

LAPORAN TAHUNAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING



JUDUL PENELITIAN
PENCIPTAAN SENI KERAJINAN KERAMIK
KOMODITI EKSPOR BERBASIS MATERIAL *EARTHENWARE* DAN
TEKNOLOGI LOKAL

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Ketua:

Joko Subiharto, S.E., M.Sc.

NIDN: 0014037505

Anggota:

Dr. Timbul Raharjo, M. Hum

NIDN: 00081169060

Dibiayai DIPA ISI Yogyakarta Tahun 2013
Nomor: DIPA-023.04.2.506315/2013, Tanggal 5 Desember 2012
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian
Nomor: 1988/K.14.11.1/PL/2013, Tanggal 15 Mei 2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN
Jl. Parangtritis Km.6,5 Kotak Pos 1210 Yogyakarta
Desember 2013

LAPORAN TAHUNAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING



UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	730/ kkr/ keri / 2013
KLAS	
TERIMA	19-07-2014
	26

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Penciptaan Seni Kerajinan Kera...

PKKR14080730

JUDUL PENELITIAN

PENCIPTAAN SENI KERAJINAN KERAMIK
KOMODITI EKSPOR BERBASIS MATERIAL *EARTHENWARE* DAN
TEKNOLOGI LOKAL

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Ketua:

Joko Subiharto, S.E., M.Sc.

NIDN: 0014037505

Anggota:

Dr. Timbul Raharjo, M. Hum

NIDN: 00081169060



Dibiayai DIPA ISI Yogyakarta Tahun 2013
Nomor: DIPA-023.04.2.506315/2013, Tanggal 5 Desember 2012
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian
Nomor: 1988/K.14.11.1/PL/2013, Tanggal 15 Mei 2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN
Jl. Parangtritis Km.6,5 Kotak Pos 1210 Yogyakarta
Desember 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Penciptaan Seni Kerajinan Keramik Komoditi Ekspor Berbasis Material Earthenware & Teknologi Lokal

Peneliti / Pelaksana

Nama Lengkap : JOKO SUBIHARTO S.E., M.Sc.
NIDN : 0014037505
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Kriya Seni
Nomor HP : 0816689184
Surel (e-mail) : joko_yk@yahoo.com

Anggota Peneliti (1)

Nama Lengkap : Dr. Drs. TIMBUL RAHARJO M.Hum.
NIDN : 0008116906
Perguruan Tinggi : INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 42.500.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp. 95.000.000,00



Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa

(Dr. Suastiwi, M.Des.)
NIP/NIK 195908021988032002

Yogyakarta, 4 - 12 - 2013,
Ketua Peneliti,

(JOKO SUBIHARTO S.E., M.Sc.)
NIP/NIK



Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian

(Dr. Sunarto, M.Hum.)
NIP/NIK 195707091985031004

RINGKASAN

Industri keramik telah menjadi mata pencaharian para perajin di beberapa wilayah Indonesia. Terdapat banyak potensi sentra seni kerajinan keramik berbentuk home industry. Mereka adalah Unit Kegiatan Masyarakat (UKM) yang rentan dari perubahan zaman, seperti terpaan krisis global tahun 2008, yang dampaknya bisa terasa sampai sekarang. Oleh sebab itulah, maka diperlukan produk dengan desain yang selalu baru untuk dapat bersaing di pasar global.

Tujuan penciptakan desain baru seni kerajinan keramik ini untuk menyelaraskan dengan perubahan trend design yang berkembang di dunia. Selain itu adalah untuk meningkatkan ekspor non-migas dan meningkatkan ekonomi para perajin. Metode yang digunakan adalah menciptakan berbagai produk seni kerajinan dengan bahan earthenware yang berteknologi lokal seperti berupa guci dan pot.

Eksplorasi desain baru seni kerajinan keramik tersebut dapat dilakukan dengan membaca trend dunia. Diolah dari berbagai elemen interior sebagai sumber inspirasi untuk menciptakan bentuk dan karakter gerabah yang sedang laris. Hasilnya diperoleh prototype, kemudian mengaplikasikan hasil itu dalam reproduksi, yakni menciptakan variasi produk turunan.

