

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah dilakukan kajian dari berbagai sumber mengenai POP dan melakukan observasi lapangan terhadap sampel, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode kualitatif. Hasil analisis data menemukan refleksi karakteristik pop pada bentuk, warna dan motif interior toko pakaian yang menjadi sampel penelitian. Dari tujuh sampel yang diambil, ketujuh sampel adalah toko yang menjual produk-produk pakaian untuk pasar kaum muda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Karakteristik Pop pada Bentuk, Warna dan Motif Interior Toko :

a. Bentuk

Karakteristik pop pada bentuk, terefleksi pada interior toko terutama pada komponen perabot. Hal ini meliputi pemakaian bentuk-bentuk geometris dengan sudut melengkung, bentuk-bentuk futuristik dan bentuk-bentuk seperti amuba raksasa berupa kurva tidak beraturan.

b. Warna

Karakteristik pop pada warna terrefleksi pada komponen ruang, terutama dinding, dan pada perabot terutama pada display.

Hal ini meliputi pemakaian komposisi warna-warna mencolok (*shocking Colours/florescent colour*) seperti hijau terang, *orange*, *pink*, biru terang, ungu, kuning dengan warna putih.

c. Motif

Karakteristik pop pada motif terrefleksi pada interior toko terutama pada komponen dinding, dan sebagian kecil pada komponen lantai, plafond dan perabot. Hal ini meliputi pemakaian motif lingkaran-lingkaran, lingkaran didalam lingkaran (motif *bull's eyes*),

motif garis-garis atau, motif siluet ala pop art. Sebagian besar toko menghadirkan motif-motif ini dalam bentuk mural.

2. Latar Belakang Kemunculan Karakteristik Pop pada Interior Toko di Jogjakarta adalah :

Karakteristik pop pada interior toko di Jogjakarta dilatar belakangi oleh fenomena budaya yang sedang berlangsung di kalangan kaum muda Jogjakarta. Kaum muda sebagai pelaku utama, berperan sebagai pemilik toko dan kaum muda juga yang berperan sebagai konsumen toko tersebut. Kaum muda yang hidup ditengah arus informasi, kapitalisme global dengan budaya populer sebagai produknya, kaum muda dengan tingkat perekonomian, pendidikan yang tinggi, lebih kritis dan universal. Faktor-faktor yang melatarbelakangi munculnya karakter Pop pada Interior toko di Jogjakarta adalah :

a. Budaya Kaum muda Jogjakarta

Toko-toko kecil ini menjadi bagian dari lingkungan kreasi baru bagi konsumen muda disamping menjamurnya kafe, diskotik, dan pusat perbelanjaan Toko-toko tersebut berdiri antara tahun 2002-2005, di sebuah kawasan yang menjadi pusat keramaian anak muda. Setiap toko berusaha menjadi semenarik mungkin di mata calon konsumennya, yaitu kaum muda. Gerakan Indie kaum muda Jogja dengan ciri ekspresi sebebas-bebasnya sebagai perlawanan terhadap segala sesuatu yang sedang *established* (bersifat *mainstream*), berpengaruh terhadap penataan interior toko-toko baru yang berbeda dengan toko-toko yang pernah ada sebelumnya. Fenomena indie menciptakan sebuah suasana penuh kreatifitas kaum muda termasuk pemilik toko. Pemilik toko yang masih berusia relatif muda (23-27th) lebih memiliki keberanian dan kepercayaan diri untuk menata lingkungan teritorialnya. Pemilik toko Pipeline, Flip-flop, Nuuron, Klambiku dan Red doors memilih untuk merancang sendiri tokonya.

