

**STUDI PARODI PADA KARYA
DISAIN GRAFIS**



SKRIPSI
Oleh:
HESTU ARDIYANTO NUGROHO

**TUGAS AKHIR PROGRAM S1 DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2000**

STUDI PARODI PADA KARYA DISAIN GRAFIS



Oleh:
HESTU ARDIYANTO NUGROHO
No. Mhs. : 9210578023

**Skripsi ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah Satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang
Disain Komunikasi Visual
2000**

Skripsi ini diterima oleh tim penguji Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa,

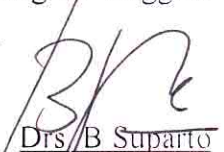
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 02 Februari 2000.



Drs. M. Umar Hadi M.S.
Pembimbing I / Anggota



Drs. Asnar Zacky
Pembimbing II / Anggota



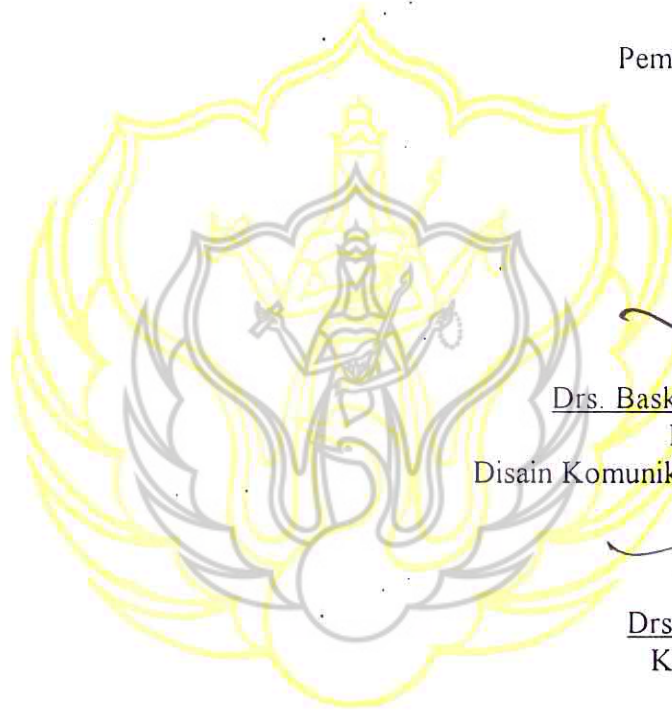
Drs. B Suparto
Cognate / Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banendro
Ketua Program Studi
Disain Komunikasi Visual / Anggota



Drs. M. Umar Hadi M.S.
Ketua Jurusan Disain /
Ketua / Anggota



Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sukarman
NIP: 130521345

KATA PENGANTAR

Suatu kenyataan yang sangat menggembirakan dalam dunia akademik atau intelektual, adalah berhasilnya menyelesaikan tugas belajar dalam bentuk aktivitas penelitian. Dengan tantangan dalam suatu pokok permasalahan yang wajib dipecahkan secara rasional. Atas dorongan dan nasihat dari orang-orang yang telah memberikan partisipasinya dalam membangun satu wacana ilmu pengetahuan, dan juga semua ini tidak terlepas dari usaha, perhatian dan waktu yang telah diberikannya untuk mengembangkan penelitian ini agar menjadi lebih bermanfaat.

Parodi yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, juga merupakan tantangan yang harus diselesaikan. Dalam memimpin penelitian dan membentuk skripsi ini, saya akan selalu mengingat dan sangat berterima kasih kepada, Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Ketua Jurusan Disain. Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual. Kedua pembimbing tugas akhir, Drs. Umar Hadi, M.S. dan Drs. Asnar Zacky, yang selalu menghadirkan nuansa positif dalam mewujudkan penelitian ini. Kedua orang tua saya, Budhi Priyono dan Sri Sumaryati yang selalu memberikan perhatian, dorongan moral dan spiritual. Hestu Widya H, satu-satunya saudara tua yang akan selalu saya hormati. Sarah Bilby yang selalu memberikan energi dan semangat hidup. Gampingan satu dan Lembaga Budaya Kerakyatan Taring Padi Yogyakarta. Alfa Redstar. Jajang R. Kawentar dan keluarga. Siti Adiyati S. Faruq. Yasraf A. Piliang. Mandegani. Naomi. Boim (Dagadu). Adhez (Waton T-Shirt). Andri H.

Sheila Fish. Pius Sigit. Kokok. Stefanus Dody. R.Abra. Pak Edi. Heidi A. Surya
Wirawan. Drs. Ngatidjan S.T.J. Syaiful Barry. Topan. Aris M dan Devi.

Teman-teman T.A seperjuangan. Keluarga besar Program studi Disain
Komunikasi Visual. Segenap Civitas Akademika Fakultas Seni Rupa, Institut Seni
Indonesia Yogyakarta. Untuk mereka yang telah memberikan pertolongan,
informasi, dan perhatian dalam penelitian ini.

