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2008**

**PERSEPSI VISUAL DAMPAK GLOBALISASI  
TERHADAP POLA KONSUMTIF**



**PENCIPTAAN KARYA SENI**

**Nugroho Wijayatmo**

**NIM 0111429021**

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana S-1 dalam bidang Seni Rupa Murni  
2008

Tugas Akhir Karya Seni berjudul :

**PERSEPSI VISUAL DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP POLA KONSUMTIF** diajukan oleh Nugroho Wijayatmo NIM 011 1429 021, Program Studi Seni Rupa Murni, Jurusan Seni Murni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal:



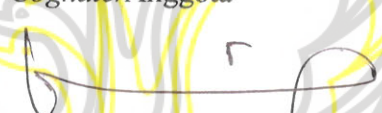
Drs. Pracoyo, M.Hum.  
Pembimbing I/Anggota



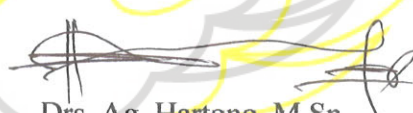
Drs. Harry Tjahjo Surjanto, M.Hum  
Pembimbing II/Anggota



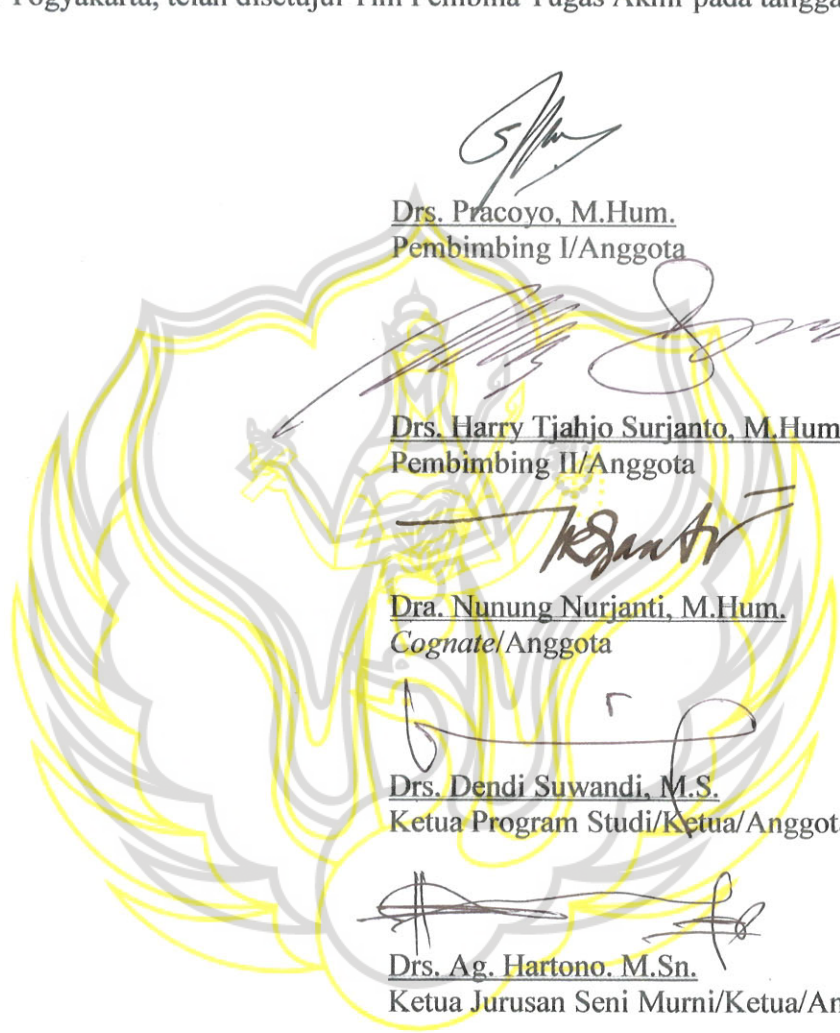
Dra. Nunung Nurjanti, M.Hum.  
Cognate/Anggota



