

**TATAH TIMBUL HOZPIT: KAJIAN VISUAL DAN  
PROSES KREATIF**



Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister  
dalam bidang Seni, Minat Utama Kriya Kulit

Yonata Buyung Mahendra

1821179412

**PROGRAM STUDI SENI  
PROGRAM MAGISTER PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2020**

TESIS  
PENGKAJIAN SENI

**TATAH TIMBUL HOZPIT : KAJIAN VISUAL DAN  
PROSES KREATIF**

Oleh :

**Yonata Buyung Mahendra  
1821179412**

Telah dipertahankan pada tanggal 22 Juli 2020  
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari


Pembimbing Utama,

Penguji Ahli,

  
Dr. Supriawata, M.Hum


  
Dr. Abi Lufiani, M.F.A

Ketua Tim Penilai

  
Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si

Yogyakarta, .....

Direktur,

  
Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si  
NIP. 197210232002122001

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya tulis ini belum pernah digunakan untuk memperoleh gelar akademik dari perguruan tinggi manapun. Keseluruhan isi dalam tesis ini merupakan hasil penelitian yang belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan.

Saya bertanggung jawab atas keaslian tesis ini, serta bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 5 Agustus 2020  
Yang membuat pernyataan,

Yonata Buyung Mahendra  
NIM 1821179412

# TATAH TIMBUL HOZPIT: KAJIAN VISUAL DAN PROSES KREATIF

Pertanggungjawaban Tertulis  
Program Studi Seni  
Program Magister Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2020

Oleh Yonata Buyung Mahendra

## ABSTRAK

Hozpit merupakan sebuah *brand* yang bergerak di bidang tatah timbul kulit. Hozpit berasal dari kata *House of Pirates*, yang berarti rumah bajak laut. Melalui hal tersebut tentunya karya yang diciptakan oleh Hozpit sebagian besar bernuansa bajak laut. Tatah timbul sendiri merupakan industri lama yang ada di Yogyakarta. Banyaknya seniman lokal pembuat karya tatah timbul merupakan buktinya. Akan tetapi pengulangan bentuk, motif dan warna seringkali dilihat dari karya seniman lokal tersebut. Celah tersebut dimanfaatkan Hozpit untuk berkarya dan bereksperimen. Masalahnya kemudian adalah mengapa Hozpit memiliki ketertarikan pada tatah timbul kulit. Penelitian ini diharapkan dapat memetakan alasan seniman sehingga terlihat darimana referensi, preferensi, dan identitas seniman terbentuk.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan batasan sampel 3 produk serta narasumbernya adalah seniman yang ada di belakang Hozpit. Validitas dari pengamatan peneliti dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan. Teori yang digunakan adalah teori kritik seni dari Feldman untuk membahas bagian visual dan Gustami untuk menelusur proses kreatifnya. Hasilnya tatah timbul kulit dari Hozpit merupakan wujud akumulasi seniman terhadap dorongan, informasi, dan pengetahuan pasar yang dimiliki secara utuh. Proses kreatif dan visualisasi gagasan yang tercipta pada karya merupakan bentuk manifestasi yang utuh untuk kemudian digunakan mempengaruhi konsumen.

Kata Kunci: *Brand*, tatah timbul, kulit, kreatif, visual, Hozpit

# **HOZPIT LEATHER CARVING : STUDY OF VISUAL AND CREATIVE PROCESS**

Written Liability  
Art Study Program  
Postgraduate Masters Program  
Indonesia Institute of the Arts Yogyakarta, 2020

By Yonata Buyung Mahendra

## **ABSTRACT**

Hozpit is a brand engaged in the carving of leather. Hozpit derives its name from the word House of Pirates. As a result, this brand indeed mostly has a pirate's nuance. Leather carving itself is an old art industrial located in Yogyakarta. Many of autodidact artists who make this craft are the proof for the existence of this old industrial. However it is to be found that they often make a repetition of form, motif and color in their art craft. From that matter, it encourages Hozpit to make a work and experiment. The problem is why Hozpit interested on leather carving. This research is to be expected to map out the reasons of the artist, so it would be seen clearly where the reference, preference and identity of the artist is formed.

This research uses qualitative method, with sample limitation of three products and the interviewees is an artist who works behind Hozpits. The validity of the researcher observation is proven by a result of interview. This research uses theory of art criticism from Feldman to discuss the visual term then uses theory of art criticism from Gustami to explore the creative process. The result is that the leather carving made by Hozpit is an accumulation of artists toward an encouragement, information, and market knowledge which they have. The creative process and visualization of ideas created in the work are whole manifestations to be used to influence customer.

Keywords: Brand, leather, carving, creative, visual, Hozpit

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas Berkat dan Rahmat-Nya serta Kasih Sayang-Nya laporan Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik. Tujuan penulisan laporan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi syarat mencapai derajat Magister di Pascasarjana Intitut Seni Indonesia Yogyakarta. Adapun judul yang diangkat dalam karya pengkajian ini adalah “TATAH TIMBUL HOZPIT: KAJIAN VISUAL DAN PROSES KREATIF”, dengan harapan semoga tulisan ini dapat dijadikan sebagai sumbangan untuk ilmu pengetahuan seni, khususnya di dalam seni Kriya Kulit.