Yogyakarta, 04 Januari 2000



Penulis

ABSTRAKSI

Dalam realitas sosial pada masyarakat kota Yogyakarta, *plesetan* dapat diterjemahkan sebagai kebiasaan yang telah membudaya. *Plesetan* seringkali ditemui pada saat bercanda atau berkomunikasi, sehingga hal ini akan menghadirkan suasana humor dan lebih spontan. Pengertian ini tidak berhenti, tetapi berkembang kedalam bentuk, media dan materi yang lebih beragam, seperti halnya dengan media stiker. *Plesetan* mempunyai konotasi yang sangat dekat dengan parodi, sedangkan parodi pengertiannya lebih general dan tidak terbatas pada kata-kata. Sebagai materi identitas produk, yang dikomposisikan dan diterjemahkan dalam element-element disain grafis: simbol, logo, slogan, merek, merupakan suatu bentuk popularitas yang terlembaga dan hal ini kembali dilembagakan kedalam bahasa, makna teks dan materi tekstual yang sama sekali berbeda. Ini salah satu gambaran tentang kasus stiker parodi yang ada pada karya disain grafis.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Penegasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Metode Penelitian.....	10
G. Sistematika Isi.....	11
BAB II. LANDASAN TEORI.....	14
A. Latar Belakang Parodi dalam Disain Grafis.....	14
1. Seputar Parodi.....	15
a. Definisi Parodi.....	17
b. Fungsi dan Tujuan Parodi.....	22
c. Perkembangan Parodi.....	29
2. Seputar Disain Grafis.....	30
a. Definisi Disain Grafis.....	31
b. Sejarah Disain Grafis.....	33
3. Jenis dan materi Disain Grafis.....	35
a. Arahan Konsep.....	35

b. Warna.....	36
c. Huruf.....	36
d. Gambar.....	38
4. Jenis dan Karya Disain Grafis.....	40
a. Simbol.....	41
b. Logo.....	43
c. Merek.....	44
5. Jenis dan Media Disain Grafis.....	46
a. Media Elektronik	47
b. Media Cetak.....	48
b.1. Stiker.....	48
b.1.1. Definisi Stiker.....	49
b.1.2. Sejarah Stiker.....	51
b.1.3. Perkembangan Stiker.....	53
B. Hubungan Parodi dengan Disain Grafis.....	55
C. Wacana Parodi pada media Stiker.....	58
D. Hubungan Parodi dengan Sifat Humor dalam Diri Manusia.....	60
BAB III. METODE PENELITIAN.....	64
A. Populasi dan Sampel.....	64
1. Populasi.....	64
2. Sampel.....	64
B. Metode Pengumpulan Data.....	65
1. Metode Observasi.....	65
2. Metode Wawancara.....	65
3. Metode Dokumentasi.....	66
C. Metode Analisis Data.....	66
BAB IV. ANALISIS DATA.....	68
A. Definisi Parodi pada Stiker	68

1. Bahasa.....	70
2. Makna Teks dan Konteks Parodi.....	71
3. Konteks Parodi dalam Visual Grafis.....	71
B. Tabel.....	72
C. Analisa Masalah.....	74
BAB V. KESIMPULAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN - Sketsa sidang skripsi karya Drs. Asnar Zacky.	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo I Love New York, ilustrasi medis abad 19, disain iklan “Kaffe Hag” dan perusahaan nasional transfusi darah.....	32
Gambar 2. Jejak binatang dilumpur.....	33
Gambar 3. Sampel alphabet 26.....	37
Gambar 4.a. Nazi street parade.....	39
Gambar 4.b. Poster “Let’s Smash Fascism”.....	39
Gambar 5.a. Simbol Quaker Oat.....	42
Gambar 5.b. Simbol Swiss National Exhibition.....	42
Gambar 6. Sampel iklan Altoids strong mints.....	43
Gambar 7. Logo film Anatomy of a murder dan Exodus.....	44
Gambar 8. Merek minyak pelumas Mobil.....	45
Gambar 9. Sampel perbandingan kemasan rokok Djarum 76.....	57
Gambar 10.a. Simbol BCA Card.....	74
Gambar 10.b. Stiker parodi ABG Card.....	74
Gambar 11.a. Logo AN-teve.....	76
Gambar 11.b. Stiker parodi AN-tree.....	76
Gambar 12.a. Logo Jurassic Park.....	78
Gambar 12.b. Stiker parodi ASRI PARK.....	78
Gambar 13.a. Logo PDI Perjuangan.....	80
Gambar 13.b. Stiker parodi Batman Perjuangan.....	80
Gambar 14.a. Logo VISA.....	82
Gambar 14.b. Stiker parodi BISA.....	82
Gambar 15.a. Logo BMW.....	83
Gambar 15.b. Stiker parodi BMW.....	83
Gambar 16.a. Logo Coca-Cola Coke.....	85
Gambar 16.b. Stiker parodi Cowok-Cowok Oke.....	85
Gambar 17.a. Logo DEWA 19.....	87
Gambar 17.b. Stiker parodi DEMO Yes.....	87