Drs. Dendi Suwandi, M.S.  
Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



Drs. Ag. Hartono, M.Sn.  
Ketua Jurusan Seni Murni/Ketua/Anggota



Mengetahui  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



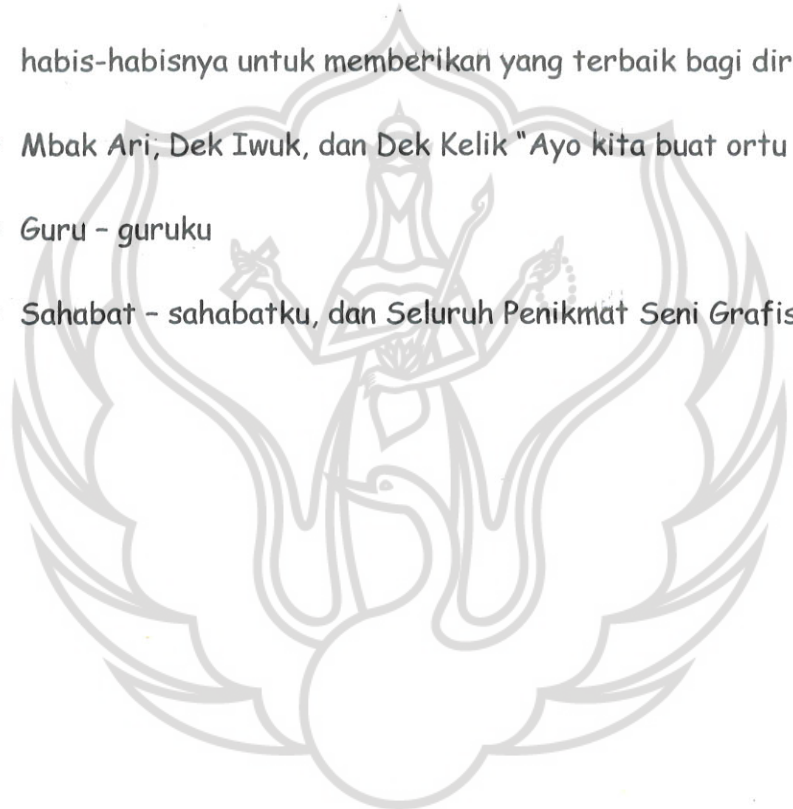
Dr. M. Agus Burhan, M. Hum  
NIP. 131 567 129



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut dan bersyukur atas segala anugerah dan nikmat yang diberikan Allah SWT. Tugas Akhir Karya Seni ini Kupersembahkan kepada :

- ❖ Bapak dan ibu yang aku cintai dan sayangi yang telah membiayai studiku. Terima kasih atas cinta dan doanya yang tidak ada habis-habisnya untuk memberikan yang terbaik bagi diriku.
- ❖ Mbak Ari, Dek Iwuk, dan Dek Kelik "Ayo kita buat ortu bahagia"
- ❖ Guru - guruku
- ❖ Sahabat - sahabatku, dan Seluruh Penikmat Seni Grafis



## KATA PENGANTAR

Segala puji-syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni ini sesuai dengan apa yang penulis harapkan. Selanjutnya tidak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang selama ini telah membantu hingga terselenggaranya pameran tugas akhir ini.

Terima kasih kepada :

1. Drs. Pracoyo, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Drs. Harry Tjahjo Surjanto, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II.
3. Dra. Nunung Nurjanti, M.Hum., selaku Cognate
4. Drs. Wardoyo Sugianto, selaku Dosen Wali.
5. Drs. Ag. Hartono, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Seni Murni.
6. Drs. Dendi Suwandi, M.S., selaku Ketua Program Studi Seni Rupa Murni.
7. Dr. M.Agus Burhan, M. Hum.,selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
8. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Segenap dosen Program Studi Seni Rupa Murni yang telah memberi bimbingan selama penulis menjalani studi.
10. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia.
11. Bunda tercinta, keluarga besar Mochtar Supardi, aji, noor, eki
12. Para sahabat, Nanang, Ucok, Stepan, Danang, Hanang, Antok, serta teman-teman angkatan 2001.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah membantu hingga terselesikannya Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, Juli 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul ke-1.....	i
Halaman Judul ke-2.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan.....	3
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Penegasan Judul.....	8
BAB II. KONSEP.....	10
A. Konsep Penciptaan.....	12
B. Konsep Bentuk.....	17
C. Konsep Penyajian.....	21
BAB III. PROSES PEMBENTUKAN.....	23
A. Alat silk screen.....	24
B. Bahan silk screen.....	27
C. Tahap Pembentukan silk screen.....	28