Dengan rasa hormat dan segala kerendahan hati penulisan ini tidak terlepas dari keterlibatan beberapa pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan bantuan, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Prof. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum. Direktur Pascasarjana Intitut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Fortuna Tyasrinestu, M.Si. Asisten Direktur I Bidang Akademik, Kurniawan A. Saputro, Ph. D. Asisten Direktur II Bidang Umum dan Keuangan, Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.
2. Dr. Supriaswoto, M. Hum. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan Tesis.
3. Dr. Suwarno Wisetrotomo, M. Hum. selaku ketua program Studi Seni Program Magister.
4. Seluruh Staf pengajar dan karyawan di Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

5. Seluruh Staf dikmawa Pascasarjana Intitut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Kedua orang tua dan adik saya.
7. Sahabat dan Rekan Mahasiswa Program Penciptaan dan Pengkajian Seni, sahabat Program Tata Kelola dan seluruh angkatan 2018
8. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan laporan Tugas Akhir Pengkajian ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu dan pengetahuan, khususnya dalam bidang Seni kriya dan umumnya bagi pembaca serta penikmat seni.



Yogyakarta, 5 Agustus 2020

Yonata Buyung Mahendra  
NIM 1821179412

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
A. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Tatak Timbul Kulit.....	6
2. Pengaruh Pasar terhadap Karya.....	7
3. Pencarian Ide (Proses Kreatif).....	8
B. Landasan Teori.....	10
III. METODOLOGI.....	20
A. Rancangan Penelitian.....	20
B. Teknik Pengumpulan Data.....	21
C. Analisis Data.....	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Sejarah Hozpit.....	27
B. Identifikasi Karya.....	28
1. Karya Hozpit.....	28
2. Penafsiran Karya.....	38
3. Keterkaitan dengan Fungsi dan Gaya Seni.....	43
C. Proses Kreatif.....	53
V. PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Produk Tatah Timbul yang dibuat oleh Hozpit.....	2
Gambar 2. Tatah timbul karya seniman lokal yang dipasarkan di jalan Malioboro..	3
Gambar 3. Kerangka Teori.....	11
Gambar 4. Skema penciptaan karya .....	17
Gambar 5. Kerangka berpikir penelitian.....	21
Gambar 6. <i>Pilgrimage of Definition</i> Hozpit.....	29
Gambar 7. <i>Custom Pipe</i> .....	32
Gambar 8. <i>Evil Squad</i> .....	35
Gambar 9. Karya 3 Dimensi Hozpit (dengan sistem membuat cetakan).....	56
Gambar 10. Karya tatah timbul kulit seniman lokal.....	65
Gambar 11. Karya Cethul.....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Panduan pengamatan karya.....	23
Tabel 2. <i>Pilgrimage of Definition</i> Hozpit.....	30
Tabel 3. <i>Custom Pipe</i> .....	33
Tabel 4. <i>Evil Squad</i> .....	35
Tabel 5. Analisis Unsur.....	37



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Hozpit merupakan sebuah *brand* yang bergerak di bidang tatah timbul dengan menggunakan material kulit hewan sebagai medianya. Hozpit berasal dari kata *House of Pirates*, yang berarti rumah bajak laut. Sesuai dengan namanya, Hozpit menggunakan karakter kepribadian yang dimiliki bajak laut sebagai ide penciptaan karya. Pemilihan warna dengan dominasi warna gelap dan kontras pada beberapa bagian mendukung karakter yang ingin diunggulkan oleh Hozpit. *Brand* ini memilih aliran pop surealisme dalam merepresentasikan sosok bajak laut. Aliran ini lebih mengedepankan kritik, tanggapan atas situasi sosial yang berkembang, dan memiliki bentuk figuratif atau representatif. Karakter bajak laut yang diciptakan tidak hanya dinikmati dari bentuk ornamennya saja, namun juga mengandung pesan tertentu dari seniman. Oky Rey Montha, adalah sosok seniman di balik *brand* Hozpit, yang merupakan pendiri sekaligus pemilik dari *brand* ini sejak tahun 2016 silam.

Hozpit memiliki segmentasi pasar dengan ekonomi menengah ke atas. Segmentasi ini dipilih karena mendukung perilaku konsumtif untuk membeli sesuatu berdasarkan kondisi psikografik. Kondisi tersebut akan membentuk opini bahwa sebuah karya atau benda terlihat sebagai objek perantara untuk menunjukkan kepribadian, nilai, dan gaya. Terbukti segmentasi tersebut membuat karya tatah timbul kulit milik Hozpit sudah didistribusikan hingga Amerika, Swedia, Italia, Thailand, Filipina, dan yang

terdekat ke Malaysia. Meskipun demikian, tidak berarti para konsumen lokal tidak menyukainya, ternyata banyak juga konsumen Indonesia yang mengoleksi tatah timbul kulit karya Hozpit.