Dalam penciptaan ini menggunakan frame estetis dan ekonomis, penciptaannya melalui studi pustaka dan lapangan untuk mengetahui kecenderungan trend yang kemudian dianalisis melalui eksplorasi, eksperimen, dan diwujudkan dalam bentuk nyata berupa produk gerabah lokal yang bermuansa global. Tentu saja, tahapan yang terakhir adalah menguji coba pasar.

Kata Kunci: seni kerajinan keramik, komoditas ekspor, earthenware, keterampilan lokal.

PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tahunan penelitian dengan judul Penciptaan Seni Keramik Komoditi Ekspor Berbasis Material Earthenware dan Teknologi Lokal, yang didanai oleh DP2M Dikti Kemdikbud..

Penulis meyakini bahwa laporan tahunan penelitian ini masih banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan berbagai macam kritikan atau saran untuk mengevaluasi laporan ini sehingga dapat lebih baik lagi pada masa yang akan datang. Selain itu, penulisan laporan tahunan penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut, diantaranya adalah:

1. DP2M DIKTI, atas kesempatan yang diberikan untuk dapat melaksanakan penelitian hibah bersaing.
2. Dr. Sunarto, M.Hum selaku Ketua Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
3. Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta dan Ketua Jurusan Kriya, atas perkenannya memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Staf karyawan di Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta atas bantuannya dalam pengurusan administrasi.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian kata pengantar dari penulis, besar harapan semoga penelitian ini dapat berguna untuk pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Desember 2013

Joko Subiharto, S.E., M.Sc.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Ringkasan	iii
Prakata	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Luaran yang diharapkan.....	4
C. Indikator capaian yang terukur	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Pustaka	5
B. Road Map.....	8
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	11
A. Tujuan Penelitian.....	11
B. Manfaat Penelitian	11
BAB IV. METODE PENELITIAN.....	12
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	14
A. Potensi Bahan Baku <i>Earthenware</i>	14
B. Teknik Pembuatan Keramik, Perancangan Desain, dan Perwujudan	18
C. Hasil produk prototipe	58
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	62
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Tanah liat Godean dari gunung beran Sleman	16
2. Tanah liat dari Munthuk Dlingo Bantul	17
3. Tanah liat dari Bayat Klaten.....	17
4. Pengolahan Bahan Baku Keramik Pengolahan bahan oleh perusahaan penyedia bahan baku.....	18
5. Posisi sentering posisi tangan, ini sebagai dasar pada teknik putar untuk memulai pembentukan	20
6. Teknik Putar Kaki	20
7. Teknik putar miring.....	21
8. Trend Desain Tema 1	22
9. Tren Desain Tema 2	23
10. Trend Desain Tema 3	24
11. Trend Desain Tema 4	25
12. Trend Desain Tema 5	26
13-17. Sketdan Proyeksi Desain Tema 1.....	29-33
18-21. Sketdan Proyeksi Desain Tema 2.....	34-37
22-25. Sketdan Proyeksi Desain Tema 3.....	37-41
26-31. Sketdan Proyeksi Desain Tema 4.....	42-47
32-37. Sketdan Proyeksi Desain Tema 5.....	48-53
38. Pembuatan mal atau gambar ukuran riil keramik.....	54
39. Proses pembentukan sampai produk jadi	54
40. Proses pengeringan produk keramik setengah jadi	55
41. Proses persiapan pembakaran.....	56
42. Proses pembakaran dengan tungku bak.....	56
43. Keramik yang telah dibakar berwarna kemerah-merahan.....	57
44. Proses Finishing	58
45. Hasil prototipe kelompok I.....	58
46. Hasil prototipe kelompok II	59
47. Hasil prototipe kelompok III	59
48. Hasil prototipe kelompok IV	60
49. Hasil prototipe kelompok V	61

DAFTAR LAMPIRAN

Instrumen Penelitian.....	66
Personalia Tanaga Peneliti dan Kualifikasinya.....	67
Artikel Publikasi.....	75



BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi telah terjadi kesepakatan perdagangan dan terbentuknya WTO di Maroko pada 1994. Terjadi kesepakatan terutama dengan diberlakukannya perdagangan dunia yang tidak hanya *free trade* tetapi juga *fair trade*. Dengan demikian seni kerajinan pada era global ditentukan oleh keunggulan produk yang lebih efisien, unik, dan ekonomis. Pada era global tidak ada lagi hambatan tarif dan proteksi terhadap suatu komoditi ketika memasuki suatu negara. Namun persetujuan itu tidak langsung diterapkan sepenuhnya, melainkan ada tenggang waktu dan belum mencapai semua komoditi. Negara yang sedang berkembang seperti Indonesia masih punya waktu untuk mempersiapkan hingga 2020, sedangkan untuk negara-negara maju sampai 2015. Proteksi hampir tidak ada sehingga arus barang yang masuk dalam satu negara tidak terelakkan. Produk yang memiliki nilai kompetisi baik dapat memenangkan persaingan di dalam maupun di luar negeri. Produk menjadi bebas dibuat di mana pun pada negara yang tergabung dalam kesepakatan WTO itu sehingga wilayah yang memiliki efisiensi produksi akan dijadikan tempat investasi.

Pada beberapa pameran produk kerajinan skala internasional, produk seni keramik memiliki peminat tersendiri. Apalagi jika produk keramik tersebut memenuhi selera *trend* desain pasar global saat ini. Namun, dalam sejumlah pengalaman pameran internasional pula terlihat, masih lemah dalam penciptaan desain baru yang bernilai alternatif, terutama untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Belum adanya pengembangan desain dalam bentuk *research and development* di kalangan para perajin yang mengeksplorasi desain bernilai alternatif yang sesuai dengan *trend* dunia. Sebenarnya potensi pasar sangat terbuka, terutama benda-benda yang memiliki nilai etnisitas seperti seni kerajinan keramik Indonesia. Kebanyakan perajin terlihat hanya menerima pesanan berupa gambar dari pembeli atau hanya meniru teman dan tetangga perajin lain. Oleh karena itu, eksplorasi desain produk baru yang bernilai alternatif atas seni

kerajinan keramik Indonesia harus dilakukan, yakni perlu penciptaan produk baru sesuai dengan selera atau keinginan konsumen. Sebab, seni kerajinan keramik adalah salah satu komoditas ekspor Indonesia dan banyak menyerap tenaga kerja. Penciptaan dengan mencari dan meneliti serta mewujudkannya dalam bentuk *prototype*, kemudian dipromosikan dalam sebuah pameran perdagangan internasional seperti IFFINA maupun Trade Expo Indonesia di Jakarta dapat menjaring *buyers* internasional, yaitu para pengimpor produk seni kerajinan dari Indonesia ke negaranya. Dengan demikian terjadi interaksi dalam menawarkan desain baru tersebut sebagai upaya uji pasar dan kemungkinan pemesanan.

Bahan baku seni kerajinan keramik adalah tanah liat *earthenware*, depositnya tersebar di seluruh belahan bumi Indonesia mulai dari Sabang sampai Merauke. Sehingga, bahan baku tersebut sangat mudah didapat dan murah harganya untuk pembuatan seni kerajinan keramik. Bahkan beberapa perajin membuat produk seni kerajinan keramik yang berbahan baku tanah liat hanya dengan mengambil dari lingkungan tempat tinggal mereka.

Pada umumnya, keterampilan membuat kerajinan keramik telah dikuasai para perajin secara turun-temurun. Selain itu pula mereka membuat produk keramik yang dipakai sebagai barang yang bernilai fungsional, seperti terwujud pada alat memasak dan tungkunya. Para perajin dengan setia membuat seni kerajinan yang berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan rumah tangga, terutama peralatan dapur. Mereka masih menguasai teknik pembuatan berupa keterampilan mewujudkan keramik itu, hanya saja ketika barang peralatan rumah tangga pabrikan yang terbuat dari plastik dan logam menjadi pesaing kuat, maka membuat kerajinan keramik semakin sulit dalam pemasarannya. Sementara kelemahan tentang penciptaan produk baru keramik yang berfungsi sebagai benda seni belum mereka kuasai. Pemahaman tentang seni kerajinan keramik yang bernilai sebagai produk baru tersebut masih memprihatinkan, sementara permintaan pasar dengan desain yang sesuai dengan *trend design* tertentu memiliki peluang yang cukup baik. Meskipun beberapa sentra seni kerajinan di Indonesia seperti di Banyuwangi, Nusa Tenggara Barat, Kasongan Yogyakarta,