Gambar 18.a. Logo G-SHOCK.....	88
Gambar 18.b. Stiker parodi GOBLOCK.....	88
Gambar 19.a. Logo Kodak.....	89
Gambar 19.b. Stiker parodi Kodak.....	89
Gambar 20.a. Logo KOMPAS.....	91
Gambar 20.b. Stiker parodi NGOMPAS.....	91
Gambar 21.a. Logo LEVI'S 501.....	93
Gambar 21.b. Stiker parodi LOTI'S 500.....	93
Gambar 22.a. Logo Lea forever.....	94
Gambar 22.b. Stiker parodi Lumpia forever.....	94
Gambar 23.a. Logo Lucky Strike.....	96
Gambar 23.b. Stiker parodi Lughy Stress.....	96
Gambar 24.a. Logo Marlboro Adventure Team.....	98
Gambar 24.b. Stiker parodi Malioboro Djogdjakarta.....	98
Gambar 24.c. Stiker parodi Cewek matre Marahiboros.....	99
Gambar 24.d. Stiker parodi Margono.....	100
Gambar 24.e. Stiker parodi Marahibodo.....	101
Gambar 25.a. Logo McDonalds's.....	102
Gambar 25.b. Stiker parodi Mendoan's I.....	102
Gambar 25.c. Stiker parodi Mendoan's II.....	104
Gambar 25.d. Stiker parodi Mariyuana.....	105
Gambar 26.a. Logo Mesran.....	106
Gambar 26.b. Stiker parodi Mesra.....	106
Gambar 27.a. Simbol Michelin.....	107
Gambar 27.b. Stiker parodi Ngeselin.....	107
Gambar 28.a. Logo OASIS.....	108
Gambar 28.b. Stiker parodi OASU.....	108
Gambar 29.a. Logo Pizza Hut.....	110
Gambar 29.b. Stiker parodi Pissumu Hot.....	110
Gambar 30.a. Logo Planet Holly Wood.....	111

Gambar 30.b. Stiker parodi Planet Semrawood.....	111
Gambar 31.a. Logo Lee Cooper.....	112
Gambar 31.b. Stiker parodi team Ceper.....	112
Gambar 32.a. Slogan produk Benetton.....	113
Gambar 32.b. Stiker parodi Belangkon.....	113
Gambar 33.a. Logo NBA.....	115
Gambar 33.b. Stiker parodi MBA.....	115
Gambar 33.c. Stiker parodi NBA.....	116
Gambar 34.a. Stiker parodi satuan mata uang 50.000 Rupiah.....	117
Gambar 34.b. Satuan mata uang 50.000 Rupiah	117



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Teknik Humor.....	21
Tabel 2. Spesifikasi stiker parodi pada tanda kartu Bank BCA.....	75
Tabel 3. Spesifikasi stiker parodi pada Logo AN-teve.....	76
Tabel 4. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Film Jurassic Park.....	78
Tabel 5. Spesifikasi stiker parodi pada Logo PDI Perjuangan.....	80
Tabel 6. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Kartu kredit VISA.....	82
Tabel 7. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Mobil BMW.....	83
Tabel 8. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Coca-Cola Coke.....	85
Tabel 9. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Dewa 19.....	87
Tabel 10. Spesifikasi stiker parodi pada Logo G-SHOCK.....	88
Tabel 11. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Kodak.....	90
Tabel 12. Spesifikasi stiker parodi pada Logo KOMPAS.....	91
Tabel 13. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Jeans LEVI'S.....	93
Tabel 14. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Jeans Lea.....	95
Tabel 15. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Lucky Strike.....	96
Tabel 16. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Marlboro.....	98
Tabel 17. Spesifikasi stiker parodi pada Logo McDonald's.....	102
Tabel 18. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Mesran.....	106
Tabel 19. Spesifikasi stiker parodi pada Simbol Michelin.....	107
Tabel 20. Spesifikasi stiker parodi pada Logo OASIS.....	108
Tabel 21. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Pizza Hut.....	110
Tabel 22. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Planet Hollywood.....	111
Tabel 23. Spesifikasi stiker parodi pada Logo Lee Cooper.....	112
Tabel 24. Spesifikasi stiker parodi pada Slogan Benetton.....	113
Tabel 25. Spesifikasi stiker parodi pada Logo event basket NBA.....	115
Tabel 26. Spesifikasi stiker parodi pada Satuan mata uang rupiah 50.000.....	117