D. Alat Digital Print.....	35
E. Bahan Digital Print .....	37
F. Teknik Digital Print.....	37
BAB IV. DESKRIPSI KARYA/ TINJAUAN KARYA.....	39
BAB VI. PENUTUP.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65





## DAFTAR GAMBAR

### A. KARYA TUGAS AKHIR

1. <i>Tek pernah puas</i> .....	40
2. <i>Boros</i> .....	41
3. <i>Terkontaminasi</i> .....	42
4. <i>Buy something</i> .....	43
5. <i>Born to buy</i> .....	44
6. <i>I am modern</i> .....	45
7. <i>Mendamba</i> .....	46
8. <i>Candu</i> .....	47
9. <i>Call Girl</i> .....	48
10. <i>Hasrat II</i> .....	50
11. <i>Sakau</i> .....	51
12. <i>Barcode</i> .....	52
13. <i>Tak Mengerti</i> .....	53
14. <i>Mendamba II</i> .....	54
15. <i>Hasrat I</i> .....	55
16. <i>Berubah</i> .....	56
17. <i>Situasi Berubah</i> .....	57
18. <i>Ratu Barkode</i> .....	58
19. <i>Bayi Digital</i> .....	59
20. <i>Ratu Barkode II</i> .....	60
21. <i>Muka Bearkode</i> .....	61
22. <i>Barkode Mengamuk</i> .....	62

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penciptaan

Kata globalisasi telah banyak digunakan dalam percakapan sehari-hari sehingga terkesan membosankan, dari orang awam hingga para intelektual tidak jarang menggunakan istilah ini, sehingga maknanya seakan-akan menjadi klise. Namun bila dipahami secara serius, globalisasi merupakan sebuah proses kebudayaan yang ditandai dengan adanya kecenderungan wilayah-wilayah di dunia menjadi satu format budaya. Ibarat air bah, proses ini mengalir deras melanda siapa saja dan cenderung menciptakan situasi dilematis. Apakah mengadopsi nilai-nilai global secara penuh atau menciptakan revitalisasi agar kelangsungan hidup sebuah kebudayaan lokal dapat terjaga. Globalisasi merupakan gejala kontemporer seiring dengan berlangsungnya evolusi peradaban manusia. Globalisasi saat ini memiliki intensitas, cakupan waktu, dan kecepatan yang luar biasa yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya, akhirnya menimbulkan berbagai dampak dan salah satunya pada timbulnya pola hidup konsumtif.

Globalisasi akhir-akhir ini telah melanda di seluruh muka bumi. Toko - toko serba ada atau supermarket, toko - toko berantai dari semua jenis (*chain store*), mal-mal shopping. Mulai bermunculan di setiap kota. Bandara - bandara (situs-situs yang memungkinkan konsumsi bagi dunia penerbangan) dapat ditemukan *mal-mal shopping* yang didominasi toko - toko berantai, kartu

kredit, tas Gucci, ATM dan pramuniaga-pramuniaga di toko - toko berantai dan cara-cara mereka berinteraksi dengan konsumen .