b. Budaya Populer

Suasana kreatif dengan dukungan kemampuan intelektual dan arus informasi, mendorong kaum muda untuk mencari inspirasi dari berbagai sumber. Indonesia yang sedang mengalami terpaan arus Informasi, menyediakan arena seluas-luasnya untuk mengakses segala bentuk informasi global. Kebijakan pemerintah mnghilangkan SIUP dan munculnya berbagai stasiun TV nasional dan lokal semakin memperluas penetrasinya media ke masyarakat. Media massa menyebarluaskan objek objek yang ada didalam budaya populer, seperti hiburan, iklan, barang-barang rumah tangga, gaya hidup anak muda, termasuk penataan interior. Berbagai media massa cetak yang beredar di kota-kota besar termasuk Jogjakarta, menghadirkan berbagai macam referensi pilihan gaya penataan interior, berbagai tips dan panduan sederhana menata interior. Pemilik toko Monic, Kake, Flip-flop, Klambiku dan Red Door menjadikan media majalah dan televisi sebagai referensi dalam penataan interiornya. Karakteristik Pop 60-an terefleksi kembali pada toko-toko tersebut dipengaruhi oleh dibangkitkannya kembali hasil budaya dekade 60-an oleh media, terutama melalui fesyien dan musik. Hasil-hasil budaya dekade 60-an yang lahir dari spirit gerakan Pop, menjadi mudah diterima dan digemari oleh anak muda muda Jogja yang sangat percaya diri dengan semangat indie-nya. Dapat dikatakan fenomena budaya kaum muda jogja, menjadi habitat yang tepat untuk tumbuhnya kembali hasil budaya dari dekade Pop 60-an.

c. Berkembangnya Seni Rupa Kontemporer

Pola-pola permukaan Pop dekade 60-an yang muncul kembali pada seni rupa kontemporer Jogjakarta dan pada motif yang dipakai pada interior Toko yang menjadi objek penelitian berasal dari sumber yang sama yaitu budaya populer yang sedang melanda jogja terutama di kalangan anak muda. Hal ini dapat dilihat pertama dari waktu antara

kemunculan motif-motif khas pop pada interior toko yang berlangsung dalam waktu yang sama bahkan cenderung mendahului sejumlah karya seni kontemporer, dan yang kedua keberadaan senirupa kontemporer yang belum cukup dikenal dan populer di masyarakat. Hasil budaya tahun 60-an yang dibangkitkan kembali melalui media massa seperti majalah, televisi dan internet menjadi sumber inspirasi dalam perancangan interior toko-toko tersebut. Dalam senirupa kontemporer, pola-pola permukaan Pop dekade 60-an hadir sebagai interelasinya dengan budaya populer anak muda yang saat ini menjadikan MTV sebagai panutan dalam menentukan gaya musik, berpakaian, bahkan gaya berbicara. Terjadi saling silang sengkabut antara seni rupa kontemporer, pola permukaan khas Pop 60-an yang ditampilkan kembali dalam grafis MTV dan budaya populer kaum muda Jogjakarta, termasuk dalam interior. Awal tahun 2000-an mengindikasikan adanya pemikiran pentingnya seni murni sebagai alternatif dalam desain. Keberadaan mural seperti pada toko Kake, Flip-flop, Nuuron, dan Red door menjadi bagian dari pengaruh kepopuleran mural yang melanda Jogja mulai tahun 2002. Selain melalui mural, persinggungan antara seni rupa dan desain dapat dilihat pada toko Red Door. Salah satu display gantung toko Red door dibuat menyerupai seni instalasi yang mulai dikenal populer dalam senirupa kontemporer mulai tahun 90-an.

B. SARAN

1. Bagi peneliti lain

Masih dalam kaitan antara gaya desain dengan kultur masyarakat dimana gaya tersebut berkembang, maka penelitian bidang desain interior lainnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih mendalam terhadap gaya-gaya lain yang sedang digemari, seperti modern minimalis, tropis minimalis. Hal ini sangat penting untuk mengetahui apakah desain interior sebagai salah satu produk budaya sudah sesuai dan mampu menjawab permasalahan-permasalahan dan kondisi sosial, kultural yang sedang

berlangsung dalam masyarakat. Untuk dapat mencapai hasil dan memberi manfaat maksimal bagi publik, maka penelitian bidang desain yang selalu terkait dengan bidang lain seperti sosial, budaya, teknologi, maka disarankan penelitian dilakukan bersama dengan peneliti dari bidang lain yang terkait.