Bab. I

PENDAHULUAN 1

Latar Belakang Masalah 2

Penegasan Masalah 8

Rumusan Masalah 9

Tujuan Penelitian 9

Manfaat Penelitian 10

Metode Penelitian 10

Sistematika Isi 11



BAB I

PENDAHULUAN

Dari berbagai macam dan jenis media yang sedang menjadi trend di pasar pada saat ini, stiker merupakan salah satu jenis media yang konsumennya tidak akan pernah surut. Stiker tidak ubahnya seperti lembaran kertas kosong, yang dapat diberi warna, gambar, teks dan dapat dibentuk sesuai pemakaian. Seperti yang tengah terjadi dalam kasus ini, stiker hanyalah sekedar objek dari beberapa wacana yang hidup di dalamnya. Keterkaitan antara objek dan media akan mengarahkan pembahasan ini pada permasalahan yang ada. Sebelumnya penulis ingin sampaikan bahwa studi kasus dalam penelitian ini sedang tumbuh dan berkembang pada masyarakat Yogyakarta dalam beberapa waktu belakangan ini.

Kasus tentang stiker parodi yang beredar dewasa ini penulis mendapati beberapa permasalahan yang cukup menarik. Sebagai mahasiswa seni rupa, ketertarikan ini merupakan alasan yang konkrit, dengan mencermati situasi yang terjadi pada saat ini ketika masyarakat kita sedang berada pada suatu kawasan budaya yang di penuh tanda-tanda sebagai bahasa visual. Fenomena yang terjadi selalu, berada dalam sketsa perubahan yang selalu mengacu pada bentuk-bentuk baru, sedangkan nilai produksi dan konsumsi pada masyarakat kontemporer kita dewasa ini merupakan relasi dalam arus besar *kapitalisme (global)*. Dengan hanyutnya kesadaran-kesadaran lokal, yang dihadapkan dengan gemerlapnya tanda-tanda sebagai citra, kejutan, gaya

hidup, gengsi, keterpesonaan, *erotisme*, *sensualitas*, dan lain sebagainya. Hal ini seringkali dimengerti sebagai titik-titik realitas dalam budaya visual (*visual culture*). Seperti kata Henry Lefebvre: “Kita dilingkungi oleh kehampaan, tetapi kehampaan yang diisi dengan tanda-tanda”¹.

Sementara, apa pengertian tanda-tanda yang ada dalam kasus stiker parodi? Seperti judul dalam penelitian ini, “Studi Parodi pada Karya Disain Grafis”. Dari judul di atas dapat ditarik akar permasalahan yang terdapat di dalamnya: yaitu tentang keberadaan parodi yang terdapat pada karya disain grafis. Sebagai elemen visual dari disain grafis: merek, logo, slogan adalah identitas umum dari suatu produk atau perusahaan. Dalam hal ini, karya disain grafis merupakan elemen materi yang diparodikan.

A. Latar Belakang Masalah

Parodi bukanlah fenomena baru, tetapi ada di mana-mana dan dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Parodi sering kali muncul dalam berbagai bentuk serta media yang berlainan, tentunya pada setiap media mempunyai makna dan kriteria yang berbeda pula. Dalam dunia pertunjukan seperti pada dunia teater, film, musik, sastra, seni rupa: seni lukis, seni grafis, *craft*, dan disain grafis: kemasan, *trade mark*²,

¹ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang dilipat*, (Henry Lefebvre, Dick Hebdige, Sub Culture: The meaning of style), Bandung: Mizan, 1998., p.225.

² Alat untuk mengidentifikasi dalam bentuk simbol atau logotype, hal ini dapat untuk menerangkan dan menyatukan produk atau akan memberikan jasa dan keterangan-keterangan dari

*logotype*³, merek⁴. Parodi terjadi juga pada berbagai jenis produk, seperti halnya dengan produk-produk imitasi atau palsu. Dalam hal ini yang dikejar adalah faktor citra (*image*), dengan pertimbangan untung rugi, media dan material dapat dipermainkan dengan sedemikian rupa tanpa harus mengorbankan kebutuhan dan keinginan konsumen dipasaran.

Dalam makna tekstual, parodi dapat menterjemahkan makna-makna sosial yang erat kaitannya dengan situasi politik, ekonomi, budaya dan agama. Yasraf Amir Piliang berpendapat:

Ketika model ekonomi (*kapitalis*) dijadikan satu-satunya image cermin yang dominan dalam sistem sosial, maka, antara wajah kota, wajah pendidikan, wajah politik, wajah seni dan wajah diri, sebenarnya sudah tidak ada bedanya - semuanya tak lebih dari sebuah parodi dari dirinya sendiri (baca komoditi)⁵.