Bangunan Mal - mal Shopping yang luas dan tertutup seluruhnya oleh kaca, cahaya, stainless steel, krom dan granit. adalah outlet - outlet dari jaringan besar yang diperjelas oleh tanda - tanda dan logo - logo terkenal mereka. Sejumlah besar orang berjalan ke sana ke mari melewati toko - toko dengan melihat nama - nama merek yang mereka kenal dengan baik, beberapa orang hanya berjalan -jalan, lainnya melihat etalase toko, sementara lainnya dengan cepat ke luar masuk toko membeli barang baik dengan bayar tunai maupun menggunakan kartu kredit, yang sudah lazim dipergunakan dalam kehidupan masyarakat modern

Konsumen di seluruh dunia dihadapkan pada tawaran pada produk - produk yang diproduksi dan didistribusikan secara masal dan bermerek, seperti *Sofa Ikea*, celana pendek *L.L bean*. *Coca - Cola*, sepatu *Nike*, kaos oblong *Hard Rock Café*, dan sebagainya dengan segala aspek pendukungnya seperti serius dalam pelayanan yang menarik serta kenyamanan ruang dan vasilitas yang serba modern dan memudahkan aktivitas konsumen. <sup>1</sup>

## **B. Rumusan Penciptaan**

Pendapatan perkapita yang meningkat di negara - negara Asia tenggara dekade terakhir ini, termasuk Indonesia, telah menciptakan suatu tata masyarakat kelas menengah baru yang dapat menentukan gaya hidupnya

---

<sup>1</sup> George Ritzer, *Mengkonsumsi Kehampaan Di Era Globalisasi* , Universitas Atmajaya Yogyakarta, Yogyakarta, 2006, h. x.

secara bebas sesuai dengan pilihannya, tanpa perlu terikat oleh norma –norma sosial dan kultural yang ada. Mereka mengekspresikan gaya hidup melalui kepemilikan objek – objek dan simbol-simbol sosial. Mereka membeli makna sosial di tempat – tempat seperti planet Hollywood atau Sogo. Mereka melihat gaya hidup seperti fashion, yang dapat di coba, di pertahankan, atau di tinggalkan.<sup>2</sup>

Kecenderungan umum ke arah pembentukan simbol sosial dan identitas kultural melalui gaya pakaian, mobil, atau produk lainnya sebagai komunikasi simbolik dan makna – makna sosial telah mewabahi masyarakat Indonesia pada dekade terakhir ini. Konsep gaya hidup yang dikondisikan melalui teknik komunikasi pemasaran adalah suatu bentuk pembentukan budaya konsumerisme di dalam masyarakat konsumen Indonesia.

Dalam budaya konsumerisme, konsumsi tidak diartikan semata sebagai lalu lintas budaya benda, tetapi menjadi sebagai panggung sosial, di dalamnya makna - makna sosial diperebutkan yang didalamnya terjadi perang posisi di antara anggota – anggota masyarakat yang terlibat budaya konsumerisme yang berkembang merupakan suatu arena, dimana produk-produk konsumen merupakan suatu medium untuk pembentukan personalitas, gaya , citra , gaya hidup, dan cara diferensiasi status sosial yang berbeda-beda. Barang konsumen, pada akhirnya menjadi sebuah cermin tempat para konsumen menemukan makna kehidupan.

---

<sup>2</sup> Yasraf Amir Piliang, *Dunia Yang Dilipat : Tamasya melampaui Batas-batas Kebudayaan*, Jalasutra, Yogyakarta, 2004, h. 306.

Relasi sosial sehari – hari mereka tidak lagi berhenti sebagai relasi di antara manusia, melainkan sebagai fungsi dari kepemilikan dan penggunaan benda - benda dan gaya hidup. Jam tangan emas, pulpen, dasi, ikat pingang, mobil luks, dan rumah mewah semuanya merupakan kata - kata yang bercerita tentang gaya hidup dan posisi sosial kelas baru. Kecenderungan ini menimbulkan semacam fetisme komositi, dianggap suatu kebenaran .

Dalam kondisi yang demikian, energi kemajuan dalam pasar bebas lebih banyak digunakan untuk menciptakan kebutuhan semua bagi konsumen, termasuk kelas menengah, khususnya menciptakan gaya hidup sebagai suatu kebutuhan dan komoditi. Kebutuhan ini diciptakan semata agar ekonomi (*kapitalisme*) dapat terus berputar, yang gilirannya hanya menghasilkan kesejahteraan semu. Dampak global ini menjadi tema didalam pembuatan karya grafis karena di lain pihak penulis juga ingin menggunakan karya tersebut sebagai iklan kampanye untuk menyoroti berbagai dampak globalisasi yang terjadi akhir - akhir ini yang dilihat semakin marak, semoga dengan ini dapat sedikit mengetuk dan menggugah kesadaran kita bahwa kebiasaan konsumtif yang berlebihan adalah sebuah bom waktu yang siap meledak kapan saja, seperti penyakit yang mewabah dan menjangkiti seluruh lapisan masyarakat kita.