2. Bagi desainer interior

Uraian dalam penelitian ini dapat memberi acuan bagi desainer interior, yang berkeinginan untuk menggali kembali artefak-artefak dan aspek-aspek sosiokultural dari periode pop yang berlangsung singkat namun memberi kontribusi besar dalam perkembangan desain dunia. Hasil dari penelitian ini juga dapat memberi inspirasi untuk menggali berbagai kemungkinan dari aspek-aspek seni rupa kontemporer untuk pengembangan desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan dan Sairin, Sjafriz, *Viewing Yogyakarta Through Billboard Media*, Urban Culture Research Center, 2003
- Arikinto, Suharsiwi, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993
- Arnanson, H. H, *History of Modern Art*, Prentice Hall, New Jersey, 1991
- Asihara, Yoshinobu, *Merencana Ruang Luar* (terjemahan S. Gunardi, F. Teknik Arsitektur ITS, Surabaya, 1974)
- Berger, Arthur ASA, *Sign in Contemporary Cultures, an Introduction for Semiotic* (terjemahan M. Dwi Maryanto, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2000)
- Ching, Francis DK, *Interior Design Illustrated*, Van Nostrand Reinold Company, New York, 1987
- Fowler and Fowler, FG : *The Council Oxford Dictionary of Current English*, Oxford University Press, London, 1968.
- Honour, Hugh & Fleming, John, *A World History of Art*, Laurence King Pub, Great Britain, 1995
- Ibrahim, Idi Subandy (ed), *Lifestyle Ecstasy Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Jalasutra, Yogyakarta, 2005
- Lewery, A. J, *Popular Art Past & Present*, Netherlands 1991
- Massey, Anne, *Interior Design in 20th Century*, Thames and Hudson, New York, 1994
- McDermott, Catherine, *Essential Design*, Bloomsbury Publishing limited, London, 1992
- Rumah Seni Cemeti, *15 Years Cemeti Art House, Exploring Vacuum*, Rumah Seni Cemeti, Yogyakarta, 2003

- Sachari, Agus & Sunaryo, Yan Yan, *Sejarah dan Perkembangan Desain & Dunia Kesenirupaan Indonesia*, Penerbit ITB, 2002
- Strinati, Dominic, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, 1995
- Storey, John, *Cultural Theory and Popular Culture : An Untroduction*, University of Georgia Press, 2003
- Supriyanto, Joko, *Tinjauan Aspek Komunikasi Visual pada Mural di Yogyakarta*, Skripsi S-I Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2005
- Suptandar, Pammudji, *Interior Design* Jilid I, Fak. Teknik Untar, Usakti Jakarta, 1982
- Susanto S.J, Budi, *Penghibur(an): Masa Lalu dan Budaya Hidup Masa Kini Indonesia*, Lembaga Studi Realino dan Penerbit Kanisius, 2004
- Swasthu, Bashu, *Menejemen Penjualan*, AMP YKPN, Jogjakarta, 1981
- Wirodono, Suardian, *Matikan TV-Mu, Teror Media Televisi di Indonesia*, Resist Book, Yogyakarta, 2005
- Harsono, FX, *Perkembangan Seni Kontemporer di Indonesia, Sebuah Tinjauan Problematik*
- Iskandar, Gustaff H, *Fungsi Sosial Seni Rupa Indonesia: Sebuah Studi Komparasi*
- Majalah AD Magazine, edisi Februari 1992
- Majalah Concept, edisi XIV, Oktober 2006
- Koran Kompas, Sabtu 10 April 2004
- Koran Kompas, Sabtu 18 Oktober 2003
- Media Indonesia, 10 Oktober 2003
- www.artelino.com
- www.artflex.com
- www.cemetiarthouse.com

www.gudeg.net

www.penulislepas.com

www.popart.com

www.wikipedia.com

www.roylichtenstein.com