Pada halaman berikutnya dia menegaskan:

Ketika seni dan kebudayaan pada umumnya mulai melepaskan diri dari akar mitologis, spiritualitas, dan nilai-nilai simbolik yang spesifik dan bersifat lokal, dan mengabdikan dirinya sebagai komponen komoditi dari sistem komoditi dari sistem (*kapitalisme*) maka terbukalah bagi bedah plastik wajah kebudayaan dan seni tersebut. Kebudayaan tersebut berbalik memparodi dirinya sendiri dengan cara

pengusaha atau penjualnya. Alan and Isabella Livingston, *The Thames and Hudson Encyclopedia of Graphic Design and Designer*, London: Thames and Hudson Ltd, 1992., p 192

³ Huruf atau susunan kalimat yang disatukan ke dalam bentuk secara khusus, seringkali dapat menjadikan trade mark perusahaan, kepribadian atau identitas perusahaan. Terkadang logo dapat untuk mempersingkat pengertian. *Ibid.*, p.124.

⁴ Sebuah nama, istilah, simbol, atau disain, ataupun kombinasi dari keduanya, yang dimaksudkan untuk menandakan barang/pelayanan satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakan mereka dari kompetitor-kompetitor yang ada. David Arnold, *Pedoman dalam Manajemen Merek*, Surabaya: Kentindo Soho, 1996., pp. 1-2.

⁵ Yasraf Amir Piliang, *op.cit.*, p. 145.

mendekonstruksi nilai-nilai mitologis, spiritualitas dan simbolik sehingga nilai-nilai tersebut tak lebih dari sekedar alibi yang menunjukkannya ditangan komoditi⁶.

Parodi merupakan salah satu bentuk *humor*⁷. Terkadang parodi diterjemahkan sebagai bentuk *komedi*⁸ yang bermain-main, atau bahkan mempunyai kecenderungan mengejek. Tentunya parodi disetiap daerah mempunyai istilah yang berbeda. Di Yogyakarta parodi lebih dikenal dengan istilah *plesetan*⁹. Penggunaan jenis humor ini kembali berkembang (*trend*) pada awal tahun 1990, meskipun sebenarnya gaya *plesetan* ini sudah dimulai pada tahun 1930an oleh *dagelan*¹⁰ Mataram yang ditokohi oleh Basiyo. Mulai saat itu kebiasaan memparodikan kata-kata berkembang di kalangan anak muda kota Yogyakarta dan parodi lokal ini ternyata tidak pernah

⁶ *op cit.*, p. 146.

⁷ Sesuatu yang bersifat menimbulkan atau menyebabkan pendengarnya (maupun pembawanya) merasa tergelitik perasaannya, lucu sehingga terdorong untuk tertawa. Penyebab yang dapat menimbulkan tertawa itu suatu yang menggelitik perasaan karena sifatnya yang berupa kejutan, keanehan, ketidak masuk akal, kebodohan, keterkecohan, kejanggalan, kekontradiktifan, kenakalan, dan lain-lain.

⁸ Komedi (berasal dari bahasa Latin: *Comoedia*; Yunani: *Koomooidia* sama dengan pawai peserta pesta; *Coide* = nyanyian). Salah satu bentuk sandiwara, yang berlawanan dengan tragedi atau sandiwara sedih, menonjolkan segi kegembiraan dalam diri dan perilaku manusia. Sejalan dengan perkembangan teknologi seni pertunjukan tidak hanya disajikan melalui panggung tetapi juga melalui film. Van Hoeve, Ensiklopedi Indonesia, (Jakarta: Ichtiar Baru, 1984.), p. 1837. Sandiwara yang lucu, lawakan. Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989., p. 363.

⁹ Kebiasaan mempermainkan kata-kata yang akhirnya menghadirkan makna berbeda dan hanya didasarkan pada kemiripan bunyi. (Ashadi Siregar, *Kompas*, Jakarta: 14 Februari 1992)

¹⁰ *Dagelan*, merupakan salah satu seni pentas kerakyatan yang bersifat kerakyatan yang bersifat spontan dan tak pernah diikat naskah, melainkan berdasarkan improvisasi antara sesama pemain. Pada umumnya dagelan didasarkan atas suatu lakon singkat yang berkembang ketika permainan tengah berlangsung. Kejenakaan diusahakan melalui isi, gerak gerak, cara bicara, *Dagelan* bersifat parodi dan karenanya menghindari efek realistik. *op. cit.*, p. 735.

berhenti. Berlanjut pada pementasan *ketoprak plesetan* pimpinan Bagong Kussudiarjo dalam Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) ke III yang digelar tanggal 4 Juli 1991 di auditorium RRI, Demangan Yogyakarta. Ketika ada upaya untuk mencoba menampung “selera pasar” (masyarakat kota) dengan konsep *ketoprak plesetan* (sebagai bagian dari *ketoprak garapan*)¹¹ ternyata penonton dari kalangan generasi muda begitu antusias menyaksikan tontonan tersebut. Sehingga pementasan yang bergaya *plesetan* semakin digemari penonton, dan pementasannya tidak hanya digelar di wilayah Yogyakarta saja melainkan berkeliling kebeberapa kota besar dan kota kecil di wilayah Jawa Tengah, Jawa Timur serta Jakarta.