Terdorong oleh keinginan untuk mengekspresikan pengalaman-pengalaman estetis yang bersumber realitas sosial, yang didapatkan dari pengamatan, observasi, bahkan juga terlibat langsung melalui proses interaksi di masyarakat, penulis menganggap fakta-fakta tersebut sangat menarik untuk divisualkan.

Dalam menyoroti perubahan gaya hidup di Indonesia, khususnya yang berkembang sebagai akibat globalisasi ekonomi dan informasi sejak dua tahun belakangan ini, dapat dilihat beberapa indikator sosial kultural yang akan menentukan bentuk dan arah perkembangannya.

1. Ekonomi menjadi panglima. Kehidupan sosial dan kultural semakin dibentuk dan ditentukan arahnya oleh paradigma ekonomi. Hampir setiap negara dunia mengukur kemajuan sosial. Kemajuan pesat sains dan teknologi telah mengkondisikan orang hidup dalam penjara elektronik dan penjara rumah (*cocooning*), apalagi dengan perkembangan televisi, *handphone*, internet, *teleshopping*, *party-line*, dan teknologi komunikasi lainnya.
2. Seiring dengan kemajuan dibidang meterial, rasa ketidakamanan, keresahan, dan ketakutan menghantui dari setiap penjuru, sehingga menjadikan rumah dan tempat-tempat umum lebih sebagai penjara ketimbang tempat istirahat dan sosialisasi. Kekerasan merupakan sebetulnya ungkapan dalam merespon situasi ketidak-nyamanan tersebut.
3. Tempo perubahan yang semakin tinggi dan kompleksitas ekonomi, industri, dan teknologi semakin meningkat telah menyebabkan tekanan waktu dan tempo kehidupan semakin tinggi pula. Pandangan manusia tentang ruang / waktu sangat tercetak oleh model ruang / waktu ekonomi dan industrialisasi.
4. Orang dengan tingkat akumulasi kekayaan tertentu membutuhkan media untuk menunjukkan akses kelas, status, prestise, dan dengan demikian

membutuhkan massa penonton gaya hidup mereka. Kelas-kelas menengah baru memerlukan bahasa komunikasi dan bahasa etika baru untuk mengekspresikan gaya hidup mereka.

5. Industri - industri yang dikondisikan oleh tuntutan ideologi dan logika komoditi menciptakan kondisi ke arah orientasi pada gaya hidup ini dengan memanfaatkan setiap aspirasi konsumen. Setiap rangsangan hasrat, *insting, libido, hedonisme, dan narsisme* direalisasikan sebagai kebutuhan dan komoditi.
6. Media cetak dan elektronik berperan besar dalam menawarkan dan menaturalisasikan beraneka ragam pilihan gaya hidup, yang setiap orang bebas menentukan pilihan dan selernya dari sekedar menawarkan, tetapi juga membentuk gaya hidup masyarakat.
7. Selain itu, tidak terciptanya secara penuh iklim rasionalitas di dalam masyarakat, meskipun telah dikungkung oleh rasionalitas ekonomi dan industrilisasi, telah menggiring sekelompok - kelompok masyarakat tertentu (jin, mistik, tenaga dalam, santet, paranormal). Keputusan - keputusan irasional merupakan pilihan dalam menghadapi persoalan kehidupan sehari - hari di dalam era elektronik masa kini.