Gambar 1. Produk tatah timbul yang dibuat oleh Hozpit.  
( Sumber : Mahendra, 2019)

Industri seni di Yogyakarta, khususnya tatah timbul kulit sebenarnya merupakan bagian dari industri lokal yang ada sejak lama. Karya tatah timbul kulit yang dibuat dijual di beberapa toko di Jalan Malioboro. Karya tatah timbul kulit tersebut dibuat oleh seniman lokal dengan kemampuan dan referensi yang mengarah pada ornamen berbentuk sulur/ lung-lungan. Secara visual, tekstur dan warna dari ornamen sulur yang dibuat seniman lokal tampak kasar dan kurang rapi. Hal tersebut berkaitan dengan cara seniman melakukan proses pengerjaan dan pewarnaan karya. Penggunaan alat sederhana dan bahan baku ekonomis memberikan dampak pada hasil akhir karya yang kurang maksimal.

Sekitar 20 tahun terakhir, ornamen dari karya tatah timbul kulit yang dibuat oleh seniman lokal di Yogyakarta mengalami kondisi stagnan. Hal tersebut dibuktikan dengan minimnya inovasi bentuk dan ornamen pada karya yang dibuat. Beberapa seniman lokal menyatakan bahwa alasan tidak berubahnya ornamen yang ada dikarenakan karyanya bersifat turun temurun

serta dibuat secara massal. Hal tersebut akhirnya membuat hasil karya yang ada menjadi kurang menarik karena kemonotonan ornamen dan bentuknya.



Gambar 2. Tatah timbul karya seniman lokal yang dipasarkan di jalan Malioboro.  
( Sumber : Mahendra, 2019)

Konsumen saat ini memiliki kecenderungan untuk membeli segala sesuatu dengan berorientasi pada *brand* tertentu atau disebut dengan *brand minded*. McNeal mengatakan bahwa pola pikir *brand minded* adalah pola pikir seseorang terhadap objek-objek komersil yang cenderung merujuk pada *brand* eksklusif dan terkenal (Wijaya, Djalali, dan Sofiah, 2015). Konsumen memiliki persepsi dengan pembelian sebuah produk dari *brand* tertentu akan mendukung identitas individu untuk dapat diakui oleh lingkungannya. Pemikiran tersebut akan mendorong sebuah karya diapresiasi atau justru ditinggalkan sesuai dengan kebiasaan, minat, dan opini masing-masing individu ketika melihat sebuah karya.

Karya yang dihasilkan oleh Hozpit dianggap penting untuk diteliti sebagai lompatan kreatifitas dari tatah timbul kulit yang ada. Bentuk kreatifitas yang dibuat oleh Hozpit adalah berusaha menghilangkan pengulangan bentuk dan motif yang dibuat oleh seniman lokal. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk mencari atensi pembelian karya tatah timbul kulit. Karakter, warna yang khas, dan ornamen yang dibuat merupakan cara seniman mendapatkan atensi serta memiliki perbedaan detail karya

dibandingkan dengan produk terdahulu. Hozpit dengan sadar menggiring sudut pandang konsumen untuk kembali melihat tatah timbul kulit sebagai sebuah karya seni yang menawarkan nuansa eksklusif serta patut untuk diapresiasi.

Dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui cara eksplorasi yang dilakukan Hozpit terhadap karya tatah timbul kulit. Pengalaman eksplorasi seniman seringkali berbanding lurus dengan kesan visual yang tercipta. Elemen visual, pemikiran seniman, dan kondisi pasar merupakan unsur yang umumnya saling berkaitan. Selain itu, seringkali unsur-unsur tersebut memberikan pengaruh pada gagasan seniman dalam berkarya. Menurut peneliti, gagasan secara utuh dapat ditelaah melalui referensi, preferensi dan identitas diri seniman. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab poin di atas serta menjadi landasan dan pertimbangan seniman lain ketika berkarya khususnya dalam bidang tatah timbul kulit.

## **B. Rumusan Masalah**

Mengapa Hozpit memiliki ketertarikan untuk mengeksplorasi tatah timbul kulit?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

- a. Untuk mengetahui cara seniman mengeksplorasi tatah timbul kulit dalam karya Hozpit.
- b. Untuk mengetahui ciri-ciri visual dari karya Hozpit
- c. Untuk dapat mengetahui seperti apa pasar yang menjadi target dari Hozpit.

## 2. Manfaat

- a. Mengetahui proses kreatif dan kajian visual yang nantinya memberikan diversifikasi dan kebaruan ilmu maupun teknik pada produk kriya tatah timbul kulit yang ada di Yogyakarta.
- b. Sebagai bahan referensi mengenai tatah timbul dengan sudut pandang visual khususnya untuk seniman tatah timbul lainnya daerah Yogyakarta.
- c. Sebagai salah satu usaha pengembangan ilmu seni rupa dalam menambah wawasan mengenai tatah timbul, untuk mengembangkan dan menggali sisi lain dalam bidang kriya kulit.