Dalam dunia seni rupa, memunculkan beberapa *event* pameran dengan menempatkan satu bentuk karya situasi. *Parodi Pasar Raya Dunia Fantasi*¹² yang dimotori oleh Gerakan Seni Rupa Baru (GSRB) tanggal 15 sampai 30 Juni tahun 1987 di Taman Ismail Marzuki (TIM) Jakarta. Mereka membuat situasi seperti pusat perbelanjaan atau supermarket Pasar Raya. Memang secara material mereka tidak

¹¹ Ketoprak yang digarap dengan memadukan idiom-idiom kesenian lain seperti; teater modern, film, wayang kulit, ludruk, tari, dan lain-lain. Widayat, *Ketoprak Orde Baru*, Yogyakarta : Bentang Budaya, 1997, p, 55.

¹² “Pasaraya Dunia Fantasi” adalah *event* pameran yang menarik perhatian kita pada barang rupa sehari-hari yang biasanya hanya mendapat pandangan selintas. terutama barang-barang yang melibat angan-angan atau fantasi penduduk kota: iklan, stiker, sampul majalah, komik, kalender, dan sebagainya. Barang-barang ini biasanya dilecehkan oleh kalangan seni rupa, kini diangkat sebagai “karya seni rupa” yang sah. Dan itu semua layak mendapat perhatian dan pengamatan sama besar, seperti yang biasa diberikan kepada lukisan atau patung. “Pasaraya” ialah hasil kerja Perancang Grafis: Priyanto, Taufan, Oentarto, Rudi Indonesia, Pelukis: Harsono, Gendut Riyanto, Harris Purnama, Siti Adiyati, Dadang Christanto, Pematung: Jim Supangkat, Fotografer: Fendi Siregar, Wienardi, Sineas Bernice, dan Perancang Interior: S. Malela. (Tempo, *Parodi Pasaraya*, Jakarta: 27 Juni 1987)., pp. 35-36.

menjual apa-apa, tetapi sebenarnya mereka menjual konflik, yaitu perdebatan antara seni tinggi (*high art*) yang dianggap telah mapan dan elitis dengan seni rendah (*low art*), yang identik dengan mass produk dan popularitas. Ada satu contoh lagi, pada event pameran instalasi dan gambar bertajuk Cinderamata Orde Batu, itu sudah tentu merupakan parodi terhadap Indonesia 32 tahun terakhir. Perhatikan *plesetan* dari “Orde Baru” ke “Orde Batu”. Acara ini digelar pada tanggal 23 Maret sampai 12 April 1999, di Galeri Millenium Golden Plaza Jakarta Selatan. Itu menjadi ajang kesaksian seorang perupa tentang kekerasan sebagai bahasa yang paling dipahami¹³. Sehingga parodi yang terjadi di lingkungan sendiri tidak lagi menjadi perhatian, seperti adanya produk-produk imitasi, logo, merek dan *komoditi*¹⁴ lainnya. Berbagai produk parodi beredar dipasaran dan tidak sedikit produk yang telah diparodikan lalu diparodikan kembali dan begitu seterusnya.

Berbagai bentuk produk dan jenis parodi, dengan mudah dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari, termasuk stiker parodi yang sering kali dijumpai pada elemen-elemen kendaraan, baik sepeda motor atau mobil. Secara sepintas, stiker ini akan terbaca jelas sebagai merek dari produk suatu industri tertentu yang sudah terkenal atau populer di masyarakat.

¹³ Artikel “Seni Rupa Penyardaran”, *Kompas*, Jakarta: Senin, 12 April 1999., p. 16.

¹⁴ *Commodity, whose natural properties annable it to satisfy human once, or alse something which only acquires such properties as the outcome of human labaur.* (komoditi sebagai sesuatu yang mempunyai unsur-unsur yang dihasilkan dari tenaga kerja manusia serta untuk memuaskan keinginan manusia). Karl Marx, *The Mystery of the Fetishistic Character of Commodities*, (1867), Basic Concepts Commodity Fetish, London : Lawrence & Wishart, 1970., p. 80.

Keberadaan stiker parodi erat kaitannya dengan berkembangnya budaya *plesetan* di kalangan anak muda Yogyakarta. Sejak beroperasinya TV swasta, yang dibarengi dengan program iklan dianggap membantu terbentuknya budaya populer di masyarakat. Ditambah lagi dengan iklan-iklan yang terdapat pada media koran, majalah, dan lain sebagainya. Hal ini disertai dengan tumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan (*mal*), rumah-rumah makan (*waralaba*), keberadaannya jelas mempengaruhi perilaku masyarakatnya menjadi lebih konsumtif, sehingga keadaan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan keberadaan parodi. Seperti halnya dengan stiker parodi yang beredar pada saat ini.