Fenomena tersebut merupakan gambaran yang diamati dan dialami oleh penulis secara langsung sejak dua tahun terakhir. Penulis melihat bahwa budaya massa terkait dengan budaya konsumsi masyarakat atas produk dan hiburan massa yang didukung oleh fasilitas serta kecanggihan teknologi media massa. Konsumsi massa telah banyak dipengaruhi oleh keinginan untuk

meniru, memiliki, dan menyukai berbagai macam hal yang ditawarkan oleh produsen produk massa melalui media massa dan hiburan.<sup>3</sup>

Dari fenomena di atas penulis timbul gagasan untuk memvisualisasikan fakta-fakta tersebut ke dalam karya seni grafis.

1. Bagaimana interpretasi penulis terhadap budaya global dan lebih khususnya budaya konsumtif?
2. Bagaimana persepsi penulis terhadap dampak positif dan negatif dari berlakunya budaya global dan budaya konsumtif?
3. Bagaimana dampak globalisasi terhadap budaya konsumtif penulis visualisasikan dalam bentuk karya seni grafis.

### **C. Tujuan dan Manfaat**

#### **1. Tujuan**

Karya yang penulis ciptakan ini memiliki beberapa tujuan yaitu :

- a. Untuk menggali ide melalui interpretasi dan persepsi terhadap bentuk-bentuk budaya konsumerisme dan dampaknya di masyarakat.
- b. Untuk mengekspresikan segala emosi, pikiran dan pandangan yang penulis miliki terhadap berbagai gejala yang dialami, rasakan dan renungkan, sehingga pengalaman atas apa yang penulis rasakan juga dapat dirasakan serta dinikmati oleh orang lain melalui karya-karya penulis.
- c. Memvisualkan berbagai persoalan tersebut ke dalam karya grafis

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, h. 303.



## 2. Manfaat

- a. Bagi diri penulis , bermanfaat untuk memahami / menghayati dan melatih kepekaan perasaan terhadap fenomena - fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.
- b. Memberi bahan perenungan bagi masyarakat agar mampu menepis dampak negatif dalam budaya konsumerisme dari berlakunya era global.

## D. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahan dalam pengertian tentang judul tugas akhir ini, di mana “ **Persepsi Visual Dampak Globalisasi Terhadap Pola Konsumtif** ” perlu diberi penegasan arti, kata-kata yang dimaksud dalam kalimat tersebut, terutama yang memiliki arti khusus :

**Persepsi** berarti tanggapan / penerimaan langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancainderanya.<sup>4</sup>

**visual** berarti dapat dilihat dengan indera penglihatan (mata) berdasarkan penglihatan bentuk.<sup>5</sup>

**Dampak** berarti pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif).<sup>6</sup>

**Budaya** berarti pikiran, akal budi, hasil atau sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sukar diubah.<sup>7</sup>

**Konsumtif** berarti barang –barang hasil produksi (bahan pakaian ,dsb) yang langsung memenuhi keperluan kita (hanya memakai tidak menghasilkan sendiri).<sup>8</sup>

**Global** berarti secara umumnya (utuh atau besarnya): taksiran secara kasar; diambil utuhnya.<sup>9</sup>

<sup>4</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995),hal. 759.

<sup>5</sup> *Ibid.*, h 1120.

<sup>6</sup> *Ibid.*, h 320.

<sup>7</sup> *Ibid.*, h 149.

<sup>8</sup> *Ibid.*, h 522.

<sup>9</sup> *Ibid.*, h 788.

**Globalisasi** itu sendiri dimaksudkan menuju kepada pengertian pembauran atau kesamaan dalam hampir segala aspek kehidupan di bidang sosial, budaya aspek ekonomi. Berarti Proses masuknya ke ruang lingkup dunia.<sup>10</sup>

Dengan demikian yang dimaksud dengan judul **Persepsi Visual Dampak Globalisasi Terhadap Pola Konsumtif** memiliki pengertian suatu ungkapan dan pandangan pribadi terhadap berbagai fenomena budaya konsumtif yang terjadi dimasyarakat yang sangat dipengaruhi oleh globalisasi produk. seperti : tren mode, gaya hidup, tayangan televisi, iklan dan sebagainya yang diungkapkan melalui karya grafis.



---

<sup>10</sup> W.J.S Poerwa Darminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1984),hal. 325.