Pleret Purwakarta, Bayat Klaten, dan Klampok di Banjarnegara Jawa Tengah masih memproduksi dan sebagian di antaranya dikonsumsi ekspor, namun produk yang ada mendapat persaingan di pasar global dengan produk keramik negara tetangga seperti Vietnam, Thailand, India, maupun China.

Pada beberapa komoditas seni kerajinan memiliki kesamaan produk dengan negara-negara lain yang memproduksi barang sejenis dan segmen pasar yang sama. Akibat krisis global sejak 2008 terjadi *over* produksi di negara-negara produsen seperti China, Jepang, India, Thailand, Vietnam, dan lain sebagainya. Produk mereka mengalami kemacetan pasar dan berpikir sama untuk mencari peluang pasar yang sekiranya tidak terkena dampak krisis. Seperti di negara Timur Tengah, Amerika Latin, Karibia, dan lain sebagainya bahkan mereka berpikir bahwa Indonesia adalah sebagai salah satu tujuan ekspor potensial. Sementara Indonesia juga memosisikan sebagai negara produsen seni kerajinan keramik tersebut.

Pameran-pameran internasional di Eropa pun banyak diikuti pengusaha dari China dan India. Hal ini disebabkan, karena *wholesalers* yang biasa menampung dan mendistribusikan di wilayah mereka dalam posisi tersendat seperti yang ada di negara-negara Eropa, Amerika, maupun Australia. Maka, mereka kemudian berpikir untuk mencoba melakukan ekspansi pasar sendiri di negara-negara tersebut. Terlihat dominasi peserta pada pameran internasional tersebut adalah dari produsen langsung. Hal ini tentu mengakibatkan perubahan pola hirarki perdagangan yang signifikan. Kebanyakan produsen bisa jadi menjadi agen langsung para *retailer* yang ada di dunia Barat. Sebab sejak tahun 2011 terindikasi bahwa terjadi peningkatan pada tataran perdagangan *retail*. Mungkin hal ini diakibatkan adanya peluang baru bagi *retailer* untuk mendapat kesempatan memilih barang yang benar-benar memiliki kualitas baik terutama dalam hal desain baru yang memiliki daya jual tinggi.

Dalam kondisi yang kurang menguntungkan para perajin keramik di beberapa wilayah potensial di Indonesia terutama di Kasongan Bantul, Banyu

Mulek Lombok, Pleret Purwakarta Jawa Barat yang beberapa tahun ini mengalami penurunan produksi. Salah satu upaya yang paling strategis untuk kembali meningkatkan produksi adalah menciptakan desain keramik baru khas Indonesia dengan menyesuaikan *trend* warna, bentuk, dan karakter sesuai pasar global.

B. Luaran yang diharapkan

1. Tahun Pertama

Prototype desain seni kerajinan keramik baru berbasis *earthenware* dan ketrampilan pembentukan lokal yang kreatif dan inovatif sebagai komoditi ekspor. Pada tahun pertama menghasilkan 25 *prototype* produk desain baru, pertimbangannya agar jika dilakukan uji kelayakan pasar mendapat minat konsumen dengan baik, dan memungkinkan pendisplayan yang menarik.

2. Tahun Kedua

- a. Varian *prototype* desain baru seni kerajinan keramik produk ekspor, sebanyak 25 *prototype*.
- b. Artikel Ilmiah nasional
- c. Buku Referensi
- d. HKI.

C. Indikator capaian yang terukur

Tahun Pertama

- a. Teridentifikasi trend disain terkini baik motif, warna, dan bentuk.
- b. Terwujudnya prototipe produk yaitu keramik sesuai desain terpilih sebanyak 25 prototipe.