Sampai sekarang, di Yogyakarta stiker parodi merupakan komoditi atau barang dagangan yang dapat dijumpai di tempat-tempat perbelanjaan dan di *kaki lima*¹⁵. Secara visual karya stiker parodi yang ada dipasaran, merupakan hasil rekaan dari disain grafis yang telah mapan atau populer sebelumnya. Visual dari disain grafis yang telah mapan itu dipermainkan dengan sedemikian rupa, sehingga terbentuklah makna baru yang *kotradiktif* bahkan cenderung *ironis*.

Dilihat dari cara bertuturnya, dalam kasus stiker ini penekanannya lebih pada penggunaan bahasa dalam konteks situasinya. Faktor popularitas, citra, nama baik dari suatu produk dimanfaatkan dengan sedemikian rupa untuk mendapatkan perhatian konsumen di pasaran. Seperti contohnya, merek atau *logotype* dari *McDonald's* yang

¹⁵ Serambi muka (emper toko di pinggir jalan biasanya berukuran lima kaki, biasanya dipakai untuk tempat berjualan). Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *op. cit.*, p. 378.

teksnya berubah menjadi *MeNdoan's*¹⁶ atau *logotype* dari *BMW (Bayerische Motoren Werke's)*¹⁷ dimana fungsi teksnya sudah berubah arti menjadi *BMW (Bikin Mabuk Wanita)*. Sehingga dalam hal ini akan dapat terlihat, adanya dua pengertian yang terdapat dalam satu teks.

Tema parodi dalam media stiker merupakan fenomena baru dalam perkembangan disain grafis. Karena sifatnya yang bermain-main, keberadaannya dengan cepat dapat diterima oleh masyarakat. Stiker parodi merebak dimana-mana dan sangat diminati terutama pada kalangan anak muda di kota Yogyakarta. Selain sebagai asesoris pada kendaraan bermotor, stiker parodi juga merupakan simbol kepribadian bagi pemakainya.

Kenapa dalam hal ini anak muda sangat dominan dalam statusnya sebagai produsen maupun konsumennya? Sampai sejauhmana stiker parodi menghadirkan nuansa humor, sehingga menarik untuk diketahui lebih lanjut. Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis bermaksud mempelajari parodi yang terjadi pada karya disain grafis terutama stiker-stiker yang berkembang di Yogyakarta. Dengan demikian, diharapkan akan dapat diketahui apa wacana parodi yang terdapat pada karya disain grafis.

B. Penegasan Masalah

¹⁶ *Mendoan*: berasal dari bahasa Jawa, tempe yang dipotong melebar, dicelupkan ke dalam adonan tepung kemudian digoreng setengah matang. Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *loc. cit.*, p. 573.

¹⁷ Industri kendaraan bermotor (motor dan mobil) dari Munich German. Wally Olins, *Corporate Identity Making Bussines Strategy Visible Through Design*, Thames and Hudson, Spain: Artes Graficas Toledo SA, 1989., p. 90.

Untuk memecahkan suatu permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, tidak terlepas dari satu pengertian tentang; materi visual, teks, yang terbentuk dalam suatu makna teks dengan konteks situasi yang saling berkaitan. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak terjadi perluasan pembahasan dari permasalahan yang akan dipecahkan dalam materinya secara keseluruhan. Parodi merupakan materi yang wajib untuk dibahas dan diungkapkan, sampai sejauhmana pengaruhnya pada disain grafis, dalam memanfaatkan makna teks dan konteks visual grafisnya.

C. Rumusan Masalah

Dalam membentuk suatu pemahaman tentang makna dari suatu permasalahan, tentunya perlu untuk memperkirakan sampai seberapa jauh keberadaan parodi yang terdapat pada karya disain grafis. Sebagai pertimbangan yang lain, perlu kiranya untuk diketahui lebih lanjut sampai sejauhmana pengertian karya disain grafis diparodikan ke dalam media stiker. Keterangan di atas akan dimengerti sebagai bentuk pemahaman terhadap materi teks dan visualnya.

D. Tujuan Penelitian

Berangkat dari beberapa point yang ada di atas, akan dijadikan landasan dalam mewujudkan penelitian ini agar tidak terlalu sulit untuk memahami secara lebih rinci dan terbuka. Untuk lebih jelasnya, perlu diketahui tentang bagaimana konsep parodi yang terdapat pada karya disain grafis, dan juga tentang makna parodi yang ada pada

media stiker. Sehingga karya tulis ini diharapkan dapat membentuk motivasi yang lebih positif dan akan lebih bermanfaat secara keilmuan sebagai hasil dari suatu penelitian ilmiah.

E. Manfaat Penelitian

Dari beberapa permasalahan yang terdapat pada kasus stiker ini dapat dilihat sebagai harapan yang harus disikapi dan akhirnya harus dipecahkan agar hasil dari penelitian ini dapat menjadi salah satu dokumen yang dapat digunakan sebagai referensi. Dalam hal ini, dengan menyajikan data-data tentang wacana dan konsep parodi pada disain grafis, terutama media stiker yang terdapat di kota Yogyakarta. Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan, tentang pengertian parodi secara umum dan lebih khusus.

F. Metode Penelitian

Teknik penulisan yang digunakan pada penelitian ini adalah studi literatur dengan metode analisa kualitatif.

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Kasus ini ada diseputar wilayah kota Yogyakarta.

b. Sampel

Sebagian dari stiker parodi yang beredar di kota Yogyakarta.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Dilakukan berdasarkan pengamatan secara langsung, stiker parodi yang ada dipasaran dan yang telah dipergunakan.

b. Metode Wawancara

Menggunakan teknik tanya jawab pada nara sumber yang telah dipilih dan direkam dengan (*tape recorder*).

c. Metode Dokumentasi

Menggunakan teknik repro dengan foto kamera (negative film - iso 200 – 35 mm, berwarna, dengan ukuran cetak 2R).

3. Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini, permasalahan akan dijabarkan dan dianalisa menurut masing-masing kriteria parodinya yang disesuaikan dengan materi dalam konteks situasinya.

G. Sistematika Isi.

Berdasarkan pada kasus stiker parodi, permasalahan yang ada di dalamnya juga merupakan rangkaian permasalahan yang ada diluarnya, hal ini dapat dimengerti sebagai wacana yang membentuk pengertian parodi dalam suatu media.

Pada bagian bab I, permasalahan dapat diketahui dalam pendahuluan yang diteruskan dengan latar belakang masalah yang menerangkan tentang rangkaian dan awal dari suatu permasalahan. Hal ini akan dilanjutkan pada penegasan masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika isi.

Dalam bab II, merupakan landasan teori yang dibagi dalam beberapa sub-bab, untuk mempertajam dan menjelaskan dari permasalahan yang ada wacana parodi dan medianya. Pada bagian ini, akan diterangkan tentang latar belakang parodi dalam disain grafis, dan juga akan menerangkan tentang seputar parodi, yang terdiri dari; definisi parodi, fungsi dan tujuan parodi, perkembangan parodi. Pengertian tentang parodi akan ditinjau dari beberapa teori yang mendasarinya dan hal ini dari literatur "*A Theory of Parodi*" karya Linda Hutcheon, dan beberapa analogi dari pemikiran George Battaile, serta perkembangan parodi yang diambil dari buku "*Dunia yang dilipat*" karya Yasraf A. Piliang.

Disain grafis, dalam hal ini merupakan materi yang perlu untuk diketahui, sehingga perlu diutarakan dalam seputar disain grafis, yang terdiri dari: definisi disain grafis, dan sejarah disain grafis. Untuk mempertajam materi pada medianya, perlu diketengahkan tentang; arahan konsep, warna, huruf dan gambar. Dalam kasus ini, permasalahan tidak dapat dilepaskan dari faktor-faktor diatas. Pada dasarnya, secara keseluruhan materi objek yang diparodi merupakan jenis dan karya dalam disain grafis, seperti halnya dengan; simbol, logo, merek. Hal ini perlu diketahui sebagai proyeksi dari kasus yang ada pada medianya. Sama halnya dengan jenis dan media dari disain grafis, ini perlu diketahui secara teknis sebagai media yang dieksplorasi. Pada bagian ini, media akan menerangkan materi dan objeknya. Stiker dalam hal ini merupakan

bagian yang perlu untuk didefinisikan, baik tentang sejarah dan perkembangannya. Dalam sub selanjutnya, akan juga dibahas tentang hubungan parodi dengan disain grafis dan wacana parodi yang terdapat pada media stiker. Pengertian secara natural, parodi mempunyai kedekatan hubungan dengan sifat humor yang biasanya telah ada dalam diri manusia sejak lahir, hal ini akan diterangkan pada akhir bab ini.

Selanjutnya pada bab. IV, yaitu; analisis data, dalam hal ini terdiri dari beberapa pembagian: definisi parodi pada stiker, yang didalamnya ada pengertian materi tentang; bahasa, makna teks dan konteks parodi, konteks parodi dalam disain grafis. Dalam analisa masalah pada penelitian ini, setiap sampelnya akan disertai dengan tabel yang menerangkan tentang definisi parodi pada media stiker. Kemudian akan dilanjutkan dengan sub bab tentang analisa masalah, yang kesemua materi sampelnya akan dianalisa sesuai dengan materi visual, teks, konteks situasi dan materi parodinya.

Dan yang terakhir pada bab V, yaitu; Kesimpulan, bagian ini akan menyimpulkan tentang permasalahan secara keseluruhan yang disesuaikan dengan judul dan tema yang diambil.